

PRESSEMITTEILUNG

Netzwerk-Treffen der Bodensee Touristiker in diesem Jahr digital

14. Bodensee Tourismusforum beleuchtet Herausforderungen und Chancen in Corona-Zeiten

Am Donnerstag, den 05. November 2020 fand das länderübergreifende Branchentreffen der Tourismusakteure rund um den Bodensee statt. Die Corona-Pandemie hat das Reisen grundlegend verändert. Wie keine andere Destination lebt der Bodenseetourismus von der „Grenzüberwindung“ und den Ländern, die den See umgeben. Vor diesem Hintergrund beleuchteten Branchenvertreter die dynamische Situation in der Region und diskutierten über zukünftige Maßnahmen, Herausforderungen und notwendige Anpassungen. Die Veranstaltung wurde von der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT) organisiert. Über 100 Teilnehmer konnten online via Live-Stream das Tourismusforum verfolgen und sich aktiv daran beteiligen.

Saisonverlauf am Bodensee 2020

Laut amtlichen Statistiken* sind die Ankünfte in der Vierländerregion Bodensee im Zeitraum Januar bis einschließlich August 2020 um rund 37 Prozent und die Übernachtungen um 30 Prozent eingebrochen. Nach starken Zuwächsen im Januar und Februar kam während der ersten Lockdown-Phase, und den damit verbundenen Schließungen der Einrichtungen, der Tourismus nahezu völlig zum Erliegen. Ab Juni war die Nachfrage, mit großen regionalen Unterschieden, wieder deutlich steigend. Der „Inlandsreiseboom“ erreichte vor allem die seenahen Destinationen. Jedoch war die Wertschöpfung der Tourismuswirtschaft noch lange nicht mit den Vorjahreswerten vergleichbar. Viele internationale Gäste sowie Geschäfts- und Gruppenreisende sind im Jahr 2020 ferngeblieben und werden dies voraussichtlich auch noch eine weitere Zeit tun.

Kampagnen und Initiativen rund um den Bodensee

Gleichzeitig haben die regionalen Tourismusakteure der Bodenseeregion im Jahr 2020 viel Zusammenhalt und Kreativität gezeigt. Auf den regionalen Ebenen wurden Initiativen und Kampagnen lanciert um der dynamischen Situation gerecht zu werden. So setzte man beispielsweise in Bregenz auf #Grenzenlos, das Fürstentum Lichtenstein hielt „Zemma“ und das

deutsche Nordufer startete die Gutscheine-Aktion „Wir halten zusammen“. Im Rahmen der seeumspannenden #UrlaubZuhause-Kampagne, mit einem exklusiven Hotelangebot und einem Online-Magazin, hat die IBT den Fokus konsequent auf die Zielgruppe der Einheimischen ausgerichtet. Generell herrscht gemeinsame Zuversicht, dass der internationale Bodensee Tourismus mit neuen Ideen und kreativen Ansätzen auch in einer veränderten Reisewelt erfolgreich sein wird. Zudem ist auch ein aufmerksamer Blick in die eigenen Unternehmen und auf das Wohlbefinden der Mitarbeiter eine betont wichtige Säule für eine starke Gemeinschaft.

Keynote zu Krisenkommunikation

Einen Einblick in die Krisenkommunikationsforschung präsentierte Dr. Andreas Schwarz (Technische Universität Ilmenau) in seinem Impulsvortrag. Er machte deutlich, welche Faktoren für eine gelungene Krisenkommunikation notwendig sind. Parallel zu einer guten Vorbereitung auf eine Krise ist der aktive und transparente Austausch von Informationen unerlässlich. Im Fokus der Kommunikation muss die Empathie stehen.

3.158 Zeichen. Abdruck frei. Beleg erbeten.

*Anmerkung: Die Zahlen stammen aus den öffentlichen Tourismusstatistiken für das Gesellschaftergebiet der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (Landkreis Bodenseekreis, Landkreis Konstanz, Landkreis Lindau, Oberschwaben Tourismus GmbH, Vorarlberg Tourismus, Schaffhauserland Tourismus, St.Gallen-Bodensee Tourismus, Thurgau Tourismus, Liechtenstein Marketing).

Statements von teilnehmenden Touristikern:

„Tourismus, Gastronomie, Kultur und Freizeit sind erneut eine tragende Säule, die Pandemie aktiv zu bekämpfen. Diese Branchen sind für Arbeitsplätze in der internationalen Bodenseeeregion von enormer Bedeutung und gleichzeitig ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Wir wollen diese Herausforderung gemeinsam meistern und setzen hierbei in erster Linie auf Vernunft statt auf Verbote. Was es jetzt braucht sind Entscheidungen mit Weitblick und vor allem vertrauensbildende Maßnahmen mit ganzheitlichen Schutzkonzepten. Der Wille, die Hygienemaßnahmen und Regeln umzusetzen und einzuhalten, ist bei den Akteuren in der Region immens hoch und wird umfänglich gelebt. Deshalb blicken wir auch jetzt mit Optimismus in die Zukunft, damit wir unseren Einheimischen und Gästen baldmöglichst wieder eine unbeschwerte Erholungsphase aus ihrem persönlichen Alltag bieten können. Grundlegende Voraussetzung ist, dass die touristischen Leistungsträger auch nach Ende der Pandemie noch am Markt bestehen.“ (Jürgen Ammann, Geschäftsführer, Internationale Bodensee Tourismus GmbH)

„Wir konnten die Sommersaison 2020 weitaus besser abschließen als erwartet. Die Basis dafür legte eine ausgezeichnete Zusammenarbeit von unterschiedlichen Akteuren, trotz schwierigster Umstände im Frühjahr. Die neue Strategie den Fokus die Marke Bodensee zu legen, mit einer Kampagne rund um #Grenzenlos erwies sich als Volltreffer. Trotz Absage der Bregenzer Festspiele konnten wir mit unterschiedlichen Sonderprogrammen beweisen, dass wir eine vielfältige, starke Kulturstadt am Bodensee sind und eine neue Gästesicht ansprechen.“ (Robert Salant, Geschäftsführer, Bregenz Tourismus & Stadtmarketing GmbH)

„Krisenmanagement bedeutet für die URh den verstärkten Einsatz der Unternehmenswerte für eine nachhaltige Entwicklung und Kundenorientierung. Mit innovativen und kreativen Angeboten gilt es Mut zu beweisen und damit die Zuversicht zu untermauern. Zudem müssen Partnerschaften über die Grenzen hinweg intensiviert und Synergien genutzt werden, um die touristischen Leistungen zu stärken.“ (Remo Rey, Geschäftsführer, Schweizerische Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein AG)

Medienkontakt:

Internationale Bodensee Tourismus GmbH | Hafenstrasse 6 | 78462 Konstanz | Deutschland
Markus Böhm | Tel. +49 7531 9094-10 | boehm@bodensee.eu | www.bodensee.eu
Ann-Kathrin Scheidig | Tel. +49 7531 9094-19 | scheidig@bodensee.eu | www.bodensee.eu