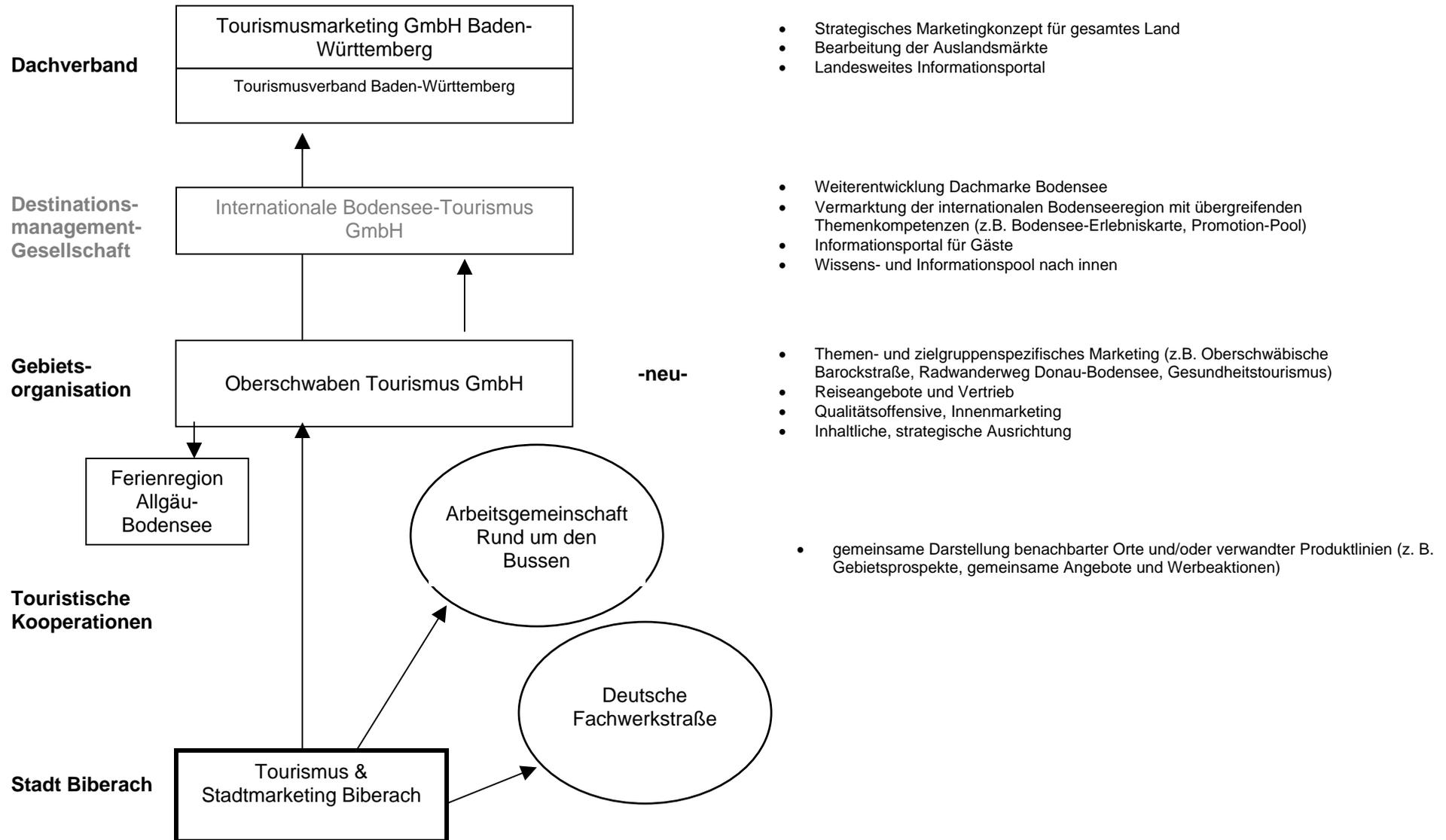


# Touristische Organisationsebenen



- Strategisches Marketingkonzept für gesamtes Land
- Bearbeitung der Auslandsmärkte
- Landesweites Informationsportal

- Weiterentwicklung Dachmarke Bodensee
- Vermarktung der internationalen Bodenseeregion mit übergreifenden Themenkompetenzen (z.B. Bodensee-Erlebniskarte, Promotion-Pool)
- Informationsportal für Gäste
- Wissens- und Informationspool nach innen

- Themen- und zielgruppenspezifisches Marketing (z.B. Oberschwäbische Barockstraße, Radwanderweg Donau-Bodensee, Gesundheitstourismus)
- Reiseangebote und Vertrieb
- Qualitätsoffensive, Innenmarketing
- Inhaltliche, strategische Ausrichtung

- gemeinsame Darstellung benachbarter Orte und/oder verwandter Produktlinien (z. B. Gebietsprospekte, gemeinsame Angebote und Werbeaktionen)