

Projektbericht 001

Fotoshooting und Imagefilm PWW SeeGang

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Zur zeitgemäßen Bewerbung des Premiumwanderwegs SeeGang auf der Homepage, in den Kanälen der Social Media und bei Messeauftritten fehlt es an bewegten Bildern. Daher wird ein Imagefilm produziert. Geplant wird ein Drehtag an vier Locations mit Laienmodels. Die Aufnahmen erfolgen bewusst in der Herbstsaison.

Projektergebnisse

Die Beauftragung des Videografen erfolgte im Juni 2017 durch den LK Konstanz. Im August 2017 wurden die Drehorte ausgewählt und mit der Produktionsfirma abgestimmt.
Nach einem Aufruf in den soziale Medien (Facebook) Ende Juli fand das Casting der Models durch die AG SeeGang am 04.09.2017 statt. Die Filmaufnahmen sind für Ende September/ Anfang Oktober geplant.

Projektfinanzierung

Fotoaufnahmen	1.912,00 €
Videodreh	5.283,01 €
Honorar Models (15,00 €/Stunde)	500,00 €
Verpflegung Drehtag	50,00 €
./.. Kostenbeteiligung Überlingen und Sipplingen	- 1.834,80 €
Projektkosten	€ 5.910,21

Wie bei allen Projekten der AG SeeGang beteiligen sich die Überlingen und Sipplingen gemäß Ihrem Streckenanteil mit 24% an den Kosten, d.h. hier € 1.413,00 der Gesamtkosten übernehmen die Projektpartner Überlingen und Sipplingen.

Mit der Verschiebung der Projektmittel für die Besucherzählung SeeGang (002) i.H.v. 2.000 € sind die Kosten gedeckt.

Projektperspektive

Nach der Konzeption und Implementierung 2013-2015 und der Vermarktung 2015-2017 ist das Schwerpunktthema Premiumwanderwege auf Kreiseben abgeschlossen. Die individuelle, weitere Vermarktung der einzelnen Wege ist aus Mitteln der Anrainerkommunen zu finanzieren. Die weitere Förderung erfolgt durch die allgemeine Vermarktung des westlichen Bodensees als PWW-Region.

Projektbericht 002

Besucherzählung u. -befragung PWW SeeGang

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Zur Qualitätssteigerung des zertifizierten Premiumwanderweges (PWW) SeeGang werden im Frühjahr und Sommer 2017 an verschiedenen Punkten am Weg Besucherbefragungen durchgeführt. Die Antworten und Anregungen der Wanderer werden ausgewertet und die Ergebnisse für weitere Maßnahmen verwendet.

Projektergebnisse

Die Besucherbefragung fand im Zeitraum April bis Juli 2017 durch eine Studentin der Dualen Hochschule im Rahmen einer Bachelorarbeit statt. Durch die Zusammenarbeit mit dem Deutschen Wanderinstitut können die Ergebnisse der Befragung auch mit Zahlen aus ganz Deutschland verglichen werden. Die Ergebnisse werden Anfang September erwartet.

Projektfinanzierung

Projektkosten	€ 0,00
---------------	--------

Da die Stadt Radolfzell sämtliche Kosten für die Besucherbefragung übernimmt, wurde das Projektbudget in Höhe von 2.000,00 € auf gemeinsamen Beschluss der AG in das Projekt „Imageclip SeeGang“ verschoben.

Projektperspektive

Die Studie soll für weitere Maßnahmen und Projekte zur Qualitätsverbesserung am PWW herangezogen werden.

Projektbericht 003

Messebeteiligung PWW bei CMT und TourNatur

Projektlaufzeit

2017 – 2018

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Gemeinsame Messebeteiligung auf den beiden Themen-Messen CMT in Stuttgart und TourNatur in Düsseldorf zur Stärkung des Bekanntheitsgrades und Vermarktung als Premium-Wanderregion. Die gemeinsame Vermarktung der gesamten deutschen Bodenseeregion als Wanderregion trägt konkret zur Saisonverlängerung im Frühjahr und Herbst bei.

Projektergebnisse

Die Messebeteiligung (mit einem zusätzlichen Stand) in der Wanderhalle der CMT im Januar 2017 fand wie in den Vorjahren statt.
Die geplante Messebeteiligung im September 2017 auf der „TourNatur“ in Düsseldorf konnte wegen Personalmangel nicht realisiert werden.
Die Mittel wurden daher für die Wanderhalle auf der CMT 2018 umgewidmet.

Projektfinanzierung

Messebeteiligung Wanderhalle CMT 2018	2.000,00 €
Messebeteiligung Wanderhalle CMT 2018	2.000,00 €
Projektkosten	4.000,00 €

Projektperspektive

Für 2018 ist wiederum eine Beteiligung an zwei Messen (CMT und TourNatur bzw. Reise Hamburg) geplant.

Projektlaufzeit

April – August 2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Nachdem in den Jahren 2013-2016 die Bodenseeregion als Wanderregion erfolgreich profiliert wurde, wird in Analogie zur 2016 erstellten Radtourenkarte auch eine entsprechende Wandertourenkarte produziert. Bislang gab es kein Erschließungsmedium für dieses Profilthema. In Zusammenarbeit mit der DBT liegt die Redaktion bei der Geschäftsstelle der AG Tourismus. Die große Nachfrage bei der Radtourenkarte bestätigt das Broschürenkonzept. Dabei werden 14 ausgewählte Wanderrouten beschrieben und mittels QR-Code auf die ausführlichen Darstellungen in der europaweit führenden Tourendatenbank verlinkt. Zusätzlich werden 18 Touren als Tipps in der Karte verortet und per QR-Code erschlossen.

Mit Blick auf die Internationalisierungsstrategie der IBT wird erneut eine englischsprachige Version veröffentlicht.

Projektergebnisse

Die Wandertourenkarte liegt seit dem 01.09.2017 in deutscher und englischer Sprache vor. Sie ist online im Prospektversand verfügbar und wird im September auch an alle Tourist Informationen im Landkreis zur Ausgabe verteilt. Damit liegt für die wichtigen Touristikmessen im ersten Quartal 2018 für dieses Profilthema ein bei den Gästen geschätztes Erschließungsmedium vor.

Projektfinanzierung

Agenturkosten Kartografie und Gestaltung Version D (50%)	2.567,78 €
Agenturkosten Version E (50%)	625,11 €
Übersetzung (50%)	291,55 €
Druckkosten D+E (50%)	2.559,55 €
<i>Verteilung</i>	300,00 €
<i>Pressearbeit</i>	800,00 €
Projektkosten	7.144,13 €

Projektperspektive

Eine Pressemitteilung zum Erscheinen ist in Vorbereitung. Der anteilige Auflage von 20.000 bzw. 5.000 Stück ist für zwei Jahre dimensioniert. Auch hier werden die anderen IBT-Partner eingeladen, sich an einer auf die ganze Destination erweiterten Version zu beteiligen.

Tischvorlage:

- **Wandertourenkarte** „Wanderbare Vierländerregion Bodensee“
- **Hiking Trail Map:** „The Lake Constance Four-Country Region: Hike it!“

Projektbericht 005

Marketing Bodensee-Radweg

Projektlaufzeit

2017 - 2019

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Nach der erfolgreichen ADFC-Zertifizierung mit 4 Sternen in 2016, fallen für die Logonutzung sowie für das Marketing seitens des ADFC - insbesondere auf Messen - jährliche Kostenbeiträge an. Dazu gehört auch die Schulung des örtlichen Radweg-Beauftragten. Der Landkreis Konstanz beteiligt sich als Anrainer an diesen Marketingbeiträgen der Geschäftsstelle für den Bodenseeradweg.

Projektergebnisse

Das Logo wurde u.a. als Qualitätsargument in der Radtourenkarte verwendet.
Die kollektive Bewerbung auf allen relevanten Fachmessen ohne eigenes Personal ist eine praktische Unterstützung für das eigene Marketing.

Projektfinanzierung

Präsentation durch den ADFC auf Messen (jährlich) & Bericht im ADFC Radwelt 3-2017	603,33 €
Nutzungsrechte Logo ADFC-Klassifikation (jährlich)	952,00 €
ADFC-Schulung Qualitätsbeauftragter BRW	230,86 €
Projektkosten	1.786,19 €

Projektperspektive

Diese jährlichen Marketingbeiträge fallen auch 2018 und 2019 an. 2019/2020 entstehen zusätzlich die Kosten der Re-Zertifizierung sowie danach weiterhin die entsprechenden jährlichen Beiträge. Das gilt entsprechend für ADFC-zertifizierte Radwege in Deutschland und auch die anderen (ADFC-)zertifizierten Radwege in der Region.

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Im Jahr 2017 jährt sich zum 200. Mal die Erfindung des Fahrrades. Eine herausragende Veranstaltung fand am 25. Juni in Singen statt. Seit 15 Jahren findet dort der Hegau Bike Marathon statt. Je zweimal fanden bereits die Deutschen Meisterschaften und die Europa-meisterschaften statt. In diesem Jahr war die Stadt Singen Gastgeber der Weltmeisterschaften im MTB Marathon. Grund genug die gesamte Region als MTB-Region zu präsentieren. Vom 15. – 17. Juli waren sechs Reisejournalisten vor Ort und wurden per MTB zu den schönsten Orten der Region geführt.

Projektergebnisse

Journalisten können das Thema vor Ort besser recherchieren und eigenes Fotomaterial in ihre Berichte einfließen lassen. Das Erlebnis vor Ort ist für eine Berichterstattung sehr wichtig. Drei Presseberichte waren bis zum 23.08.2017 bereits veröffentlicht.

Projektfinanzierung

Programmkonzept, Akquise Journalisten, Reisebetreuung Betreuung	7.500,00 €
Übernachungskosten und Bewirtung Verpflegung Fremdmittel, Sachmittel (Leistungsträger)	3.600,00 €
<i>abzgl. Eigenbeteiligung der Leistungsträger</i>	<i>./. 1.300,00 €</i>
Transportkosten	900,00 €
Reisekosten	1.200,00 €
Reisebegleitung Tourismusorganisationen	600,00 €
<i>abzgl. Eigenleistung der AG-Mitglieder</i>	<i>./. 600,00 €</i>
Projektkosten	11.900 €

Projektperspektive

Die Berichterstattung in verschiedenen Medien ist nur der Auftakt den Hegau als MTB-Region bekannter zu machen. Die Ausschilderung von MTB-Strecken wird dieses Ziel wesentlich voranbringen.

Projektbericht 007

Produktpflege Radtourenkarte

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Für die die Verteilung der Radtourenkarte an die beteiligten Partnerorganisationen, für die Bestückung der Tischmessen in der Region und für die Belieferung von Multiplikatoren außerhalb der Region werden projektspezifische Folgekosten außerhalb des Prospektversandes budgetiert.

Projektergebnisse

Die große Resonanz führte dazu, dass die Auflage für zwei Jahre bereits nach acht Monaten verteilt war und bis Ende 2017 vergriffen sein wird.

Projektfinanzierung

Kummulierte Versandkosten bis 31.08.2017	355,81 €
Nachdruck 10.000 Stk D	1484,53 €
Projektkosten	1.840,34 €

Projektperspektive

Bis zur Klärung einer um weitere IBT-Partner ausgedehnten zweiten Auflage haben DBT und AG KN für die Touristikmessen Anfang 2018 im September einen unveränderter Nachdruck beauftragt.

Projektbericht 008

Zertifizierung Bodensee-Schwarzwald-Radweg

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Neben den beiden schon zertifizierten Fernradwegen „Rhein“ und „Bodensee“ ist der „Heidelberg-Schwarzwald-Bodensee-Radweg“ (HSB) der dritte Landesfernradweg auf Kreisgebiet. Auf Initiative der TMBW streben die zehn Landkreise unter der Koordination von Schwarzwald Tourismus auch für diesen eine Zertifizierung an. Eine Vorprüfung ergab das Potential für eine 4-Sterne-Klassifikation, wenn neben Mängeln in der Wegeführung vor allem das Marketing mit einer Printbroschüre und einem Internetauftritt umgesetzt würde.

Der LK KN beteiligt sich entsprechend seiner Streckenlänge (38 km) mit 12,5% an den Kosten.

Projektergebnisse

Die Internetseite wurde Anfang September 2017 freigeschaltet. Die Broschüre ist in der Umsetzung und soll zu den Touristikmessen Anfang 2018 vorliegen. Die Zertifizierung soll auf der Touristikmesse CMT in Stuttgart im Januar 2018 verliehen werden. Wegen Mängeln im Landkreis Calw wurden nur 3 Sterne erreicht.

Projektfinanzierung

Kostenloses Streumedium Tourenkarte (Kosten für Kartografie, Gestaltung und Druck); anteilig	1.338,75 €
Internetseite; anteilig	101,15 €
Kostenloses Streumedium Infolyer	178,50 €
Weitere kostenlose Vermarktungsprodukte wie Aufkleber, Postkarten o.ä.	22,31 €
Projektkosten	1.640,71 €

Projektperspektive

Der Arbeitskreis der Landkreise kommt im Oktober zur weiteren Planung zusammen. Für die kommenden Jahre ist mit Marketingbeiträgen i.H.v. jährlich 1.785 € zu rechnen. Für die Rezertifizierung 2021 werden 4 Sterne angestrebt.

Projektlaufzeit

2017 – 2019

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Am 25. Juni 2017 fand in Singen die Weltmeisterschaft im Mountainbike Marathon statt. Dies war eine einmalige Gelegenheit für den Hegau, sich als herausragende MTB-Destination zu profilieren. Mit diesem einzigartigen Sportevent im Rücken möchte die Stadt Singen und Hegau Tourismus die WM-Strecke für eine permanent ausgeschilderte MTB-Strecke nutzen. Die Ausschilderung der WM-Strecke soll als Grundlage für weitere MTB-Strecken in der Region dienen. Bisher gibt es für Urlaubsgäste und Einheimische keine ausgeschilderten MTB-Strecken. Durch eine Ausschilderung soll eine Kanalisierung der zunehmenden MTB-Aktivitäten erfolgen. Eine Erhöhung der Übernachtungszahlen im Hegau ist ein weiteres Ziel.

Projektergebnisse

Das Projekt ist am Übergang von Genehmigungs- in die Umsetzungsphase.

Projektfinanzierung

Projektkosten

9.000,00 €

Projektperspektive

Durch umfangreiche und zeitintensive Gespräche mit Eigentümern, Landwirten u.a. hat sich die Umsetzung stark verzögert, wird aber noch in diesem Jahr stattfinden.

Projektbericht 010

Schaltung TMBW-„Kultursüden“ 2018

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Die Tourismusmarketinggesellschaft des Landes (TMBW) erstellt zu den Themensäulen im Tourismusmarketing jährliche Printbroschüren, in denen sich die Destinationen einbuchen können. Im jährlichen Rhythmus erscheint der „Kultursüden“. Hier stellt sich der Bodensee mit einer Bildseite sowie sechs „Kultur-Highlights“ vor. Nach einjähriger Unterbrechung beteiligte sich die DBT mit zwei der sechs „Highlights“.

In der vergleichenden Angebotspräsentation beim relevanten Zielpublikum im Land und außerhalb ist eine Beteiligung zwingend.

Projektergebnisse

Die Inhalte für die Ausgabe 2018 wurden im Juli und August zugeliefert. Die Korrekturrunde wird für Oktober erwartet. Damit ist der Bodensee weiterhin im Marketing auf Landesebene bei den Touristikmessen in 2018 vertreten. Begrüßt wird die nun wieder aufgenommene Mitwirkung seitens der DBT. Dadurch konnten Mittel in Höhe von 1.130,50 € anderweitig genutzt werden.

Projektfinanzierung

Schaltung Doppelseite mit gemeinsamer Bildseite und 4/6 „Highlights“; anteilig (7/12)	1.606,50 €
Projektkosten	1.606,50 €

Projektperspektive

Eine Beteiligung mit entsprechenden Kosten ist auf in den kommenden Jahren einzuplanen.

Projektbericht 011

Bodensee-Kunstwege

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Da die zugesagte Projektförderung für die „Bodensee-kunstwege“ schon Ende 2016 ausgelaufen war, wurden die Mittel für andere Projekte verwendet.

Projektergebnisse

Projektfinanzierung

Projektkosten	0,00 €

Projektperspektive

Nach der Anschubfinanzierung auch durch den Landkreis wird das Projekt eigenständig fortgeführt und trägt sich alleine.

Projektbericht 012

Markenleitprodukt Kirchen Klöster & Konzil

Projektlaufzeit

01.01.2016 - 31.08.2020

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

1.) IBK-Projekt Nr. 9 Grundkonzeption Markenleitprodukt Kirchen Klöster & Konzil am Bodensee

BodenSeeWest Tourismus (vormals Tourismus Untersee) vertritt die AG Tourismus in diesem Projekt. Mit Beginn des Jahres 2017 hat BodenSeeWest Tourismus die Projektkoordination übernommen. Das IBK-Projekt zur Vorbereitung eines Interreg-Projektes wurde erfolgreich abgeschlossen.

2.) Fortführung des Projektes als Interreg-Projekt „Kirchen Klöster & Konzil“

Gemeinsam mit Tourismusorganisationen der internationalen Bodenseeregion wird das Projekt Kirchen Klöster & Konzil zum Markenleitprodukt der Bodenseeregion weiterentwickelt. Der Projektantrag ist gestellt und wird Anfang November 2017 beschieden. BodenSeeWest Tourismus vertritt die AG Landkreis in diesem Projekt. Die Projektkoordination für das Interreg-Projekt hat BodenSeeWest Tourismus übernommen. Die Projektlaufzeit beträgt 3 Jahre. Für dieses Projekt fallen Kosten in Form von Partnerschaftsbeiträgen an.

3.) Marketing

Die AG Landkreis Konstanz bucht wieder im Magazin Kirchen, Klöster & Konzil des Verlags Labhard Medien

Projektergebnisse

- Partnerakquise für das Interreg-Projekt KKK erfolgreich
- Recherche und Dokumentation Kirchen und Klöster in der Bodenseeregion
- Konzeption Projektmanagement für das Interreg-Projekt KKK
- 5 Workshops zur Konzeptionserarbeitung
- Information von Multiplikatoren über das Projekt
- Projekt-Website
- Projekt-Info-Flyer

Die im Antrag gestellten Ziele und Aufgaben wurden voll umfänglich realisiert.

Projektfinanzierung

Partnerschaftsbeitrag LK KN 2017	2.400,00 €
Kostenanteil für die redaktionellen Seiten im Magazin „Kirchen, Klöster & Konzil“	9.000,00 €
Projektkosten	11.400 €

Projektperspektive

Das IBK-Projekt ist abgeschlossen. Es wird fortgeführt als Interreg-Projekt Kirchen Klöster & Konzil. Ziel ist die Weiterentwicklung zum Markenleitprodukt der internationalen Bodenseeregion.

Es werden jährlich Partnerschaftsbeiträge fällig, pro Jahr 6.300 € sowie zu leistende Arbeitsstunden.

Tischvorlage:

- Projektinformation „Kirchen Klöster Konzil“

Bodensee Kirchenbesucher

Projektlaufzeit

fortlaufend

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Kern des Produktes BodenseeKirchenbesucher ist die Broschüre, welche 2015/16 neu aufgelegt wurde. Unter den Einsendern des BodenseeKirchenbesucher-Passes wurden die Gewinne verlost.

Die Aufkleber für den Kirchenbesucher-Pass können künftig von den betreuenden Pfarreien vor Ort selbst ausgedruckt werden, die Vorlagen wurden gestellt.

Projektergebnisse

Das Produkt findet weiterhin großes Interesse. Das Produkt wurde in die regionale Pressearbeit eingebunden. Presseanfragen wurden beantwortet, Journalisten vor Ort betreut.

Projektfinanzierung

Projektkosten

0,00 €

Projektperspektive

Die Nachfrage nach den Broschüren ist gut, von der zweiten Auflage (25.000) sind noch ca. 7.000 Exemplare verfügbar.

Das Projekt wird fortgeführt und in das Projekt Interreg-KKK integriert. In 2018 wird ein Relaunch vorbereitet. 2018 bzw. spätestens 2019 wird die Broschüre zum Projekt neu aufgelegt.

Das Projekt Pilgermahl wird 2018 landkreisweit ausgedehnt. Eine gemeinsamer Internetauftritt für dieses Projekt muss 2018 angegangen werden.

Projektbericht 013

Medienreise Genussregion

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projekthinhalte / Projektziele

Pressereisen sind in der heutigen Zeit äußerst wichtige Instrument im touristischen Marketing und eine der kostengünstigsten Kommunikationsmöglichkeiten einer Region.

Die diesjährige, dreitägige Medienreise stellt die kulinarischen Aspekte der Region in den Fokus und bedient damit die Themensäule Genuss im strategischen Marketingkonzept von IBT und TMBW.

Die Koordination und Betreuung erfolgt durch die Agentur PR2 aus Konstanz. Die organisatorische Unterstützung durch BodenseeWest Tourismus (BWT) und Marketing und Tourismus Konstanz (MTK)

Die Genusspressereise trägt zur Positionierung des westlichen Bodensees als Genussregion bei und zahlt auf die Marke Vierländerregion ein.

Projektergebnisse

Es haben sich 13 hochkarätige Medienvertreter angemeldet (siehe Teilnehmerliste in der Anlage)
Das Programm wurde mit der entsprechend spezialisierte Agentur aus der Region (PR2) konzipiert und mit den örtlichen Touristikern und Leistungsträgern abgestimmt. (siehe Programmablauf in der Anlage)

Die Medienreise findet vom 27. bis 29. September 2017 statt.

Projektfinanzierung

Programmkonzept, Akquise Journalisten, Reisebetreuung Betreuung	7.500,00 €
Übernachungskosten und Bewirtung Verpflegung Fremdmittel, Sachmittel (Leistungsträger)	3.600,00 €
<i>abzgl. Eigenbeteiligung der Leistungsträger</i>	<i>./. 1.300,00 €</i>
Transportkosten	900,00 €
Reisekosten	1.200,00 €
Reisebegleitung Tourismusorganisationen	600,00 €
<i>abzgl. Eigenleistung der AG-Mitglieder</i>	<i>./. 600,00 €</i>
Projektkosten	11.900 €

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Seit acht Jahren bedienen die Erzeuger und das Slow Food Convivium Bodensee auch das touristische Interesse am Reiseziel Bodensee. Seit 2016 unterstützen die Tourismusorganisationen den Messeauftritt durch einen Informationsstand und organisatorische Unterstützung bei der Messebeteiligung. Die Messe wurde 2016 einhellig als sehr guter Kommunikationskanal bewertet. Bewusst wird das touristische Marketing als „Genuss-Region“ durch die Produzenten und ihre Produkte sprichwörtlich schmackhaft gemacht.

Projektergebnisse

Es ist gelungen, 2017 die DBT als Partner zu gewinnen und zu gleichen Teilen gemeinsam den ganzen Bodensee zu vertreten. So konnte die Standfläche auf zwei Gemeinschaftsstände mit insgesamt 20 Positionen verdoppelt werden. Auf der Aktionsfläche Die Publikumsresonanz und die Qualität der Gespräche wurde sehr gut und vielfach besser als auf den Tourismusmessen beurteilt. Mit dem dafür noch produzierten Genussführer von BodenseeWest Tourismus standen auch spezifische Marketingmedien zur Verfügung.

Projektfinanzierung

Mietmobiliar Messe Stuttgart	243,99 €
Transportkosten Prospekte	250,20 €
Standgebühren inkl. Standnebenkosten 2018	1.500,00 €
Projektkosten	1.994, 19 €

Die Reise- und Unterbringungskosten am Stand beratenden Mitarbeiterinnen tragen die Tourismusorganisationen als Eigenbeteiligung selbst. Der Genussführer wurde über die beteiligten Leistungsträger und durch BodenseeWest Tourismus finanziert.

Projektperspektive

Eine Unterstützung der Tourismusorganisationen durch einen Informationsstand in den Reihen der Erzeuger wird weiterhin für wirksam und Lohnend betrachtet. Es wird erwogen mit der DBT nur noch eine gemeinsame Standposition zu belegen. Auf eine Mitarbeit in der Akquise und organisatorische Unterstützung wird künftig verzichtet.

Projektbericht 015

„Unterwegs in der Natur“ Onlinemarketing

Projektlaufzeit
2016 – 2017
Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele
Im zweiten Projektjahr steht das Online-Marketing im Mittelpunkt. Dazu wird auf der Online-Plattform Outdooractive eine „Reiseführer“-Seite eingerichtet.
Projektergebnisse
<p>Voraussetzung für das online-Marketing via outdooractive ist die Einrichtung einer Reiseführerseite als Landing-page für Werbeschaltungen. Diese Reiseführerseite „Westlicher Bodensee“ wurde in Auftrag gegeben.</p> <p>Das zugehörige Polygon umfasst den Landkreis Konstanz sowie in kleinem Ausmaß benachbarte Regionen (Überlingen wg. Seegang, thurgauisches Seeufer). Die Tourismusorganisationen im Landkreis Konstanz können dort ihre Touren und ihre Unterkünfte auspielen.</p> <p>Die Reiseführerseite wurde von BodenseeWest Tourismus (BWT) erstellt und aus dem BWT-Budget bezahlt und mit den Tourismus-organisationen im Landkreis Konstanz abgestimmt.</p> <p>Die Buchung einer Herbst-Marketing-Aktion ist geplant.</p>

Projektfinanzierung	
Marketing Herbst-Aktion	1.785 €
Zusatzseite Unterkünfte	595 €
Zusatzseite Ausflugsziele	595 €
Übersetzung Englisch	595 €
Projektkosten	3.570 €

Projektperspektive
<p>Die Internationalisierung des Onlineauftritts bei Outdooractive wird fortgesetzt.</p> <p>Regelmäßige Marketingmaßnahmen zur Steigerung der Nachfrage von Tourenaufrufen sind geplant.</p>

Projektlaufzeit

2017 – 2020

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Mit Blick auf die Landesgartenschau (LGA) Überlingen 2020 plant der Verein Bodenseegärten die Konzeption von Reisearrangements und entsprechende Kooperationsverhandlungen.

Die fertigen Reisearrangements sollen den besuch der LGS und der Bodenseegärten auch im LK KN buchungsreif verbinden. Neben 2-Tagesangeboten zur Insel Mainau und an die LGA Überlingen, sollen 3-4 Tagesangebote entwickelt werden z.B. auch zu den Privatgärten am Untersee, in die Stadt Konstanz selber oder zu „Natur im Garten“-Gärten in der Region. Die Schifffahrt sowie weitere ÖPNV-Transportmittel sollen integriert werden.

Projektergebnisse

Beim Gespräch von Bodenseegärten mit der Verantwortlichen für Marketing und Kommunikation der Landesgartenschau Überlingen im Oktober 2016 wurden konkrete Zusammenarbeitsformen besprochen und ein Umsetzungsfahrplan definiert.

Im März 2017 fand ein Workshop zur Ausgestaltung der Pakete für 2020 statt. Es wurde zusätzlich die Idee entwickelt, 2019 eine Gartenausstellung des Vereins Bodenseegärten rund um den Bodensee zu lancieren.

Erste grobe Paketideen für 2-Tagesangebote stehen und sind in der Vernehmlassung. Im Mai 2017 wurden diese weiter ausgearbeitet.

Projektfinanzierung

Förderbeitrag 2017	5.000,00 €
Projektkosten	5.000,00 €

Projektperspektive

Ziel soll es sein, dass bis Ende 2017 fertige 2-Tagesangebote vorliegen werden und die Ideen für die 3-4-Tages-Angebote grob stehen.

2018: Ab Jahresmitte sollen die 2-Tages-Angebote, bis Jahresende auch die 3-4-Tages-Arrangements, vertriebsfertig konzipiert und organisiert sein.

2019: Gezielter Vertrieb an Wiederverkäufer (Gruppenreisen, Busunternehmen).

2020: Controlling

Projektlaufzeit

2015 - 2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Weiterentwicklung der VHB-Gästekarte (VHB-GK) zur regionalen Destinations-Card mit gebündeltem und gemeinsamem Marketing

- Vorbereiten Einführung Cardsystem inkl. geforderter Smartphone-Applikation (Etablierung 2017 aus Mitteln des LK, ab 2018 aus Beiträgen der beteiligten VHB-Orte)
- Diverse Marketingmaßnahmen
- PR und ÖA
- Koordination, Qualitätssicherung, Support, Kommunikation usw. erfolgt durch Projektleitung.

Schlüsselprojekt für den gesamten Landkreis Konstanz, bietet Wettbewerbsvorteile, die zwingend genutzt werden müssen. Die in 2016 eingetretenen Verzögerungen müssen aufgefangen werden.

Projektergebnisse

Die VHB-GK am Bodensee wurde als erfolgreiche Gästekarte etabliert. Steigerung des Bekanntheitsgrades nach innen und außen Gäste fragen gezielt nach und legen Übernachtungen in VHB-Orte. Orte sind bereit Kurtaxe anzupassen, um Cardsystem, Produktmanagement und Marketing nachhaltig zu etablieren. Konzeptidee „BEK-light“, in Vorbereitung [BEK = BodenseeErlebniskarte der IBT].

Projektfinanzierung

Produkt-und Qualitätsmanagement	20.529,00 €
Technisches System	15.000,00 €
Marketing, Anpassungen Dokumente	22.627,00 €
eMeldewesen Anpassungen	1.844 ,00 €
Projektkosten	60.000,00 €

Projektperspektive

2018 sollen die Kosten für Marketing und Cardsystem von den beteiligten Orten über einen Anteil aus der Kurtaxe finanziert werden

Zur Entwicklung und Umsetzung einer „BEK-light“ für den westlichen Bodensee zur Aufbuchung auf die VHB-Gästekarte wird ein Projektantrag 2018 gestellt. Die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit der IBT.

Projektlaufzeit

2017 ff

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Mit Jahresende 2016 stellte das gemeinsame Bodensee Service Center mit Callcenter der IBT den Betrieb ein. Der Prospektversand durch Futura wird von den Tourismusorganisationen am Westlichen Bodensee weiter (über die IBT) genutzt. Die Bestückung der Informationsstellen im LK KN aus Kißlegg hat sich als zu umständlich und als zu kostenintensiv erwiesen. Zudem fehlt es an einer Versanddokumentation.

Daher wird die Bodensee Tourismus Service (BTS) mit ihrem etablierten Onlineversand „Bodenseeprospekte“ als neuer Lagerort und zusätzlicher Versender gewählt. Durch deren regelmäßigen Touren zur Pflege ihrer Prospektständer können die Stellen im LK kostengünstiger versorgt werden.

Projektergebnisse

Die erstmals realisierte Prospektbestückung aller Tourist Informationen im Landkreis mit den Broschüren der AG, DBT und IBT hat sich bewährt. Die Versandzahlen sind deutlich gestiegen. Die Lagerproblematik konnte gelöst werden. Zugleich stehen alle Vorräte an einem Ort. Durch die Dokumentation konnte die Leistungskontrolle und Transparenz deutlich verbessert werden. Die enorme Nachfrage u.a. z.B. bei der Radtourenkarte führte zu höheren Versandkosten als geplant.

Projektfinanzierung

Versand Radtourenkarte	201,35 €
Prospektbestückung 2017	863,91 €
Broschüren-Versand BTS bis 8/2017	3.626,16 €
Broschüren-Versand BTS 9-12/2017	375,00 €
Umlagerungen Futura – BTS	128,31 €
Broschüren-Versand Futura 1-6 / 2017	1.291,13 €
Broschüren-Versand Futura 7-12/ 2017	500,00 €
Projektkosten	6.985,86 €

Versandzahlen (BTS u. Futura) 1 – 8 / 2017

Radtourenkarte D+E	4.057 Expl.
Bodensee-Kirchenbesucher	419 Expl.
Unesco-Welterbestätten Bodensee	183 Expl.

Projektperspektive

Ein Prospektversand gehört zu den Grundfunktionen in der Vermarktung und wird beibehalten.
Die Dokumentation von BTS ermöglicht ein Controlling.
Die Zahl der Kanäle und die Beteiligung der Mitherausgeber gemeinsamer Broschüren an den Versandkosten ist 2018 zu bilanzieren.

Projektbericht 019: Themenmarketing ITB Berlin

Projektlaufzeit

2017 (jährlich)

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Bedarf: Der Messe-Stand wird von der DBT in Zusammenarbeit mit der MTK und OTG organisiert. Die MTK ist verantwortlich für die Planung mit den Unterinstitutionen (Insel Mainau, Hegau, Untersee etc.). Die Prospekte der jeweiligen Regionen werden abgestimmt und gemeinsam nach Berlin geschickt.

Inhalt: Präsenz mit einem halben Counter (von zwei) auf der ITB in der BW-Halle (Halle 6.2b) am Stand 203.

Ziel: Vermarktung des westlichen Bodensees auf der weltweit wichtigsten Tourismusmesse in Berlin. Möglichkeit zum Austausch und Kooperation mit z.B. Reiseveranstaltern oder Journalisten u.a.

Projektergebnisse

Der Besuch der Halle war mit Ausnahme des Freitag-nachmittags besser als in den Vorjahren. Es gab viele Gespräche mit Reiseveranstaltern und Pressevertretern.

Insgesamt sollte die Standgestaltung im nächsten Jahr optimiert werden.

Projektfinanzierung

Messestand	6.545,00 €
Broschürentransport, Countergrafik, Radsimulator, Koordinationskosten DBT	1.879,69 €
abzüglich Eigenbeteiligung der Tourismusorganisationen	./. 1.000,00 €
Projektkosten	7.424,68 €

Projektperspektive

Die Messe findet jedes Jahr in Berlin statt und ist die führende Business-Plattform für das globale touristische Angebot. Das Ziel ist eine ständige Weiterentwicklung unserer Präsenz.

2018: 07. – 11.03.2018

Projektbericht 020

Internationale Marktbearbeitung der IBT

Projektlaufzeit

2015 - 2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Bedarf: Vermarktung des Internationalen Bodensees in den Auslandsmärkten Italien und UK.

Inhalt: Einzel- und Gruppenpressereisen, Presseaussendungen, Workshops in London und Nürnberg, Rimini und Davos

Ziel: Bekanntheit des Bodensees in Italien und UK zu den Themen, Natur, Kultur, Genuss steigern

Projektergebnisse

Insgesamt knapp 20 Medien/britische Journalisten haben bereits konkretes Interesse an einer Einzelpressereise in die Vierländerregion bekundet.

Projektfinanzierung

Anteilige Projektkosten 1. Halbjahr 2017 (Märkte Italien und UK)	11.900,00 €
Anteilige Projektkosten 2. Halbjahr 2017 (Märkte Italien und UK)	11.900,00 €
Projektkosten	23.800,00 €

Projektperspektive

Die IBT hat Anfang September ihr Konzept für die Internationale Marktbearbeitung 2018-2020 zur Beratung vorgelegt.

Aus Sicht der AG muss das Marketing im Quellmarkt UK mit Blick auf die veränderten Perspektiven in Folge des Brexits überdacht werden. Hierzu erfolgt ein Austausch mit der IBT u.a. am 18.10.2017.

Projektlaufzeit

2016 – 2019

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Es gilt die Destination „Bodensee“ als Suchbegriff und Destinationsbezeichnung beim führenden Tourenportal (Outdooractive) einzuführen. Zudem dürfen nur die Touren der Teilregion, nicht aber der ganzen Destination auf den eigenen Seiten ausgespielt werden. Außerdem bestehen für denselben Leistungsumfang ganz unterschiedliche finanzielle Bedingungen seitens Outdooractive. Das 2016 ausgehandelte Tourenportal vom Typ „Regio“ wird beauftragt und der Rahmentarif angenommen.

Projektergebnisse

Das in 2016 ausgehandelte Leistungspaket für das Tourenportal wurde inzwischen um eine CMS-Lizenz erweitert und den Betrieb unter eigenen Domain erweitert und steht vor der Auftragserteilung zum Oktober 2017. Um die Integration weiterer IBT-Anrainer ins Tourenportal und den Rahmentarif offen zu halten wurde im September die Projektsteuerung der IBT übertragen. Die Installation soll bis Jahresende umgesetzt sein. Die Laufzeit verlängert sich bis September 2019.

Projektfinanzierung

Installationskosten Tourenportal (anteilig 1/3)	2.227,50 €
Lizenzgebühren 3/24 Monaten in 2017 (anteilig 1/3)	495,00 €
Koordinationsaufwand IBT 1/3 in 2017 (anteilig 1/3)	1.188,00 €
Projektkosten	3.910,50 €

Projektperspektive

Die Mindestlaufzeit beträgt 24 Monate. Der grundsätzliche Bedarf des Tourenportal ist unbestritten. Mangels alternativer Lieferanten ist der Verhandlungsspielraum begrenzt. Die Verzögerungen sind durch die strategisch zu bevorzugende Platzierung bei der IBT akzeptabel. Es gilt die Schweizer Partner operativ mitzunehmen, nachdem die technologischen Unterschiede hinfällig geworden sind.

Projektbericht 022

Bodenseegästeführertag

Projektlaufzeit

18.03.2017, 9.30 – 17.30 Uhr

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Bedarf: Veranstalter stellt den Raum, die Verpflegung und organisiert Führungen und Vorträge. Es ist mit 120 – 140 Anmeldungen zu rechnen (Eintritt frei). Die einzelnen Institutionen können sich im hinteren Teil des Saales mit Infotischen präsentieren.

Inhalt: Vormittags sind Vorträge von versch. Institutionen (Konzilstadt, Insel Mainau, MTK, Untersee, Bodenseegärten) und am Nachmittag Führungen (3x Stadtführung, Insel Mainau, Konstanzer Therme, Rosgartenmuseum, Sea Life Konstanz).

Ziel: Vernetzung der Gästeführer des Bodenseeraums im Landkreis.

Projektergebnisse

Der Bodenseegästeführertag fand großen Anklang bei den Gästeführern und verlief am Veranstaltungstag reibungslos. Die Rückmeldungen fielen sowohl auf Seiten der Gästeführer als auch seitens der Institutionen aus Konstanz sehr positiv aus.

Projektfinanzierung

Miete Wolkensteinsaal	424,24 €
Catering	1.676,95 €
Busshuttle zu den Führungen	233,55 €
Projektkosten	2.334,74 €

Projektperspektive

Das Projekt findet jedes Jahr in einer Stadt rund um den Bodensee statt. Interessenten fanden sich bereits direkt nach der Veranstaltung 2017.

2018: 17.03.2018 in St. Gallen

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Zur fachlichen Prüfung der Gründungspapiere sind Prüfungen und Gutachten zum Vertragsrecht, Steuerrecht sowie EU-(Beihilfe)-Recht erforderlich. Die aktuelle Rechtslage ist im Umbruch und einem monatlichen Wandel unterworfen. Hierzu ist die Expertise spezialisierter Kanzleien erforderlich. Durch die Vorarbeit der Projektgruppe, vorliegende Dokumentenmuster und bestehende Beratungsverträge erfolgt eine relevante Minimierung der externen Beratungskosten.

Projektergebnisse

Die Projektgruppe hat in mehreren Sitzungen sowie zahlreichen Besprechungen die Gründungspapiere (Satzung, Beitragsordnung, Leistungsauftrag) erarbeitet. Die Touristiker im Landkreis wurden u.a. bei Informationsveranstaltungen eingebunden und unterstützen den Prozess. Für den Landkreis hat der Verwaltungs- und Finanzausschuss am 08.05.2017 den Prozess grundsätzlich begrüßt und am 10.07.2017 unter Vorbehalt eine Beteiligung an der Regio befürwortet. Nach dem einstimmigen Beschluss des Hegau Tourismus e.V. am 06.09.2017 und den im September erwarteten Gutachten wird mit einem positiven Beschluss im Kreistag am 23.10.2017 und einer Geschäftsaufnahme des Regio zum 01.01.2018 gerechnet.

Projektfinanzierung

EU-rechtliche und steuerrechtliche Gutachten (Juni 2017)	5.000,00 €
EU-rechtliche und steuerrechtliche Gutachten (September 2017)	5.000,00 €
Projektkosten	10.000,00 €

Für die zusätzlichen Gutachten im September 2017 werden die zur Fortbildung eingeplanten Budgetmittel (Projekt 024) verwendet.

Projektperspektive

Nach dem Kreistag sollen die Kommunen noch 2017 ihre Beteiligung(en) beschließen. Das bisherige Projektbudget zur Tourismusförderung wird künftig als Beteiligung der Regio Konstanz-Bodensee-Hegau Tourismus e.V. zufließen.

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (DWIF) berechnet mit einem feststehenden Untersuchungsschema den Wirtschaftsfaktor Tourismus für Regionen, Kreise und Kommunen. Mit Blick auf den Gründungsprozess des Regio sowie der laufenden Berechnung in 2017 für die Stadt Konstanz wurde auch für den Landkreis Konstanz eine solche Studie beauftragt. Vor dem Hintergrund der durch den VTWB in 2012 für die Gesamtdestination Bodensee erstellte Berechnung lassen sich die wirtschaftliche Bedeutung des Wirtschaftszweiges aber auch die Relationen zu Destination und der größten Kommune im Kreis in Zahlen darstellen.

Projektergebnisse

Die Studie am 12.06.2017 vorgelegt und dem Verwaltungs- und Finanzausschuss zur Sitzung am 10.07.2017 im Komplettfassung als Sitzungsanlage übermittelt. Sie bestätigt das überdurchschnittliche Gewicht des Landkreises in der Vierländerregion Bodensee. Die Mittel zur Tourismusförderung sind gerechtfertigt. Eine Optimierung der Organisationsstruktur entsprechend der wirtschaftlichen Bedeutung verbessert die Effizienz auch der Fördermittel.

Projektfinanzierung

DWIF-Studie	4.700,50 €
Projektkosten	4.700,50 €

Projektperspektive

Die Studie ist auch für weitere Entscheidungen eine wertvolle Datengrundlage. Für einen Abgleich zur Kommune Konstanz bedarf es deren Datenfreigabe. Eine regelmäßige Berechnung alle 5 oder 10 Jahre ist empfehlenswert.

Projektlaufzeit

Januar - Mai 2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Durch verstärkte Kooperation über Kreis- und Kantonsgrenzen hinweg, strebt die Randenkommission eine bessere Verknüpfung und gemeinsame Vermarktung der touristischen Angebote der Landkreise Waldshut, Schwarzwald-Baar und Konstanz sowie des Kantons Schaffhausen an. Eine der vier Arbeitsgruppen widmet sich dem Tourismus.

Das Ziel des jährlichen Touristikertages ist die Vorstellung der jeweiligen Region und deren touristischen Highlights sowie der fachlicher Austausch auf internationaler Ebene. 2017 fand der Touristikertag turnusgemäß 2017 im LK KN (Radolfzell) statt. Hier profilierte sich der LK KN durch die Einführung eines Impulsvortrages zum Thema „Servicequalität und Kundenbegeisterung“ mit dem in der Region ansässigen und bundesweit bekannten Touristikberater Bernd Reutemann.

Projektergebnisse

- Aufwertung des gewohnten Programms durch Fachvortrag
- Ursprüngliche Teilnehmeranzahl von 40 Personen wurde überschritten
- Ausschließlich positive Rückmeldungen von den Mitgliedern der AG Tourismus der Randenkommission
- Der LK KN wurde mit dem Engagement für Servicequalität verknüpft.

Projektfinanzierung

Vortragshonorar anteiliger Beitrag zu den Projektkosten	3.174,00 €
Projektkosten	3.174,00 €

Projektperspektive

Im Jahr 2021 findet die Veranstaltung turnusgemäß wieder im Landkreis Konstanz statt.

Projektbericht 028

Regio-Seiten im Konstanz-Magazin 2017

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Neben dem destinationsumgreifenden Bodensee-Magazin erscheint für 2017/2018 im gleichen Konstanzer Fachverlag in zweiter Auflage auch ein entsprechendes Konstanz-Magazin. Mit Blick auf die künftige Vermarktung des Landkreises durch Konstanz als die Region Konstanz-Bodensee-Hegau wurde die Darstellung kurzfristig um eine Doppelseite zur Regio ergänzt.

Projektergebnisse

Das Magazin erschien im Juli 2017 und ist bundesweit im Zeitschriftenhandel und an ausgewählten internationalen Stellen erhältlich sowie online bestellbar. Der ganze Landkreis wird so in der Kommunikation der Stadt und deren umfangreichen Prospektversand stets mittransportiert.

Projektfinanzierung

Schaltungskosten anteilig Labhard Verlag	1.190,00 €
Projektkosten	1.190,00 €

Projektperspektive

Die Darstellung der Regio wird im Zuge der Strukturreform und des künftigen Marketingkonzeptes mit allen Themen in allen Medien gespielt und dann auch hier eher ausgebaut werden.

Projektbericht 030

TMBW Crossmedia-Kampagne 2018

Projektlaufzeit

2018

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Die Tourismusmarketinggesellschaft des Landes (TMBW) hat für 2018, dem Trend entsprechend, als Kommunikationsstrategie eine Crossmedia-Kampagne geplant, die das zeitgemäße Stilmittel des „Storytelling“ nutzen soll. Für den Bodensee wurde in der Themensäule Genuss eine „Geschichte“ aus dem Landkreis auserwählt.

Projektergebnisse

Die Inhalte werden im vierten Quartal 2017 ausgearbeitet.

Projektfinanzierung

Schaltung Regionen-Basis-Paket: Produktion Content mit Foto, Film und Infografiken Nutzung auch für eigene Medien Kommunikation über Social Media durch TMBW inkl. Pressearbeit und Auslandsmarketing Kommunikation in den TMBW-Print-Medien und deren Digitalversionen Kurzteaser in als TMBW-Print-Beilage anteilig (2/3) mit DBT	5.950,00 €
Projektkosten	5.950,00 €

Projektperspektive

Die Crossmedia-Kampagne ist mehrjährig angelegt. Die Inhalte wechseln. Der innovative Ansatz und die beteiligten Kommunikationskanäle führen zu hohen Kosten, die nach dem Probejahr 2018 noch steigen. Es ist zu erwarten, dass in 2019 ein Beitrag aus dem Raum der DBT ausgewählt wird.

Projektbericht 031

Schaltung „Discover Germany“

Projektlaufzeit

2017

Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele

Zur weiteren Stärkung der Saisonverlängerung und mit Blick auf die Marktbearbeitung UK durch die IBT wird nach 2014 und 2015 im November 2017 wieder ein vierseitiges Advertorial zur Attraktivität der Region Konstanz in der Vorweihnachtszeit geschaltet.

Projektergebnisse

Durch die eigene Formulierung des Textes und die Bildauswahl aus dem im CD festgelegten Set ist eine bestmögliche Gestaltung der Kommunikationsbotschaft gewährleistet. Die Inhalte werden im vierten Quartal 2017 ausgearbeitet. Die Übersetzung erfolgt durch Fachleute des Verlags und ist im Preis enthalten.

Projektfinanzierung

Schaltung Discover Germany	3.213,00 €
Projektkosten	3.213,00 €

Projektperspektive

Die künftige Bearbeitung des Quellmarktes UK wird in Abstimmung mit der IBT und der gemeinsamen Strategie zur Internationalen Marktbearbeitung ab 2018 fortgeführt.

Projektlaufzeit
2017
Projektbedarf / Projektinhalt / Projektziele
<p>Die bislang unspezifizierten Projektmittel werden verwendet für:</p> <ul style="list-style-type: none">> Die durch Veränderungen im EU-Reiserecht für 2018 erforderlichen neuen Geschäftsbedingungen für die Tourismusorganisationen, für die mit fachlicher Unterstützung eine kreisweit einheitliche und rechtssichere Mustervorlage bereitgestellt werden soll.> Für eine Kampagne zusammen mit der BSB zur Saisonverlängerung.
Projektergebnisse
Die Projekte werden am 18.10.2017 konkretisiert und im vierten Quartal 2017 umgesetzt.

Projektfinanzierung	
Mustervorlage Neue AGB	5.000,00 €
Saisonverlängerung 2017 mit BSB	5.000,00 €
Projektkosten	10.000,00 €

Budgetübersicht 2017

siehe Anlage 1b)