

Beteiligungs- und Kooperationsangebote der Oberschwaben Tourismus GmbH

Stand: Februar 2022

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	6	C Projekte, strategische Geschäftsfelder und strategische Entwicklungsfelder	14
A 1 Lobbyarbeit und Kooperationen	6	C 1 SGF NATUR & AKTIV	14
A 1.1 Lobbyarbeit	6	C 1.1 Radfernwegen in Oberschwaben-Allgäu	14
A 1.2 Kooperationen	6	C 2 SGF KULTUR & BAROCK	17
A 2 Innenmarketing	7	C 2.1 „Im Himmelreich des BAROCK“	17
A 2.1 Information und Beratung der Gesellschafter und Tourismuspartner	7	C 2.2 Burgen- & Schlösserregion Oberschwaben-Allgäu	19
A 2.2 Prospektbörsen	7	C 3 SGF GESUNDHEIT & WELLNESS	20
A 2.3 OTG-Tourismusforum	7	C 4 SGF FAMILIENFERIEN	21
A 2.4 Regionale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	7	C 5 SEF REISEMOBIL- & CAMPINGREGION	23
B Touristisches Basis-Marketing	7	D Hinweise der OTG zum Datenschutz	26
B 1 Gäste-Information & Beratung	8	E Ihre Ansprechpartner/-innen in der OTG-Geschäftsstelle	27
B 2 Datenmanagement	8		
B 3 Internet / Digitale Kommunikation / Online Marketing	8		
B 3.1 Website: www.oberschwaben-tourismus.de	8		
B 3.2 Präsentation Ortsseite unter www.oberschwaben-tourismus.de	8		
B 3.3 Veranstaltungskalender	9		
B 3.4 E-Newsletter	9		
B 3.5 Social Media	9		
B 3.6 Darstellung von touristischen Daten und Veranstaltungen auf www.tourismus-bw.de und bei weiteren Partnern der TMBW	9		
B 3.7 Plattform Outdooractive	10		
B 3.8 Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg	10		
B 3.9 Bloggerreisen & Influencermarketing	10		
B 4 Messeauftritte der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu	11		
B 5 Kommunikation, insbesondere Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	11		
B 5.1 Medien- und Presseinformationen	11		
B 5.2 Pressereisen	11		
B 5.3 Bildarchiv und Bilderservice	12		
B 6 Printmedien zur Imagewerbung Reiseregion Oberschwaben-Allgäu	12		
B 6.1 Das Oberschwaben Magazin	12		
B 6.2 Panorama- und Straßenkarte	13		
B 7 Markenführung – Logo für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu	13		

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

Stand: Februar 2022

Eine Information für Gesellschafter 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 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.

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 die Möglichkeit, aktiv mitzuarbeiten. Im Marketingausschuss und in den Netzwerkgruppen der strategischen Geschäftsfelder sind Leistungsträger und Tourismusverantwortliche der Kommunen, ebenso wie 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 Tourismusexperten und Akteuren 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 touristischer 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, Allgäu GmbH, Industrie- und Handelskammer Bodensee-Oberschwaben und Ulm, Deutsche Donau Tourismus e. V., Regionalverbände und weitere staatliche und nicht-staatliche 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 – ein neuer Tourismus-Masterplan wird im laufenden Jahr 2022 erarbeitet und voraussichtlich im Herbst 2022 verabschiedet.

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

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 weiteres Projekt ist eine gezielte Marktbearbeitung des nahen Auslandsmarkts Schweiz geplant.

Darüber hinaus übernehmen die im aktuellen Tourismus-Masterplan für die Ferienregion Oberschwaben-Allgäu definierten Geschäftsfelder Gesundheit & Wellness, Natur & Aktiv, Kultur & Barock, Familienferien und Reisemobil & Camping 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.

Die Strategischen Geschäftsfelder werden von einer/m Themenmanager/-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, die in Netzwerksitzungen gemeinsam über die geplanten Maßnahmen entscheiden.

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 2022. Wir stehen 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 2022.

Das Team der OTG-Geschäftsstelle

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 gewährleistet 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 die Schärfung des Bewusstseins für den Wirtschaftsfaktor 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-Produktmarkenbeiräte teil.

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 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, zum anderen 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.

Die OTG ist zudem Mitglied in den Vereinen „Deutsche Donau Tourismus e. V.“, „Regionalentwicklungsverein Donau-(T)-Raum-Oberschwaben e. V.“, „Regionalentwicklung Mittleres Oberschwaben e. V.“ und „Regionalentwicklung Württembergisches Allgäu e. V.“.

A 2 Innenmarketing

A 2.1 Information und Beratung der Gesellschafter und Tourismuspartner

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

Alle Gesellschafter 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.

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 erfolgt jeweils zum Ende des Vorjahres. 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-Tourismusforum

Die OTG veranstaltet 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.

Entfällt 2022 aufgrund der Corona-Pandemie. Beteiligungsmöglichkeiten für 2023 werden rechtzeitig bekannt gegeben.

B Touristisches Basis-Marketing

Unter dem Begriff und der Überschrift Touristisches Basis-Marketing werden alle Marketingmaßnahmen zusammengeführt, die nicht thematisch einem Strategischen Geschäftsfeld 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

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, per E-Mail unter info@oberschwaben-tourismus.de oder telefonisch 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. Bitte nehmen Sie bei Prospektanfragen in größeren Stückzahlen für die Auslage in den Tourist-Informationen, bei Ausflugspartnern und Gastgebern sehr gerne Kontakt mit der OTG-Geschäftsstelle auf.

B 2 Datenmanagement

Partnerbeitrag: Für Gesellschafter und Projektpartner kostenfrei.

Die OTG hat für ihre Gesellschafter und Tourismuspartner mit der Einführung der landesweiten touristischen Datenbank mein.toubiz die Möglichkeit einer Bereitstellung und Strukturierung ihrer touristischen Daten geschaffen.

Die toubiz-Plattform Baden-Württemberg ist eine Software Lösung zur Verwaltung von touristischen Informationen jeglicher Art. Anbieter der toubiz Plattform Baden-Württemberg ist die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW). Die technische Bereitstellung von mein.toubiz erfolgt durch die [land in sicht](http://land.in.sicht) AG.

Alle technischen und inhaltlichen Fragen zu mein.toubiz und der Eingabe und Pflege der Daten werden über die OTG verwaltet und in Absprache mit der TMBW und der [land in sicht](http://land.in.sicht) AG geklärt. Die Nutzungsbedingungen können bei der OTG angefordert werden.

B 3 Internet / Digitale Kommunikation / Online Marketing

B 3.1 Website: www.oberschwaben-tourismus.de

Der 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 Website. Die Seiteninhalte werden laufend aktualisiert, neue Informationen eingestellt, Bestehendes erweitert und der Seitenbaum optimiert.

Partnerbeitrag: Zugang zu Datenbank und Webseitendarstellung für Gesellschafter und Projektpartner sind kostenfrei.

B 3.2 Präsentation 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

den in der Datenbank mein.toubiz gepflegten Daten unter www.oberschwaben-tourismus.de darzustellen.

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, um einen personalisierten Zugang zur Datenbank mein.toubiz zu erhalten.

Unterstützen Sie uns bitte auch künftig, indem Sie die in der toubiz-Datenbank gepflegten Inhalte regelmäßig auf Aktualität und Richtigkeit überprüfen und anpassen.

B 3.3 Veranstaltungskalender

Der auf der Website der OTG präsentierte Veranstaltungskalender spielt alle Veranstaltungen aus, die in der Datenbank mein.toubiz eingegeben und gepflegt sind. Die Eingabe der Veranstaltungen ist über den personalisierten Zugang zur Datenbank möglich.

Partnerbeitrag: Für Gesellschafter und Projektpartner kostenfrei.

B 3.4 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. 2.000 Adressen von Endverbrauchern zusammen.

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

Hinweis: Der Partnernewsletter an Gesellschafter und Tourismuspartner wurde durch die Plattform „Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg“ abgelöst.

B 3.5 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 3.5.1 Facebookseite unter www.facebook.com/oberschwabenallgaeu

Mit über 5.000 „Gefällt-mir“-Angaben entwickelt sich die Facebookseite der Region Oberschwaben-Allgäu kontinuierlich weiter. Sie können über unsere Nutzungsvereinbarung die Redakteursrechte für den Facebook-Account „OberschwabenAllgäu“ erhalten und anschließend eigenständig Posts auf dem Facebook-Account veröffentlichen.

B 3.5.2 Instagram unter www.instagram.com/oberschwabenallgaeu

Seit 2016 pflegt die OTG zusätzlich zur Facebookseite auch einen eigenen Instagram-Account unter www.instagram.com/oberschwabenallgaeu. Hierfür 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.

B 3.6 Darstellung von touristischen Daten und Veranstaltungen auf www.tourismus-bw.de und bei weiteren Partnern der TMBW

Stand November 2021 lässt sich die TMBW auf Ihrer Website Orte, POIs, Touren und Restaurants, die von touristischem Interesse sind, ausspielen. Alle Veranstaltungen, die als Relevanz mit „überregional“ eingestuft sind werden ebenfalls auf der Website der TMBW www.tourismus-bw.de ausgespielt.

Darüber hinaus akquiriert die TMBW weitere Partner, die die Daten aus der toubiz-Datenbank auf ihren Websites oder Apps ausspielen. Dies sind unter anderem der ADAC und Outdooractive.

B 3.7 Plattform Outdooractive

Seit Januar 2017 bietet die OTG-Geschäftsstelle den Gesellschaftern an, einen eigenen Autorenzugang über das Outdooractive-CMS der OTG für die Plattform Outdooractive.com zu beantragen. 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. 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.
 - c. Über die Outdooractive GmbH können mithilfe der eingepflegten Daten eigene Karten-graphiken 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.
 - d. Es besteht außerdem die Möglichkeit, ein eigenes Outdooractive-CMS (Ausspielung 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.

Der Zugang bleibt noch bis Ende 2022 bestehen und wird dann durch die kostenfreie Variante „Freemium“ abgelöst. Wenn Sie an einer Nutzung des OTG-Accounts Interesse haben, kommen Sie gerne auf uns zu.

B 3.8 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 3.9 Bloggerreisen & Influencermarketing

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

B 4 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 Fachmessen, Workshops und Veranstaltungen präsent.

Unter dem Punkt B 4 werden ausschließlich Messeauftritte der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu aufgeführt, die dem Basis-Marketing zuzuordnen sind. Messeauftritte, die einem Geschäftsfeld zugeordnet werden, sind beim jeweiligen Themenschwerpunkt 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. Die Anschließerpakete werden frühzeitig ausgeschrieben.

CMT, Stuttgart [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.

Entfällt 2022 aufgrund der Corona-Pandemie. Beteiligungsmöglichkeiten für 2023 werden rechtzeitig bekannt gegeben.

B 5 Kommunikation, insbesondere 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 5.1 Medien- und Presseinformationen

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 Jahresthemen der OTG.

B 5.2 Pressereisen

In Kooperation mit u.a. der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg 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 Fernsehteams oder Buchautoren in der Region Oberschwaben-Allgäu.

Im Rahmen der Planung und Durchführung von Pressereisen ist die OTG auf die Kooperation mit Kommunen und Leistungsträgern 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 5.3 Bildarchiv und Bilderservice

Für eine effektive Pressearbeit ist gutes und professionell 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 fortschreitende Projekt „Digitalisierung“ in Abstimmung mit der TMBW einen Leitfaden mit Empfehlungen zu den zu beachtenden lizenzrechtlichen Rahmenbedingungen und technischen Anforderungen an Bilddaten und deren Verwertung konzipieren und den Gesellschaftern und Partnern zur Verfügung stellen.

B 6 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.

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

B 6.1 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. 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 aufwendigen Produktion für viele Leser ein beliebtes Reise- und Informationsmedium. Leserzielgruppen sind

Feringäste 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.

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, 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.

B 6.2 Panorama- und Straßenkarte

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. In der Straßenkarte sind auch die beiden Radfernwege sowie die Oberschwäbische Barockstraße eingezeichnet.

Die Straßen- und Panoramakarte wird darüber hinaus mit einer Auflage von 8.000 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 7 Markenführung – Logo für die Reiseregion Oberschwaben-Allgäu

Die OTG ist Inhaberin der Wort-Bild-Marke „oberschwaben allgäu - FERIENLAND ZWISCHEN DONAU UND BODENSEE“. Die 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. Die für 2016-2021 festgelegten Ziele werden auch in 2022 weiterverfolgt – ein neuer Tourismus-Masterplan wird im laufenden Jahr 2022 erarbeitet und voraussichtlich im Herbst 2022 verabschiedet. **Alle ausgeschriebenen Beteiligungsmöglichkeiten behalten für 2022 ihre Gültigkeit. Es sollen dann im Herbst 2022 wieder mehrjährige Kooperationsmöglichkeiten ausgeschrieben werden.** 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.

C 1 SGF NATUR & AKTIV

C 1.1 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 werden im Jahr 2022 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 positionieren 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 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:

- 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 Personal- und Projektmittel und kann zur Erfüllung dieser Aufgaben auch Aufträge an Dritte vergeben.

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: 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.

Finanzierung

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.

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).

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

Partnerbeitrag:

150 EUR zzgl. MwSt.

Anzeigenpartnerschaft für radfreundliche Gastgeber entlang der Radfernwege

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

- Eintrag im Gastgeberverzeichnis in der Broschüre „Radwege in Oberschwaben-Allgäu“ mit Bild.
- Präsentation des Gastgebers auf www.oberschwaben-tourismus.de.
- Kooperationsmöglichkeiten im Rahmen von Pressereisen: Hier sind bei Interesse Einzelvereinbarungen zu treffen.

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 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 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 sich ebenfalls 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 strategischen 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“:

- 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 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 genannten Aufgaben des Projektmanagements nach Maßgabe der der OTG zur Verfügung stehenden Personalmittel und Projektmittel, ggf. Vergabe an Dritte zur Erfüllung dieser Aufgaben

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 der zur Verfügung stehenden Mittel im offiziellen Routenführer zur OBS
- Kommunikationsmaßnahmen zur OBS bzw. zum Himmelreich des BAROCK über die Kanäle der OTG (Darstellung auf Webseite, Social Media, Outdooractive, Newsletter etc.)
- Mitgliedschaft der OBS im internationalen Interreg-Projekt „Kirchen, Klöster, Weltkultur – 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 Gruppen- und Einzelpressereisen und Bloggerreisen. Hinweis: 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.

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!“
- der vereinbarten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen.

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 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“
- PR-Arbeit und Vertrieb

Partnerbeitrag mit

Gesellschafterstatus:

950 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

Partnerbeitrag für

Nicht-Gesellschafter:

1.150 EUR zzgl. MwSt. pro Jahr

- 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 Interessen der Schlösser in Oberschwaben-Allgäu
- Jährlich findet mindestens ein Netzwerktreffen statt

C 3 SGF GESUNDHEIT & WELLNESS

Partnerbeitrag
(Leistungsträger und Orte mit
Gesellschafterstatus):
 1.750 EUR zzgl. MwSt.

Partnerbeitrag
(Leistungsträger und Orte ohne
Gesellschafterstatus):
 2.000 EUR zzgl. MwSt.

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“ 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 wellness-touristische 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.

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: 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.
- 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

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“ 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.

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

**Partnerbeitrag
(Premiumpartner):**
1.500 EUR zzgl. MwSt.

**Partnerbeitrag
(Ausflugsziele/Orte/ Hotels):**
400 EUR zzgl. MwSt.

Partnerbeitrag (Ferienhöfe):
300 EUR zzgl. MwSt.

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.

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: 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 Ober-

schwaben-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).

Oberschwaben-Memory

Was gibt es Schöneres, als nach einem gelungenen Urlaub daran zurückzudenken? Damit uns die Gäste nicht vergessen, verschenken wir Oberschwaben-Memories, 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

C 5 SEF REISEMOBIL- & CAMPINGREGION

Die Reisemobil- & Campingregion Oberschwaben-Allgäu wurde im Tourismus-Masterplan 2016-2021 der OTG 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 strategischen 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 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 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 Projektmanagements nach Maßgabe der der OTG zur Verfügung stehenden Personalmittel und Projektmittel, ggf. Vergabe an Dritte zur Erfüllung dieser Aufgaben.

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 reisemobilfreundlicher 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 Themenbroschüre
- Kommunikationsmaßnahmen zur Reisemobil- & Campingregion 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 Teilnahme an speziellen Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit insbesondere Teilnahme an Gruppen- und Einzelpressereisen und Bloggerreisen. Hinweis: 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 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.

- 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.

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

D Anhang

Hinweise der OTG zum Datenschutz

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.

E Ihre Ansprechpartner/-innen in der OTG-Geschäftsstelle

Petra Misch, Geschäftsführerin

T +49 (0) 7583 92638-23 | misch@oberschwaben-tourismus.de

Gesellschaftsangelegenheiten, Organisations- und Personalmanagement, strategisches Marketing, Leitung Innenmarketing, überregionale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Sarah Falk, Stellvertretende Geschäftsführerin, Marketing und Destinationsmanagement

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

Themenmanagement SGF „Natur & Aktiv“ mit der Produktgruppe „Radfernwege in Oberschwaben-Allgäu“, Themenmanagement SEF „Reisemobil- und Campingregion Oberschwaben-Allgäu“

Celine Cramer, Marketing und Destinationsmanagement

T +49 (0) 7583 92638-22 | cramer@oberschwaben-tourismus.de

Themenmanagement SGF „Kultur & Barock“ mit den Produktgruppen „Oberschwäbische Barockstraße“ & „Burgen- & Schlösserregion“, SGF „Familienferien“ und SGF „Gesundheit & Wellness“

Isabel Madlener, Marketing und Destinationsmanagement

T +49 (0) 7583 92638-25 | madlener@oberschwaben-tourismus.de

Projektmanagement „Digitale Kommunikation“, Projektleitung „Touristisches Datenmanagement“ und „Online Marketing“

Stefanie Negd, Marketing und Destinationsmanagement

T +49 (0) 7583 92638-24 | negd@oberschwaben-tourismus.de

Projektmanagement „Digitale Kommunikation“, Projektleitung „Social Media Marketing“

Christian Josenhans, Marketing- und Projektassistenz

T +49 (0) 7583 92638-0 | josenhans@oberschwaben-tourismus.de

Projektmanagement „Messen & Veranstaltungen“ und „Gästeservice & Kommunikation“

Impressum

Stand: Februar 2022

- 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

Geschäftsführung Petra Misch, Sarah Falk

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