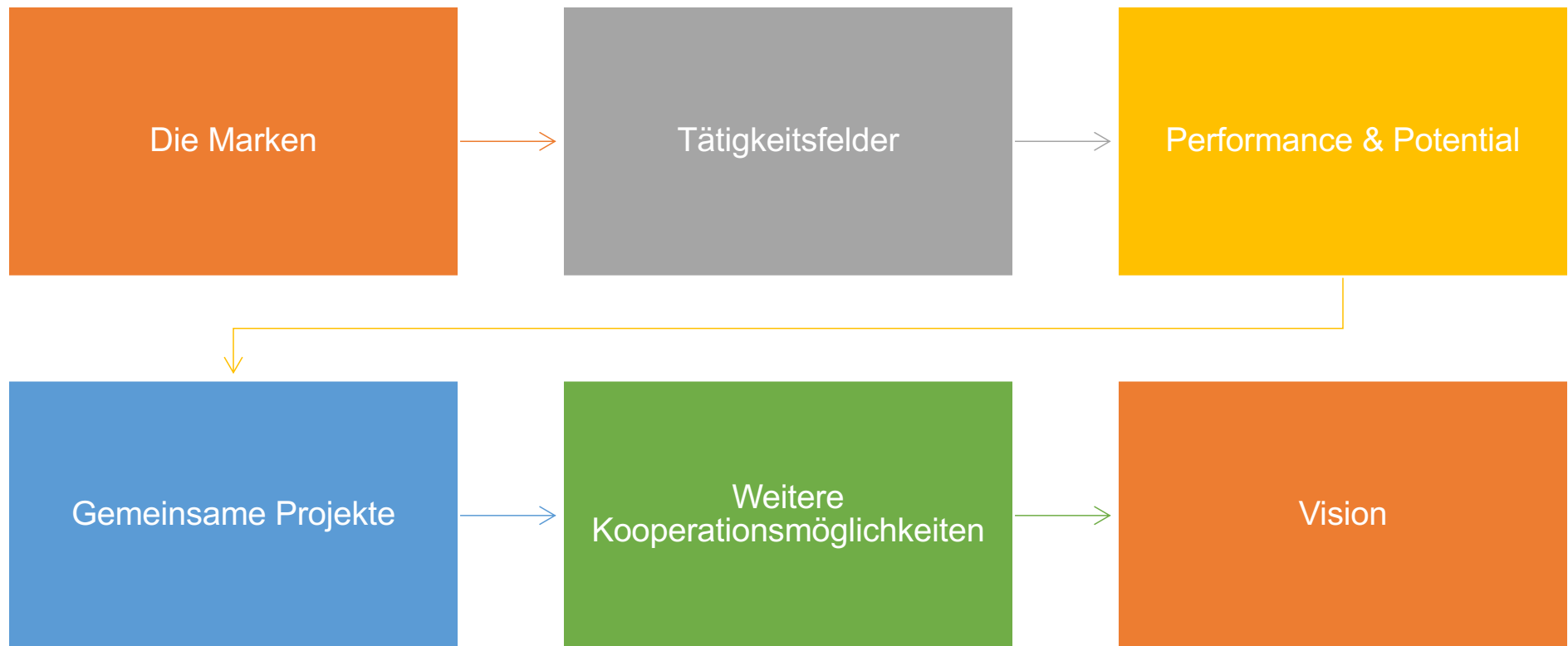
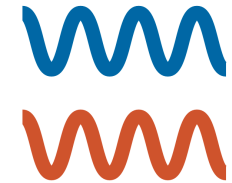


A scenic view from a cable car looking down at a town and a lake under a blue sky. The cable car is in the foreground, suspended by cables. Below it, a dense forest of evergreen trees covers a hillside. In the distance, a town with many houses and buildings is visible, followed by a large body of water (Lake Constance) and more distant hills under a clear blue sky with some light clouds.

Citymanagement & Tourismus

Kooperation
Lindau, Carsten Holz &
Bregenz, Robert S. Salant

Agenda



Lebenswert

<<<<

VERSPRECHEN

>>>>

Lebenskunst

BREGENZ



Berg & See

Stadt der kurzen Wege

Kunst & Kultur

WERTE

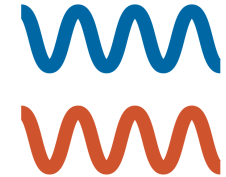
natürlich
beseelt
gesund
entspannend
schön
bewegt

vernetzt & vernetzend
urban & trotzdem klein
verbindlich
familiär
engagiert
gastgebend
miteinander
divers & vielfältig
nachhaltig & wertschaffend
anspruchsvoll

spannend
stilvoll
innovativ
staunend
inspirierend
genussvoll

ERMÖGLICHER-/INNEN

Eine funktionierende Stadt mit Infrastrukturen, Daseinsvorsorge, Sicherheit, Gleichbehandlung und Transparenz als Grundlage.



Die Marke



Die Marke

MANAGEMENT-DASHBOARD TÄTIGKEITSFELDER

TOURISMUS

- 385.995 NÄCHTIGUNGEN
- 218.437 ANKÜNFTEN
- BESUCHERZUFRIEDENHEIT: 1,32



- ONLINE | TRAFFIC: 1,2 MIO. SEITENAUFARUFEN AUF BREGENZ.TRAVEL, 8,7 MIO IMPRESSIONEN AUF FACEBOOK
- OFFLINE | REICHWEITE: CA. 13,2 MIO., WERBEWERT: 279.405 €



MARKETING

WIRTSCHAFTSSERVICE

- ZWEI UNTERNEHMEREVENTS (UNTERNEHMERFRÜHSTÜCK, UNTERNEHMERLOUNGE)
- BESUCHER: 290 PERSONEN
- ZUFRIEDENHEIT: 1,5 (GUT)



INFO- & GÄSTEBETREUUNG

- CA. 79.000 BESUCHER
- ABZÜGLICH MITARBEITER BTSMG
- CA. 32.000 ANRUFEN (QUELLE: TELEFONANLAGE)
- WEITEREMPFEHLUNGSRATE: 63% POSITIV



WIGEM

- 221 WIGEM-MITGLIEDER
- FÜNF MITGLIEDEREVENTS



VERANSTALTUNGEN & MÄRKTE

- 11 EIGENE VERANSTALTUNGEN, 10 MÄRKTE
- CA. 250.000 BESUCHER GESAMT



Gesellschafter bei Bregenz
Tourismus & Stadtmarketing GmbH

Tätigkeitsfelder

LINDAU IM BODENSEE

Tourismusmarketing & Tourist-Information



INSELHALLE LINDAU

MICE: Kongress- und Veranstaltungsservice



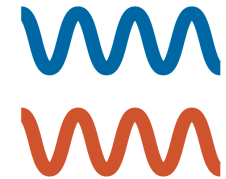
BODENSEE TRIPS & TOURS

Incoming-Agentur mit Reiseveranstalter-Status



PARK-CAMPING LINDAU

Campingplatz im Eigenbetrieb

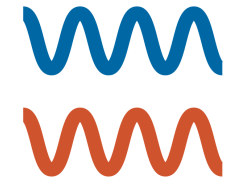


Performance & Potential

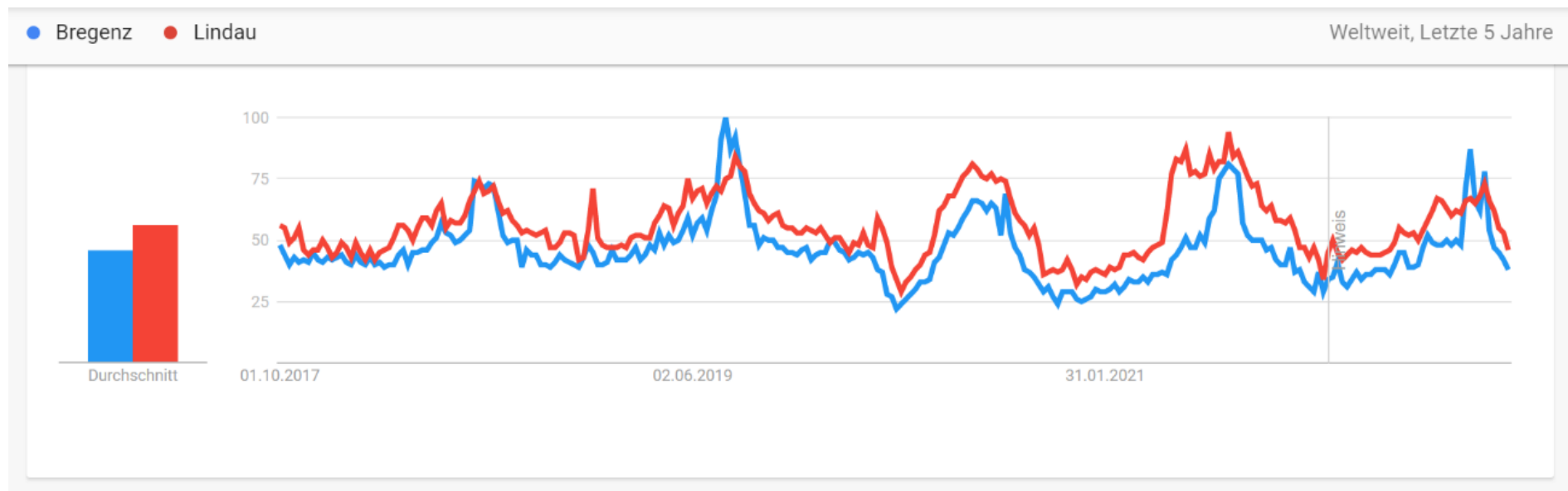


Leistungsbereiche	Lindau	Bregenz	Summe
Nächtigungen (2019)	933.940	405.000 (ohne Privatz.)	1,33 Mio.
Ankünfte (2019)	336.580	216.022	552.602
Beherbergungsbetriebe	364	59	423
Betten (ohne Camping)	4.768	2.055	6.823
Besucher in den Kongresszentren	96.000	250.000	346.000

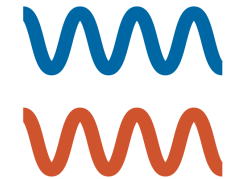
Zwei Städte im Takt



Google-Suchanfragen weltweit in den letzten 5 Jahren



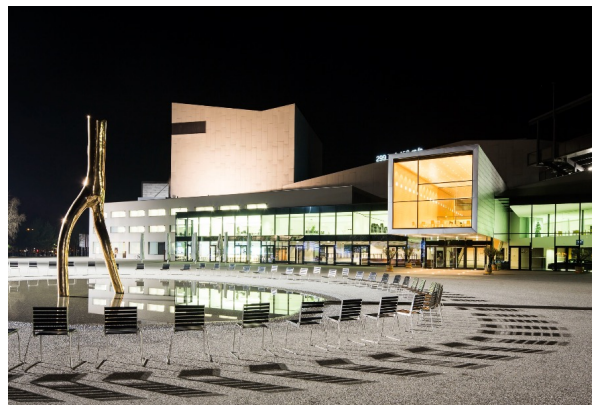
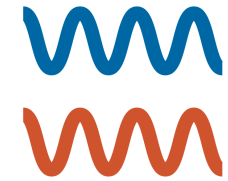
Wo wir bereits kooperieren



- Gästemagazine
- 3 Ländermarathon
- Weihnachtsschiff



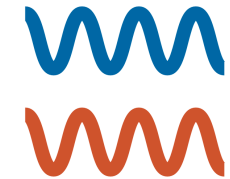
„Grenzenloses Eventdesign“



Größte Herausforderung im Tourismus, Einzelhandel und Gastronomie

Schwaches 1. Quartal





Weitere mögliche Kooperationsprojekte

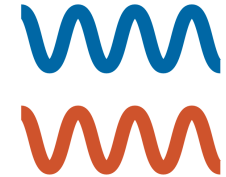
TOURISMUS

Gemeinsame Inhalte auf einer Plattform für Lindau und Bregenz >
Stories wie „Der perfekte Tag an der *Costa Libre*“ sowie die
wichtigsten POIs beider Städte als attraktives Angebot

EVENT

- Ein gemeinsam konzipierter Event, der in einem ausgewählten Zeitraum (bspw. mehrtägig) in beiden Städten stattfindet
- Wie kann eine gemeinsame Plattform aussehen, die für Bürger und Touristen aus Lindau und Bregenz relevant ist? Benötigte Schnittstellen (API LIBRE)?

Weitere Kooperationsmöglichkeiten



MOBILITÄT

- Welches Angebot kann geschaffen werden um Bürger:innen und Gästen die Möglichkeit zu geben zwischen Bregenz und Lindau zu pendeln (Zug)?
- Kann für Touristen die "Echt Bodensee Karte" erweitert werden?

Business 2 Business (B2B)

- Wie kann ein gemeinsames B2B Event aussehen? Alle Wirtschaftstreibenden werden eingeladen 1x jährlich mit fachlichem Input sowie zum Networking zwischen Li > Bre (Stärkung der Zusammenarbeit)



Vision (Entwurf)

- Der Lebensraum zwischen den beiden Bodensee-Städten Lindau und Bregenz ist in der digitalen und realen Welt grenzenlos miteinander verbunden. Die Angebote werden aufeinander abgestimmt und bieten den Menschen ganzjährig ein vielfältiges und einmaliges Erlebnis.
- Es entsteht eine neue Qualität des Austausches an der östlichen Küste des Bodensees. Die großen und kleinen Herausforderungen werden ganzheitlicher, grenzüberschreitend gedacht.
- Ein zentraler Aspekt dieser Kooperation ist die Freiheit der Menschen mit Achtung der Gemeinschaft und des Lebensraumes.

Nächste Schritte

(Vorschlag)

- Gemeinsame Bearbeitung einer Vision & Strategie
- Handlungsfelder, kurz- & mittelfristige Maßnahmen nach Prio definieren
- Aufwand- und Ressourcenschätzung
- Organisation (Struktur, Rahmen, Personal)
- **go mission li bre**

li  bre