

Wir fördern Europa.

Schlussbericht

für das Projekt Nr.

„BodenseeMeeting – Meeting der Zukunft“

im Rahmen des Interreg IV-Programms Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein



mise lab:

kongress und tagung:
prototypen, zukunftsbilder

I. Allgemeine Angaben

Füllen Sie hier bitte jeweils die Formularfelder aus. Wechseln Sie anschließend in die Seitenansicht, damit die eingegebenen Daten in die Kopfleiste übernommen werden.

Projektnummer und -titel

Projekt Nr.
BodenseeMeeting – Meeting der Zukunft

Projektkoordinator

Harald Firsching
Lindau Tourismus und Kongress GmbH
Alfred-Nobel-Platz 1
D-88131 Lindau im Bodensee

Projektpartner (kurze Liste mit Bezeichnung und Herkunftsland der beteiligten Partner)

Festspiel- und Kongresshaus Bregenz, A-6900 Bregenz
Säntis-Schwebebahn AG, CH-9107 Schwägalp
St. Gallen-Bodensee Tourismus, CH-9001 St. Gallen
Graf-Zeppelin-Haus, D-88005 Friedrichshafen
Tourist-Information Konstanz GmbH, D-78462 Konstanz
Meersburg Tourismus, D-88709 Meersburg
Milchwerk Radolfzell, D-78315 Radolfzell
Kultur & Tourismus Singen, D-78224 Singen
Kur und Touristik Überlingen GmbH, D-88662 Überlingen
SAL – Saal am Lindaplatz, FL-9494 Schaan

Projektlaufzeit (TT.MM.YYYY - TT.MM.YYYY)

01.06.2012 – 31.03.2014

Anlagenverzeichnis (für zusätzlich beigelegte Dokumente)

II. Inhaltlicher Schlussbericht

II.1 Projektbeschreibung

Einzigartig im europäischen Raum, sind im Netzwerk des BodenseeMeetings (BM) 11 Tagungseinrichtungen- und Organisationen aus vier Ländern eingebunden. Die einzelnen Tagungsregionen und Lokalitäten in Deutschland, Österreich, Schweiz und Liechtenstein haben es zum Ziel, für internationale Eventplaner besser sichtbar zu sein und mit dem „Brand BodenseeMeeting“, nächstwirkungswirksame Veranstaltungen im Bereich Meetings, Events, Kongresse und Incentives (MICE) in die Region zu holen. Dem Kunden wird es somit ermöglicht, in kurzer Zeit einen Überblick über die Angebote der Bodenseeregion zu erhalten. Mit dem gemeinsamen Auftritt sollen aber auch Synergien im Bereich der Vermarktung genutzt werden. Die Kosten einzelner Marketingaktivitäten können so auf verschiedene Partner aufgeteilt werden. Des Weiteren werden wichtige Marktinformationen ausgetauscht und das Netzwerk zu potentiellen Kunden erweitert. BM setzt im Raum Bodensee mit Vertretern aus vier Ländern ein Beispiel für ein gut funktionierendes Netzwerk und tritt gegen aussen geschlossen auf. BM stellt sich den Veränderungen im Markt und will die Kunden mit neuen innovativen Marketingaktionen ansprechen. Dabei wird sowohl auf die regionalen Eigenheiten geachtet als auch gezielt auf die Kundenbedürfnisse eingegangen. BM steht nun vor der Herausforderung, sich von der internationalen Konkurrenz abzuheben und gleichzeitig einen Return on Investment für die Region zu erwirtschaften. Zwischen den Jahren 2005 bis 2015 wurden in der Region rund 200 Millionen Euro in neue Veranstaltungsinfrastruktur investiert. Dies zeigt klar auf, wie wichtig dieser Wirtschaftszweig ist. In Zusammenhang mit der Neupositionierung der Organisation IBT, kommt dem Bereich MICE (Meeting, Incentive, Congress, Events) eine starke Bedeutung zu und wird fortan als eines der fünf Strategischen Geschäftsfelder geführt. Durch das Projekt BodenseeMeeting - Meeting der Zukunft möchten wir dieser wichtigen Rolle Rechnung tragen und uns mit diesem Projekt klar positionieren. Dabei sollen bewusst unsere Stärken als innovativer und qualitativ hochstehender Standort herausgestrichen werden.

BM hat sich 2 Ziele gesetzt:

- 1) durch die Denk- und Lernwerkstatt „micelab“ den Beschäftigten in der MICE – Branche der Vierländerregion eine Möglichkeit zu bieten, sich regelmäßig durch die Ergebnisse aus dem Labor weiter zu bilden*
- 2) durch die interaktive Art, aus der Branche und für die Branche Neu- und dadurch Mehrwert zu generieren mit der Ausrichtung, am intensiv umkämpften MICE – Markt zukünftig mehr Aufmerksamkeit für die Vierländerregion zu generieren.*

Nachdem wir uns vergewissert haben, dass es im gesamten europäischen Raum keine solche länderübergreifende Denkwerksatt gibt, haben wir uns zu deren Umsetzung entschieden. Im „micelab“ wurden 7 ExpertInnen gebeten, während 2,5 Tagen ihr know how ein zu bringen, um verwertbare Thesen über den „Kongress der Zukunft“ aufstellen zu können. Durch die bewusste Heterogenität der ExpertInnen konnte ein sehr umfänglich und vielschichtiges Bild gezeichnet werden. Die erarbeiteten Ergebnisse wurden im Anschluss den geladenen Gästen aus der Vierländerregion dargelegt und in interaktiven workshop mit diesen noch vertieft. Anschließend wurden die Thesen auf der Internetplattform www.bodenseemeeting.com im Sinne von „open source“ frei allen Interessenten zur Verfügung gestellt.

II.2 Gegenüberstellung geplanter und tatsächlich durchgeführter Aktivitäten

Ursprünglich geplant war die Entwicklung eines „begehbaren Tagungsraum der Zukunft“. Nach vielen Gesprächen mit Expertinnen in den Bereichen Bau, Marketing und Vertrieb stellten wir fest, dass die Errichtung eines solchen Raume sehr viel negative Aspekte mit sich bringen würde. Alleine die Mobilität eines solchen „Raums“ wäre sehr eingeschränkt gewesen und somit für eine Road show ungeeignet. Ganz abgesehen von

klimatischen Hürden, die eine angenehme Atmosphäre voraussichtlich verunmöglicht hätten und somit den output des Projekts stark gefährdet hätten.

Stattdessen haben sich die Projektpartner darauf geeinigt, etwas für die Weiterbildung der Beschäftigten in der Vierländerregion zu unternehmen und durch die Schaffung von neuen Erkenntnissen einen Mehrwert für die gesamte Branche zu generieren. IM gesamten Projekt sind wir auf keine Schwierigkeiten gestoßen, was uns die Umsetzung sehr erleichtert hat. Dafür verantwortlich war auch das von Beginn an zu verzeichnende große Interesse der gesamten MICE – Branche an unserem Projekt.

II.3 Finanzielle Projektumsetzung

Die Finanzplanung gem. Anlage 1. des Fördervertrags wurde ohne nennenswerte Abweichungen eingehalten.

II.4 Darstellung der Ergebnisse

Die Ergebnisse aus dem micelab sorgten im deutschsprachigen Europa für Aufsehen. Die Branchenverbände Deutschlands sowie Österreichs haben uns eingeladen, die Ergebnisse auf deren Kongressen zu präsentieren (erfolgt im Juni 2014), die internationale Bodenseetourismus GmbH hat uns in das Tourismusforum 2013 eingebunden, ebenso wie das Vorarlberger Conventionforum, wo wir die Erkenntnisse ebenfalls präsentieren konnten. Die Feedbacks auf die Ergebnisse sind äußerst gut, deshalb auch die internationalen Einladungen zu den Präsentationen.

II.5 Erfahrungen mit der grenzüberschreitenden Kooperationsstruktur

Unsere Erfahrungen in der Kooperation waren ohne Ausnahme sehr gut. Nicht nur, dass wir uns noch besser kennen lernten und dies für die weitere Zusammenarbeit von großer Bedeutung ist, sondern auch der Umstand, dass alle an einem Strang ziehen, um für die Vierländerregion positive Effekte zu erzielen. Der Erfolg des Projekts brachte auch mit sich, dass wir das micelab ohne weitere öffentliche Förderung auch 2014 umsetzen werden und, dass wir bereits eine neue Innovation erarbeitet haben, für welche wir wiederum um eine internationale, öffentliche Förderung ansuchen wollen.

II.6 Geplante Folgeaktivitäten sowie weitere Schritte zur Nutzung und Verbreitung der Ergebnisse

Wie bereits in anderen Rubriken angeführt, wird das Projekt auf eigenen finanziellen Beinen im Jahre 2014 umgesetzt, gefolgt von einer Weiterentwicklung im Jahre 2015. Alle unsere Ergebnisse sind jederzeit unter www.bodenseemeeting.com einseh- und auch nutzbar.

II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit (siehe auch Anlage 1 zum Schlussbericht)

Wir konnten mit dem Projekt über 36 regionale, nationale und internationale Berichterstattungen erzielen. Die Chefredaktoren der zwei anerkanntesten Branchenmagazine im deutschsprachigen Europa waren bei der Ergebnispräsentation persönlich anwesend. Weiters werden nach dem heurigen micelab die gesammelten Thesen für den „Kongress der Zukunft“ in gebundener Form in einer Auflage von 2.000 Stück an bestehende, aber auch potentielle Kunden und Partner aus der MICE – Branche versendet. Die mediale Aufmerksamkeit auf das Projekt ist nach wie vor ungebrochen.

II.8 Projektbewertung

Das micelab ist derzeit die wichtigste Erkenntnis – Schmelde der MICE - Branche im deutschsprachigen Europa. Insofern war die Unterstützung des Projekts mit öffentlichen Mitteln immens wichtig, da wir sonst nicht in der Lage gewesen wären, dieses Projekt zu verwirklichen. Die Nutzung der Ergebnisse vor allem auch zur Weiterbildung unserer Mitarbeiter in der Vierländerregion stellt für uns den wichtigsten Vorteil des Projektes dar. Die Fördermittel haben unserer Meinung nach für die Region und in der Region bestmögliche Wirkung erzeugt.

Hiermit bestätige ich die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Bericht gemachten Angaben.

Ort, Datum

Lindau, 24.04.2014

Unterschrift

[Handwritten Signature]
Lindau
Tourismus und Kongress GmbH
Alfred-Nobel-Platz 1, 88151 Lindau



Vier Länder. Ein Eventpartner.

