

Wir fördern Europa.

Abschlussbericht

für das Projekt Nr. 207

„Internationaler Wirtschaftsraum Bodensee“

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





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. 207
Internationaler Wirtschaftsraum Bodensee

Projektkoordinator

Thorsten Leupold, Geschäftsführer
Dörte Gensow Projektleiterin IWB
Bodensee Standort Marketing GmbH
Max-Stromeier-Straße 116, 78467 Konstanz

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

1. Bodensee Standort Marketing GmbH, Konstanz
2. Amt der Vorarlberger Landesregierung, Bregenz
3. Amt für Volkswirtschaft Fürstentum Liechtenstein, Vaduz
4. Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Thurgau, Frauenfeld
5. Landkreis Bodenseekreis, Friedrichshafen
6. Landkreis Konstanz, Konstanz
7. Landkreis Lindau, Lindau (Bodensee)
8. Landkreis Ravensburg, Ravensburg
9. Landkreis Sigmaringen, Sigmaringen
10. Regionalverband Bodensee-Oberschwaben, Ravensburg
11. Stadt Friedrichshafen
12. Stadt Konstanz, Konstanz
13. Stadt Ravensburg, Ravensburg
14. Wirtschaftsförderung Bodenseekreis GmbH, Friedrichshafen
15. Wirtschaftsförderungs- und Standortmarketinggesellschaft Landkreis Sigmaringen mbH, Sigmaringen

Betroffener Abrechnungszeitraum (TT.MM.YYYY - TT.MM.YYYY)

01.01.2014 – 31.12.2014

II. Inhaltlicher Zwischenbericht

Sie können Ihren Bericht direkt im entsprechend markierten Bereich auf den folgenden Seiten verfassen. Dieser Abschnitt ist zur Bearbeitung freigegeben. Bitte achten Sie darauf, den Text auf etwa 3 Seiten zu beschränken. Zur Veranschaulichung können dem Bericht Fotos, Grafiken oder ähnliches beigelegt werden.

II.1 Projektbeschreibung

Stellen Sie einleitend zunächst kurz das Projekt vor und beschreiben Sie die Ziele und Inhalte.

Als internationaler Wirtschaftsraum verfügt die Bodenseeregion über eine leistungsfähige KMU-Landschaft sowie über herausragende international agierende Unternehmen. In der Kombination all dieser Kräfte hat sich die Bodenseeregion nachweislich zu einem leistungsstarken sowie innovativen Hotspot Europas entwickelt. Diese positive Entwicklung verlangt eine aktive und gestaltende Koordination, die in dem Projekt IWB umgesetzt wird. Ziel des Projekts ist die Positionierung und Vermarktung des Bodenseeraums als Wirtschaftsstandort.

Am 09.12.2009 haben sich 14 Projektpartner um den gesamten Bodensee aus allen 4 Anrainerstaaten (D, A, CH und FL) darauf geeinigt das Projekt IWB ab dem 01.01.2010 gemeinsam zu starten. Durch den Wiedereinstieg der Stadt Friedrichshafen zum 01.01.2012 sind insgesamt 15 Projektpartner beteiligt. Inhalt des Projektes ist es, eine gemeinsame Marketing- und Kommunikationsoffensive für den Wirtschaftsstandort Bodensee zu konzipieren. Zudem werden umfassende Aktivitäten für das grenzüberschreitende Standortmarketing aufgesetzt.

Im Jahr 2014 wurde intensiv daran gearbeitet, das Konzept Regionenmarke Vierländerregion Bodensee weiter bekannt zu machen und zu vertiefen. Der Hauptfokus lag im Jahr 2014 auf der Präsentation des neuen Internetportals für die Region, der Durchführung / die Teilnahme an grenzüberschreitenden Events, der Gewinnung möglichst vieler Lizenznehmer sowie Internationaler Partner. Weiterhin wurden die Inhalte des Portals weiterentwickelt und die Bekanntmachung der Marke unter der Bevölkerung der Vierländerregion Bodensee bei der Aktion „4 in einem Boot“ und der Durchführung eines großen Aufkleber-Gewinnspiels weiter voran getrieben. Hierzu wurde eine Umfrage mit über 600 Personen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein durchgeführt. So wurden umfangreiche Imagebildend Maßnahmen durchgeführt, die konzertiert die Medien rund um den See einbinden.

II.2 Bisheriger Projektverlauf

Legen Sie hier dar, wie sich das Projekt im Abrechnungszeitraum entwickelt hat. Konnten schon erste Ergebnisse erzielt werden?

Das Projekt IWB läuft seit 5 Jahren und ist mit dem 31.12.2014 abgeschlossen. Mit der einstimmigen Verabschiedung und dem Start der Regionenmarke Vierländerregion Bodensee im Jahr 2011 wurde ein ganz zentraler Meilenstein des Projektes, die Regionenmarke Vierländerregion Bodensee entwickelt. Die Regionenmarke wird in der Vierländerregion Bodensee sehr gut angenommen. Es konnten bereits 231 Lizenznehmer gewonnen werden (Stand April 2015). Das Markenmanagement, die Beratung von Lizenznehmern bei der Umsetzung des CD-Manuals zur Regionenmarke Vierländerregion Bodensee sowie die Akquise neuer Lizenznehmer gehören zu den laufenden Tätigkeiten der Projektpartner und der Projektkoordinatorin. Des Weiteren arbeiteten 2014 alle Projektpartner erfolgreich an der weiteren Contenterstellung für das neue Internetportal sowie der Erstellung neuer Web-Angebote. Weiterer Meilenstein war die Präsentation des Portals im Februar 2014, die seeumgreifende Aktion: „4 in einem Boot“ die gemeinsam mit dem SWR, dem SRF, dem BR, dem ORF und Radio Liechtenstein durchgeführt wurde. .

Andere Regionen in Europa nehmen die Regionenmarke war und sehen die einzigartige grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Projekt Internationaler Wirtschaftsraum Bodensee als Benchmark in dieser Hinsicht. Anfragen aus Salzburg, Lienz, Dänemark und den Niederlanden bestätigen dies. Die Erasmus Universität Rotterdam bezeichnet das Projekt als das best-practice Beispiel Europas. Ausländische Delegation aus der Türkei, Taiwan, China, Griechenland und Kroatien sind sehr beeindruckt und begeistert von dem Projekt.

Der Projektverlauf 2014 stellt sich nach dem Veranstaltungskalender folgendermaßen dar:

17. Januar 2014 - Besuch einer chinesischen Delegation

Präsentation und Vorstellung des Projektes IWB vor Regierungs- und Ministerialvertretern Nordchinas

13. Februar 2014 - Int. Launchveranstaltung des neuen Internetportals der Regionenmarke

Weltpremiere und Präsentation des neuen Internetportals des Internationalen Wirtschaftsraums Bodensee im Autobaumuseum / der Autobau Erlebnisswelt in Romanshorn (CH)

06.-07. März 2014 - Messeauftritt auf der ITB Berlin

10.-14. März 2014 - Dritter Messeauftritt auf der MIPIM in Cannes

11.04.2014 – IWB Arbeitsgruppensitzung (Konstanz)

Beschluss zur Durchführung eines Gewinnspiels per Logo-Aufkleber, Teilnahme bzw. Durchführung an der Aktion „4 in einem Boot“ sowie der Anpassung der Lizenzvereinbarungen.

20. Mai 2014 - Vierländerregion Bodensee Botschaftertreffen in Ravensburg

Präsentation der Regionenmarke sowie der Regionen-Botschafter in enger Zusammenarbeit mit Medienpartner regio-TV. Dreh von Botschafterspots - „Ich bin Botschafter der Vierländerregion weil ...“

25. Juni 2014 – Präsentation der Vierländerregion Bodensee Botschaftertreffen in Friedrichshafen

11. August - Start des großen Vierländerregion Bodensee Aufkleber-Gewinnspiels

Ausgabestart der 10.000 produzierten Gewinnspielaufkleber bei der Aktion „4 in einem Boot“. Laufzeit bis Dezember 2014, Feierliche Präsentation der Gewinner der Hauptpreise bei der Abschlussveranstaltung am 18.12.2014 um Dornier Museum Friedrichshafen.

11.-16. August - Aktionswoche „4 in einem Boot“

Seeumspannende Medienaktion mit dem Eventschiff MS Sonnenkönigin. Gemeinsam durchgeführt mit den fünf öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, deren Verbreitungsgebiete in der Bodenseeregion liegen: Südwestrundfunk, Bayerischer Rundfunk, Österreichischer Rundfunk, Schweizer Rundfunk und Fernsehen sowie Radio Liechtenstein. Die Vierländerregion Bodensee wurde in all ihren Facetten Thema in Hörfunk, Fernsehen und Internet. Ziel- / Eventhäfen waren Konstanz (11.08.), Rorschach (12.08.), Friedrichshafen (13.08.), Lindau (14.08.), Romanshorn (15.08.) und Bregenz (16.08.).

11.-16. August - Vierländerregion Bodensee Umfrage bei „4 in einem Boot“

Umfrage von über 600 Personen aus der Bevölkerung der Vierländerregion Bodensee zur Evaluation

23. September 2014: Präsentation der VLRB beim L-Bank Wirtschaftsforum in Friedrichshafen

06.-08. Oktober: Messeauftritt auf der Expo Real in München

08.10.2014 – IWB Arbeitsgruppensitzung (Konstanz)

Budgetbesprechung, Inhalte Internetportal, Fragen der Markennutzung & Druckunterlagen

14. Oktober 2014: Präsentation beim Vierländerregion Bodensee Botschaftertreffen (Lilienberg, CH)

24. Oktober 2014: Vorstellung der VLRB bei der Parlamentarierkonferenz Bodensee, Appenzell IR

14. November 2014: Treffen der Int. Wirtschaftsförderer der Vierländerregion Bodensee in Dornbirn

02. Dezember: Auslosung der Gewinner des Vierländerregion Bodensee Gewinnspiels

11.12.2014 – Arbeitsgruppensitzung (Kreuzlingen)

Budgetbesprechung, Inhalte & Organisation Abschlussveranstaltung

18. Dezember 2014: Große IWB-Jahresveranstaltung 2014 – Resümee & Ausblick in Friedrichshafen

II.3 Gegenüberstellung geplanter und tatsächlich durchgeführter Aktivitäten

Stellen Sie einen Vergleich der nach Projektantrag vorgesehenen und letztendlich innerhalb des Projekts durchgeführten Maßnahmen auf. Gehen Sie insbesondere darauf ein, warum entgegen den Planungen einige Aktivitäten nicht oder eventuell andere zusätzlich durchgeführt wurden.

Teilregionale Round-Table-Gespräche, Präsentationen zum Projekt und der Regionenmarke:

Teilregionale Round-Table-Gespräche fanden im Jahr 2014 nicht statt. Es wurden jedoch Imageveranstaltungen mit entsprechender Einbindung der Presse durchgeführt. Zudem wurden das Projekt IWB und die Regionenmarke Vierländerregion Bodensee bei verschiedenen Anlässen präsentiert, siehe bisheriger Projektverlauf und Veranstaltungskalender Punkt II. 2.

Entwicklung Internetportal/-Plattform Bodensee:

Die Realisierung des Internetportals Bodensee konnte innerhalb des geplanten Zeitraumes abgeschlossen und das Portal präsentiert werden. Für die Medienaktion „4 in einem Boot“ wurde das Portal . Neue Inhalte werden sukzessive eingebunden. Weiterhin wurde das Portal im Herbst 2014 mit dem renommierten internationalen W3-Gold Award ausgezeichnet. Einem der größten und exklusivsten Preise der Branche. Hinter den W3 Awards steht die International Academy of Visual Arts (IAVA), deren Jury aus zahlreichen, hochkarätigen Medien-, Werbe- und Marketingexperten besteht. Der Award zeichnet außerordentliche Kreativität im Web-Bereich aus: von Websites über Online-Werbung bis hin zu Marketing-Maßnahmen im Internet.

Interaktive Karte, Bodensee-Google, SEO:

Da das Internetportal Bodensee umgesetzt werden konnte, wurden die Punkte interaktive Karte, Bodensee-Google und SEO ebenfalls in Angriff genommen. Auf dem Portal wurde eine interaktive Karte realisiert, auf der sich alle Lizenznehmer und Partner wiederfinden.

Web 2.0 Erweiterung:

Mit der Fertigstellung des Portals wurde ebenfalls auf die erstellte Facebookseite verlinkt – Das Projekt und die Marke sind somit auch im Bereich Web 2.0 / social Media vertreten und erfreuen sich steigender Follower.

Zentrale Toolbox:

Der Backroom zur Website www.vierländerregion-bodensee.info wird von allen Partnern und Lizenzgebern genutzt, dort finden Lizenznehmern die Logodateien, der Imagefilm sowie weitere wichtige Dokumente zur Verfügung gestellt werden können.

PR:

Flankierung zur Projektumsetzung wird kontinuierlich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Die geknüpften Medienpartnerschaften mit Medien aus allen vier Anrainerländern zur Startveranstaltung der Regionenmarke im Jahr 2011 werden weiter gepflegt und intensiviert. Weiterhin wurden mit der Aktion „4 in einem Boot“ alle Medien rund um den Bodensee eingebunden.

Projektreporting: Ein regelmäßiges Projektreporting wurde mittels Protokollen zu allen Workshops und Sitzungen durchgeführt.

Messeauftritt:

Siehe bisheriger Projektverlauf und Veranstaltungskalender Punkt II. 2.

II.4 Umsetzung des Projektzeitplans

Berichten Sie kurz über die zeitliche Abwicklung des Projekts. Konnten die Projektphasen und Meilensteine wie geplant durchgeführt bzw. erreicht werden? Begründen Sie gegebenenfalls aufgetretene Abweichungen.

Siehe Punkt II.3

II.5 Finanzielle Projektumsetzung

Berichten Sie kurz über die finanzielle Abwicklung des Projekts im Abrechnungszeitraum. Wurde die Finanzplanung gemäß Anlage 1 zum Fördervertrag eingehalten? Begründen Sie eventuelle Abweichungen.

Die finanztechnische Abwicklung des Projektes erfolgte über den Projektkoordinator. Zur Finanzierung der Plattformkosten wurden den Projektpartnern von der Bodensee Standort Marketing GmbH die jeweils vereinbarten Finanzierungsbeiträge in Rechnung gestellt.

Im Abrechnungszeitraum, 01.01.2014 – 31.12.2014, wurden EU- Ausgaben in Höhe von 118.995,75 € nachgewiesen. Die geplanten Kosten wurden überschritten. Dies begründet sich darin, dass im Jahr 2014 mit sehr viel personellem Einsatz das Internetportal präsentiert, die Aktion „4 in einem Boot“ durchgeführt sowie eine medienwirksame und die Akzeptanz der Regionenmarke sowie die Betreuung und Akquise von Lizenznehmern vorangetrieben wurde.

II.6 Beschreibung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit

Beschreiben Sie bitte, in welchem Umfang die Zusammenarbeit im Abrechnungszeitraum erfolgt ist und welche Erfahrungen Sie in der Kooperation mit den beteiligten Projektpartnern gemacht haben.

Alle wichtigen Schritte bei der Planung und Umsetzung der Aktivitäten im Rahmen des Projektes IWB wurden mit den Partnern aus allen vier Anrainerstaaten der Bodenseeregion in Arbeitsgruppensitzungen und Workshops diskutiert und erarbeitet. Als Sitzungsorte werden dabei, neben dem Sitz der Bodensee Standort Marketing GmbH in Konstanz, verschiedene Orte rund um den See gewählt, sodass bis zum Ende der Projektlaufzeit möglichst jeder Partner einmal Gastgeber war. Über weitere Schritte wurde per E-Mail kommuniziert und abgestimmt.

II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Gemäß § 16 Absatz 1 des Fördervertrages sind die vorgegebenen Bestimmungen über Informations- und Publicitätsmaßnahmen zu beachten. Siehe hierzu auch Leitfaden 1 Ziffer 2.20 sowie Leitfaden 2 Ziffer 2.6. Führen Sie im Bericht auf, welche Maßnahmen zu einer angemessenen Außendarstellung des Projekts und des Förderprogrammes unternommen wurden.

Es wurden verschiedene Maßnahmen durchgeführt, die öffentlichkeitswirksam sind und den Publicitätsvorschriften unterliegen (siehe u.a. Punkt II.3 PR):

Entwicklung von digitalen Postern und möglichen Anzeigenmotiven.

Präsentation des Internetportals für die Vierländerregion Bodensee (siehe www.vierlaenderregion.info).

Durchführung der Veranstaltungswoche „4 in einem Boot“.

Durchführung des Vierländerregion Bodensee Aufkleber-Gewinnspiels.

Durchführung der Abschlussveranstaltung.

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

Ort, Datum 23.03.2014

Unterschrift _____