

**Beteiligungs- und Kooperationsangebote
der Oberschwaben Tourismus GmbH
für das Geschäftsjahr 2020**

Stand: September 2019

**NATUR RAD
KULTUR BAROCK
FAMILIENFERIEN
GESUNDHEIT
REISEMOBIL**

„Die einzige Konstante im Leben
ist die Veränderung“

Zitat des griechischen Philosophen Heraklit von Ephesos
(um 520 v. Chr. bis um 460 v. Chr.)

| | | | |
|--|-----------|---|-----------|
| A Lobbyarbeit und Innenmarketing | 9 | B 5 Printmedien zur Imagewerbung Reiseregion Oberschwaben-Allgäu | 16 |
| A 1 Lobbyarbeit und Kooperationen | 9 | B 5.1 Das Oberschwaben Magazin | 16 |
| A 1.1 Lobbyarbeit | 9 | B 5.2 Panorama- und Straßenkarte 2020 | 17 |
| A 1.2 Kooperationen | 9 | B 6 Markenführung – Logo für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu | 17 |
| A 2 Innenmarketing | 10 | C Projekte, strategische Geschäftsfelder und strategische Entwicklungsfelder | 18 |
| A 2.1 Information und Beratung der Gesellschafter und Tourismuspartner | 10 | C 1 SGF NATUR & AKTIV | 18 |
| A 2.2 Prospektbörsen | 10 | C 1.1 Radfreundliche Orte entlang der Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu | 18 |
| A 2.3 OTG-Touristiker-Jahrestreffen | 10 | C 1.2 Anzeigenpartnerschaft für radfreundliche Gastgeber entlang der Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu | 20 |
| A 2.4 Regionale Presse –und Öffentlichkeitsarbeit | 10 | C 1.3 Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu | 21 |
| B Touristisches Basis-Marketing | 10 | C 2 SGF Kultur & Barock | 22 |
| B 1 Gäste-Information & Beratung | 11 | C 2.1 „Im Himmelreich des BAROCK“ | 22 |
| B 1.1 Gästeanfragen, Service-Telefon und Prospektversand | 11 | C 2.2 Marktbearbeitung Italien im Projekt „Himmelreich des BAROCK“ in Zusammenarbeit mit der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) | 25 |
| B 2 Internet/Digitale Kommunikation / Online Marketing | 11 | C 2.3 Burgen- & Schlösserregion Oberschwaben-Allgäu | 26 |
| B 2.1 Internet | 11 | C 2.4 Jakobusweg von Ulm nach Konstanz | 26 |
| B 2.2 Eintrag/Ortsseite unter www.oberschwaben-tourismus.de | 11 | C 3 SGF GESUNDHEIT & WELLNESS | 26 |
| B 2.3 Veranstaltungskalender | 12 | C 3.1 SGF Gesundheit & Wellness Oberschwaben-Allgäu 2020-2021 | 26 |
| B 2.4 E-Newsletter | 12 | C 4 SGF FAMILIENFERIEN | 28 |
| B 2.5 Social Media | 12 | C 4.1 SGF Familienferien Oberschwaben-Allgäu 2020-2021 | 28 |
| B 2.5.1 Facebookseite unter www.facebook.com/oberschwabenallgaeu | 12 | C 4.2 Oberschwaben-Memory | 29 |
| B 2.5.2 Instagram www.instagram.com/oberschwabenallgaeu | 12 | C 5 SEF REISEMOBIL- & CAMPINGREGION | 30 |
| B 2.5.3 Darstellung eigener POIs auf www.tourismus-bw.de | 13 | C 5.1 Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu 2019-2021 | 30 |
| B 2.5.4 Plattform Outdooractive | 13 | C 5.2 Sonderpakete Auslandsmarketing | 32 |
| B 2.5.5 Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg | 13 | D Hinweise der OTG zum Datenschutz | 33 |
| B 2.5.6 Reiseblog der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH | 14 | Wichtige Hinweise der OTG zum Datenschutz im Rahmen der Realisierung des Kooperationsmarketings und der Beteiligungskonzepte | 33 |
| B 2.5.7 Bloggerreisen & Influencermarketing | 14 | Wichtige Hinweise zum Datenschutz für Anzeigenpartner | 33 |
| B 3 Messeauftritte der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu | 14 | E Ihre Ansprechpartner/-innen in der OTG-Geschäftsstelle | 35 |
| B 3.1 CMT, Stuttgart | 14 | | |
| B 3.2 ITB, Berlin | 15 | | |
| B 4 Kommunikation | 15 | | |
| B 4.1 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit | 15 | | |
| B 4.1.1 Medien- und Presseinformationen der Oberschwaben Tourismus GmbH | 15 | | |
| B 4.1.2 Pressereisen | 15 | | |
| B 4.1.3 Bildarchiv und Bilderservice | 16 | | |

Beteiligungs- und Kooperationsangebote der Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) für Gesellschafter und Tourismuspartner für das Geschäftsjahr 2020

Stand: September 2019

Eine Information für Gesellschafter und deren kreisangehörige Städte und Gemeinden, Leistungsträger und Tourismuspartner

Die Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) mit Sitz in Bad Schussenried ist die regionale Destinationsmanagementorganisation (DMO) für das Reisegebiet Oberschwaben und das Württembergische Allgäu.

Die OTG wurde mit Gesellschaftsvertrag vom 28. Juni 2006 als Zusammenschluss der Tourismusgesellschaft Oberschwaben (TGO) und der Zielgebietsagentur Allgäu und Oberschwaben der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) gegründet. Mit Gründung der neuen Gesellschaft wurde das Ziel verfolgt, die übergeordneten touristischen Aufgaben in Oberschwaben und im Württembergischen Allgäu zu bündeln und ein entsprechendes Marketing weiterzuentwickeln. Bis heute betreut die OTG das Reisegebiet Oberschwaben-Allgäu und ist als Destinationsmanagementorganisation (DMO) für die touristische Vermarktung des Kerngebietes der Städte und Gemeinden der Landkreise Biberach, Ravensburg und den südlichen Teil des Landkreises Sigmaringen zuständig.

Gesellschafter sind die drei Landkreise Biberach, Ravensburg und Sigmaringen, 65 Städte und Gemeinden und der Zweckverband Tourismus Württembergisches Allgäu (vormals Zweckverband Ferienregion Allgäu-Bodensee).

Zielsetzung der OTG ist es, die naturnahe, nachhaltige und zukunftsorientierten Entwicklung des Tourismus sowie des Kur- und Gesundheitswesens in der Region Oberschwaben-Allgäu zu fördern und zu stärken.

Die OTG treibt die Tourismuspolitik und das Tourismusmarketing für die Reiseregion Oberschwaben und das Württembergische Allgäu in ihren Gremien voran. In der Gesellschafterversammlung und im Aufsichtsrat haben die Gesellschafter und deren kreisangehörigen Kommunen die Möglichkeit, aktiv mitzuarbeiten. Im Marketingausschuss und in den Netzwerkgruppen der strategischen Geschäftsfelder sind gerne auch Vertreter der Wirtschaftsunternehmen und Verbände zur Mitarbeit aufgerufen. Hier werden die Grundzüge der Tourismusarbeit für die Tourismusregion Oberschwaben-Allgäu festgelegt.

In enger Zusammenarbeit mit den Landkreisen, den Städten und Gemeinde und ihren Tourismusorganisationen sowie den Leistungsträgern in der Region sollen touristisch interessante und marktfähige Produkte entwickelt, diese vermarktet und damit die Bekanntheit und Attraktivität der Region Oberschwaben-Allgäu als Tourismusziel gesteigert werden.

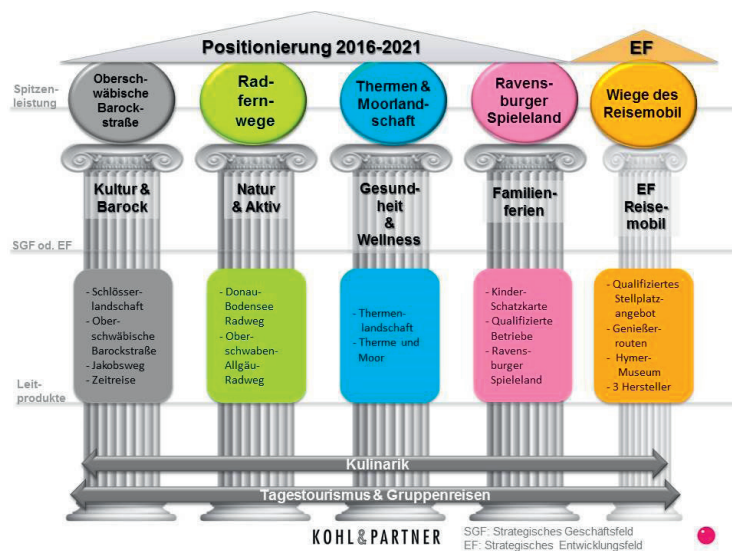
Von einer starken touristischen Marke Oberschwaben-Allgäu profitieren grundsätzlich alle: Einheimische, Wirtschaftsunternehmen, Landkreise und Kommunen. Alle Gesellschafter der OTG genießen die Vorteile und Mehrwerte, den Service und die Dienstleistungen, die seitens der OTG-Geschäftsstelle als DMO erbracht werden. Unsere Arbeit dient der Positionierung der Tourismus-Marke Oberschwaben-Allgäu als touristische Einzelmarke auf dem nationalen und internationalen Parkett.

Bei der Qualitätsverbesserung und Förderung des touristischen Angebotes arbeitet die OTG mit überregionalen und regionalen Tourismusorganisationen, Branchenverbänden und Institutionen zusammen: Deutscher Tourismusverband (DTV) und Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW), DEHOGA Baden-Württemberg, Heilbäderverband Baden-Württemberg, Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH), Allgäu GmbH, Industrie- und Handelskammer Bodensee-Oberschwaben und Ulm, ARGE Deutsche Donau, Regionalverbänden und zahlreichen weiteren staatlichen und nicht-staatlichen Organisationen.

Grundlagen des Handelns und der touristischen Zusammenarbeit mit allen Partnern stellen der Gesellschaftsvertrag der OTG und der Tourismus-Masterplan Oberschwaben-Allgäu für die Jahre 2016-2021 dar.

Im Fokus der geplanten Marketingmaßnahmen der OTG im Bereich des Basis-Marketings (vormals Allgemeines Marketing) stehen die gemeinsame Imagewerbung für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu und damit die Steigerung der Bekanntheit als Urlaubs- und Erlebnisregion in den relevanten Zielmärkten.

Die OTG wird gemäß den Handlungsempfehlungen des Tourismus-Masterplanes 2016 bis 2021 auch im Jahr 2020 Kooperationsangebote der Tourismusorganisationen (insbesondere DZT, TMBW, IBT GmbH und Allgäu GmbH) buchen und sich hier entsprechend beteiligen und zusätzlich themenbezogen in den Stammmärkten eigene Kampagnen fahren. Im Bereich des Basis-Marketings sind Maßnahmen zur Imagewerbung, eine Weiterentwicklung und Optimierung des Internetauftritts der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu und Ausbau der Präsenz in den Online-Medien sowie Umsetzung der Digitalisierungsstrategie für die Region Oberschwaben-Allgäu in Kooperation mit der TMBW vorgesehen. Als weitere Projekte sind eine gezielte Marktbearbeitung der nahen Auslandsmärkte Schweiz und Österreich geplant.



Grafik: Tourismus-Masterplan 2016-2021,

Quelle: Kohl & Partner

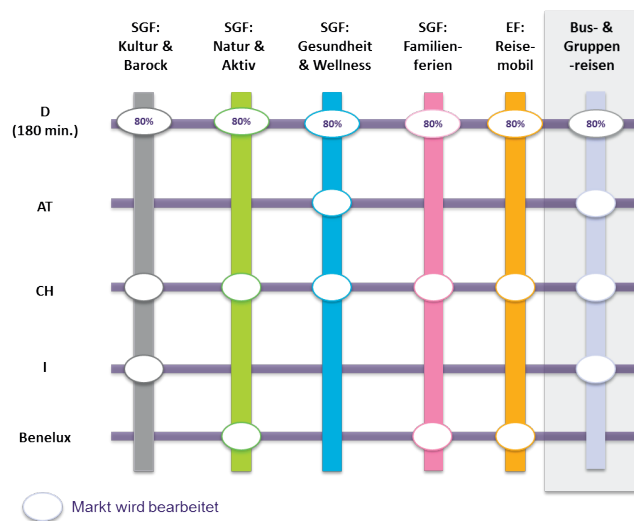
In der Fortführung des ersten Tourismus-Masterplanes 2010-2015 wurde eine strategische Ausrichtung auf wenige, aber klar positionierte Angebots- und Erlebnisthemen festgelegt. Ein weiteres stetiges Wachstum soll durch die Fortführung und erfolgreiche Weiterentwicklung der bereits erfolgreich aufgesetzten Geschäftsfelder generiert werden. Es wurde eine weitere Zuspitzung des Themenangebots mit Profilierung der Angebotsstrukturen empfohlen. Im Rahmen des Tourismus-Masterplanes Oberschwaben-Allgäu 2016-2021 wurden folgende strategischen Geschäftsfelder (SGF) als Kernthemen für die Marketingaktivitäten der OTG-

Geschäftsstelle festgeschrieben: Gesundheit & Wellness, Natur & Aktiv, Kultur & Barock, Familienferien und Reisemobil & Camping.

Die Geschäftsfelder übernehmen im Rahmen einer thematischen Klammerfunktion die Aufgabe, die touristische Dachmarke Oberschwaben-Allgäu inhaltlich mit den Angeboten in der Region auszugestalten und positiv und imagebildend aufzuladen. Die Aufteilung in Geschäftsfelder ermöglicht die themenspezifische Ansprache einzelner Gästesegmente und Märkte.

Jedes definierte strategische Geschäfts- bzw. Entwicklungsfeld wird durch eine Spitzenleistung repräsentiert, die einen touristischen Leuchtturm innerhalb des Themenangebots in der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu darstellt. Des Weiteren wurden für jede Säule Leitprodukte definiert, welche die Angebotsstruktur innerhalb des jeweiligen Geschäftsfeldes widerspiegeln.

Grafik: Zielmärkte für die Ferienregion,
Quelle: Tourismus-Masterplan 2016-2021, Kohl & Partner



Neu in den Tourismus-Masterplan integriert wurde eine Themen-Markt-Orientierung mit Bündelung des Marketing-Budgets auf bestimmte Hauptzielmärkte in den strategischen Geschäftsfeldern und Projekten.

Die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu soll vor allem auf dem bereits etablierten deutschen Markt (insbesondere in den Bundesländern Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Rheinland-Pfalz und NRW) weiter wachsen und auf den weiteren Auslandszielmärkten (Schweiz, Österreich, Italien und Benelux: 20% des jeweiligen Marketing-Budgets) etabliert werden. Diese Zielmärkte werden spezifisch und über den geeigneten Marketing-Mix für die entsprechende Zielgruppe angesprochen. Auch beim künftigen Marketing-Mix für 2020 wird verstärkt auf „Public Relations (PR)“, „Öffentlichkeitsarbeit“ und auf Online-Marketing mit Optimierung des Kommunikationsmanagements gesetzt. Die SGFs und SEFs werden von einer/m Themenmanagerin/-in der OTG betreut. Die Vermarktungsaktivitäten sind hier mittel- bis langfristig angelegt und deren Refinanzierung erfolgt über zusätzliche Marketingmittel der im jeweiligen Netzwerk angeschlossenen Kommunen und privaten Leistungsträger.

Wandel als Chance nutzen – Neue Zukunftsaufgaben für DMOs gemeinsam angehen!

Auch die Tourismusbranche steht vor neuen und großen Herausforderungen. Aktuelle Schlagworte wie Globalisierung, demographischer Wandel, Digitalisierung des Tourismus, „Sharing Economy“ mit neuen flexiblen Vertriebsformen und „Overtourism“ stehen für maximale Marktveränderungen und zwingen die Tourismusakteure zu notwendigen Anpassungspro-

zessen. Angesichts der massiven Veränderungsprozesse in der Tourismuslandschaft und der enormen wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für das Land Baden-Württemberg hat das für den Tourismus zuständige Ministerium „Ministerium der Justiz und für Europa Baden-Württemberg“ eine Fortschreibung und Weiterentwicklung der Landestourismuskonzeption aus dem Jahr 2009 in Auftrag gegeben. In einem rund anderthalbjährigen Beteiligungsprozess hat das zuständige Ministerium gemeinsam mit den öffentlichen und privaten Akteurinnen und Akteuren der baden-württembergischen Tourismusbranche sowie den betroffenen Interessenverbänden unter gutachterlicher Begleitung von der dwif-Consulting GmbH und Tourismuszukunft die neue Landestourismuskonzeption für Baden-Württemberg erarbeitet und am 16. Juli 2019 veröffentlicht. Diese richtet sich nun an alle im Tourismus Aktiven und bildet den „strategischen Rahmen“ der Tourismusarbeit für die kommenden Jahre. Sie bietet den Akteurinnen und Akteuren aller Ebenen eine übersichtliche „Anleitung“, wie die anstehenden Handlungsfelder zukunftsorientiert anzugehen sind. Darüber hinaus beschreibt sie hierzu zentrale Maßnahmen, die eine positive Weiterentwicklung des Tourismus im Land Baden-Württemberg unterstützen sollen.

In acht strategischen Handlungsfeldern fasst die Tourismuskonzeption die zentralen Herausforderungen der Tourismusbranche für Baden-Württemberg an:

- Markenlandschaft und zielgruppenorientiertes Themenmarketing
- Optimierung der Organisationsstrukturen und Ausschöpfung der Finanzierungsmöglichkeiten
- Förderung des Tourismusbewusstseins
- Stärkung des Gastgewerbes
- Strategische Weiterentwicklung der Freizeit- und Tourismusinfrastruktur
- Digitalisierung – Anpassung an den Wandel
- Grundprinzipien für alle Handlungsfelder: Qualität, Nachhaltigkeit und Einstellung auf den Klimawandel, Tourismus für Alle und Innovationen
- Begleitendes Umsetzungsmanagement

Mit der Veröffentlichung der neuen Landestourismuskonzeption wurde zugleich der Startpunkt für die sich anschließende Umsetzungsphase gesetzt und es gilt nun, die in der Konzeption genannten Schlüsselmaßnahmen gemeinsam mit den touristischen Akteurinnen und Akteuren des Landes anzugehen. Das Umsetzungsmanagement und ein begleitendes Steuerungsgremium sollen hier die kontinuierliche Weiterentwicklung der Branche unterstützen und dazu Maßnahmen und Projekte koordinieren. Auch die regionalen DMOs sind aufgefordert, ihre Strategiepapiere und Tourismuskonzeptionen auf Basis der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen der neuen Landestourismuskonzeption anzupassen und weiterzuentwickeln.

Diese und weitere Entwicklungen und neue gesellschaftliche Megatrends beeinflussen bereits heute maßgeblich die Tourismusarbeit der regionalen DMOs und haben bereits zu einem Wandel in den zentralen Aufgabenstellungen geführt: In vielen deutschen Regionen hat sich in den letzten Jahren bereits ein neues Verständnis der Aufgaben einer DMO herausgebildet – aus einer eher klassischen Destinations-MARKETING-Organisation wurde vielerorts eine Destinations-MANAGEMENT- und Service-Organisation mit neuen Schwerpunktaufgaben.

Auch die OTG-Geschäftsstelle wird sich diesen wichtigen strategischen Aufgaben im Rahmen der Fortschreibung des derzeitigen Tourismus-Masterplanes für die Region Oberschwaben und das Württembergische Allgäu im Geschäftsjahr 2020 widmen. Wir freuen uns, dass wir zum Thema Digitalisierung – als eines der acht strategischen Handlungsfelder, welche von der Landestourismuskonzeption als zukünftige Aufgabenfelder festgelegt wurden – bereits für die

Region Oberschwaben-Allgäu konkrete Handlungsalternativen prüfen konnten. Wir unterstützen den gewählten Ansatz, auf Landesebene eine strukturierte relationale Datenbank (Open Data Lösung) zu etablieren und hier die regionalen DMOs als wichtige Schnittstellen in der Umsetzung für eine gemeinsame Lösung zu gewinnen. Dies erfordert in den nächsten Jahren nicht unerhebliche zusätzliche finanzielle und personelle Ressourcen und einen Knowhow-Transfer in die Fläche des Landes (bspw. über Informationsveranstaltungen und Schulungen, auch vor Ort in den Regionen). Auch werden zugleich Investitionen in entsprechende technische Lösungen/Schnittstellen notwendig, um die für den Gast relevanten Daten möglichst zentral nur einmalig zu erfassen, zu pflegen und über möglichst viele Ausgabekanäle verfügbar und ausspielbar zu machen. Derzeit wird seitens der TMBW in Zusammenarbeit mit einem Anbieter an einer zentralen Datenbanklösung für Baden-Württemberg gearbeitet und die Beteiligungsmöglichkeiten für die OTG und ihre Tourismuspartner mit einer künftigen Implementierung für die gesamte Reiseregion Oberschwaben-Allgäu geprüft. Eine Umsetzung ist bereits im Laufe des Geschäftsjahres 2020 vorgesehen.

Um als regionale DMO für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu die laufenden Aufgaben und Projekte managen und sich außerdem auch den neuen Herausforderungen und Aufgabenstellungen widmen zu können, sind eine personell und finanziell gut ausgestattete OTG-Geschäftsstelle, ein kontinuierlicher fachlicher Austausch und die Unterstützung innovativer Konzepte und neuer Maßnahmen durch die Gesellschafter und Tourismuspartner wesentliche Voraussetzungen. Es gilt auch künftig, sich gemeinsam für die Förderung des Tourismus in der Region Oberschwaben-Allgäu einzusetzen, knappe Marketingmittel zu bündeln, strategische Allianzen und Partnerschaften zu gründen, regionale Kooperationsnetzwerke zu bilden und Beteiligungsmöglichkeiten für einen gemeinsamen Markenauftritt als Destination Oberschwaben-Allgäu anzubieten.

Auf den nachfolgenden Seiten erhalten Sie eine erste Übersicht zu den bereits heute geplanten Marketingaktivitäten der OTG-Geschäftsstelle und den vorgesehenen Kooperations- und Beteiligungsmöglichkeiten für Gesellschafter und Tourismuspartner im Geschäftsjahr 2020. Das Team der OTG steht Ihnen gerne jederzeit für Ihre Fragen, Wünsche und Anregungen zur Verfügung.

Wir danken allen Gesellschaftern und Tourismuspartnern für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit und freuen uns auf eine erfolgreiche Tourismussaison 2020.

Bad Schussenried, 17. September 2019



Daniela Leipelt
Geschäftsführerin

A Lobbyarbeit und Innenmarketing

A 1 Lobbyarbeit und Kooperationen

A 1.1 Lobbyarbeit

Die Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) vertritt die tourismuspolitischen Interessen der Reiseregion Oberschwaben-Allgäu in allen wesentlichen Landes- und Bundesverbänden und gegenüber den touristischen Fach- und Dachverbänden und gewährt damit den Informationsfluss auch zu den Gesellschaftern und Tourismuspartnern.

Neben einer zielgerichteten Vermarktung des Reisegebietes Oberschwaben-Allgäu im In- und Ausland setzt sich die OTG auch für die Förderung des Tourismus und Schärfung des Bewusstseins für den Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Region ein.

A 1.2 Kooperationen

Die Geschäftsführung ist mit Sitz und Stimmrecht im Marketingausschuss der Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) vertreten und das Team der OTG-Geschäftsstelle nimmt regelmäßig an den Sitzungen der verschiedenen TMBW-Arbeitsgruppen teil, wie z. B. Social Media und Internet, Gruppentouristik, Pressereisen und Marktforschung.

Die OTG ist seit dem Jahr 2007 Gesellschafterin der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH). Als die touristische Dachorganisation der Vierländerregion Bodensee fördert und organisiert die IBT GmbH das Image und die Vermarktung der internationalen Tourismusregion Bodensee. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit den regionalen Destinationen, Orten und den touristischen Unternehmen der Vierländerregion Bodensee. Die IBT GmbH wurde mittels Betrauungsakt seitens der OTG mit Wirkung zum Dezember 2017 mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) im Bereich der Tourismusförderung und des Regionsmarketings betraut. Die OTG gewährleistet mit ihrer Beteiligung bei der IBT GmbH auch im Geschäftsjahr 2020 den Zugang der interessierten Kommunen und Tourismuspartner aus dem Geschäftsgebiet der OTG zu den Leistungen der IBT GmbH. Diese sind klar auf die internationale Vermarktung der Vierländerregion Bodensee und die aktive Marktbearbeitung in neuen und internationalen Märkten fixiert. Die Geschäftsführung der OTG ist in der Gesellschafterversammlung der IBT GmbH und in der Geschäftsführerkonferenz der IBT GmbH mit Sitz und Stimmrecht vertreten und das Team der OTG-Geschäftsstelle nimmt regelmäßig an diversen Arbeitsgruppensitzungen der IBT GmbH teil und sichert auf diese Weise die Informationsweitergabe an die Gesellschafter und Tourismuspartner in Oberschwaben-Allgäu.

Seit August 2019 ist die OTG ebenso Gesellschafterin der Allgäu GmbH Die Kommunen im Württembergischen Allgäu im Landkreis Ravensburg arbeiten bereits seit mehreren Jahren direkt oder über den Zweckverband Tourismus Württembergisches Allgäu (vormals Zweckverband Ferienregion Allgäu-Bodensee) projektbezogen und im Bereich der Geschäftsfeldentwicklung unter dem Markendach Allgäu mit der Allgäu GmbH zusammen. Strukturell ähnlich, wie bei der OTG, finanziert sich die Allgäu GmbH zum einen über Gesellschafterzuschüsse und Beiträge zur Basis-Finanzierung als auch im Bereich der Projekte und Geschäftsfelder über Projekt- und Marketingbeiträge.

Über die Erhöhung des jährlichen Gesellschafterzuschusses des Landkreises Ravensburg an die OTG ab dem Geschäftsjahr 2019 konnte die OTG nun in die Lage versetzt werden, den Gesellschafterstatus bei der Allgäu GmbH mit entsprechender Beteiligung an der Basis-

Finanzierung über die Leistung von Gesellschafterzuschüssen zu erlangen und sich somit auch im Sinne der Gesamtregion Oberschwaben-Allgäu ab 2020 an den Geschäftsfeldern und Projekten der Allgäu GmbH zu beteiligen bzw. auch gemeinsam neue Kooperationsprojekte aufzusetzen.

A 2 Innenmarketing

A 2.1 Information und Beratung der Gesellschafter und Tourismuspartner

Das Team der OTG-Geschäftsstelle steht allen Gesellschaftern, Tourismuspartner und am Tourismus Interessierten für die Weitergabe und Aufbereitung von relevanten Informationen zu aktuellen Tourismustrends, Themen und Ereignissen zur Verfügung.

Alle Gesellschafter und deren kreisangehörigen Kommunen sowie weitere Partner erhalten über die OTG-Geschäftsstelle regelmäßig via E-Mail aktuelle Nachrichten über die relevanten Marketingaktivitäten der OTG, Statistiken und allgemein wichtige Informationen zur Region und aktuelle Kooperations- und Beteiligungsmöglichkeiten.

Pauschaler Kostenbeitrag pro

Aussteller: 20 EUR

Anmeldefrist: voraussichtlich

Jan./ Feb. 2020

A 2.2 Prospektbörsen

Zu Beginn jeder Tourismussaison findet alljährlich an wechselnden Standorten die OTG-Prospektbörse statt. Dort können alle interessierten Gesellschafter (Orte und Städte) und touristischen Leistungsträger ihr Prospektmaterial zur kostenlosen Mitnahme für andere Tourismuspartner, Besucher und Gäste auslegen.

Als Besucher werden Mitarbeiter der Tourist-Informationen, der Gastgeberbetriebe und Ausflugsziele sowie interessierte Privatpersonen eingeladen, die entweder für sich selbst oder zur Auslage für ihre Gäste aktuelles Prospektmaterial mitnehmen können. Die Terminbekanntgabe zur OTG-Prospektbörse 2020 erfolgt Ende des Jahres 2019. Darüber hinaus nimmt die OTG an verschiedenen Prospektbörsen anderer Partner in der Region und am Bodensee teil, wie zum Beispiel am Prospektbörsenschiff des „Starken Teams“ am Bodensee.

A 2.3 OTG-Touristiker-Jahrestreffen

Im Jahr 2013 erstmals angeboten, veranstaltet die OTG in Kooperation mit den IHKs Bodensee-Oberschwaben und Ulm in jährlicher Folge ein Touristiker-Jahrestreffen. Zu dieser Fachveranstaltung werden alle Gesellschafter und touristischen Akteure eingeladen und es werden verschiedene Impuls- und Fachvorträge angeboten.

Zielsetzung ist die Vernetzung der Partner, ein gemeinsamer Informationsaustausch zu aktuellen Trends und Themen und nicht zuletzt die Optimierung der Qualität der Tourismusangebote durch entsprechende Schulungen.

A 2.4 Regionale Presse –und Öffentlichkeitsarbeit

Die OTG bereitet Themen, wichtige Aktivitäten oder Termine in Form von Pressemitteilungen auf und versendet diese an regionale Presse- und Medienvertreter.

B Touristisches Basis-Marketing

Unter dem Begriff und der Überschrift Touristisches Basis-Marketing (vorher „allgemeines Marketing“) werden alle Marketingmaßnahmen zusammengeführt, die nicht thematisch einem Geschäftsfeld (SGF oder SEF) zugeordnet werden können und damit insgesamt auf die Marke und die Imagevermarktung der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu abzielen.

Die Aktivitäten der OTG-Geschäftsstelle richten sich an potenzielle Gäste, Presse- und Medienpartner und Reiseveranstalter im In- und nahe gelegenen Ausland.

B 1 Gäste-Information & Beratung

B 1.1 Gästeanfragen, Service-Telefon und Prospektversand

Über die OTG-Geschäftsstelle kann der Gast sämtliche Informationsschriften und Angebotsinformationen zur Reiseregion Oberschwaben-Allgäu beziehen. Alle Prospektanfragen werden über die OTG-Geschäftsstelle versandt.

Neben dem Prospektversand auf Anfrage über den Onlineservice auf der Homepage der Ferienregion unter der Domain www.oberschwaben-tourismus.de und www.facebook.com/oberschwabenallgaeu, per E-Mail unter info@oberschwaben-tourismus.de oder telefonisch und per Fax steht das Team der OTG auch persönlich für alle Art von Fragen rund um die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu zur Verfügung. Anfragende Gäste werden gerne im Rahmen ihrer Urlaubsplanung beraten und ggf. auch an die entsprechende Informations- und Servicestellen in der Region weitergeleitet.

Gerne stellen wir Gesellschaftern der OTG und Tourismuspartnern in der Region OTG-Printmedien zur kostenfreien Verteilung zur Verfügung. Die OTG hat einen externen Dienstleister mit der Einlagerung und dem Versand von OTG-Printmedien in größeren Mengen beauftragt. Bitte nehmen Sie bei Prospektanfragen in größeren Stückzahlen für die Auslage in den Tourist-Informationen und bei Gastgebern sehr gerne Kontakt mit der OTG-Geschäftsstelle auf, um die Versendung über das Versandlager koordinieren zu können.

B 2 Internet/Digitale Kommunikation / Online Marketing

B 2.1 Internet

Der Internetauftritt der Reiseregion OberschwabenAllgäu unter der Domain www.Oberschwaben-tourismus.de
Internetauftritt der Reiseregion Oberschwaben-Allgäu unter der Domain

www.oberschwaben-tourismus.de ist das touristische Informations-Webportal für die Angebotsbereiche Freizeit und Tourismus in der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu und damit zugleich ihr digitales Aushängeschild. Das Team der OTG arbeitet regelmäßig und gezielt an der Erweiterung und Optimierung der Homepage. Die Seiteninhalte werden laufend aktualisiert, neue Informationen eingestellt, Bestehendes erweitert und der Seitenbaum optimiert.

Die OTG hat für ihre Gesellschafter und Tourismuspartner verschiedene Möglichkeiten entwickelt, sich auf der Homepage der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu zu präsentieren.

B 2.2 Eintrag/Ortsseite unter www.oberschwaben-tourismus.de

Die OTG bietet allen Gesellschaftern (Landkreise und Kommunen) sowie sonstige Tourismusverantwortlichen verschiedene Möglichkeiten der Online-Werbung auf dem Portal. Für Orte in der Region, die als Gesellschafter der OTG geführt werden und die touristischen Projektpartner in den unterschiedlichen Geschäftsfeldern besteht die Möglichkeit, sich mit einer eigenen Ortsseite unter www.oberschwaben-tourismus.de darzustellen.

**Der Ortseintrag /
Partnereintrag ist für
Gesellschafter und Projekt-
partner der OTG kostenfrei.**

Bitte prüfen Sie, ob Sie als Gesellschafter/Projektpartner mit Ihrem Ort bereits auf der Internetseite vertreten sind. Sollte dies nicht der Fall sein, setzen Sie sich bitte mit uns in Verbindung. Unterstützen Sie uns bitte auch künftig, indem Sie Ihren Eintrag regelmäßig

auf Aktualität und Richtigkeit überprüfen. Eine werbewirksame Darstellung von speziellen Angeboten, Häusern, Veranstaltungen ist zusätzlich zum Ortseintrag möglich.

Der Ort bzw. Tourismuspartner willigt ausdrücklich ein, dass die von ihm gelieferten Daten (Text- und Bilddaten) zur Beschreibung des Angebots seitens der OTG und der von ihr zu diesem Zwecke beauftragten Dritten (insbesondere Internetagentur) erfasst, gespeichert und veröffentlicht werden dürfen. Weitere Einzelheiten werden im Rahmen der Datenakquise abgestimmt. Der Partner kann der Veröffentlichung und Nutzung (insbesondere über die Ausspielung auf der Homepage und der Online-Medien) und der Speicherung dieser Daten durch die OTG jederzeit für die Zukunft schriftlich an die Geschäftsstelle der Oberschwaben Tourismus GmbH, Neues Kloster 1, D-88427 Bad Schussenried oder per E-Mail an info@oberschwaben-tourismus.de widersprechen oder die Berichtigung, Löschung und Sperrung verlangen. Darüber hinaus kann er jederzeit Auskunft über die von der OTG gespeicherten Daten verlangen.

Der Partnerbeitrag ist für Gesellschafter der OTG kostenfrei

B 2.3 Veranstaltungskalender

Zum aktuellen Zeitpunkt ist auf der Homepage der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu ein umfassender regionaler Veranstaltungskalender des Partners VUD Medien GmbH integriert. Dieser wird nicht nur auf der Homepage unter www.oberschwaben-tourismus.de ausgespielt, sondern auch auf den Seiten www.veranstaltungen-in-deutschland.de, www.auf-reisen.de und www.veranstaltung-baden-wuerttemberg.de.

Der Veranstaltungskalender wird in Zusammenarbeit mit der VUD Medien GmbH gepflegt. Als Gesellschafter der OTG lassen Sie uns gerne jederzeit Ihre (touristisch relevanten) Veranstaltungen mit Bild und Copyright-Angaben zukommen, wir leiten diese gerne an die VUD Medien GmbH weiter.

Partnerbeitrag: Der Newsletterversand erfolgt im Rahmen der Beteiligung als Kooperationspartner/Netzwerkpartner innerhalb der SGFs/SEFs.

B 2.4 E-Newsletter

Mithilfe des Newsletter-Tools kann die OTG zielgruppen-spezifische Neuigkeiten per E-Mail an die unterschiedlichsten Personenkreise versenden. Derzeit setzt sich der Verteiler aus ca. 1.000 Adressen von Endverbrauchern zusammen.

Hinweis: Der Partnernewsletter an Gesellschafter und Tourismuspartner wurde bereits im Geschäftsjahr 2017 durch die neue Plattform „Tourismuszusammen Baden-Württemberg“ abgelöst.

B 2.5 Social Media

Auch im Bereich Social Media ist die OTG-Geschäftsstelle für die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu seit einigen Jahren aktiv. Ein Ort mit Gesellschafterstatus und Partner der OTG können auch Social-Media-Plattformen für die Promotion ihres Angebotes mitnutzen.

Partnerbeitrag: Für Gesellschafter und Projektpartner kostenfrei.

B 2.5.1 Facebookseite unter www.facebook.com/oberschwabenallgaeu

Mit über 3.500 „Gefällt-mir“-Angaben entwickelt sich die Facebookseite der Region Oberschwaben-Allgäu kontinuierlich weiter. Bitte senden Sie uns gerne Ihr Bildmaterial und besondere Tipps und Geschichten zu – wir nehmen diese Daten gerne entsprechend unseres Redaktionsplanes für die Ausspielung auf der Facebookseite der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu auf.

Partnerbeitrag: Für Gesellschafter und Projektpartner der OTG kostenfrei

B 2.5.2 Instagram www.instagram.com/oberschwabenallgaeu

Seit 2016 pflegt die OTG zusätzlich zur Facebookseite auch einen eigenen Instagram-Account unter www.instagram.com/oberschwabenallgaeu. Auch hier gilt: Lassen Sie uns

bitte geeignetes Bildmaterial zukommen oder posten Sie Ihre Fotos unter dem Hashtag #visitoberschwaben oder #wirsindbarock – wir teilen die Bilder dann auf unserem Account.

Fotos, die auf dem Account von OberschwabenAllgäu geteilt werden, werden außerdem auf einer eigens programmierten Instagrambühne auf der Startseite unter www.oberschwaben-tourismus.de eingespielt.

B 2.5.3 Darstellung eigener POIs auf www.tourismus-bw.de

Für Orte im Reisegebiet Oberschwaben-Allgäu besteht derzeit die Möglichkeit, eigene POIs über das Toubiz-System der Tourismus Marketing Baden-Württemberg GmbH (TMBW) zu pflegen und auf der Seite www.tourismus-bw.de/Ausflugsziele/Ausflugs-Tipps-in-Baden-Wuerttemberg auszuspielen. Auf Anfrage richtet die TMBW für Orte im Reisegebiet Oberschwaben-Allgäu einen eigenen Zugang ein und die Inhalte können selbst gepflegt werden. Bitte setzen Sie sich bei Interesse mit der OTG-Geschäftsstelle in Verbindung.

B 2.5.4 Plattform Outdooractive

Seit Januar 2017 bietet die OTG-Geschäftsstelle den Orten im Gesellschaftergebiet an, einen eigenen Autorenzugang über das Outdooractive-CMS der OTG für die Plattform Outdooractive.com zu beantragen.

Partnerbeitrag: 25 EUR pro Monat bzw. 300 EUR pro Jahr

Anmeldefrist: keine

Damit ist es entbehrlich, als Ort eine eigene Lizenz für den Zugang zum Outdooractive-CMS zu erwerben.

Folgende Leistungen sind enthalten:

- Einmalige Bereitstellung der Login-Daten für einen Autorenzugang für das Outdooractive-CMS der Oberschwaben Tourismus GmbH. Pro Ort kann ein Autorenzugang erstellt werden.
- Darstellung der eingepflegten Daten über folgende Kanäle:
 - a. Darstellung der Daten über die Outdooractive Community unter www.outdooractive.com
 - b. Darstellung der Touren, die über einen Outdooractive Rank von mind. 60 verfügen, auf der Übersichtskarte der Webseite www.oberschwaben-tourismus.de
 - c. Die Daten können auf der eigenen Webseite eingebettet (kostenfrei) bzw. mithilfe zusätzlicher Technologien (z. B. FlexView) ausgespielt werden. Diese Technologien müssen über die Outdooractive GmbH zusätzlich erworben werden. Hier fallen dann weitere Kosten (Einrichtungsgebühren & mtl. Lizenzen) bei der Outdooractive GmbH an.
 - d. Über die Outdooractive GmbH können mithilfe der eingepflegten Daten eigene Kartengraphiken erstellt werden und für die Erstellung eigener Printmedien genutzt werden. Wichtig: Es fallen zusätzliche Lizenzkosten für die Bereitstellung von Minimaps über die Outdooractive GmbH an.
 - e. Es besteht außerdem die Möglichkeit, ein eigenes Outdooractive-CMS (Auspielung der Touren unter eigenem Logo) oder die Outdooractive Technologie, z. B. Outdooractive FlexView als Ort im Gesellschaftergebiet zu vergünstigten Konditionen zu nutzen. Gerne informieren wir Sie mit weiteren Informationen und stellen den Kontakt zu Outdooractive her.

B 2.5.5 Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg

Seit September 2017 ist die Plattform Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg unter www.bw.tourismusnetzwerk.info online. Die seitens der TMBW initiierte Plattform soll die B2B-Bereiche der Reisedestinationen ersetzen und zentral alle Informationen für Akteure im Tourismus in Baden-Württemberg bereitstellen. Die OTG verfügt über einen Redakteurszugang und veröffentlicht regelmäßig wichtige Informationen zum Reisegebiet

Oberschwaben-Allgäu über das Netzwerk. Daher wurde bereits im Jahr 2017 auf den bis dahin von der OTG versandten B2B-Newsletter verzichtet. Bitte lassen Sie uns gerne jederzeit relevante Inhalte für das Tourismusnetzwerk zukommen, damit wir diese über unseren Redakteurszugang mitveröffentlichen können.

WICHTIG: Melden Sie sich bitte, soweit noch nicht geschehen, zum Newsletter des Tourismusnetzwerkes Baden-Württemberg an, damit Sie jeweils wöchentlich über aktuelle Entwicklungen und Veranstaltung im Tourismus in der Region und im Land Baden-Württemberg informiert werden können.

B 2.5.6 Reiseblog der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH

Seit August 2017 ist der Reiseblog der Vierländerregion Bodensee unter www.bodensee.eu/blog erreichbar. Zum Autor können alle Bodensee-Touristiker (DMO's, TI's, Ausflugsziele) werden. Die Guidelines für die Erstellung eines Eintrags im Reiseblog „Bodensee Reisegeschichten“ sind auf Anfrage seitens der OTG-Geschäftsstelle erhältlich.

B 2.5.7 Bloggerreisen & Influencermarketing

Bloggerreisen und Maßnahmen im Bereich Influencermarketing werden themenspezifisch im jeweiligen Geschäftsfeld aufgelegt.

B 3 Messeauftritte der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu

Wichtiger Bestandteil der Marketingaktivitäten ist die Organisation und Durchführung von Messebeteiligungen im In- und Ausland. Die OTG ist auf ausgewählten Touristik- und Fachessen, Workshops und Veranstaltungen präsent.

Die OTG bietet hierzu, wenn möglich und gewünscht, für Gesellschafter und Tourismuspartner Anschließerkonzepte an. So können sich alle interessierten Partner aus der Region unter dem gemeinsamen Markendach „Oberschwaben-Allgäu“ präsentieren. Die Anschließerpakete werden frühzeitig ausgeschrieben.

Unter dem Punkt B 3 werden ausschließlich Messeauftritt der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu aufgeführt, die dem Basis-Marketing zuzuordnen sind. Messeauftritte, die einem Geschäftsfeld (SGF/SEF) zugeordnet werden, sind beim jeweiligen SGF/SEF zu finden. Bei unseren Messeauftritten mit Anschließerkonzept für Partner besteht die Möglichkeit, einen Counter zu bestücken und mit eigenem Standpersonal die gesamte Zeit vor Ort zu sein oder ein Prospektfach zur Prospektauslage zu mieten.

B 3.1 CMT, Stuttgart: 11.01.-19.01.2020 [mit Anschließerbeteiligung für Partner]

Auf der CMT (Internationale Ausstellung für Caravan, Motor, Touristik) in Stuttgart präsentiert sich die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu mit ihren Partnern auf einer Fläche von 80m². Mit rund 2.200 Ausstellern und mehr als 260.000 Besuchern zählt die CMT zu den wichtigsten Touristikmessen weltweit.

Partnerbeitrag:

Betriebe: 3.900 EUR zzgl. MwSt. und Zusammenschlüsse: 4.100 EUR zzgl. MwSt.

Prospektfachmiete: 340 EUR pro Fach

Anmeldefrist: läuft bis 20. September 2019;

Prospektauslage kann noch gebucht werden bis Mitte Dezember 2019

B 3.2 ITB Berlin: 04.03.-08.03.2020 [OTG-Stand, derzeit ohne Anschließerbeteiligung geplant]

Die Internationale Tourismus-Börse (ITB) in Berlin ist einer der führenden Branchentreffs für den nationalen aber auch internationalen Tourismus. Die OTG vertritt hier die Reise-region Oberschwaben-Allgäu in der Baden-Württemberg-Halle und besetzt dazu einen Informationscounter und nimmt Termine mit Fachbesuchern und Pressevertretern wahr.

B 4 Kommunikation

B 4.1 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bedient als Querschnittsaufgabe alle Projekte der OTG. Die OTG richtet ihr Augenmerk im Rahmen ihrer regionalen, nationalen und internationalen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf die Darstellung und Aufwertung des gesamten touristischen Angebotsspektrums der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu.

Sie nutzt dazu:

- regelmäßige Medien- und Presseaussendungen
- Pressekonferenzen
- Pressereisen
- ein umfangreiches Bildarchiv

B 4.1.1 Medien- und Presseinformationen der Oberschwaben Tourismus GmbH

Die OTG versendet regelmäßig über die von ihr beauftragten PR-Agenturen oder selbst Pressemeldungen an Medienpartner und Journalisten im In- und Ausland.

Die Aussendungen stehen unter wechselnden Themen, berücksichtigen aber auch Einzelmeldungen zu Angeboten oder Aktivitäten unserer Mitgliedsorte und Wirtschaftspartner soweit sie geeignet sind, das Image der Reiseregion Oberschwaben-Allgäu insgesamt zu transportieren. Daneben gibt es Meldungen zu Marketing-Schwerpunkten und Jahresthemmen der OTG.

B 4.1.2 Pressereisen

In Kooperation mit u.a. der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, der IBT GmbH und anderen Partnern oder auch in eigener Regie führt die OTG jährlich mehrtägige Gruppen-Pressereisen und/oder Einzelpressereisen durch.

Hinzu kommen Bloggerreisen sowie die Begleitung von Fernsightings oder Buchautoren in der Region Oberschwaben-Allgäu.

Im Rahmen der Planung und Durchführung von Pressereisen ist die OTG auf die Kooperation mit Kommunen und Leistungsträger angewiesen. Dies betrifft insbesondere die informative Begleitung der Journalisten vor Ort und die Finanzierung der Übernachtungskosten und/oder die Verpflegung der teilnehmenden Journalisten sowie ggf. die Kosten für Eintritte und Führungen.

Wenn Sie bereit sind, sich in diesem Umfang zu beteiligen und ein für überregionale Medien attraktives Angebot vorhalten, sind wir gerne bereit, Ihr Angebot als Vorschlag für einen Programmpunkt für eine Pressereise aufzubereiten bzw. anfragenden Journalisten anzubieten. Bitte senden Sie uns gerne Ihre Vorschläge zu.

Weitere Informationen dazu finden Sie auch im Teil C.

B 4.1.3 Bildarchiv und Bilderservice

Für eine effektive Pressearbeit ist gutes und professional erstelltes Bildmaterial unerlässlich. Die OTG ist daher bestrebt, ein zentrales und touristisch ausgerichtetes Bildarchiv für die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu anzulegen und neue Fotos für die Weitergabe an Journalisten, Reiseveranstalter und Verlage zu erstellen, zu erwerben und zu archivieren.

Die OTG-Geschäftsstelle wird mit Blick auf das anstehende Projekt „Digitalisierung“ in Abstimmung mit der TMBW einen Leitfaden mit Empfehlungen zu den künftig zu beachtenden lizenzrechtlichen Rahmenbedingungen und technischen Anforderungen an Bilddaten und deren Verwertung konzipieren und den Gesellschaftern und Partnern zur Verfügung stellen.

B 5 Printmedien zur Imagewerbung Reiseregion Oberschwaben-Allgäu

Im Rahmen der Vermarktung der markenrelevanten Erlebnisthemen werden in Abstimmung mit den Gesellschaftern und Tourismuspartnern angebotsspezifische und auf klare Zielgruppen ausgerichtete Printmedien im Rahmen der Bewerbung der Region Oberschwaben-Allgäu als Urlaubsdestination konzipiert und herausgegeben.

Mittels der von der OTG initiierten Veranstaltungen und Aktionen (bspw. dem Schlosserlebnistag und der BAROCKwoche), der gesonderten Darstellung des Sommerferienprogramms auf der Homepage der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu und unterschiedlichen Werbemaßnahmen und regionaler Pressearbeit sollen auch einheimische Gäste erreicht und informiert werden

Im Bereich des Basis-Marketings werden zwei zentrale Medien im Rahmen der Imagewerbung für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu in Kooperation mit einem Verlagshaus herausgegeben:

- das Oberschwaben Magazin
- und die Straßen- und Panoramakarte

B 5.1 Das Oberschwaben Magazin

Das Oberschwaben Magazin ist der Reise- und Freizeitführer für die Ferienlandschaft Oberschwaben-Allgäu. Das Magazin nimmt die Rolle eines Imagemagazins für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu ein und ist somit für die Destination und die Vermarktung der regionalen Reisetemen von zentraler Bedeutung. Die Konzeptidee ist seit nunmehr fast 25 Jahren, jährlich zu Beginn der Sommersaison für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu einen aktuellen Reise- und Freizeitführer im Magazinformat herauszubringen. Dem Leser werden über das Magazin überregional relevante Ausflugsziele, die Oberschwäbische Barockstraße als bekannte deutsche Kultur- und Ferienstraße, die Radfernwege Donau-Bodensee-Radweg und Oberschwaben-Allgäu-Radweg, Reisemobilstellplätze und Campingplätze und Touren für Reisemobile sowie Portraits von Städten und Gemeinden, Angebote zu Kunst, Kultur und Geschichte sowie Gesundheit und Wellness vorgestellt. Zusätzlich beinhaltet das Magazin einen Veranstaltungskalender und einen Museumsführer. Adress- und Kontaktdaten sorgen für einen hohen Nutzwert und viele Kontakte.

Das Oberschwaben Magazin ist aufgrund der hochwertigen und aufwändigen Produktion für viele Leser ein beliebtes Reise- und Informationsmedium. Leserzielgruppen sind Feriengäste und Kurzurlauber, Gesundheits-, Wellness- und Aktivurlauber, Reisemobil- und Campinggäste, freizeitaktive Einheimische, Geschäftsreisende und Tagungsteilnehmer. Das

Oberschwaben Magazin wird seitens des Verlagshauses Labhard Medien GmbH, Konstanz jeweils im Mai eines Jahres für das laufende Jahr und das erste Quartal des nächsten Jahres produziert. Die OTG wird im Oberschwaben Magazin 2020/2021 wieder 10 Themenseiten (5 Doppelseiten) buchen.

Es werden 8.000 Exemplare des Oberschwaben Magazins mit einem OTG-Sondertitel gedruckt, die seitens der OTG-Geschäftsstelle auf Touristik-Messen kostenfrei verteilt und per Anfrage auch an interessierte Gäste kostenfrei per Post versandt werden. Der Verlag Labhard Medien GmbH bringt zusätzlich eine Verkaufsaufgabe des Oberschwaben Magazins mit einer Stückzahl von 40.000 Exemplaren heraus und vertreibt diese Version im Presse Einzelhandel und über diverse Flughäfen. Das Oberschwaben Magazin in der Verkaufsaufgabe kann auch über das Verlagshaus online gegen Gebühr bestellt werden.

Der Verlag produziert das Oberschwaben Magazin in beiden Versionen auf eigenes Risiko und eigene Rechnung. Die Refinanzierung erfolgt über Anzeigen und Einträge der Partner (Städte, Gemeinden, Ausflugsziele, Hotels und Gastronomiepartner, Wirtschaftsunternehmen), die von Labhard selbst akquiriert werden. Die inhaltliche Themenaufbereitung erfolgt mit redaktioneller Unterstützung der OTG hinsichtlich der Bereitstellung von Text- und Bilddaten sowie der allgemeinen Finanzierungsbeteiligung mittels der kostenpflichtigen Themeneinstiegsseiten.

Die OTG-Geschäftsstelle bucht selbst gestalteten Themenseiten und unterbreitet Vorschläge für die Gestaltung und Jahresthemen ein. Außerdem wird zusätzlich ein OTG-Sondertitel erstellt, der auch ausschließlich über die OTG-Geschäftsstelle vertrieben wird.

B 5.2 Panorama- und Straßenkarte 2020

Beiden Versionen des Oberschwaben Magazins wird eine aktuelle Straßen- und Panoramakarte als Übersicht zu den Reiseregionen Oberschwaben, Württembergisches Allgäu und Bodensee beigelegt, die dem Leser die Orientierung erleichtern soll, die wertvollen Reisetipps des Magazins umzusetzen. Es ist in diesem Jahr wieder geplant, die beiden Radfernwege und die Oberschwäbische Barockstraße in die Straßenkarte einzubringen.

Die Straßen- und Panoramakarte wird darüber hinaus mit einer Auflage von 15.000 Exemplaren zusätzlich für den weiteren Vertrieb über die OTG-Geschäftsstelle produziert. Das Kartenprodukt kann so unabhängig vom Oberschwaben Magazin an interessierte Gäste und Einheimische ausgegeben, per Anfrage versendet und auf Messen ohne Gebühr verteilt werden.

B 6 Markenführung – Logo für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu

Die OTG ist Inhaberin der Wort-Bild-Marke „oberschwaben allgäu - FERIENLAND ZWISCHEN DONAU UND BODENSEE“ (= sog. Kompaktlogo). Somit wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2018 das bisherige Logo ersetzt. Dieses wird nach Maßgabe der OTG als Rechteinhaberin nicht mehr weiter verwendet.

Die neue Wort-Bild-Marke steht allen Gesellschaftern gemäß den geltenden Lizenzbedingungen unentgeltlich zur Verfügung. Für Wirtschaftsunternehmen und eine kommerzielle Verwendung der Wort-Bild-Marke können einzelvertragliche Regelungen mit der OTG getroffen werden.

Die Lizenzbestimmungen und die Layout-Vorgaben für die Verwendung der Wort-Bild-Marke sowie die unterschiedlichen Dateiformate sind bei der OTG-Geschäftsstelle erhältlich.

C Projekte, strategische Geschäftsfelder und strategische Entwicklungsfelder

Im Tourismus-Masterplan Oberschwaben-Allgäu sind die für die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu relevanten Projekte, strategischen Geschäftsfelder und strategischen Entwicklungsfelder für den Zeitraum 2016-2021 festgelegt. Diese bilden die markenbildenden Erlebnisthemen und nehmen damit wichtige Themenschwerpunkte der touristischen Arbeit der OTG-Geschäftsstelle ein.

Bestenfalls finden Sie das für Sie und Ihr örtliches und betriebliches Angebot Passende in einem oder in mehreren Erlebnisthemen wieder und beteiligen sich an den entsprechend angebotenen Marketingmaßnahmen bzw. Netzwerken im Rahmen unserer Beteiligungs- und Kooperationsmodelle.

C 1 SGF NATUR & AKTIV

C 1.1 Radfreundliche Orte entlang der Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu

Die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu verfügt mit den beiden Landesradfernwegen „Donau-Bodensee-Radweg“ (DBR) und „Oberschwaben-Allgäu-Radweg“ (OAR) über ein attraktives Routennetz. Die beiden Radfernwege wurden im Jahr 2019 erneut überprüft und nach den ADFC-Qualitätskriterien klassifiziert. Für den neuen Klassifizierungszeitraum (Laufzeit: 3 Jahre) steht als Ziel an oberster Stelle nicht nur die Qualitätsstandards der Routen durch entsprechende Maßnahmen aufrechtzuerhalten und weiter auszubauen, sondern auch die Radrouten als touristisches Produkt attraktiv zu positioniert und in der Vermarktung voranzubringen.

Die Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) ist Routenbetreiberin und Siegelnehmerin für die ADFC-Qualitätsradroute und damit anerkannte und zuständige Geschäftsstelle für alle Belange des Radfernwegs und vertritt die Interessen der Partner entlang der Strecken gegenüber Behörden, Verbänden und sonstigen Stellen. Die OTG ist zugleich Ansprechpartnerin für die NVBW – Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH, die als zentrales Steuerungsorgan die Aufsicht über die Landesradfernwege inne hat.

Die OTG-Geschäftsstelle bietet den Etappenorten entlang der Radfernwege eine Beteiligung im Netzwerk Rad im strategischen Geschäftsfeld „Natur & Aktiv“ im Rahmen des Abschlusses einer Kooperationsvereinbarung für die Jahre 2019 bis 2021 an. Die angeschlossenen Kooperationspartner unterstützen gemeinsam das Projekt ADFC-Qualitätsradrouten in Oberschwaben-Allgäu und das Qualitätsmanagement, die touristische und infrastrukturelle Weiterentwicklung und Vermarktung des „Oberschwaben-Allgäu-Radweges“ sowie des „Donau-Bodensee-Radweges“ nach ihren Möglichkeiten.

Leistungen der OTG

- Die OTG ist Routenbetreiberin der jeweiligen ADFC-Qualitätsradroute und übernimmt die damit zusammenhängenden Aufgaben.
- Die OTG tritt gegenüber den Kooperationspartnern und gegenüber Externen (Geschäftspartnern, Institutionen und Verbänden) als Projektträgerin auf und unterhält den Geschäftsbetrieb mit allen dazugehörigen Aufgaben. Sie übernimmt im Rahmen des Projektmanagements die Aufgabe einer steuernden und operativen Hand zur strategischen Weiterentwicklung der Radfernwege als imageprägende Markenleitprodukte und zur Erhaltung und Verbesserung der Radinfrastruktur entlang der Radfernwege und deren Vermarktung im In- und Ausland gemäß Abstimmung mit den Partnern.

Leistungen in der Vertragslaufzeit 2019-2021:

- Leitung des Projektmanagements mit Organisation und Koordination aller im Projekt anfallenden Aufgaben
- Koordination, Planung, Umsetzung und Evaluierung aller Kommunikations- und Marketingmaßnahmen im Rahmen der Weiterentwicklung und Vermarktung des Radfernweges in Abstimmung mit den Kooperationspartnern
- Jährliche Erstellung, Umsetzung und Evaluierung der Marketingpläne für das operative Marketing in Abstimmung mit den Kooperationspartnern
- Weiterentwicklung, Betrieb und Pflege des themenspezifischen Internetauftritts, insbesondere der für die Radfernwege eingestellten Unterseiten
- Kommunikationsmaßnahmen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Interessensvertretung gegenüber touristischen Verbänden und Radverbänden, Einrichtungen, Ministerien auf Bundes- und Landesebene
- Die OTG stellt die erforderlichen Personalressourcen für die Aufgaben des Projektmanagements nach Maßgabe der ihr zur Verfügung stehenden Persona- und Projektmittel und kann zur Erfüllung dieser Aufgaben auch Aufträge an Dritte vergeben. Dies ist beides nur möglich, wenn eine ausreichende Zahl an Kooperationspartnern sich dem Projekt anschließen und ein entsprechendes Gesamtbudget zur Verfügung gestellt wird.

Vorteile des Kooperationspartners

Im Rahmen der Kommunikation werden grds. die Radfernwege jeweils als Gesamtrouten berücksichtigt und vermarktet. Je nach Themenschwerpunkt können Angebote von einzelnen Partnern in den Vordergrund gestellt werden. Mit Unterzeichnung dieser Kooperationsvereinbarung wird der Kooperationspartner Teil der ADFC-qualifizierten Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu und profitiert somit automatisch von allen die Radrouten oder die Radregion betreffenden Marketingmaßnahmen.

Weitere Vorteile sind:

- Abbildung gemäß des Finanzierungsbeitrages in der OTG-Printbroschüre „Radwege in Oberschwaben-Allgäu“
- Kommunikation über die Kanäle der OTG (Darstellung auf der Webseite, Social Media, Outdooractive, Newsletter etc.)
- Präsentation des Themenangebotes auf Touristikmessen und Special-Interest-Messen und öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen, ggf. Entwicklung eines Anschließerkonzeptes für Partner mit zusätzlicher finanzieller Beteiligung
- Möglichkeit zur Teilnahme an der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Gruppen- und Einzelpressereisen sowie Bloggerreisen. Hinweis: Kooperationspartner sind verpflichtet die Kosten vor Ort z.B. für die Durchführung von Programmpunkten, Verpflegung und Übernachtung zu übernehmen. Hier sind gesonderte Vereinbarungen zu treffen.
- Teilnahme als Kooperationspartner an den jährlich stattfindenden Netzwerktreffen
- Teilnahme an Marketingkooperationen mit anderen touristischen Destinationen und Partnern möglich
- Vorschlagsrecht und aktive Mitwirkung bei der Erstellung des Mittelfristplanes für die Dauer der Vertragslaufzeit und der jährlich zu verabschiedenden Marketingpläne sowie die Entscheidung per Abstimmung über die Budgetverwendung

Netzwerkarbeit der OTG

- Jeder Kooperationspartner ist Mitglied im Netzwerk SGF „Natur & Aktiv“, Produktgruppe „Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu“.
- Das Netzwerk entscheidet über die Verwendung der eingebrachten Mittel in min. einem jährlich stattfindenden Netzwerktreffen, ferner bei Bedarf über die Konkretisierung der

Leistungen. Die Anzahl der Stimmen ist an die Höhe der finanziellen Beteiligung gekoppelt. Die Arbeitsweise des Netzwerkes kann in einer Geschäftsordnung geregelt werden.

- Das Netzwerk wählt befristet zum Ende der Projektlaufzeit einen Netzwerksprecher sowie einen Stellvertreter, der zwischen dem Themenmanager des SGF „Natur & Aktiv“ sowie dem Netzwerk agiert und der die Interessen des SGFs in der OTG vertritt.

Der Kooperationspartner schließt sich als Partner einer der Kategorien als Etappenort am OAR und/oder DBR dem Netzwerk „Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu“ an und unterstützt somit das Projektmanagement sowie die vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit einem jährlichen Beitrag für die Jahre 2019, 2020 und 2021.

Dieser Beitrag dient zur Refinanzierung:

- der anteiligen Personal- und Verwaltungskosten im Rahmen des Projektmanagements
- als anteiliger Beitrag zur Qualitätssicherung (Auslagerung an ein externes Planungsbüro)
- der vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (Marketingpläne).

Finanzierungsbeteiligung der radfreundlichen Orte entlang der Radfernwege in der Radregion Oberschwaben-Allgäu

Kategorie 1: Etappenort am OAR und/oder am DBR mit Gesellschafterstatus bei der OTG, mit Marketingpaket klein (1/4- seitiger Eintrag in der Radbroschüre) 1 Stimme im Netzwerk, Beitrag: 600 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 2: Etappenort am OAR und/oder am DBR ohne Gesellschafterstatus bei der OTG, mit Marketingpaket klein (1/4- seitiger Eintrag in der Radbroschüre) 1 Stimme im Netzwerk, Beitrag: 700 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 3: Etappenort am OAR und/oder am DBR mit Gesellschafterstatus bei der OTG, Marketingpaket mittel (1/2- seitiger Eintrag in der Radbroschüre), 1 Stimme im Netzwerk, Beitrag: 850 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 4: Etappenort am OAR und/oder am DBR ohne Gesellschafterstatus bei der OTG, Marketingpaket mittel (1/2- seitiger Eintrag in der Radbroschüre), 1 Stimme im Netzwerk: Beitrag: 950 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

C 1.2 Anzeigenpartnerschaft für radfreundliche Gastgeber entlang der Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu

Als radfreundlicher Gastgeber an einem der beiden Radfernwege besteht die Möglichkeit, einen Eintrag im Gastgeberverzeichnis der Broschüre „Radwege in Oberschwaben-Allgäu“ zu buchen.

Leistungen der OTG

OTG-Printmedium 2019-2021

Eintrag im Gastgeberverzeichnis in der Broschüre „Radwege in Oberschwaben-Allgäu“ mit Bild. Zum Vertrieb der Broschüre nutzt die OTG folgende Vertriebskanäle: Touristik- und Radmessen, Prospektversand auf Anfrage, Besuche von regionalen Prospektbörsen sowie die Prospektauslage bei allen sich am Marketingpaket beteiligenden Partnern.

Seitens der OTG-Geschäftsstelle wird ein jährlicher Prospektversand stattfinden. Es besteht jederzeit die Abrufmöglichkeit des Printmediums der Partner zur eigenen Verwendung und Vertrieb.

Internetauftritt und Online-Marketing

- Präsentation des Gastgebers auf www.oberschwaben-tourismus.de.
- Darstellung der Unterkunft auf der Plattform www.outdooractive.com.

Kooperationsmöglichkeiten im Rahmen von Pressereisen: Hier sind bei Interesse Einzelvereinbarungen zu treffen.

Anzeigenbeteiligung: jeweils 150 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr jeweils für die Jahre 2019, 2020 und 2021.

Hinweis: Es besteht darüber hinaus die Möglichkeit einer Anzeigenpartnerschaft für radlerfreundliche Ausflugsziele in der Radregion Oberschwaben-Allgäu. Bitte kommen Sie bei Interesse direkt auf uns zu. Wir informieren Sie gerne über weitere Details.

C 1.3 Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu

Die Region Oberschwaben-Allgäu mit ihren vielseitigen Landschaftsräumen bietet ein reichhaltiges und abwechslungsreiches naturtouristisches Angebot: Moor, Naturschutzgebiete, Flusslandschaften, insbesondere an der „Jungen Donau“, Vogelbeobachtungen, naturbelassene Badeseen und vieles mehr.

Für Städte, Gemeinden, Naturschutzgebiete, Ausflugsziele und weitere Leistungsträger in Oberschwaben-Allgäu besteht die Möglichkeit, sich dem neuen Netzwerk Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu und der gemeinsamen Vermarktung dieser Angebote unter dem Dach der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu anzuschließen.

Netzwerkarbeit der OTG

- Jeder Kooperationspartner ist Mitglied im Netzwerk des SGF „Natur & Aktiv“ Produktgruppe „Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu“.
- Das Netzwerk entscheidet über die Verwendung der eingebrachten Mittel in min. einem jährlich stattfindenden Netzwerktreffen, ferner bei Bedarf über die Konkretisierung der Leistungen. Die Anzahl der Stimmen ist an die Höhe der finanziellen Beteiligung gekoppelt. Die Arbeitsweise des Netzwerkes kann in einer Geschäftsordnung geregelt werden.
- Das Netzwerk wählt befristet zum Ende der Projektlaufzeit einen Netzwerksprecher sowie einen Stellvertreter, der zwischen dem Themenmanager des SGF „Natur & Aktiv“ sowie dem Netzwerk agiert und der die Interessen des SGFs in der OTG vertritt.

Das geplante Basis-Marketingpaket „Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu“ 2020-2021 ist auf zwei Jahre angelegt und enthält folgende Leistungen:

- 1/1 Seite Eintrag in der Broschüre „Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu“
- Internetauftritt: Darstellung des spezifischen Angebots auf der Regionenseite: www.oberschwaben-tourismus.de
- Präsentation von Veranstaltungen im digitalen Veranstaltungskalender Oberschwaben-Allgäu
- Angebotseinbindung in Social Media Kanälen der OTG
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Einbindung der örtlichen Angebote, Berücksichtigung und Verknüpfung des Themenfeldes bei entsprechenden Pressereisen
- Messeauftritte: Präsentation des Themenangebots auf Endkundenmessen sowie Fachbesuchermessen

Das geplante Marketingpaket Premiumpartnerschaft „Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu“ 2020 bis 2021 ist auf zwei Jahre angelegt und enthält folgende Leistungen:

- Doppelseitiger Eintrag in der Broschüre „Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu“
- Internetauftritt: Darstellung des spezifischen Angebots auf der Regionenseite: www.oberschwaben-tourismus.de
- Präsentation von Veranstaltungen im digitalen Veranstaltungskalender Oberschwaben-Allgäu
- Angebotseinbindung in Social Media Kanälen der OTG
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Einbindung der örtlichen Angebote, Berücksichtigung und Verknüpfung des Themenfeldes bei entsprechenden Pressereisen
- Messeauftritte: Präsentation des Themenangebots auf Endkundenmessen sowie Fachbesuchermessen

Der Kooperationspartner schließt sich dem Netzwerk SGF „Natur & Aktiv“ und der Produktgruppe „Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu“ an und unterstützt somit das Projektmanagement sowie die vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit einem jährlichen Beitrag für die Jahre 2020 und 2021.

Dieser Beitrag dient zur Refinanzierung:

- der anteiligen Personal- und Verwaltungskosten im Rahmen des Projektmanagements
- der vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (Marketingpläne).

Finanzierung:

- Partnerbeitrag Basis-Marketingpaket: ab 550 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr
- Partnerbeitrag Marketingpaket für eine Premiumpartnerschaft: ab 990 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Hinweis zur Produktgruppe „Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu“:

Das geplante Marketingpaket ist nur möglich, wenn eine ausreichende Zahl an Kooperationspartnern sich dem Projekt anschließen und ein entsprechendes Gesamtbudget zur Verfügung gestellt wird.

Hinweis zu möglichen Sonderpaketen im Rahmen des Auslandsmarketing

Für Kooperationspartner des Netzwerks SGF „Natur & Aktiv“ und der Produktgruppe „Naturerlebnisregion Donau-Oberschwaben-Allgäu“ besteht die Möglichkeit, sich zusätzlich über die OTG an der Auslandsmarktbearbeitung zu beteiligen. Für weitere Informationen sprechen Sie uns gerne an.

C 2 SGF Kultur & Barock

C 2.1 „Im Himmelreich des BAROCK“

Die Oberschwäbische Barockstraße ist das kulturelle Alleinstellungsmerkmal der Region Oberschwaben/Württembergisches Allgäu.

Die Oberschwäbische Barockstraße (im Weiteren abgekürzt „OBS“ genannt) wurde im Tourismus-Masterplan 2016-2021 der Oberschwaben Tourismus GmbH (im Weiteren abgekürzt „OTG“ genannt) als Markenleitprodukt des Strategischen Geschäftsfelds „Kultur & Barock“ definiert. Die kontinuierliche strategische Weiterentwicklung der OBS als imageprägendes Markenleitprodukt mit weiterer Optimierung und Verbesserung der

Qualität des kulturtouristischen Angebots entlang der Ferienstraße und in der Region und die Vermarktung im In- und Ausland (lokal, regional, überregional sowie international) sieht die OTG-Geschäftsstelle als Kernaufgaben an. Die OTG ist zugleich Trägerin der Wort- und Bildmarke „Oberschwäbische Barockstraße“ und damit die anerkannte und zuständige Geschäftsstelle für alle Belange der OBS und vertritt die Interessen der Partner entlang der vier Routen gegenüber Behörden, Verbänden und sonstigen Stellen.

Im Rahmen des Relaunch der OBS wurde auch Partnern und Leistungsträgern, die nicht direkt an der Route der OBS gelegen sind, die Möglichkeit zur Kooperation über die Beteiligung an der kulturtouristischen Dachmarke „Himmelreich des BAROCK“ eingeräumt. Diese können ebenfalls über thematisch-inhaltlich innerhalb Erlebniswelten „BAROCK bestaunen“, „BAROCK erleben“, „BAROCK entspannen“, „BAROCK erlauschen“, „BAROCK genießen“ und „BAROCK erschauern“ anschließen.

Erklärtes Ziel ist, dass sich alle Kooperationspartner und die OTG-Geschäftsstelle gemeinschaftlich für die touristische Weiterentwicklung und Inwertsetzung der Ferienstraße und der Dachmarke „Himmelreich des BAROCK“ einsetzen und die dazu in Marketing- und Budgetplänen vereinbarten Maßnahmen unterstützen.

Leistungen der OTG

- Die OTG ist Trägerin der Wort- und Bildmarke „Oberschwäbische Barockstraße“ und übernimmt die damit zusammenhängenden Aufgaben, wie Anwendung der Marke und Nutzungsbestimmungen für Dritte, insbesondere für Kooperationspartner.
- Die OTG tritt gegenüber den Kooperationspartnern und gegenüber Externen (Geschäftspartnern, Institutionen und Verbände) als Projektträgerin auf und unterhält den Geschäftsbetrieb mit allen dazugehörigen Aufgaben. Sie übernimmt im Rahmen des Projektmanagements die Aufgabe einer steuernden und operativen Hand zur strategische Weiterentwicklung der OBS als imageprägendes Markenleitprodukt und zur Verbesserung der Qualität des kulturtouristischen Angebots entlang der Ferienstraße und in der Region und deren Vermarktung im In- und Ausland gemäß Abstimmung mit den Partnern.

Leistungen der OTG im Rahmen der Kooperationsvereinbarung „Oberschwäbische Barockstraße bzw. Himmelreich des BAROCK“ für die Vertragslaufzeit 2019-2021:

- Leitung des Projektmanagements mit Organisation und Koordination aller im Projekt anfallenden Aufgaben
- Koordination, Planung, Umsetzung und Evaluierung aller Kommunikations- und Marketingmaßnahmen im Rahmen der Weiterentwicklung und Vermarktung der OBS in Abstimmung mit der Lenkungsgruppe und den Kooperationspartnern
- Jährliche Erstellung, Umsetzung und Evaluierung der Marketingpläne für das operative Marketing in Abstimmung mit den Kooperationspartnern
- Weiterentwicklung, Betrieb und Pflege des themenspezifischen Internetauftritts, insbesondere der Internetseite mit der Domain www.himmelreich-des-barock.de
- Kommunikationsmaßnahmen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Interessensvertretung gegenüber touristischen Verbänden und Kulturverbänden, Einrichtungen, Ministerien auf Bundes- und Landesebene
- Bereitstellung der erforderlichen Personalressourcen für die unter 2.2 genannten Aufgaben des Projektmanagements nach Maßgabe der der OTG zur Verfügung stehenden Personalmittel und Projektmittel, ggf. Vergabe an Dritte zur Erfüllung dieser Aufgaben (Dies ist beides nur möglich, wenn eine ausreichende Zahl an Kooperationspartnern sich dem Projekt anschließt und ein entsprechendes Gesamtbudget zur Verfügung gestellt wird.)

Vorteile des Kooperationspartners

Im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und bei sämtlichen Kommunikationsmaßnahmen wird grds. die OBS in ihrer Gesamtheit sowie das „Himmelreich des BAROCK“ als Gesamtgebiet in den Mittelpunkt gestellt. Je nach Themenschwerpunkt oder angefragter Erlebniswelt können auch einzelne Angebote in den Vordergrund gestellt werden. Dies hängt auch im Wesentlichen von den Anfragen der Medienpartner und Journalisten ab. Mit Unterzeichnung dieser Kooperationsvereinbarung wird der Kooperationspartner als Etappenort der OBS bzw. des Himmelreich des BAROK sichtbar gemacht und profitiert somit auch von allen die Route oder die Region betreffenden Marketing- und Kooperationsmaßnahmen.

Weitere Vorteile des Kooperationspartners im Einzelnen sind:

- Abbildung des kulturtouristischen Angebots des Kooperationspartners gemäß der Themen und des insgesamt zur Verfügung stehenden Mittel im offiziellen Routenführer zur OBS
- Kommunikationsmaßnahmen zur OBS bzw. zum Himmelreich des BAROCK über die Kanäle der OTG (Darstellung auf der Webseite, Social Media, Outdooractive, Newsletter etc.)
- Mitgliedschaft der OBS im internationalen Interreg-Projekt „Kirchen, Klöster und Konzil – BODENSEE“; die Kooperationspartner können bei Interesse an allen Arbeitsgruppen des Projektes teilnehmen. Die OTG vertritt die OBS als Mitglied in der Lenkungsgruppe des Projektes und in den Arbeitsgruppen
- Erlaubnis zur Nutzung der Wort- und Bildmarke „Oberschwäbische Barockstraße“ in abgestimmter Weise (Layoutvorgaben) im Rahmen der eigenen Kommunikation
- Möglichkeit zur Positionierung des örtlichen kulturtouristischen Angebots im Rahmen des jährlich neu festzulegenden Themenjahres/Motto/Schwerpunktthema innerhalb der sechs Erlebnisthemenwelten
- Teilnahme mit Programmpunkten an der Veranstaltungsreihe „BAROCKwoche“
- Möglichkeit zur Teilnahme an der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur OBS, insbesondere Teilnahme an FamTrip von Reiseveranstaltern, an Gruppen- und Einzelpressereisen und Bloggerreisen. Hinweis: Der Kooperationspartner verpflichtet sich, die Kosten vor Ort z. B. für die Durchführung von Programmpunkten, für Verpflegung und Übernachtung in angemessener Höhe zusätzlich zu übernehmen. Hierzu sind gesonderte Vereinbarungen zu treffen.
- Teilnahme an den jährlich stattfindenden Netzwerktreffen der Kooperationspartner
- Vorschlagsrecht und aktive Mitwirkung bei Erstellung des Mittelfristplanes für die Dauer der Vertragslaufzeit und der jährlich zu verabschiedenden Marketingpläne sowie die Entscheidung per Abstimmung über die Budgetverwendung

Netzwerkarbeit der OTG

Jeder Kooperationspartner ist Mitglied des Netzwerks „OBS“ bzw. „Himmelreich des BAROCK“.

Das Netzwerk entscheidet über die Verwendung der eingebrachten Mittel in einem jährlichen stattfindenden Netzwerktreffen, ferner bei Bedarf über die Konkretisierung der Leistungen. Die Anzahl der Stimmen ist an die Höhe der finanziellen Beteiligung gekoppelt. Die Arbeitsweise des Netzwerkes kann in einer Geschäftsordnung geregelt werden.

Das Netzwerk wählt befristet zum Ende der Projektlaufzeit einen Netzwerksprecher sowie einen Stellvertreter, der zwischen dem Themenmanager des SGF „Kultur & Barock“ sowie dem Netzwerk agiert und der die Interessen des SGFs in der OTG vertritt.

Finanzierung

Der Kooperationspartner schließt sich als Partner der entsprechenden Kategorie dem Netzwerk an und unterstützt damit das Projektmanagement sowie die vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit einem jährlichen Beitrag (siehe Tabelle) für die Jahre 2019, 2020 und 2021.

Dieser Beitrag dient der Refinanzierung

- der anteiligen Personal- und Verwaltungskosten im Rahmen des Projektmanagements
- der Beteiligung der OBS als Projektpartner im internationalen Interreg-Projekt „Kirchen, Klöster, Weltkultur!“ und
- der vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (Marketingpläne).

Kategorie 1: Ort direkt an der Route gelegen MIT Gesellschafterstatus bei der OTG, mit mehr als einer BAROCKerlebnisstation (3 Stimmen im Netzwerk, inkl. 2/1-seitiger Eintrag im offiziellen Routenführer, Darstellung von bis zu fünf BAROCKerlebnisstationen)

Finanzierungsbeitrag: 1.830 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 2: Ort direkt an der Route gelegen OHNE Gesellschafterstatus bei der OTG, mit mehr als einer BAROCKerlebnisstation (3 Stimmen im Netzwerk, inkl. 2/1-seitiger Eintrag im offiziellen Routenführer, Darstellung von bis zu fünf BAROCKerlebnisstationen)

Finanzierungsbeitrag: 2.030 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 3: Ort oder Ausflugsziel direkt an der Route gelegen MIT Gesellschafterstatus bei der OTG, mit einer BAROCKerlebnisstation (2 Stimmen im Netzwerk, inkl. 1/1-seitiger Eintrag im offiziellen Routenführer)

Finanzierungsbeitrag: 760 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 4: Ort oder Ausflugsziel direkt an der Route gelegen OHNE Gesellschafterstatus bei der OTG, mit einer BAROCKerlebnisstation (2 Stimmen im Netzwerk, inkl. 1/1-seitiger Eintrag im offiziellen Routenführer)

Finanzierungsbeitrag: 970 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 5: Ort oder Ausflugsziel im Himmelreich des BAROCK OHNE direkten Routenbezug, MIT Gesellschafterstatus bei der OTG (1 Stimme im Netzwerk, inkl. ½-seitiger Eintrag im offiziellen Routenführer)

Finanzierungsbeitrag: 510 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 6: Ort oder Ausflugsziel im Himmelreich des BAROCK, OHNE direkten Routenbezug, OHNE Gesellschafterstatus bei der OTG (1 Stimme im Netzwerk, inkl. ½-seitiger Eintrag im offiziellen Routenführer)

Finanzierungsbeitrag: 710 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

C 2.2 Marktbearbeitung Italien im Projekt „Himmelreich des BAROCK“ in Zusammenarbeit mit der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH)

Teilnehmer im Marketingpaket „Himmelreich des BAROCK“ haben zusätzlich für die Jahre 2019 bis 2021 die Möglichkeit, sich im Bereich Marktbearbeitung Italien einzukaufen. In Zusammenarbeit mit der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) wird ein neues Marketingpaket ausgearbeitet.

Partnerbeitrag:

ab 2.050 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr und jeweils für die Jahre 2020 und 2021.

Wichtiger Hinweis: Voraussetzung ist die grds. Teilnahme am Netzwerk „OBS“ bzw. „Himmelreich des BAROCK“. Für weitere Informationen sprechen Sie uns gerne an.

Partnerbeitrag mit

Gesellschafterstatus:

950 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Partnerbeitrag für Nicht-

Gesellschafter:

1.150 EUR zzgl. MwSt.

pro Jahr

Partnerbeitrag:

einmalig 40 EUR zzgl. MwSt.

Finanzierungsbeitrag

Gesundheit & Wellness

Oberschwaben-Allgäu

Partnerbeitrag

(Leistungsträger und Orte mit

Gesellschafterstatus):

Wird derzeit erarbeitet und in dem jeweiligen Netzwerktreffen vorgestellt.

Partnerbeitrag (Leistungsträger und Orte ohne Gesellschafterstatus):

Wird derzeit erarbeitet und in dem jeweiligen Netzwerktreffen vorgestellt.

Sprechen Sie uns bei Interesse oder Fragen jederzeit gerne an.

C 2.3 Burgen- & Schlösserregion Oberschwaben-Allgäu

Betreiber, Pächter und Nutzer von Schlösser und Burgen mit einem touristischen Nutzungskonzept für die Öffentlichkeit in der Region Oberschwaben-Allgäu können sich an einem 3-jährigen Marketingpaket (2020-2022) beteiligen.

Leistungen:

- Aufnahme in die gemeinsame Themenbroschüre „Burgen- und Schlösserregion Oberschwaben-Allgäu (ca. 22.500 Exemplare)
- PR-Arbeit und Vertrieb
- Online-Werbemaßnahmen: Darstellung des Schlosses unter www.schloesserregion-oberschwaben.de und auch auf der englischen Seite www.fairytale-castles.com
- Kommunikationsmaßnahmen über die Kanäle der OTG (Social Media wie Facebook und Instagram, Newsletter etc.)
- Gemeinsame Bewerbung des Schlosserlebnistages
- Vernetzung: Die OTG ist Mitglied im Verein „Schlösser, Burgen und Gärten Baden-Württemberg e.V.“ und vertritt die gemeinsamen Interessen der Schlösser in Oberschwaben-Allgäu
- Jährlich findet mindestens ein Netzwerktreffen statt

C 2.4 Jakobusweg von Ulm nach Konstanz

Bereits Anfang 2017 wurde die Unterseite zum Jakobusweg von Ulm nach Konstanz online gestellt. Gastgeber entlang der Strecke haben die Möglichkeit, sich im digitalen Unterkunftsverzeichnis unter www.oberschwaben-tourismus.de und auf der interaktiven Karte über www.outdooractive.com darstellen zu lassen.

C 3 SGF GESUNDHEIT & WELLNESS

C 3.1 SGF Gesundheit & Wellness Oberschwaben-Allgäu 2020-2021

Die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu verfügt über eine hohe Kompetenz im Bereich Gesundheits- und Wellness tourismus. Mit der hohen Dichte an Kurzentren, Thermen aber auch Wellnesshotels bietet die Region eine Vielzahl an Angeboten in diesem Bereich. Die Thermen- und Wellnesslandschaft ist somit imageprägend für die gesamte Region. Ziel ist die Aufrechterhaltung und Entwicklung des Bekanntheitsgrades der Region als die Gesundheits- und Wellnessregion im Süden Deutschlands sowie die Positionierung und Vermarktung der Angebote der Partner im Netzwerk.

Die OTG-Geschäftsstelle bietet den Leistungsträgern im Bereich Gesundheit und Wellness in der Region eine Beteiligung im strategischen Geschäftsfeld „Gesundheit & Wellness“ im Rahmen des Abschlusses einer Kooperationsvereinbarung voraussichtlich für die Jahre 2020 und 2021 an. Die angeschlossenen Kooperationspartner unterstützen gemeinsam die Netzwerkarbeit im Projekt und die Vermarktung der Gesundheit- und Wellnessregion Oberschwaben-Allgäu nach ihren Möglichkeiten.

Leistungen der OTG

- Die OTG übernimmt im Rahmen des Projektmanagements die Aufgabe einer steuernden und operativen Hand zur strategischen Weiterentwicklung, Bündelung und zur Verbesserung der Qualität der gesundheitstouristischen Angebote in der Region und deren Vermarktung im In- und Ausland gemäß Abstimmung mit den Partnern.

Leistungen in der Vertragslaufzeit:

- Leitung des Projektmanagements mit Organisation und Koordination aller im Projekt anfallenden Aufgaben
- Koordination, Planung, Umsetzung und Evaluierung aller Kommunikations- und Marketingmaßnahmen im Rahmen der Weiterentwicklung und Vermarktung des gesundheitstouristischen Angebots mit den Kooperationspartnern
- Jährliche Erstellung, Umsetzung und Evaluierung der Marketingpläne für das operative Marketing in Abstimmung mit den Kooperationspartnern
- Weiterentwicklung, Betrieb und Pflege des themenspezifischen Internetauftritts, insbesondere die für das gesundheits- und wellnesstouristische Angebot eingestellten Unterseiten
- Kommunikationsmaßnahmen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Interessensvertretung gegenüber touristischen Verbänden, Einrichtungen, Ministerien auf Bundes- und Landesebene
- Die OTG stellt die erforderlichen Personalressourcen für die Aufgaben des Projektmanagements nach Maßgabe der ihr zur Verfügung stehenden Personal- und Projektmittel und kann zur Erfüllung dieser Aufgaben auch Aufträge an Dritte vergeben. Dies ist beides nur möglich, wenn eine ausreichende Zahl an Kooperationspartnern sich dem Projekt anschließen und ein entsprechendes Gesamtbudget zur Verfügung gestellt wird.

Vorteile des Kooperationspartners

Im Rahmen der Kommunikation wird grds. die Gesundheits- und Wellnessregion Oberschwaben-Allgäu mit den starken Leuchttürmen berücksichtigt und vermarktet. Je nach Themenschwerpunkt können Angebote von einzelnen Partnern in den Vordergrund gestellt werden.

Weitere Vorteile der Netzwerkteilnahme sind:

- Abbildung der Leistungsträger in der OTG-Printbroschüre „Gesundheits- und Wellnessregion Oberschwaben-Allgäu“
- Kommunikation über die Kanäle der OTG (Darstellung auf der Webseite, Social Media, Newsletter etc.)
- Präsentation des Themenangebotes auf Touristikmessen und öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen
- Möglichkeit zur Teilnahme an der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Gruppen- und Einzelpressereisen sowie Bloggerreisen. Hinweis: Kooperationspartner sind verpflichtet die Kosten vor Ort z.B. für die Durchführung von Programmpunkten, Verpflegung und Übernachtung zu übernehmen. Hier sind gesonderte Vereinbarungen zu treffen.
- Teilnahme als Kooperationspartner an den jährlich stattfindenden Netzwerktreffen
- Teilnahme an Marketingkooperationen mit anderen touristischen Destinationen und Partnern möglich
- Vorschlagsrecht und aktive Mitwirkung bei der Erstellung des Mittelfristplanes für die Dauer der Vertragslaufzeit und der jährlich zu verabschiedenden Marketingpläne sowie die Entscheidung per Abstimmung über die Budgetverwendung

Netzwerkarbeit der OTG

- Jeder Kooperationspartner ist Mitglied im Netzwerk SGF „Gesundheit & Wellness“
- Das Netzwerk entscheidet über die Verwendung der eingebrachten Mittel in min. einem jährlich stattfindenden Netzwerktreffen, ferner bei Bedarf über die Konkretisierung der Leistungen. Die Arbeitsweise des Netzwerkes kann in einer Geschäftsordnung geregelt werden.
- Das Netzwerk wählt befristet zum Ende der Projektlaufzeit einen Netzwerksprecher sowie einen Stellvertreter, der zwischen dem Themenmanager des SGF „Gesundheit & Wellness“ sowie dem Netzwerk agiert und der die Interessen des SGFs in der OTG vertritt.

Der Kooperationspartner schließt sich als Partner dem Netzwerk „Gesundheit & Wellness Oberschwaben-Allgäu“ an und unterstützt somit das Projektmanagement sowie die vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit einem jährlichen Beitrag für die vereinbarte Vertragslaufzeit.

Dieser Beitrag dient zur Refinanzierung:

- der anteiligen Personal- und Verwaltungskosten im Rahmen des Projektmanagements
- der vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (Marketingpläne).

C 4 SGF FAMILIENFERIEN

Eine Beteiligung ist – je nach Angebotskategorie – mit folgenden Abstufungen möglich:

Partnerbeitrag (Premiumpartner):

Wird derzeit erarbeitet und in dem jeweiligen Netzwerktreffen vorgestellt.

Partnerbeitrag (Ausflugziele und Orte):

Wird derzeit erarbeitet und in dem jeweiligen Netzwerktreffen vorgestellt.

Partnerbeitrag (Ferienhöfe):

Wird derzeit erarbeitet und in dem jeweiligen Netzwerktreffen vorgestellt.

Sprechen Sie uns bei Fragen oder Interesse jederzeit gerne an.

C 4.1 SGF Familienferien Oberschwaben-Allgäu 2020-2021

Der Familientourismus spielt eine wesentliche Rolle in der deutschen Tourismuswirtschaft und stellt einen wichtigen Zukunftstrend dar. In das Thema Familienferien und das bestehende Angebot an familienfreundlichen Ausflugszielen sollen künftig die Angebote der „Familienfreundlichen Orte und Betriebe“, von „Landurlaub“ und „Ferien auf dem Bauernhof“ stärker integriert und unter der Dachmarke Oberschwaben-Allgäu positioniert werden.

Die OTG-Geschäftsstelle bietet den Leistungsträgern im Bereich Familienferien in der Region eine Beteiligung im strategischen Geschäftsfeld „Familienurlaub“ im Rahmen des Abschlusses einer Kooperationsvereinbarung voraussichtlich für die Jahre 2020 und 2021 an. Die angeschlossenen Kooperationspartner unterstützen gemeinsam die Netzwerkarbeit im Projekt und die Vermarktung Familienurlaub Oberschwaben-Allgäu nach ihren Möglichkeiten.

Leistungen der OTG

- Die OTG übernimmt im Rahmen des Projektmanagements die Aufgabe einer steuernden und operativen Hand zur strategischen Weiterentwicklung, Bündelung und zur Verbesserung der Qualität der familientouristischen Angebote in der Region und deren Vermarktung im In- und Ausland gemäß Abstimmung mit den Partnern.

Leistungen in der Vertragslaufzeit:

- Leitung des Projektmanagements mit Organisation und Koordination aller im Projekt anfallenden Aufgaben
- Koordination, Planung, Umsetzung und Evaluierung aller Kommunikations- und Marketingmaßnahmen im Rahmen der Weiterentwicklung und Vermarktung des familientouristischen Angebots mit den Kooperationspartnern
- Jährliche Erstellung, Umsetzung und Evaluierung der Marketingpläne für das operative Marketing in Abstimmung mit den Kooperationspartnern
- Weiterentwicklung, Betrieb und Pflege des themenspezifischen Internetauftritts, insbesondere die für das familientouristische Angebot (z.B. Veranstaltungsreihen, Übernachtungsangebot) eingestellten Unterseiten
- Kommunikationsmaßnahmen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Interessensvertretung gegenüber touristischen Verbänden, Einrichtungen, Ministerien auf Bundes- und Landesebene
- Die OTG stellt die erforderlichen Personalressourcen für die Aufgaben des Projektmanagements nach Maßgabe der ihr zur Verfügung stehenden Personal- und Projektmittel und kann zur Erfüllung dieser Aufgaben auch Aufträge an Dritte vergeben. Dies ist beides nur möglich, wenn eine ausreichende Zahl an Kooperationspartnern sich dem Projekt anschließen und ein entsprechendes Gesamtbudget zur Verfügung gestellt wird.

Vorteile des Kooperationspartners

Im Rahmen der Kommunikation wird grds. das Thema Familienurlaub in Oberschwaben-Allgäu mit den starken Leuchttürmen berücksichtigt und vermarktet. Je nach Themenschwerpunkt können Angebote von einzelnen Partnern in den Vordergrund gestellt werden.

Weitere Vorteile der Netzwerkteilnahme sind:

- Abbildung der Leistungsträger in den OTG-Printbroschüren zum Thema „Familienurlaub in Oberschwaben-Allgäu“
- Kommunikation über die Kanäle der OTG (Darstellung auf der Webseite, Social Media, Newsletter etc.)
- Präsentation des Themenangebotes auf Touristikmessen und öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen
- Möglichkeit zur Teilnahme an der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Gruppen- und Einzelpressereisen sowie Bloggerreisen. Hinweis: Kooperationspartner sind verpflichtet die Kosten vor Ort z.B. für die Durchführung von Programmpunkten, Verpflegung und Übernachtung zu übernehmen. Hier sind gesonderte Vereinbarungen zu treffen.
- Teilnahme als Kooperationspartner an den jährlich stattfindenden Netzwerktreffen
- Teilnahme an Marketingkooperationen mit anderen touristischen Destinationen und Partnern möglich
- Vorschlagsrecht und aktive Mitwirkung bei der Erstellung des Mittelfristplanes für die Dauer der Vertragslaufzeit und der jährlich zu verabschiedenden Marketingpläne sowie die Entscheidung per Abstimmung über die Budgetverwendung

Netzwerkarbeit der OTG

- Jeder Kooperationspartner ist Mitglied im Netzwerk SGF „Familienferien“
- Das Netzwerk entscheidet über die Verwendung der eingebrachten Mittel in min. einem jährlich stattfindenden Netzwerktreffen, ferner bei Bedarf über die Konkretisierung der Leistungen. Die Arbeitsweise des Netzwerkes kann in einer Geschäftsordnung geregelt werden.
- Das Netzwerk wählt befristet zum Ende der Projektlaufzeit einen Netzwerksprecher sowie einen Stellvertreter, der zwischen dem Themenmanager des SGF „Familienferien“ sowie dem Netzwerk agiert und der die Interessen des SGFs in der OTG vertritt.

Der Kooperationspartner schließt sich als Partner dem Netzwerk „Familienurlaub Oberschwaben-Allgäu“ an und unterstützt somit das Projektmanagement sowie die vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit einem jährlichen Beitrag für die vereinbarte Vertragslaufzeit.

Dieser Beitrag dient zur Refinanzierung:

- der anteiligen Personal- und Verwaltungskosten im Rahmen des Projektmanagements
- der vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (Marketingpläne).

Merchandising-Artikel:

Die gemeinsame Produktion von Merchandising-Produkten für das Themenfeld Familienferien ist optional mit Zusatzkosten möglich.

C 4.2 Oberschwaben-Memory

Was gibt es Schöneres, als nach einem gelungenen Urlaub daran zurückzudenken? Damit uns die Gäste nicht vergessen, verschenken wir Oberschwaben-Memorys, die wir in Kooperation mit dem Ravensburger Spieleland gestalten. Die Motive sind die familienfreundlichen Ausflugsziele.

Partnerbeitrag:

ab ca. 990 EUR zzgl. MwSt.
für 1.000 Stück

Anmeldefrist: n.n.

C 5 SEF REISEMOBIL- & CAMPINGREGION

C 5.1 Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu 2019-2021

Die Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu wurde im Tourismus-Masterplan 2016-2021 der Oberschwaben Tourismus GmbH (im Weiteren abgekürzt „OTG“ genannt) als neues strategisches Entwicklungsfeld definiert.

Die OTG sieht die kontinuierliche und strategische Weiterentwicklung des Themenmarketings „Reisemobil- & Campingurlaub in Oberschwaben-Allgäu“ und „Wiege des mobilen Reisens“ als imageprägendes Markenleitprodukt der Ferienregion mit weiterer Optimierung und Verbesserung der Qualität der reisemobilfreundlichen und touristischen Infrastruktur für Reisemobilurlauber in der Region und die Vermarktung im In- und Ausland (lokal, regional, überregional sowie international) als wichtige Kernaufgaben an.

Im Rahmen der Aufgleisung des neuen strategischen Entwicklungsfeldes (SEF) Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu wird Städten und Gemeinden sowie touristischen Leistungsträgern mit einem Stellplatzangebot und entsprechender Ver- und Entsorgungsstation für Reisemobile (Reisemobilhafen, Kurzreisestellplatz, Transitstellplatz) und/oder Campingplatz im Zuständigkeitsgebiet der OTG die Möglichkeit zur Kooperation eingeräumt. Erklärtes Ziel ist, dass sich alle Kooperationspartner und die OTG-Geschäftsstelle gemeinschaftlich für die touristische Weiterentwicklung und Inwertsetzung des Themenmarketings „Reisemobil- & Campingurlaub in Oberschwaben-Allgäu“ und „Region der Wiege des mobilen Reisens“ einsetzen und die dazu in Marketing- und Budgetplänen vereinbarten Maßnahmen unterstützen.

Leistungen der OTG

Die OTG tritt gegenüber den Kooperationspartnern und gegenüber Externen (Geschäftspartnern, Institutionen und Verbände) als Projektträgerin auf und unterhält den Geschäftsbetrieb mit allen dazugehörigen Aufgaben. Sie übernimmt im Rahmen des Projektmanagements die Aufgabe einer steuernden und operativen Hand zur strategische Weiterentwicklung der Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu als imageprägendes Markenleitprodukt und zur Verbesserung der Qualität des infrastrukturellen Angebots in der Region und deren Vermarktung im In- und Ausland gemäß Abstimmung mit den Kooperationspartnern.

Leistungen der OTG im Rahmen der Kooperationsvereinbarung Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu zur Beteiligung als reisemobilfreundlicher Ort/Ausflugsziel/ Leistungsträger/Campingplatz in Oberschwaben-Allgäu für die Jahre 2019 bis 2021:

- Leitung des Projektmanagements mit Organisation und Koordination aller im Projekt anfallenden Aufgaben
- Koordination, Planung, Umsetzung und Evaluierung aller Kommunikations- und Marketingmaßnahmen im Rahmen der Weiterentwicklung und Vermarktung der Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu in Abstimmung mit den Kooperationspartnern
- Jährliche Erstellung, Umsetzung und Evaluierung der Marketingpläne für das operative Marketing in Abstimmung mit den Kooperationspartnern
- Weiterentwicklung, Betrieb und Pflege des themenspezifischen Internetauftritts
- Kommunikationsmaßnahmen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Interessensvertretung gegenüber touristischen Verbänden, Einrichtungen und der Ministerien auf Bundes- und Landesebene
- Bereitstellung der erforderlichen Personalressourcen für die Aufgaben des Projektma-

nagements nach Maßgabe der der OTG zur Verfügung stehenden Personalmittel und Projektmittel, ggf. Vergabe an Dritte zur Erfüllung dieser Aufgaben. Beides ist nur möglich, wenn sich eine ausreichende Zahl an Kooperationspartnern dem Projekt anschließen und ein entsprechendes Gesamtbudget zur Verfügung gestellt werden kann.

Vorteile des Kooperationspartners

Im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und bei sämtlichen Kommunikationsmaßnahmen wird grundsätzlich die REISEMOBIL- & CAMPINGREGION OBERSCHWABEN-ALLGÄU in ihrer Gesamtheit und als Gesamtgebiet in den Mittelpunkt gestellt.

Je nach Themenschwerpunkt (bspw. Natur/Rad/Familie/Kultur/Gesundheit/Bier & Genuss) oder Reiseroute können auch einzelne Angebote in den Vordergrund gestellt werden. Dies hängt auch im Wesentlichen von den Anfragen der Medienpartner und Journalisten ab.

Mit Unterzeichnung dieser Kooperationsvereinbarung wird der Kooperationspartner als reise-mobilfreundlicher Ort, Ausflugsziel, Leistungsträger sichtbar gemacht und profitiert somit auch von allen die Routen oder die Region betreffenden Marketing- und Kooperationsmaßnahmen.

Weitere Vorteile im Einzelnen sind:

- Abbildung des Angebots des Kooperationspartners gemäß der Themen und des insgesamt zur Verfügung stehenden Mittel in der Themen- und Angebotsbroschüre zur Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu
- Kommunikationsmaßnahmen zur Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu über die Kanäle der OTG (Darstellung auf der Webseite, Social Media, Outdooractive, Newsletter etc.)
- Erlaubnis zur Nutzung der Wort- und Bildmarke Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu und „Region der Wiege des mobilen Reisens“ in abgestimmter Weise (Layoutvorgaben) im Rahmen der eigenen Kommunikation
- Möglichkeit zur Positionierung des örtlichen Angebots im Rahmen eines jährlich neu festzulegenden Themenjahres/Mottos/Schwerpunktthemas
- Abbildung des Angebots des Kooperationspartners gemäß der Themen und des insgesamt zur Verfügung stehenden Mittel in der Themen- und Angebotsbroschüre zur Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu
- Möglichkeit zur Teilnahme an speziellen Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu, insbesondere Teilnahme an FamTrip von Reiseveranstaltern, an Gruppen- und Einzelpressereisen und Bloggerreisen. Hinweis: Der Kooperationspartner verpflichtet sich, die Kosten vor Ort z. B. für die Durchführung von Programmpunkten, für Verpflegung und Übernachtung in angemessener Höhe zusätzlich zu übernehmen. Hierzu sind gesonderte Vereinbarungen zu treffen.
- Teilnahme an den jährlich stattfindenden Netzwerktreffen der Kooperationspartner
- Vorschlagsrecht und aktive Mitwirkung bei Erstellung des Mittelfristplanes für die Dauer der Vertragslaufzeit und der jährlich zu verabschiedenden Marketingpläne sowie die Entscheidung per Abstimmung über die Budgetverwendung.

Netzwerkarbeit der OTG

- Jeder Kooperationspartner ist Mitglied des Netzwerkes Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu.
- Das Netzwerk entscheidet über die Verwendung der eingebrachten Mittel in einem jährlichen stattfindenden Netzwerktreffen, ferner bei Bedarf über die Konkretisierung der Leistungen. Die Anzahl der Stimmen ist an die Höhe der finanziellen Beteiligung gekoppelt. Die Arbeitsweise des Netzwerkes kann in einer Geschäftsordnung geregelt werden.

- Das Netzwerk wählt befristet zum Ende der Projektlaufzeit einen Netzwerksprecher sowie einen Stellvertreter, der zwischen dem Themenmanager des SEF „Reisemobil- & Campingregion“ sowie dem Netzwerk agiert und der die Interessen des SEFs in der OTG vertritt.

Finanzierung

Der Kooperationspartner schließt sich als Partner der entsprechenden Kategorie dem Netzwerk an und unterstützt damit das Projektmanagement sowie die vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit einem jährlichen Beitrag für die Jahre 2019, 2020 und 2021.

Dieser Beitrag dient zur Refinanzierung

- der anteiligen Personal- und Verwaltungskosten im Rahmen des Projektmanagements
- und der vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (Marketingpläne).

Kategorie 1: Reisemobilfreundlicher Ort mit Stellplatzangebot/-en und entsprechender Ver- und Entsorgungsstation für Reisemobile (Reisemobilhafen, Kurzreisestellplatz, Transitstellplatz) und/oder Campingplatz mit Lage in einer Stadt/Gemeinde MIT Gesellschafterstatus bei der OTG, (3 Stimmen im Netzwerk, inkl. 2/1-seitiger Eintrag in der Themenbroschüre und Eintrag im Verzeichnis sowie Internetpräsentation)

Finanzierungsbeitrag: 1.110 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 2: Reisemobilfreundlicher Ort mit Stellplatzangebot/-en und entsprechender Ver- und Entsorgungsstation für Reisemobile (Reisemobilhafen, Kurzreisestellplatz, Transitstellplatz) und/oder Campingplatz mit Lage in einer Stadt/Gemeinde OHNE Gesellschafterstatus bei der OTG, (3 Stimmen im Netzwerk, inkl. 2/1-seitiger Eintrag in der Themenbroschüre und Eintrag im Verzeichnis sowie Internetpräsentation)

Finanzierungsbeitrag: 1.400 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 3: Reisemobilfreundliches Ausflugsziel, Gastronomie- oder Beherbergungsangebot mit bis zu 9 Stellplätzen mit Lage in einer Stadt/Gemeinde MIT Gesellschafterstatus bei der OTG (1 Stimme im Netzwerk, inkl. 1/1-seitiger Eintrag in der Themenbroschüre und Eintrag im Verzeichnis sowie Internetpräsentation)

Finanzierungsbeitrag: 300 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Kategorie 4: Reisemobilfreundliches Ausflugsziel, Gastronomie- oder Beherbergungsangebot mit bis zu 9 Stellplätzen mit Lage in einer Stadt/Gemeinde OHNE Gesellschafterstatus bei der OTG (1 Stimme im Netzwerk, inkl. 1/1-seitiger Eintrag in der Themenbroschüre und Eintrag im Verzeichnis sowie Internetpräsentation)

Finanzierungsbeitrag: 500 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

C 5.2 Sonderpakete Auslandsmarketing

Es können darüber hinaus zusätzliche Beteiligungskonzepte im Rahmen der internationalen Marktbeteiligung seitens der OTG-Geschäftsstelle in Kooperation mit unterschiedlichen Partnern (Tourismusorganisationen, PR- und Fachagenturen, etc.) für spezielle Märkte aufgesetzt und ausgeschrieben werden. Basis für eine Beteiligung ist immer der Abschluss einer Kooperationsvereinbarung zur Netzwerkbeteiligung.

D Anhang

Hinweise der OTG zum Datenschutz

Wichtige Hinweise der OTG zum Datenschutz im Rahmen der Realisierung des Kooperationsmarketings und der Beteiligungskonzepte

Im Rahmen der Verarbeitung, Speicherung und Übermittlung der Daten, die dem Zwecke der Bewerbung und Vermarktung der Reiseregion Oberschwaben-Allgäu und Erfüllung der in den Kooperationsverträgen und Netzwerkpartnerschaften vereinbarten Dienstleistungen dienen sowie der Rechte als Betroffene und insbesondere der Widerspruchsrechte, verweisen wir auf unserer Datenschutzerklärung unter

<https://www.oberschwaben-tourismus.de/datenschutzerklaerung.html>

Die Gesellschafter und Kooperationspartner der OTG willigen ein, dass die OTG die angegebenen personenbezogenen Daten der Ansprechpartner (auch aus vorausgehenden Vertragsbeziehungen, sowie die zusätzlich angegebenen personenbezogenen Daten) zur optimalen Betreuung, Kontaktpflege, Informationsvermittlung und der sonstigen vereinfachten Abwicklung der Geschäftsbeziehungen dauerhaft speichert und nutzen darf.

Der Gesellschafter und Kooperationspartner kann der Nutzung und Speicherung dieser personenbezogenen Daten der Ansprechpartner durch die OTG jederzeit für die Zukunft schriftlich an die OTG-Geschäftsstelle, Neues Kloster 1, D-88427 Bad Schussenried oder per E-Mail an info@oberschwaben-tourismus.de widersprechen oder die Berichtigung, Löschung und Sperrung verlangen. Darüber hinaus kann er jederzeit Auskunft über die von der OTG gespeicherten Daten verlangen.

Der Gesellschafter und Kooperationspartner willigt darüber hinaus ein, dass die von ihm gelieferten Daten (Text- und Bilddaten) seitens der OTG im Rahmen der Vermarktung erfasst, gespeichert und veröffentlicht und im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an Dritte weitergegeben werden dürfen. Weitere Einzelheiten werden im Rahmen der jeweiligen Datenakquise abgestimmt.

Der Gesellschafter und Kooperationspartner kann der Nutzung und Speicherung dieser Daten durch die OTG jederzeit für die Zukunft schriftlich an die OTG-Geschäftsstelle, Neues Kloster 1, D-88427 Bad Schussenried oder per E-Mail an info@oberschwaben-tourismus.de widersprechen oder die Berichtigung, Löschung und Sperrung verlangen. Darüber hinaus kann er jederzeit Auskunft über die von der OTG gespeicherten Daten verlangen.

Wichtige Hinweise zum Datenschutz für Anzeigenpartner

Im Rahmen der Verarbeitung, Speicherung und Übermittlung der Daten, die dem Zwecke der Erfüllung der Anzeigenpartnerschaft vereinbarten Dienstleistungen dienen sowie der Rechte als Betroffene und insbesondere der Widerspruchsrechte, verweisen wir auf unsere Datenschutzerklärung unter

<https://www.oberschwaben-tourismus.de/datenschutzerklaerung.html>

Der Anzeigenpartner willigt ausdrücklich ein, dass die OTG die angegebenen personenbezogenen Daten der Ansprechpartner (sowie die zusätzlich angegebenen personenbezogenen Daten) zur optimalen Betreuung, Kontaktpflege, Informationsvermittlung und der sonstigen vereinfachten Abwicklung der Geschäftsbeziehungen dauerhaft gespeichert und genutzt

werden dürfen. Der Anzeigenpartner kann der Nutzung und Speicherung dieser personenbezogenen Daten der Ansprechpartner durch die Oberschwaben Tourismus GmbH jederzeit für die Zukunft schriftlich an Oberschwaben Tourismus GmbH, Neues Kloster 1, D-88427 Bad Schussenried oder per E-Mail an info@oberschwaben-tourismus.de widersprechen oder die Berichtigung, Löschung und Sperrung verlangen. Darüber hinaus kann er jederzeit Auskunft über die von der OTG gespeicherten Daten verlangen.

Der Anzeigenpartner willigt darüber hinaus ein, dass die von ihm gelieferten Daten (Text- und Bilddaten) zur Beschreibung des Angebots im Rahmen dieser Anzeigenpartnerschaft seitens der OTG im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung erfasst, gespeichert und veröffentlicht und an Dritte weitergegeben werden dürfen. Weitere Einzelheiten werden im Rahmen der Datenakquise abgestimmt. Der Anzeigenpartner kann der Nutzung, Speicherung und Weitergabe dieser Daten an Dritte durch die OTG jederzeit für die Zukunft schriftlich an Oberschwaben Tourismus GmbH, Neues Kloster 1, D-88427 Bad Schussenried oder per E-Mail an info@oberschwaben-tourismus.de widersprechen oder die Berichtigung, Löschung und Sperrung verlangen. Darüber hinaus kann er jederzeit Auskunft über die von der OTG gespeicherten Daten verlangen.

E Ihre Ansprechpartner/-innen in der OTG-Geschäftsstelle

Daniela Leipelt, Geschäftsführerin der OTG

T +49 (0) 7583/92 638-23, F +49 (0) 7583/92 638-29
leipelt@oberschwaben-tourismus.de

Geschäftsführung mit Leitung Organisations- & Personalmanagement und kaufmännische Gesamtleitung der OTG-Geschäftsstelle, Gesellschafterangelegenheiten/strategische Partnerschaften & Beteiligungsmanagement, Leitung Innenmarketing und Presse- & Öffentlichkeitsarbeit, Leitung Destinations- & Tourismusmanagement, Leitung Strategisches Marketing & Geschäftsfeldentwicklung

Stefanie Negd, Marketing und Destinationsmanagement

T +49 (0) 7583 92638-22, F +49 (0) 7583 92638-29
negd@oberschwaben-tourismus.de

Leitung des Fachbereiches Digitales Marketing & Kommunikation, Internet & Social-Media-Marketing, Themenmanagement SGF „Kultur & Barock“ mit den Produktgruppen Burgen- und Schlösserregion Oberschwaben-Allgäu“, „Himmelreich des BAROCK/Oberschwäbische Barockstraße“ und Jakobusweg von Ulm nach Konstanz

Dagmar Haug, Marketing und Destinationsmanagement

T +49 (0) 7583 92638-25, F +49 (0) 7583 92638-29
haug@oberschwaben-tourismus.de

Ausbildungsleitung, Leitung der Fachbereiche Touristikmessen und Gästeinformation- & service, Themenmanagement SGF „Gesundheit & Wellness“ und Themenmanagement SGF „Familienferien“

Sarah Falk, Marketing und Destinationsmanagement

T +49 (0) 7583 92638-21, F +49 (0) 7583 92638-29
falk@oberschwaben-tourismus.de

Themenmanagement SGF „Natur & Rad“ mit den Produktgruppen „Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu“ und „Naturerlebnisregion Oberschwaben-Allgäu“, Themenmanagement SEF „Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu“

Bianca Kästle, Auszubildende „Kauffrau für Tourismus und Freizeit“

T +49 (0) 7583 92638-0, F +49 (0) 7583 92638-29
azubi@oberschwaben-tourismus.de

Impressum

Stand: September 2019

- Alle Preisangaben verstehen sich zzgl. 19% Mehrwertsteuer
- Alle Angaben erfolgtem nach bestem Wissen und Gewissen, jedoch ohne Gewähr und rechtliche Verbindlichkeit, hier gelten die einzelvertraglich abzuschließenden Bestimmungen

Oberschwaben Tourismus GmbH

Geschäftsführerin Daniela Leipelt

Neues Kloster 1

88427 Bad Schussenried

T +49 (0)7583 92638-0

F +49 (0)7583 92638-29

info@oberschwaben-tourismus.de

www.oberschwaben-tourismus.de