

Anfrage zum Relaunch von Bodensee.eu – Das Tourismusportal für die internationale Bodenseeregion

1. Projektbeschreibung und Aufgabenstellung

Laut Eigentümerstrategie ist es eine Kernaufgabe der IBT GmbH digitale Plattformen bereitzustellen, welche die Tourismusregion Bodensee mit ihren unterschiedlichen Destinationen und vielfältigen Angeboten bzw. Stärken gesamthaft darstellt.

Bodensee.eu dient als offizielles Einstiegsportal für die touristische Vierländerregion Bodensee (Deutschland, Österreich, Schweiz, Fürstentum Liechtenstein) und prägt maßgebend das Image, die Markeninhalte und die Markenthemen der internationalen Bodenseeregion zur Positionierung als nachhaltige Aktiv- und Genussregion.

Bodensee.eu muss den Nutzern (Übernachtungsgäste, Tagesgäste und Einheimische) sowie den künstlichen Intelligenzen ausgewählte Informationen aus allen Teilregionen gesammelt und strukturiert aufbereitet präsentieren und dadurch einen Mehrwert für den Nutzer generieren. Das Versprechen einer internationalen Bodenseeregion (über administrative Grenzen hinweg) muss dem Nutzer im Web ermöglicht werden.

Die künftige Ausrichtung von Bodensee.eu zielt darauf ab, sich als Tourismusplattform mit redaktionellem Charakter zu etablieren, welche zugleich inspirierend, informierend sowie emotional ansprechend ist.

Bodensee.eu als B2C-Plattform (Image, Weiterleitung und Bodensee Card ^{PLUS}):

Grundlegende Markenthemen gilt es imageprägend redaktionell aufzubereiten. Saisonale Themenschwerpunkte sind Soft Adventures (Frühling), Umland (Sommer), Kulinarik (Herbst) und Weihnachtszeit (Winter). Dabei gilt es mit den definierten Themen eine Top-Platzierung - Nr. 1 bei Google – zu erreichen bzw. diese zu unterstreichen. Auch weitere Conversions wie beispielsweise Newsletter-Anmeldungen und das Social Media Zusammenspiel (Instagram, Facebook und Pinterest) gilt es deutlich zu verbessern bzw. einzubinden.

Gleichzeitig ist Bodensee.eu eine Plattform zur Weitervermittlung der Gäste und Interessenten. Die Anfragen gilt es genau an die richtigen Stellen (= regionale DMOs der Bodenseeregion) weiterzuleiten (digitales Service Center).

Die generelle Endkundenansprache (B2C) erfolgt verstärkt über das regionsübergreifende Produkt Bodensee Card ^{PLUS} (BCP). Das zentrale Produkt der IBT GmbH gilt es nutzerfreundlich zu präsentieren und die Verkäufe über den Webshop (shop.bodensee.eu) sowie mit Affiliate-Anbindungen zu steigern.

Bodensee.eu als B2B-Plattform:

Auf der Ebene der Fachbesucher muss Bodensee.eu kontinuierlich den Medienschaffenden Zugang zu Pressemitteilungen, Bildern sowie Informationen rund um Medienveranstaltungen bieten. Ebenso gilt es Reiseveranstalter, touristische Destinationen und Leistungsträger im Partnerbereich zu informieren.

Zusatzprojekt:

Im digitalen Bereich möchte die IBT GmbH noch stärker als zentrale Plattform für einen Datenaustausch zwischen den Tourismusorganisationen fungieren. In der internationalen Bodenseeregion werden in den angrenzenden Destinationen Datenbanken zur Erfassung, Pflege und Distribution von strukturierten Datensätzen aufgebaut. Eine Nutzung, Bündelung und Verknüpfung dieser Daten findet hier jedoch ausschließlich innerhalb administrativer Grenzen auf Länderebene statt. Im Rahmen eines weiteren Projektes wird angestrebt, eine länderübergreifenden Datendrehscheibe (Datenhub) für die gesamte Bodenseeregion aufzubauen. Dabei sollen die strukturierten und offenen Daten aus der internationalen Bodenseeregion in einem Datenhafen zusammengeführt werden, um sie von dort aus den verschiedenen Zielgruppen auf eigenen wie fremden Kanälen bereitzustellen.

*Dieses Zusatzprojekt ist **nicht** Gegenstand dieser Anfrage, es muss aber grundsätzlich gewährleistet werden, dass dieser Datenhub mit dem Tourismusportal Bodensee.eu bzw. mit dem zugehörigen Content-Management-System kompatibel ist.*

2. (Technische) Anforderungen

Die Website Bodensee.eu gilt es datengetrieben auf ein neues Level zu heben. Auf Basis eines SEO-gestützten Content- und Navigationskonzeptes ist die Website auf die wichtigsten Zielgruppen (Personas) auszurichten und der Content ist so aufzubereiten, dass sich alle Zielgruppen schnell zurechtfinden. In Zukunft ist verstärkt ein Fokus auf datengetriebene Entscheidungen zu legen und mittels SEO müssen Conversion-optimierte Weiterentwicklungen jederzeit möglich sein.

Bei der Neukonzeption von Bodensee.eu sind insbesondere die Performance (z.B. Ladegeschwindigkeit) sowie die User Experience (User first) deutlich zu verbessern. Für die Systemlandschaft (Webplattform und die mobile Oberfläche) sind unter anderem folgende Funktionen und Elemente grundlegend erforderlich:

- Content Management System zur einfachen und schnellen Pflege, strukturierte Datenfelder, Annotation der Datenbankinhalte via schema.org, Herstellung von Beziehungen einzelner Datentypen zueinander, Open-Graph Informationen (og:title, og:description und og:image), Meta-Angaben zur Suchmaschinenoptimierung (SEO), DAM-Verknüpfung
- Benutzerverwaltung mit unterschiedlichen Nutzungsrechten (Mandantenfähigkeit)
- Creative Commons (Möglichkeit zur Lizenzierung geeigneter Datensätze sowie unterschiedliche Auszeichnung für verschiedene Kanäle)
- Mobile First - Optimierung für gängige mobile Endgeräte/responsive Design, mobile Version, Accessibility (Barrierearmut), DSGVO-Ready
- Vollversion in Deutsch, marktspezifische Sprachversion in Englisch, ggf. weitere individuelle Landingpages für spezielle internationale Märkte
- Tracking und Controlling - Statistische Auswertung der Seite z.B. Google Analytics
- Volltextsuche, Filter- und Druckfunktion, Downloadmöglichkeiten, Prospektbestellung, 404-Fehlerseite, Passwortbereich
- Möglichkeit für Corporate Partner Sites und Landingpages (z.B. Verein Bodenseegärten)
- Verknüpfung mit Newsletter und Social Media Komponenten (Direkt Post, etc...)

B2C-Inspirationsbereich (Image, Weiterleitung, Bodensee Card ^{PLUS}):

Gäste und Einheimische müssen zu einem Bodenseeurlaub mit informativen, redaktionellem und marktorientiertem Content inspiriert werden um Wertschöpfung für die Region zu generieren. Für tiefgreifende Information ist zu den jeweiligen Bodensee-Destinationen (DMO's) weiterzuleiten.

- Konsequente Themenfokussierung mit optimierter User Experience zur Besucherlenkung (Nutzenstiftung für Website Besucher, Beantwortung relevanter Fragen)
- Fokus auf Editorial Marketing bzw. Themenmarketing (Reportagen, Storytelling, Bucketlists)

- Inspirationsseiten (Portalseiten, Inhaltsseiten mit bestimmten Content-Areas) für ein inspiratives, erlebnisorientiertes und emotionales „Reisemagazin“
- „Digitales Service-Center“ (Weiterleitung an die jeweilige DMO im Hinblick auf Buchungsmöglichkeiten, Pauschalen, Veranstaltungen, Erlebnisse, Prospekte, etc.)
- Integration von Partnercontent (Objekte) durch Widgets
- Beantwortung der wichtigsten Fragen (FAQ's)

Die Bodensee Card ^{PLUS} ist das zentrale Produkt der IBT GmbH und das Endkunden- und Themenmarketing gilt es maßgeblich darauf auszurichten. Einhergehend wird darauf abgezielt, die Verkaufszahlen am verbundenen Webshop nachhaltig zu erhöhen. Für den Bereich der Bodensee Card ^{PLUS} sind folgende Bausteine angedacht:

- Umfassende Portalseite mit mehreren zielgruppen- und themenspezifischen Inhaltsseiten zur Bodensee Card ^{PLUS}
- Datenbank für Ausflugsziele: Primärsystem für POI-Objekte mit Nutzerbereitstellung und Verwaltung (evtl. Verknüpfung mit Google Unternehmensprofil für Adresdaten, Öffnungszeiten, Bewertungen, etc.)
- Mapping: Übersichtskarte (Darstellung der POI's in Karte)
- Webshop Integration (shop.bodensee.eu über shopware6) und Affiliate Einbindungen für Partner
- Service Portal Integration
- Optional: Reiseplaner mit Ersparnisrechner
- Optional: Live-Chat-Funktion für Bodensee Card ^{PLUS}-Service
- Optional: Progressive Web App

B2B-Kommunikation:

Im Fachbereich gilt es die bedeutendsten Informationen aus sämtlichen Teilregionen gesammelt und strukturiert aufzubereiten sowie anschaulich zu präsentieren. Ziel ist es, Medienvertretern, Reiseveranstaltern und Partnern einen deutlichen Mehrwert zu bieten.

- Medienbereich: Bereitstellung von Informationen zu Medienveranstaltungen sowie Präsentation von Pressemitteilungen und Bildmaterial
- Tradebereich: Bereitstellung von Informationen und Angebote für Reiseveranstalter
- Partnerbereich: Bereitstellung von Fachinformationen
- Weiterleitung für tiefergehende Informationen an die jeweilige DMO (analog digitales Service Center)

3. Zeitrahmen

Die Aufgabenstellung umfasst im Detail folgendes:

Setup – Briefing und Bestandsaufnahme:

- Analyse von Aufgaben, Kontext, Anforderungen, Planung, Leistung und Zielen in enger Absprache mit dem Auftraggeber

Konzeption:

- Erstellung eines Konzepts in enger Absprache mit dem Auftraggeber in Form eines Workshops
- Anhand einer gezielten Online-Analyse/Auswertung von Bodensee.eu ist darzulegen, welche touristischen Themen in der gesamten Bodenseeregion am stärksten nachgefragt werden und welches Potential diese auf nationalen und internationalen Märkten haben.
- Entwicklung der Architektur

Umsetzung:

- Realisation des Neuaufbaus und technische Umsetzung von Bodensee.eu mit definierten Zielen (KPI's)
- Definition der Schnittstellen
- Anlegen von Objektklassen
- Testing

Bereitstellung und laufender Support:

- Technische „Kümmerfunktion“
- Zuverlässige, schnelle Reaktionszeit/unverzüglich Fehlerbehebung bei Supportbedarf

Das Konzept in Form von Briefing, beginnende Konzeption und dem dazugehörigen Workshop ist in Absprache mit dem Auftraggeber bis **Quartal 3 2024** fertigzustellen. Die Umsetzung des Relaunches (Sprache Deutsch) ist bis **Quartal 1 2025** und die marktspezifische Sprachversion (Sprache Englisch) bis **Ende 2025** anvisiert. Bitte geben Sie an, ob Sie die Konzeption und Umsetzung im vorgegebenen Zeitrahmen verpflichtend leisten können. Alternativ ist entsprechend Ihr realistischer Umsetzungsrahmen anzugeben.

4. Anforderungen an das einzureichende Angebot

Das einzureichende Angebot muss eine inhaltliche Beschreibung der vorgesehenen Leistungserbringung der einzelnen Bausteine mit Honorarangebot und Angaben zum Dienstleister umfassen. Die einzelnen Leistungen sind kurz in einem, dem großen Umfang der Ausschreibung angepassten Konzept stichpunktartig formuliert, darzulegen.

Das Angebot ist so zu gestalten, dass auch Teilbeauftragungen in Bezug auf die zu erwartenden Ergebnisse erfolgen können. Die nach Umsetzung anfallenden Wartungskosten sind als Kosten pro Monat bzw. pro Jahr auszuweisen. Die Kosten der Angebotserstellung und Angebotsunterlagen trägt der Bieter.

Das Angebot (inklusive Beilagen) ist per E-Mail an boehm@bodensee.eu zu versenden. Falls der Postweg gewählt wird ist das Angebot inkl. Beilagen in zweifacher Ausfertigung (1x als Originalausfertigung, 1x als Kopie gekennzeichnet) vorzulegen. Das Angebot ist bitte in Euro abzugeben. Die Angebotserstellung umfasst im Detail Folgendes:

Honorarangebot: Das Honorarangebot ist vom Bieter, differenziert nach den begleitenden Projektleistungen anzugeben. Im Ergebnis ist ein Pauschalhonorar auszuweisen, das sämtliche Leistungen, Reisekosten (auf Grundlage des Landesreisekostengesetz Baden-Württemberg) und ggf. Fremdleistungen des Bieters beinhaltet. Nebenangebote sind zugelassen aber extra auszuweisen.

Projektteam: Sofern ein Projektteam vorhanden ist, ist der Bieter verpflichtet, den für das Projekt im Auftragsfall verantwortlichen Projektleiter und Projektleiter-Stellvertreter verbindlich zu benennen.

Subauftragnehmer: Soweit der Bieter beabsichtigt, für einzelne Aufgaben Unterauftragnehmer zu beauftragen, sind diese Leistungen in Art und Umfang im Angebot zu benennen.

Angebote sind spätestens bis Montag, 06.05.2024 bei folgender Adresse einzureichen:

Internationale Bodensee Tourismus GmbH
Herr Markus Böhm
Hafenstraße 6
D-78462 Konstanz
bodensee.eu

Bei Fragen zur Ausschreibung wenden Sie sich bitte an:
Markus Böhm; boehm@bodensee.eu; +49 7531 9094-10

Über die IBT GmbH:

Die Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) ist die verbindende Destinationsmanagement- und Marketingorganisation der Vierländerregion Bodensee. Dabei vertritt die IBT GmbH die Interessen von neun Gesellschaftern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein. Die Vision der IBT GmbH ist es, die Bodenseeregion als nachhaltige Genuss- und Aktivregion im Herzen Europas zu etablieren und die damit verbundenen positiven Auswirkungen des Tourismus auf die Bevölkerung zu erhöhen. Zu ihren Kernaufgaben zählen die Bündelung von Stärken, Angeboten und Produkten, die überregionale und internationale Marktbearbeitung, Bereitstellung digitaler Plattformen sowie Konkurrenz- und Marktbeobachtung für Medien, Reiseveranstalter und Geschäftspartner. Das zentrale Produkt der IBT GmbH für Gäste und Einheimische ist die Bodensee Card ^{PLUS}, welche über 160 Leistungsträger aus vier Ländern verbindet und länderübergreifende Reiseanlässe schafft. Bodensee.eu

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Hafenstraße 6 · 78462 Konstanz · Deutschland
Tel. +49 7531 9094-30 · Fax +49 7531 9094-94
office@bodensee.eu · www.bodensee.eu

Geschäftsführer: Christoph Keckeisen

Vorsitzender des Aufsichtsrates: BM Johannes Henne

Handelsregister Konstanz: HRB 381552

Ust-IdNr. DE194008758

Volksbank Konstanz

IBAN: DE49 6929 1000 0223 3699 01

BIC: GENODE61RAD

