OBERBAYERN
Echtes Bayern

JAHRES BERICHT 2017

Tourismus Oberbayern
München (TOM) e.V.

ECHT ERFOLGREICH.

GRUSSWORTE
Grußwort Robert Salzl (Präsident) 05
Grußwort Oswald Pehel (Geschäftsführer) 08

AKTIVITÄTEN UND PROJEKTE **10**
Vernetzung mit Politik und Öffentlichkeit **11**
Pro Tourismus Arbeit 11
Mitgliederwerbung 12
Lobbyarbeit 13
Mitgliedschaften & Kooperationen 14

Reisetrends **16**
FUR Reise-Analyse 16
ADAC Reise-Monitor 16
ADFC Radreise-Analyse 17
Studie "Oberbayerische Bergbahnen" 18

Qualitätsmanagement **20**
Weiterbildungs-Programm 20
1 Jahr Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) 21
Onliner-Arbeiterkreis (Online-AK) 22
Bayerischer Biergenuss mit Auszeichnung 23

Projektarbeit **24**
Oberbayern – Echt digital 24
Starker Web-Auftritt 25
Produktentwicklung WasserRadlWege Oberbayern 26
Kommunikationsmaßnahmen 27
Projektstatus Mountainbike 28
Rahmenvertrag mit ADFC 28
Winterkampagne 2017/2018 29
Neue Panoramakarte für Oberbayern 30
Erlebniswelt: Welcome-Lounge am Flughafen München 31
Partner-Fotoshootings 32
ALPIN Extra Oberbayerische Seen 33

Fazit **34**

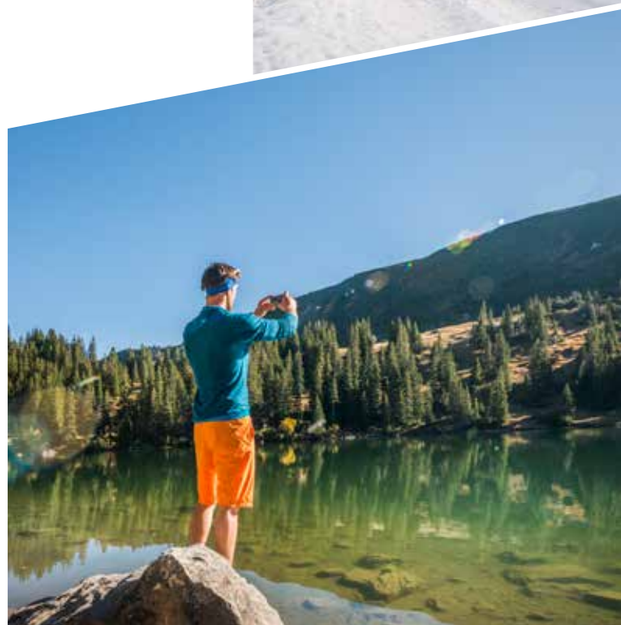
FINANZEN **56**
Finanzplanung und -berichte **57**
Prüfung der Jahresrechnung 2016 57
Mittelverwendung 2017 58
Neue Beitragsstaffel für Fördermitgliedschaften 60
Haushaltsplanung 2018 61

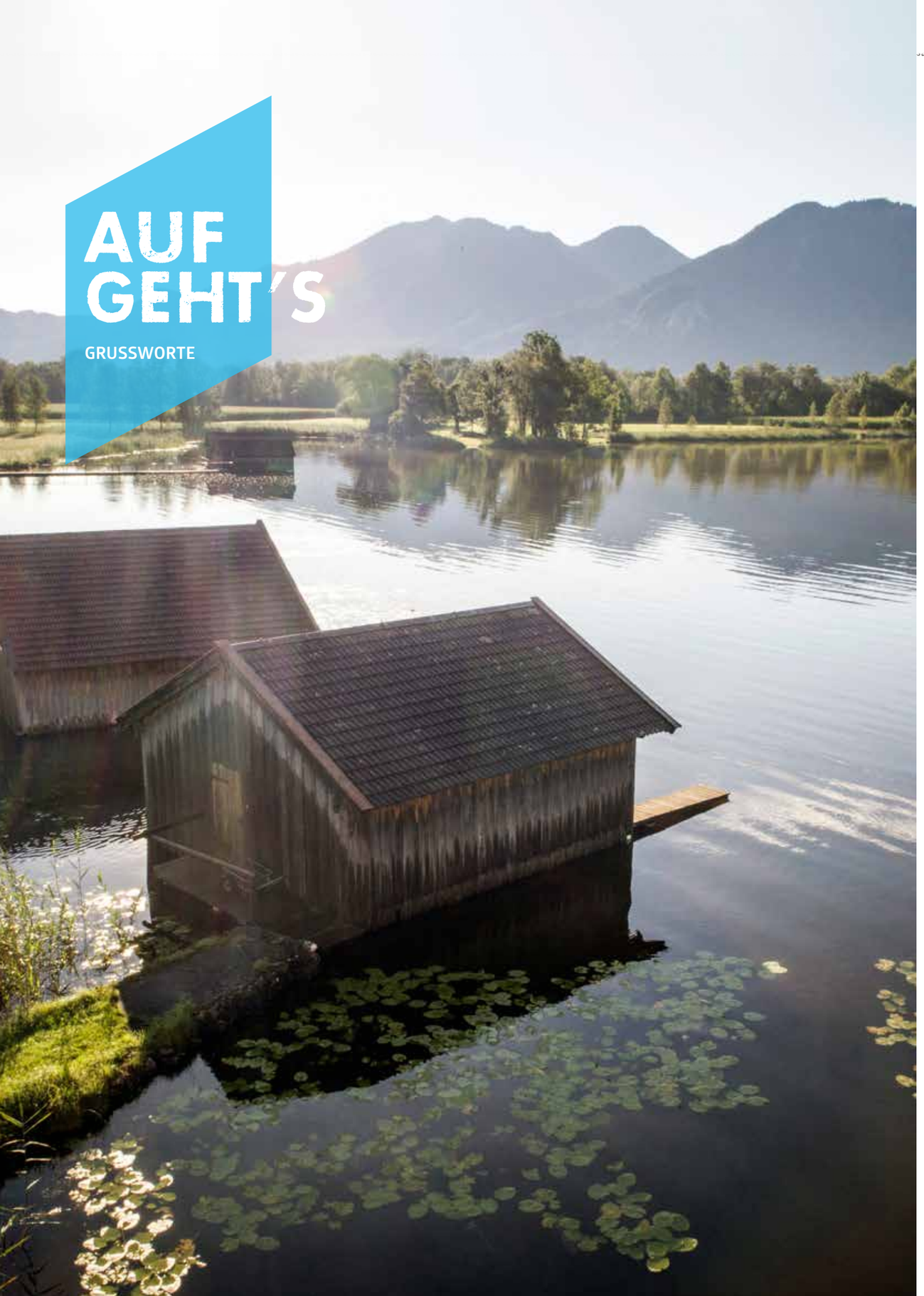
DER TOM e.V. **62**
Wir sind für Sie da! 63
11 Hochkaräter im Präsidium 64
Organisation, Gremien, Mitglieder 66
Impressum 67

INNEN-KOMMUNIKATION UND BRANCHENTERMINE **36**
Veranstaltungen des TOM e.V. **37**
Wir sind für Sie vor Ort **44**
Neue Vorsitzende im Fachbeirat **49**

STATISTIKEN **50**
Stetiges Wachstum in der Tourismusbranche **51**
Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern 52

Stetig steigende Tourismuszahlen in Oberbayern **54**
Übernachtungszahlen in Oberbayern 54
Auslastungs-Höhepunkt im August 55
Ein Sehnsuchtsziel für die Welt 55





AUF GEHT'S

GRUSSWORTE

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder,

voller Stolz können wir feststellen, dass der Tourismus in Bayern und ganz speziell bei uns in Oberbayern erneut und in Serie zum sechsten Mal ein Rekordergebnis erzielt hat. Die Prognose, dass die Tourismuswirtschaft eine Wachstumsbranche ist und langfristig bleiben wird, hat sich bestätigt. Auch weltweit nehmen die Zahl der Reisenden und der damit verbundene Umsatz insgesamt stark zu. Dass die Entwicklungen dabei in einzelnen Ländern und Regionen von Jahr zu Jahr sehr unterschiedlich und fluktuierend sind, liegt natürlich an den zunehmenden Krisenherden auf der Welt.

Ob wir hier in Oberbayern die „Vorstufe zum Paradies" (Ministerpräsident a.D. Seehofer) erleben oder sogar schon mittendrin sind ..., feststeht, wir sind gesegnet.

Ob wir hier in Oberbayern die „Vorstufe zum Paradies" (Ministerpräsident a.D. Seehofer) erleben oder sogar schon mittendrin sind ..., feststeht, wir sind gesegnet. Mit der Landschaft, der Erreichbarkeit, der inneren und äußeren Sicherheit, den Traditionen, den Menschen und den vielfältigen Möglichkeiten, sich zu entspannen und zu erholen oder sich mit der Fülle von Sehenswürdigkeiten zu beschäftigen. Kann deshalb alles so bleiben wie es ist? Darauf kann es nur zwei Antworten geben. Erstens: Die Attraktivität unserer Landschaftsbilder in allen Regionen muss erhalten bleiben. Dazu gehören die typisch bayerische Architektur, der Erhalt der Natur, die Seen und Wasserläufe sowie die bäuerliche Pflege der landwirtschaftlichen Flächen, aber auch die fröhliche Lebensart, die Fleiß und das traditionelle Feiern ideal miteinander verbindet. Vor allem aus diesen Gründen kommen die Menschen aus der ganzen Welt zu uns und genießen die besondere Atmosphäre. Und trotz des jedes Jahr zunehmenden Anteils an ausländischen Gästen, besonders aus den USA und aus Asien, dürfen wir nicht vergessen, dass die große Mehrzahl unserer Besucher und Urlauber aus Deutschland und insbesondere aus Bayern selbst kommt. Viele sind Stammgäste und möchten auch nichts verändert haben. Sie beklagen fast mehr als die Einheimischen die Schließung von Dorfwirtschaften, Liftanlagen und Hallenschwimmbädern sowie die Bebauung von exponierten Grundstücken.

Die zweite Antwort auf die Frage, ob alles so bleiben kann wie es ist, ergibt sich aus der Erkenntnis, dass es alleine aus technologischen Gründen nie einen Stillstand geben wird. Die zunehmende Digitalisierung auf allen Gebieten und Ebenen hat die Welt in den Unternehmen und für jeden Einzelnen massiv verändert. Und dies in einem Tempo, dass viele sich bereits abgehängt fühlen. In allen Bereichen der Tourismuswirtschaft ist die Digitalisierung

nicht mehr wegzudenken. Die Trends und die Veränderungen sind eindeutig. Kaum hat man sich mit den diversen Sozialen Medien, mit der Online-Buchungswelt und den damit verbundenen Bewertungsportalen sowie den Konkurrenzangeboten von Airbnb etc. auseinandergesetzt, müssen wir uns derzeit mit den digitalen Sprachassistenten, mit KTI und Blockchain beschäftigen. Alleine schon deshalb, um zu verstehen, was es alles gibt, und warum der eine oder andere Wettbewerber sich voll darauf stürzt und Vorteile generiert. Damit wir als TOM e.V. unseren Mitgliedern in dieser Entwicklung helfen können, haben wir mit der Fachhochschule Salzburg und in enger Kooperation mit den Projektpartnern von der IHK für München und Oberbayern und dem DEHOGA Bayern eine Digitalisierungsoffensive „Oberbayern – Echt digital“ entwickelt, über die Sie in diesem Geschäftsbericht und als Mitglied in unserem Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) ausführlich informiert werden.

Die Offensive ist ein Beispiel dafür, wie wir unsere Rolle und die der DMOs sehen. Wir möchten primär diejenigen unterstützen, die ihrerseits nicht mehr von Amts wegen den Fremdenverkehr verwalten, sondern die Tourismuswirtschaft mit allen Beteiligten vor Ort managen und mit den Gastgebern und Gästen kommunikativ so vernetzt sind, dass sie sich z.B. mit aktuellen Informationen bestens betreut fühlen. Die Destinationsmanager sind aber auch diejenigen, die den örtlichen Politikern und den Bürgern das notwendige Wissen vermitteln, wenn es um die Bedeutung des Tourismus in der Region geht. Mehr noch: Überall dort, wo wir zeitweise auch einen Effekt erleben, der in der ganzen Welt als „Overtourism“ bezeichnet wird und dem sich immer öfter Einheimische entgegenstellen, wird sich ein oberster Gästebetreuer als Moderator und Problemlöser einbringen müssen. Auch hierzu möchten wir im Hinblick auf die Erfahrungen anderer Regionen Hilfestellung geben.

Da wir uns neben der Entwicklung von gemeinsamen Produkten für die oberbayerischen Regionen und Orte sowie die Steigerung des allgemeinen Qualitätsniveaus auch für bessere politische Rahmenbedingungen engagieren, haben wir uns im vergangenen Wahljahr besonders dafür eingesetzt. In enger Abstimmung mit dem DEHOGA Bayern und dem Bundesverband Tourismuswirtschaft in Berlin haben alle Parteien und Fraktionen sowie die Minister der Staatsregierung unsere Forderungen in schriftlicher und auch immer wieder in mündlicher Form vermittelt bekommen. Wenngleich nun der Koalitionsvertrag relativ wenig konkrete Ergebnisse von geforderten Änderungen in den gesetzlichen Vorgaben enthält, ist dort wenigstens festgehalten, welche Bedeutung die Tourismuswirtschaft hat. Deshalb soll eine strategische Tourismuspolitik entwickelt werden, die unsere Forderungen bei den Themen Steuern, Arbeitsrecht, Bürokratieabbau, Breitbandausbau, fachgerechte Ausbildung, Beseitigung von Verkehrsinfrastrukturmängeln, tourismusfreundliche Visaregelungen, etc. behandeln soll. Wir werden uns auch dort mit einbringen.

Alle diese Aufgaben erledigen wir mit einem sehr kleinen Team und unter Einsatz der ehrenamtlich tätigen Mitglieder des Präsidiums. Umso mehr danke ich den Mitgliedern, die als Basis- oder Plus-Mitglied ihren Beitrag dazu leisten, die relativ geringen Sach- und Personalkosten zu decken und den Eigenanteil zu finanzieren, den wir aufbringen müssen, um die Fördergelder des Bayerischen Wirtschaftsministeriums zu erhalten.

Wie schon im vergangenen Jahr erwähnt, bleibt es für das Präsidium und die Geschäftsstelle auch im Jahr 2018 eine große Aufgabe, mehr Mitglieder zu gewinnen und sie zu überzeugen, dass sich eine Mitgliedschaft über Gegenleistungen und das solidarische Zusammenhalten als oberbayerische Tourismusgemeinde immer lohnen.

Abschließend möchte ich im Namen des gesamten Präsidiums den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danken, die sich täglich mit höchstem Engagement dafür einsetzen, die Tourismuswirtschaft in München und Oberbayern erfolgreich voranzubringen.

Ihr

Robert Salzl
Präsident Tourismus Oberbayern München e.V.

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder,

das Geschäftsjahr 2017 war geprägt von starkem Wachstum und positivem Branchenklima. Die Tourismuszahlen belegen, dass die Inlandsreise weiterhin gefragt ist. Heimaturlaub entwickelt sich zu einem Trend, und Oberbayern profitiert davon ganz besonders. Brauchtum, Tradition, Naturerlebnis und Landurlaub werden als zentrale Reiseanlässe wiederentdeckt. Parallel dazu haben sich die Auslandsmärkte nach der Zurückhaltung 2016 wieder sehr gut erholt und bescheren vor allem der Landeshauptstadt München ein historisches Ergebnis. In Summe konnte Oberbayern 2017 die magische Grenze von 40 Millionen Übernachtungen durchbrechen und sogar das positive Tourismuswachstum Bayerns deutlich überflügeln. Die Zeichen für den Tourismus in Oberbayern stehen so gut wie nie zuvor.

Wichtig ist, dass wir diesen Schwung nutzen, um uns auch mittel- und langfristig zukunftssicher aufzustellen. Dazu gehört, für ein besseres Tourismusklima in den Regionen zu sorgen und Wettbewerbshürden im Zuge der Lobbyarbeit weiter zu minimieren. Durch den boomenden Tourismus wird auch unser Hebel stärker, Interessen in Politik und Wirtschaft einzubringen und Inhalte mitzugestalten. Auch gilt es, der heimischen Bevölkerung immer wieder den Wert und die Vorteile des heimischen Tourismus vor Augen zu führen. Der Tourismuserfolg wird künftig nicht mehr nur an den bloßen Übernachtungszahlen, sondern zunehmend an der Wertschöpfung und weiteren Erfolgsfaktoren gemessen und ausgerichtet. Zur Wettbewerbsfähigkeit gehört für uns auch, in der Digitalisierung Schritt zu halten. Deshalb haben wir 2017 mit einer oberbayernweiten Online-Befragung aller Tourismusakteure den Grundstein für die Digitalisierungsoffensive „Oberbayern – Echt digital" gelegt. Wir beschreiten echtes Neuland, indem wir nun mit den eCoaches digitale Botschafter in fast jeder Destination Oberbayerns ausbilden und dort als Netz von Trainern etablieren.

Mit Einführung der WasserRadlWege Oberbayern, der Landschaftskino-Wege sowie des Qualitätslabels „Ausgezeichnete Bierkultur" konnten wir drei Produktsäulen schaffen, die eine Strahlkraft am Markt erzeugen und damit den Tourismusstandort Oberbayern nachhaltig stärken. Radtouristen, die sich für Bayern als Radlland Nummer Eins interessieren, werden ihren Zugang künftig auch über die WasserRadlWege Oberbayern finden. Davon profitieren alle angeschlossenen Mitglieds-Destinationen und -Orte. Die neuen Leitprodukte sind unser gemeinsames, oberbayerisches Schaufenster nach außen. Sie helfen uns aber auch, das Angebot nach innen strategisch zu bündeln und an einheitlichen Qualitätsmaßstäben auszurichten. Die WasserRadlWege Oberbayern sind Impuls für viele Regionen,

> *„Heimaturlaub entwickelt sich zu einem Trend, und Oberbayern profitiert davon ganz besonders. Die Zeichen für den Tourismus in Oberbayern stehen so gut wie nie zuvor."*

jetzt in neue Radwegenetze, Beschilderungskonzepte und ADFC-Zertifizierungen zu investieren. Oberbayern Tourismus erhielt 2017 ein neues digitales Gesicht. Nach der Freischaltung des Tourismus Oberbayern Partnernetzes (TOP) folgte 2017 die Präsentation des neuen Gästewebs unter www.oberbayern.de. Damit werden nun besondere Urlaubserlebnisse zu den vier Kernthemen Radeln, Wandern, Winter und Kultur präsentiert. Besucher erhalten auf der Plattform auch eine Orientierung und Übersicht zu allen Mitgliedsregionen, -orten und -organisationen des TOM e.V.

Der TOM e.V. konnte 2017 diese und viele weitere Meilensteine nur gemeinsam mit einem hochmotivierten Team, den TOM-Gremien, Mitgliedern und Partnerorganisationen erreichen. Dafür bedanken wir uns sehr herzlich. Helfen Sie mit, dass das TOM-Netzwerk weiter wächst – etwa indem Sie Tourismuspartner in Ihrem Bereich über unsere Arbeit informieren und die Mitgliedschaft beim TOM e.V. aktiv empfehlen. Ich freue mich auf die nächste Wegstrecke gemeinsam mit Ihnen, mit dem Ziel, die faszinierende Tourismusregion Oberbayern wieder einen Schritt nach vorne zu bringen!

Ihr

Osw. Pehel

Oswald Pehel, Geschäftsführer
Tourismus Oberbayern München e.V.

DA GEHT WOS!

AKTIVITÄTEN
UND PROJEKTE

„2017 konnte der TOM e.V. gemeinsam mit allen Partnern wichtige Meilensteine erreichen, sowohl in der Pro Tourismus Arbeit und Lobbyarbeit als auch im Qualitätsmanagement. Ein besonders starkes Signal ging von der oberbayernweiten Produktentwicklung aus. Die Vorarbeiten zum Radl-Leitprodukt, der Start der oberbayerischen Bierkultur oder die Präsentation der Landschaftskino-Wege sorgten für mehr Wahrnehmung der Tourismusregion Oberbayerns nach außen, aber auch für ein neues Wir-Gefühl nach innen."

VERNETZUNG MIT POLITIK UND ÖFFENTLICHKEIT

Eine positive Tourismusgesinnung in der Bevölkerung, Politik und Wirtschaft ist die Basis für erfolgreiche Tourismusarbeit. Nur wenn die Menschen in den Regionen voll hinter dem Tourismus stehen, entsteht die Basis für erfolgreiches Tourismusmarketing. Um dieses Ziel zu erreichen, leistet der TOM e.V. wertvolle Aufklärungsarbeit in Veranstaltungen, über die Medien und durch jährliche Initiativen. Die positiven Effekte des Tourismus beschränken sich nicht nur auf die Branche, sondern strahlen erheblich in Richtung Handel, Handwerk oder nichttouristische Dienstleister in den Landkreisen, Städten und Gemeinden Oberbayerns aus. Der Tourismus ist ein wichtiger Motor für Innovationen und für Lebensqualität, aber auch eine wichtige Basis für die nichttouristische Wirtschaft – etwa durch Schaffung von attraktiven Rahmenbedingungen zur Gewinnung von Facharbeitskräften. Diese Zusammenhänge werden immer wieder eindrucksvoll durch die von uns regelmäßig beauftragte Ermittlung des Wirtschaftsfaktor Tourismus belegt werden.

Pro Tourismus Arbeit

Mehr Tourismusakzeptanz durch Erklärvideo

Der Tourismus in Oberbayern ist eine Leitökonomie, die große regionale Wachstums- und Innovationsimpulse setzt. Die Effekte des Tourismus gehen weit über messbare Zahlen und Statistiken hinaus. Um dem Rechnung zu tragen, verwirklichte der TOM e.V. einen Erklärvideo „Wirtschaftsfaktor Tourismus" und verpackte damit die nüchternen Zahlen der gleichnamigen DWIF-Studie erstmals auf sehr inspirative Art und Weise. Dadurch wurde klar, dass die Bruttowertschöpfung aus dem Tourismus nicht nur in die Hotels fließt, sondern beispielsweise der einzelne Handwerksbetrieb ganz konkret in Form von vollen Auftragsbüchern profitiert. Dieses Video hat mittlerweile ganz entscheidend dazu beigetragen, die Bevölkerung und Entscheidungsträger von der Bedeutung des Tourismus in allen Lebens- und Wirtschaftsbereichen der Regionen zu überzeugen. 2017 nutzten immer mehr oberbayerische Destinationen das Video, um es mit den Kennzahlen, Karten, Bildern und Logodarstellung für sich zu adaptieren. Damit erhielten die TOM-Mitglieder ein gutes Werkzeug, um eigene Partner und Gremien auf inspirative Art und Weise von der Bedeutung des Tourismus in der eigenen Region zu überzeugen.

ANSPRECHPARTNER
Oswald Pehel
oswald.pehel@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 11

PR-Arbeit für den Tourismus in Oberbayern

Medien beeinflussen das Bild vom Tourismus in der Öffentlichkeit und in der Branche selbst ganz entscheidend. Nach wie vor werden einzelne Tourismusthemen wie alpiner Wintertourismus, Investitionen in Bergbahnen oder Hotelprojekte und Badetourismus an Oberbayerns Seen sehr negativ und einseitig dargestellt. Der TOM e.V. setzt sich dafür ein, eine ausgewogene Berichterstattung zu diesen Themen zu erreichen. Dazu finden immer wieder Redaktionsgespräche, Interviews und Presseaussendungen statt. Redaktionen kommen in zunehmendem Maße auf den TOM e.V. zu, um Statements und fachkundige Meinungen zu verschiedenen tourismusrelevanten Themen zu erhalten. Dadurch zeigt sich, dass die Wertschätzung des TOM e.V. als touristisches Sprachrohr Oberbayerns bei den Medien stetig steigt.

Robert Salzl mit Bertram Brossardt

Robert Salzl, Otto Wiesheu, Klaus Stöttner

Mitgliederwerbung

Neue Unternehmensbroschüre erschienen

Wer ist der TOM e.V.? Was macht der TOM e.V.? Und was bringt der TOM e.V.? Antwort auf diese Fragen gibt die neue Unternehmensbroschüre des TOM e.V., die erstmals mit der Weihnachtspost an alle Mitglieder und auch viele potenzielle Mitglieder versandt wurde. Sie zeigt, dass der TOM e.V. touristische Dachorganisation, Vertretung, Netzwerk und Sprachrohr der Tourismusbranche in Oberbayern ist. Gleichzeitig engagiert sich der TOM e.V. für faire Wettbewerbsbedingungen und vertritt tourismuspolitische Positionen in Politik und Wirtschaft. Er steht aber auch für eine gemeinsame, strategische Produktentwicklung über Destinationsgrenzen hinweg und mit klarem oberbayerischem Profil. Davon profitiert jedes einzelne Mitglied. Die Broschüre zeigt die Vorteile und Leistungen der einzelnen Mitgliedsformen und Beiträge auf. Dadurch erhöht sich auch die Geschlossenheit im Außenauftritt.

Der TOM e.V. lebt vom Mitmachen. Helfen Sie mit, neue Partner und Mitglieder zu gewinnen. Gerne präsentiert der TOM e.V. seine Arbeit in Ihrer Region!

Lobbyarbeit

EU-Richtlinien

Bei der Umsetzung von EU-Richtlinien in deutsches Recht ist es wichtig, für praxisgerechte Regelungen einzutreten. Hier kann der TOM e.V. über seine touristischen Dachverbände wie etwa den Deutschen Tourismusverband (DTV), den Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) oder den Deutschen Reiseverband (DRV) Einfluss auf die Bundesebene ausüben. Wenn das Gesetzgebungsverfahren abgeschlossen ist, geht es darum, den TOM- Mitgliedern bei der rechtskonformen Umsetzung in der Praxis zur Seite zu stehen und Hilfestellungen zu leisten. So fand 2017 eine IHK-Infoveranstaltung in Kooperation mit dem TOM e.V. zum Thema EU-Pauschalreise-Richtlinie statt. Neben vielen Reiseveranstaltern und Vertretern aus Reisebüros nahmen auch viele Destinationsvertreter aus Oberbayern teil, um sich aus erster Hand vom Referenten Professor Dr. Ernst Führich über die Neuerungen zu informieren.

Service und Beratung

Der TOM e.V. ist Servicepartner für seine Mitglieder in allen Fragen des überregionalen Tourismus. Er berät und unterstützt seine Partner bei der Umsetzung von Tourismusprojekten, Strukturprozessen und Förderthemen. Gleichzeitig bietet der TOM e.V. ein gebietsübergreifendes Netzwerk für alle oberbayerischen Tourismuspartner. Der TOM e.V. gibt Stellungnahmen an Regierung, Ministerien und Behörden ab, wenn es um die Realisierung von größeren Vorhaben oder Förderprogrammen geht.

Mitgliedschaften & Kooperationen

BTW – Bundesverband der Tourismuswirtschaft e.V.

Der TOM e.V. ist bereits seit 2016 Mitglied im Bundesverband der Tourismuswirtschaft. Dadurch gibt es ein direktes Sprachrohr in Richtung Politik auf Bundesebene. Präsident Robert Salzl ist auch Mitglied des BTW-Präsidiums und kann somit Themen direkt über den Bundesverband einbringen. Besonders im Bereich der EU-Pauschalreise-Richtlinie konnten so die oberbayerischen Anliegen direkt artikuliert werden. Auf der Mitgliederversammlung des TOM e.V. in Pfaffenhofen wurde die Pro Tourismus-Kampagne des BTW mit Integration des TOM-Logos präsentiert.

Die ARGE Deutsche Donau

Der Donauradweg ist nicht nur einer der beliebtesten Flussradwege Deutschlands, sondern auch ein Leuchtturmprojekt für ganz Europa. Das nördliche Oberbayern ist über den TOM e.V. direkt eingebunden in das by.TM Projekt „Junge Donau". Durch die Marketingbeiträge des TOM e.V. können die Mitgliedslandkreise und direkten Anrainer Neuburg-Schrobenhausen, KUS Pfaffenhofen a.d. Ilm und die kreisfreie Stadt Ingolstadt in besonderer Weise von diesem Radwegeprojekt profitieren.

Bayerische Fernwege

Wer die Bayerischen Alpen auf einer Reise zwischen Bodensee und Königssee erleben möchte, kommt an den Bayerischen Fernwegen nicht vorbei. Die Deutsche Alpenstraße ist eine der bekanntesten und beliebtesten Ferienstraßen Deutschlands. Gemeinsam mit den Projektpartnern vom Tourismusverband Allgäu-Bayerisch Schwaben und dem ADAC Südbayern konnte die Nachbeschilderung der gesamten Strecke in Berchtesgaden 2017 abgeschlossen werden. Dazu fand ein Medientermin statt, bei dem auch Staatsministerin Ilse Aigner, MdL Klaus Stöttner und MdL Michaela Kaniber anwesend waren. Ebenso erarbeitete der Vorstand 2017 eine Produktstrategie zur Zukunft der Bayerischen Fernwege. Zu ihnen zählt neben der Deutschen Alpenstraße auch der Bodensee-Königssee-Radweg und ganz neu der Maximiliansweg. Damit gibt es drei Bewegungsformen, um die Bayerischen Alpen zu durchqueren – mit Auto oder Motorrad, per Rad oder zu Fuß. Verbindendes Element sind die „Bayerischen Originale" – typisch bayerische Alpenerlebnisse von den Bräuchen und Traditionen über die Königsschlösser bis hin zu den Voralpenseen.

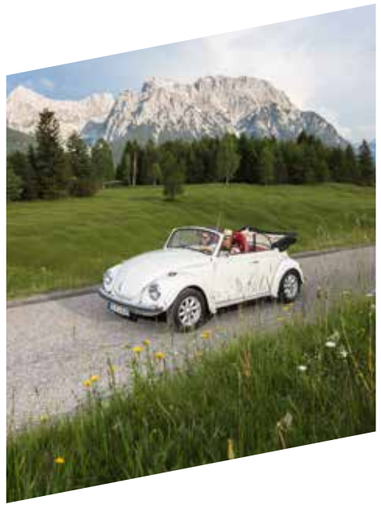
Der TOM e.V. und der Tourismusverband Allgäu-Bayerisch Schwaben e.V. engagieren sich gemeinsam mit dem ADAC Südbayern und mit dem Projektmanagement der Firma Alpin Consult, die drei Produkte weiterzuentwickeln und gemeinsam zu vermarkten.

Deutsche Alpenstraße

Bodensee - Königssee Radweg

Maximiliansweg

von links:
Klaus Stöttner, Franz Rasp, Ilse Aigner, August Markl, Daniela Kaniber, Rudolf Schaupp, Bernhard Joachim, Oswald Pehel



Münchner Umland

Aufgabe des TOM e.V. ist es, überregionale Tourismuskooperationen zu unterstützen und zu begleiten. In der Arbeitsgruppe „Münchner Umland", bestehend aus den sechs Münchner Umland-Landkreisen, werden gemeinsam Tourismusaktivitäten unter der Mitwirkung des TOM e.V. initiiert und koordiniert. Auf diese Weise entstand 2016 die Broschüre „Kleinode im Münchner Umland". Diese wurde sehr erfolgreich über Messen sowie über den Vertrieb der Landkreise und des TOM e.V. am Markt platziert. Aus diesem Grund erschien 2017 bereits die zweite, überarbeitete Auflage. Die gemeinsamen Marketingaktivitäten konnten 2017 weiter ausgebaut werden, wie etwa gemeinsame Messeauftritte oder die Gestaltung eines Münchener Umland Bierfuizls.

OBERBAYERN Münchner Umland

Der TOM e.V. ist Partner der BayernTourNatur

Naturtourismus ist eine zentrale Angebotssäule Oberbayerns. Jahr für Jahr bieten die oberbayerischen Regionen und Orte faszinierende Radführungen, Naturwanderungen oder Erlebnisbootsfahrten unter dem Dach der BayernTourNatur an. Sowohl Einheimische als auch Gäste nutzen das Programm, um in die Tier- und Pflanzenwelt der Region einzutauchen. Der TOM e.V. konnte hierzu nun eine Kooperation mit dem Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz schließen.

Künftig wird der TOM e.V. zusammen mit wichtigen oberbayerischen Leitprodukten in den Programmheften und in den Online-Medien des Ministeriums präsentiert. Im Gegenzug unterstützt der TOM e.V. das Ministerium bei der Innen- und Außenkommunikation der BayernTourNatur.

BayernTourNatur

REISETRENDS

Trendanalysen, Studien und Statistiken können dazu beitragen, aktuelle Entwicklungen zu erkennen und die Weichen richtig zu stellen. Der TOM e.V. versorgt seine Mitglieder mit wichtigen Tourismus-Informationen – über das Tourismus Oberbayern Partnernetz, über Newsletter und Infoveranstaltungen.

FUR Reise-Analyse

2017 war ein Wachstumsjahr für die weltweite Tourismusbranche. Fast 70 % der deutschen Bevölkerung plant 2018 mindestens eine Urlaubsreise. Auch die Ausgabebereitschaft steigt erheblich von 67,5 Mrd. € 2016 auf 73,4 Mrd. € 2017. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Kurzreisen im Bereich von 2–4 Tagen. Was die Buchungswege betrifft, so setzt das Internet seinen Siegeszug fort. Im Vergleich zu 2007 stieg der Anteil der Online-Buchungen an allen Buchungen von 17 % auf 38 %, während das persönliche Gespräch als Buchungsweg von 56 % auf 41 % zurückging. Interessant ist auch, dass sich bei den Informationsmedien ein Mix von Offline- und Online-Medien herausgebildet hat. Neben der Beratung im Reisebüro oder der Tourist-Information spielen Printmedien eine ebenso große Rolle wie etwa Webseite, Suchmaschinen oder Online-Reiseportale.

ADAC Reise-Monitor

Auch der ADAC Reise-Monitor widmet sich aktuell der Bedeutung von digitalen Medien bei der Inspiration und Reiseentscheidung. Die repräsentative Umfrage unter den ADAC Mitgliedern zeigt, dass rund ein Viertel der Befragten ihren Urlaub 2018 über ein Reiseportal online buchen möchten, im Vorjahr betrug der Wert 18 %. Aber auch die Direktbuchung bei der Unterkunft liegt stabil bei 22 %. 20 % buchen klassisch „analog" im Reisebüro. Bei der Haupturlaubsreise liegt Deutschland mit 31 % unangefochten an der Spitze, gefolgt von Spanien (12 %) und Italien (9 %), wobei sich hier eine leichte Verlagerung in Richtung Kroatien (+1,2 %) ergeben hat. Beim Zweiturlaub liegt Deutschland bei 32 % aller Reisen. Auch spielt die Terrorgefahr und die Gefahr von politischen Konflikten weiterhin eine entscheidende Rolle – 57 % der Befragten geben an, dass dies ihre Reiseplanung beeinflusst.

ADFC Radreise-Analyse

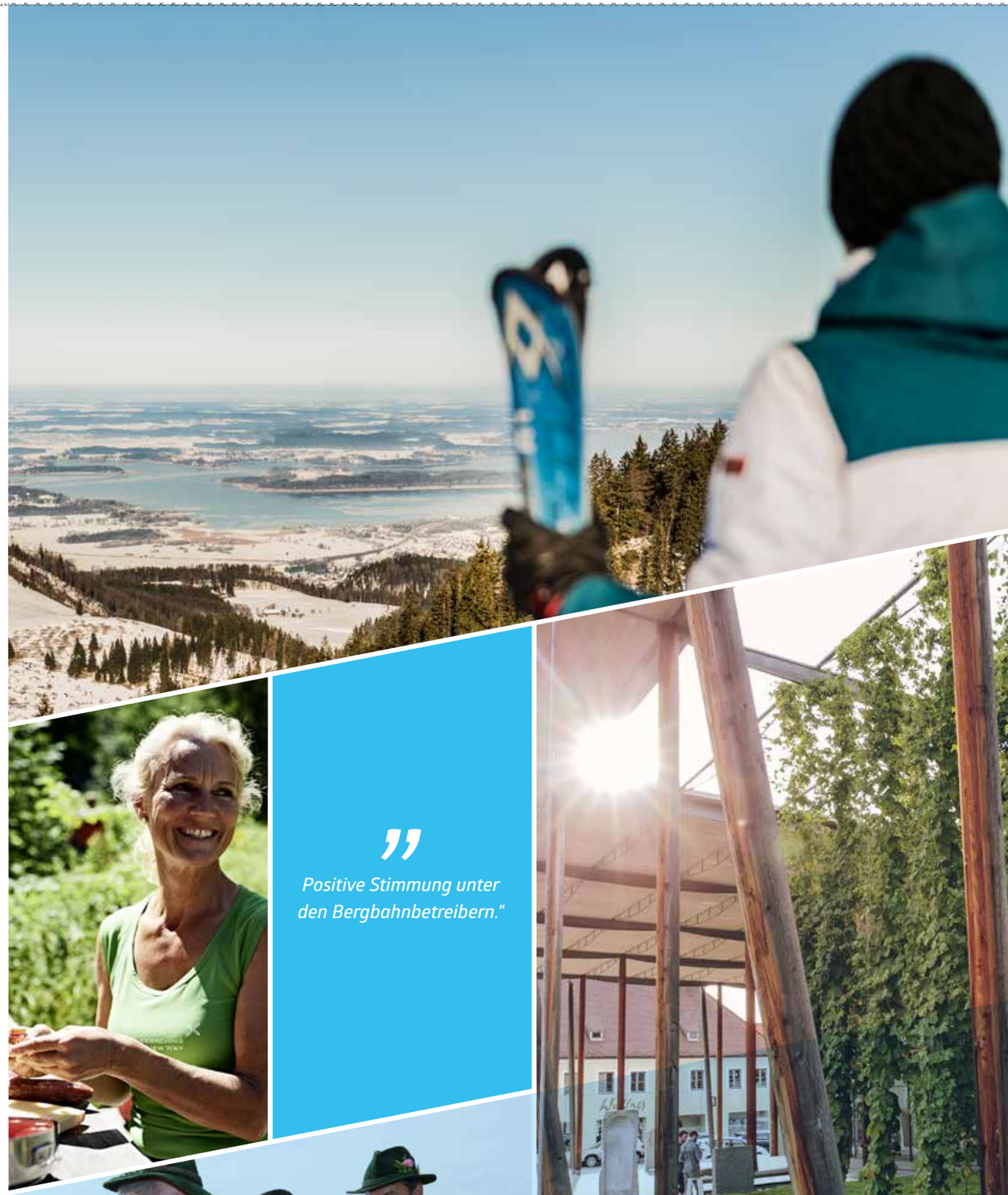
Die Studie 2018 zeigt, dass 76 % der Deutschen radfahren und davon 51 % das Fahrrad für Ausflüge und Reise nutzen. Besonders der Bereich der Tagesauflüge hat 2017 weiter zugenommen. So geht der ADFC von 167 Mio. Tagesausflügen in der Freizeit und 99 Mio. Ausflügen im Urlaub aus. 2017 gab es nach aktuellster ADFC Auswertung einen Rückgang der Radreisenden gegenüber dem Vorjahr. Grund dafür waren Niederschlag und Extremwetter im Sommer. 87 % der Radreisenden von 2017 wollen auch 2018 wieder mit dem Rad losfahren. Bayern bleibt die beliebteste Radregion Deutschlands. Gleichzeitig werden nach ADFC Meinung starke Leuchtturmangebote mit hoher Qualität künftig besonders wichtig sein. Somit kann Oberbayern durch die neuen WasserRadlWege Oberbayern besonders gut punkten. Erfreulich ist, dass der Radweg München-Venezia auf Anhieb den 6. Platz unter den 77 beliebtesten Radrouten der Deutschen in der Kategorie „ins Ausland" erreichen konnte.

MEHR INFOS
Alle Studien finden Sie online unter
top.oberbayern.de/marktforschung

Seilbahn-Branche blickt positiv in die Zukunft

Rund 56 % der **oberbayerischen Seilbahn-Betreiber** konnten im Sommer 2017 einen guten Geschäftsverlauf vorweisen. In die Wintersaison 2017/2018 gingen die Bergbahn-Betreiber optimistisch. Rund die Hälfte von ihnen erwartete eine bessere Umsatzentwicklung als im Vorjahr. Diese **positive Stimmung** wurde untermauert durch wegweisende Investitionen – allen voran die **neue Seilbahn auf der Zugspitze,** die im Dezember 2017 eröffnet wurde. Hinzu kommt auch die **Wendelsteinbahn** und die **im Bau befindliche Jennerbahn in Berchtesgaden,** welche heuer ihren Betrieb aufnehmen wird. Seit 2017 präsentiert sich die Brauneck- und Wallbergbahnen GmbH als Mitglied unter dem Dach des TOM e.V.

Die **IHK für München und Oberbayern** und der **TOM e.V.** präsentieren **jährlich den IHK-Saisonbericht.** Dieser gibt der Branche, aber auch den Tourismusregionen einen **wichtigen Anhaltspunkt der künftigen Entwicklung** in der heimischen Seilbahn-Wirtschaft.



"Positive Stimmung unter den Bergbahnbetreibern."

QUALITÄTSMANAGEMENT

Weiterbildungs-Programm

Der TOM e.V. organisierte bereits im dritten Jahr ein oberbayernweites Weiterbildungs-Programm. Die Akzente und Fortbildungsinhalte werden jährlich gemeinsam mit den Partnern zusammengestellt. Dabei werden unterschiedliche Themenbereiche abgedeckt wie etwa Digitalisierung, Produktentwicklung oder Beschwerdemanagement. Es werden theoretische Grundlagen, aber auch ganz praktische Anwendungsmöglichkeiten vermittelt – etwa die konkrete Arbeit mit einem gängigen Grafikprogramm. Schulungen bieten den Mitgliedsorganisationen und -orten die Möglichkeit, sich stetig weiterzubilden und am Puls der Zeit zu bleiben.

TOM-Mitglieder haben die Gelegenheit, kostenlos an den Seminaren teilzunehmen. Anmeldungen erfolgen über top.oberbayern.de/weiterbildung

Stressmanagement *Produktentwicklung* *Vergaberecht* *Beschwerdemanagement*

Bildbearbeitung *Online-Medien* *Grafikdesign* *Online-Recht*

ANSPRECHPARTNERIN
Astrid Juppe
astrid.juppe@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 13

Schulung mit motivierten Teilnehmerinnen

1 Jahr Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP)

So schnell vergeht ein Jahr
Am 27. Oktober 2016 hat der TOM e.V. in seiner Mitgliederversammlung in Ruhpolding den Startschuss für das Tourismus Oberbayern Partnernetz gegeben. Seither profitieren alle Mitglieder und Partner des TOM e.V. von einer lebendigen und informativen Partnerplattform.

Registrieren Sie sich noch heute und nehmen Sie dieses Angebot wahr, denn das TOP lebt vom Mitmachen!

Das TOP lebt von:
- Branchenterminen, Neuigkeiten aus der Tourismusbranche
- Anmeldungen für Schulungen des TOM-Weiterbildungs-Programms
- Informationen zum Tourismusforum Oberbayern
- Übersicht über den TOM e.V. und seine Leistungen
- Vernetzungsplattform durch diverse Gruppen
- Protokolle und Präsentationen aus Gremiensitzungen sind für Gremiumsmitglieder 24/7 abrufbar
- Veröffentlichung von Statistiken und Studien
- Exklusivem Infomaterial, das Sie bei Ihrer touristischen Lobbyarbeit in Ihren Gremien beim Überzeugen unterstützt

MEHR INFOS
top.oberbayern.de
top.oberbayern.de/weiterbildung
top.oberbayern.de/tourismusforum

Onliner-Arbeitskreis (Onliner-AK) als Informations- und Vernetzungsplattform

Der Onliner-Arbeitskreis ist ein wesentlicher Bestandteil des TOM e.V. im Bereich Digitalisierung und Vernetzung. In diesem Jahr organisierte der TOM e.V. zwei Treffen für die oberbayerischen Onliner:

Onliner-AK in Herrsching am Ammersee

Am 15. Mai 2017 trafen sich die Onliner in Herrsching am Ammersee. Schwerpunkt des Treffens waren die neuen Gästewebseiten einzelner Partner. Der TOM e.V. stellte seine neue Gästewebseite vor, die durch emotionale Bilder sowie das „Ins-Schaufenster-Stellen" von Leuchtturmprodukten und -angeboten überzeugt. Auch München Tourismus gab einen kurzen Einblick in die Entwicklung der künftig neuen touristischen Webpräsenz auf münchen.de. Zum Schluss berichteten Vertreter aus dem Chiemgau über den Blog „Chiemgau G´schichten" und die damit gewonnenen Erfahrungen.

Onliner-AK in Ruhpolding

Der zweite Onliner-AK im Jahr 2017 fand in Ruhpolding im Chiemgau statt.

Während des Onliner-AKs wurde das neue Projekt Tourismus „Oberbayern – Echt digital" vorgestellt. Insbesondere die eCoach-Ausbildung war für die IT-Experten aus den Regionen von Interesse.

Weiteres Kernthema war ein Fachvortrag von Josef Rankl, wie Social Media Kanäle im Tourismus optimal genutzt werden können und wo der jeweilige Schwerpunkt liegt. Behandelt wurden der Nachrichtenkanal Twitter, Google+, XING, Instagram und YouTube. Auch die Kanäle Snapchat, Pinterest, Whats-Broadcast und WeChat wurden eingehend unter die Lupe genommen.

ANSPRECHPARTNERIN
Astrid Juppe
astrid.juppe@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 13

Bayerischer Biergenuss mit Auszeichnung

Mit dem Tag des Bayerischen Bieres startete die neue Zusatz-Zertifizierung „Ausgezeichnete Bierkultur", die auf die „Ausgezeichnete Bayerische Küche" aufsetzt und sie sinnvoll ergänzt. Wirtshäuser zeigen durch ihre Teilnahme, dass nicht nur die Küche auf regionale und frische Zutaten setzt, sondern auch Biergenuss auf höchstem Niveau geboten wird. Dass regionale Küche und heimische Bierkultur zusammengehören, zeigt sich beispielsweise, wenn es um Themen wie das richtige Bier zur gewählten Speise geht. Die neue Zusatz-Auszeichnung „Ausgezeichnete Bierkultur" unterstreicht die Rolle Bayerns als Bierland. Hochwertige Bierspezialitäten werden als Qualitäts- und Erlebnisprodukt in Szene gesetzt. Auch der Wirtshaus-Besuch als Erlebnis und dadurch auch das Image der bayerischen Hotellerie und Gastronomie erfahren so eine Aufwertung. Schließlich erhalten auch die Tourismusorganisationen eine gute Grundlage für die Produktentwicklung im Bereich Bierkultur.

Der TOM e.V., der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern, die Bayern Tourist GmbH, das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, der Bayerische Brauerbund und der Verband der privaten Brauereien Bayern sind Initiatoren der neuen Auszeichnung.

AUSGEZEICHNETE BIERKULTUR

Kernkriterien:

- Biersortiment (Angebotsvielfalt, saisonales Angebot)
- Bierkarte (Basiswissen, Spezifizierung, Größeneinheit)
- Qualifikation der Mitarbeiter
- Bierprobe (begleitet/unbegleitet)
- Gerichte mit Bier (Hauptgericht, Vor- und Nachspeise)

MEHR INFOS
www.bayerischekueche.de

PROJEKTARBEIT

Oberbayern – Echt digital

Digitale Sprachassistenten, Online-Buchungsplattformen, aufwändige Hotelwebseiten in mehreren Sprachen, Vergleichs- und Buchungsportale, branchenfremde Datengiganten, die immer stärker in den Markt eindringen: Die Digitalisierung verändert die Reisebranche von Grund auf und stellt den Tourismus vor große Veränderungsprozesse und Herausforderungen. Um herauszufinden, wie die touristischen Akteure damit umgehen, und um passende Strategien sowie gegebenenfalls sinnvolle Unterstützungsmaßnahmen zu entwickeln, hat der TOM e.V. zusammen mit der IHK für München und Oberbayern, dem Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern und dem Bezirk Oberbayern eine Status Quo-Analyse bei der Tourismusforschung der FH Salzburg beauftragt und gemeinsam die Digitalisierungsoffensive „Oberbayern – Echt digital" gestartet.

Digitalisierungsoffensive im oberbayerischen Tourismussektor

Als Reaktion auf die digitalen Brennpunkte werden ab März 2018 verschiedene Maßnahmen eingeführt, um das Digitalisierungsniveau nachhaltig zu steigern: **Oberbayerns Digitale Botschafter:** Einen der wichtigsten Eckpfeiler der Strategie bildet der eCoach. Dieser wird nach einer zweisemestrigen Ausbildung als zentrale Ansprechperson vor Ort Hilfestellung und Orientierung in allen Sachen Digitalisierung bieten.

Workshops: Um das Basiswissen und Knowhow bei den einzelnen Partnern und Betrieben zu fördern, aber auch um den Blick für die Möglichkeiten in der Digitalisierung zu öffnen, werden zudem laufend Workshops an verschiedenen Orten in Oberbayern veranstaltet. Auf dem Programm stehen zum Beispiel „Einführung ins Online-Marketing", „Gästedaten nutzen", „Webseite-Grundlagen" sowie Video-, Bild- und Text-Workshops.

E-Learning-Programme: Speziell für die Reisebranche von Tourismusexperten entwickelt, werden e-Learning-Programme bereitgestellt, deren Inhalte laufend aktualisiert und angepasst werden.

Lernen von den Besten: Zudem haben Interessierte die Möglichkeit, bei Exkursionen den digitalen Vorreitern über die Schulter zu blicken.

OBERBAYERN
Echt digital

Alle Informationen rund um die Digitalisierungsoffensive finden Sie unter oberbayern-echtdigital.de

Herzstück der Digitalisierungsoffensive ist die Website **www.oberbayern-echtdigital.de**

Starker Web-Auftritt: Der TOM e.V. relauncht oberbayern.de

Oberbayern erhielt am 30. Mai 2017 einen neuen touristischen Webauftritt, der Gäste zu einer Reise in die Region inspirieren soll. Typisch oberbayerische Kernangebote werden ähnlich eines Online-Reiseführers präsentiert und interessierte Besucher zielgenau in die oberbayerischen Partnerregionen geleitet. Mit dem Relaunch der Webseite wurde der oberbayerischen Urlaubsregion ein zeitgemäßes und ansprechendes digitales Gesicht verliehen, das den Bedürfnissen der oberbayerischen Zielgruppen gerecht wird.

Für Mitglieder hält der TOM e.V. ein besonderes Angebot bereit: Mit dem „Partner-Framework" können Sie für Ihren Web-Auftritt auf die technische Basis von oberbayern.de zurückgreifen.

Der TOM e.V. legt besonderen Wert auf eine authentische, herzliche Kommunikation und auf herausragende Angebote aus den oberbayerischen Urlaubsregionen, die exemplarisch für Oberbayern stehen. Die neue Webseite ist perfekt auf die Bedürfnisse der oberbayerischen Gäste ausgerichtet, die sich bei der Suche auch immer mehr über mobile Endgeräte zu einer Reise inspirieren lassen. Themen, die den Gast interessieren, werden räumlich zugeordnet und entsprechend seiner Interessen auf der Seite zusammengestellt. Wichtige Inhalte aus den Regionen werden intelligent gebündelt. Zudem wurden die Facebook- und Instagram-Kanäle der Tourismuspartner eingebunden. Die direkte Verlinkung zu den Online-Auftritten der oberbayerischen Tourismusregionen und -orte schlägt eine Brücke zu den Angeboten der Mitglieder.

Im Mittelpunkt der Webseite stand von Anfang an ein möglichst großer Informationswert und Nutzen für den Besucher. Es soll gezeigt werden, was die Urlaubsregion Oberbayern ausmacht. Die Webseite soll aber auch als eine Art Online-Reiseführer fungieren, der besonders interessante Angebote und Erlebnistipps aus den oberbayerischen Urlaubsdestinationen und -orten ins Schaufenster stellt. Ganz wichtig ist auch die Zusammenschau der oberbayerischen Regionen und Orte, die dem Besucher die Orientierung erleichtert.

Produktentwicklung WasserRadlWege Oberbayern

2017 stellte die TOM-Geschäftsstelle alle wichtigen Weichen für das neue oberbayernweite Rad-Leitprodukt. Dazu gehörten insbesondere die Abstimmung des Routenverlaufes mit allen Partnern, die Entwicklung eines Beschilderungskonzeptes und die Planung von Informationsmedien und Kampagnen für die Eröffnung 2018.
Um die Mitglieder und Partner optimal einzubinden, fanden 2017 insgesamt drei Radabstimmungstreffen statt. Darin berichteten der TOM e.V. und das beauftragte Planungsbüro Topplan über den jeweiligen Projektstand.

Dauerhaftes Qualitätsmanagement

Gerade bei Leitprodukten ist es wichtig, einen hohen und einheitlichen Qualitätslevel sicherzustellen. Deshalb entschied sich die Geschäftsstelle gemeinsam mit allen Destinationen, ein übergreifendes Qualitätsmanagement einzuführen. Dieses sieht vor, die Radlschleifen im Jahresturnus zu bereisen und vorhandene Mängel gebündelt an die Ansprechpartner in den Regionen weiterzureichen. Auch die Finanzierung wird solidarisch durch alle Regionen mitgetragen und in einem Kooperationsvertrag fixiert.

ANSPRECHPARTNER
Max Berger
max.berger@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 12

Mit der richtigen Kommunikation in den Markt

2017 wurden reichweitenstarke Marketingaktionen konzipiert. Eine zentrale Rolle in der Kampagne spielten die Magazin-Beilage in Kooperation mit dem aktivRadfahren-Magazin sowie der Beilagen-Fortdruck in den Magazinen "MYBIKE" und "RADtouren". Dazu entstand in Kooperation mit dem Bielefelder Verlag eine Radtourenkarte.
Im Design der Broschüre "Echt Rein – Wege zur oberbayerischen Bierkultur" produzierte der TOM e.V. zum Start der Messesaison eine passende Broschüre für die Radler.
Tragende Säulen den Pressearbeit waren der Presseroundtable 2017 und Presseaussendungen, in denen die drei Schleifen der WasserRadlWege vorgestellt wurden.
Auch über Buchungen über das „Maßnahmennavi" der Bayern Tourismus Marketing GmbH und Advertorials unter beispielsweise www.fahrrad.de konnte eine hohe Reichweite erzielt werden.
Der TOM e.V. bedankt sich herzlich bei allen Projektpartnern. Die WasserRadlWege Oberbayern sind ein Gemeinschaftsprojekt aller Landkreise, Städte und Kommunen entlang der Strecke. Das Leitprodukt nimmt eine verbindende Rolle aller oberbayerischen Tourismusregionen ein. Der TOM e.V. freut sich gemeinsam mit den Projektpartnern, das Projekt stetig weiter zu entwickeln, um Oberbayern langfristig als TOP-Radreiseregion zu etablieren.

Kommunikationsmaßnahmen des TOM e.V. am Beispiel der WasserRadlWege Oberbayern

Produktbroschüren

Online-Darstellung auf oberbayern.de

Carousel & Canvas Ads auf Facebook

Online-Darstellung der Route zu den Wasser-RadlWegen Oberbayern

Blogger-/Influencer-Reise

ADS
AD
vertorial

„Bayern" Magazin & „Outdoor" Magazin
Münchner Merkur & Nürnberger Nachrichten

Beileger im Magazin „aktivRadfahren"

Gruppen-Pressereise entlang der Wasser-RadlWege Oberbayern

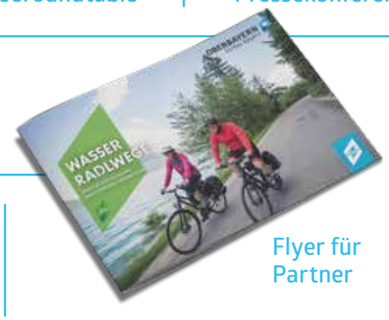
Presseroundtable

ITB
Pressekonferenz

Give Aways

Presse-mitteilungen

Radtourenkarte in Zusammenarbeit mit dem ADFC



Flyer für Partner

Projektstatus Mountainbike

Das südliche Oberbayern ist ein erstklassiges Mountainbike-Revier. Dennoch stehen der Ausweisung von Trails immer wieder unklare Rechts- und Haftungsfragen im Wege. Auch die einheitliche Gestaltung von Gestattungsverträgen mit Grundstückseigentümern und Beschilderung stellt die Regionen vor große Herausforderungen. Der TOM e.V. hat sich auf Wunsch der südlichen Mitglieds-Destinationen der Thematik angenommen und mit den Partnern einen MTB-Arbeitskreis ins Leben gerufen. 2018 entsteht ein MTB-Leitfaden, der dabei helfen soll, einen einheitlichen und oberbayernweiten Rahmen für MTB-Produkte zu bieten. Die Gestattungsverträge wurden bereits mit dem Allgäu und den österreichischen Grenzregionen abgestimmt und können auf Nachfrage ab sofort zur Verfügung gestellt werden. Auch eine Pro MTB-Kampagne z.B. in Form eines Trailers ist geplant. Damit erhalten die Regionen eine Hilfestellung, die Akzeptanz in Bevölkerung, Wirtschaft und Politik zu steigern. Schließlich geht es auch um die Profilierung des MTB-Tourismus in Oberbayern, wodurch die Mehrwerte stärker herausgearbeitet werden sollen.

Der TOM e.V. schließt Rahmenvertrag mit dem ADFC ab

Für das neue Leitprodukt „WasserRadlWege Oberbayern“ möchte der TOM e.V. ein möglichst dichtes Netz von radlerfreundlichen Betrieben entlang der Route anbieten können.
Da es bei der Ausstattung mit Bett+Bike Betrieben Nachholbedarf gibt und auch gerade das neue Oberbayern-Radprodukt entsteht, konnte der TOM e.V. mit dem ADFC hierzu Sonderkonditionen vereinbaren. Die Vereinbarung gilt dabei nicht nur für Betriebe entlang der Route des Radl-Leitproduktes, sondern für alle Mitgliedsregionen des TOM e.V. Damit stärkt der TOM e.V. auch die radtouristische Entwicklung und Vermarktung der Mitglieds-Destinationen und Orte.

50%

Rabatt für Beherbergungsbetriebe, die sich bis Ende 2018 beim ADFC Bayern unter dem Stichwort „Tourismus Oberbayern München“ zur Zertifizierung zum Bett+Bike-Betrieb melden.

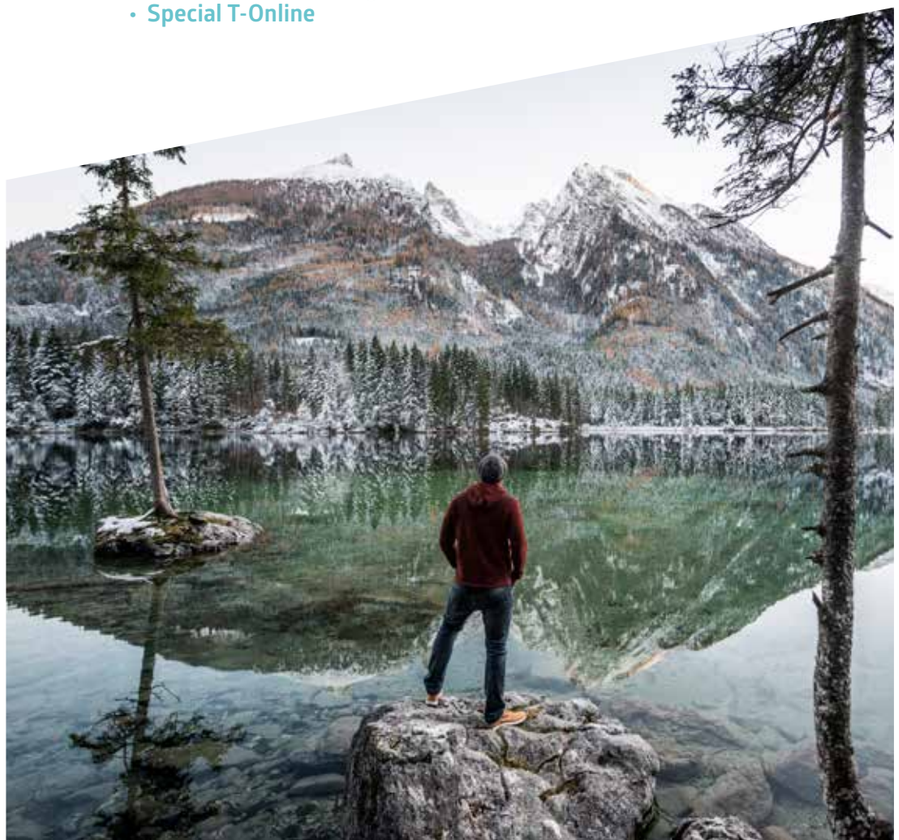
Winterkampagne 2017/2018

Mit der Winterkampagne 2017/2018 konnte der TOM e.V. die Bekanntheit der Winterprodukte "Landschaftskino-Wege" und "Landschaftskino-Loipen" deutlich steigern. Unter dem Dach der „Alpinen Heimat“ wurde eine zielgerichtete Online-Kampagne mit geringen Streuverlusten durchgeführt. Alle Zielgruppen konnten punktgenau angesprochen werden. Die Maßnahmen im Überblick:

- Google Search und Retargeting
- Facebook Carousel Ads
- Facebook Canvas Ads
- Influencer Marketing Facebook
- Influencer Marketing Blogger
- Content Marketing
- WeTransfer
- Newsletter Marketing
- Special T-Online

Zudem lief während der Vorweihnachtszeit ein Kurzspot über die Landschaftskino-Wege auf den Infoscreens der U-Bahnen in München.

Erfolgskontrolle: Online-Werbung punktet im Vergleich zur klassischen Werbung mit seiner Messbarkeit und hilft, Streuverluste zu minimieren. Die ersten Ergebnisse im Januar 2018: 35.149 Besucher auf der Zielseite oberbayern.de



Der TOM e.V. schafft mit den „Landschaftskino-Wegen“ ein typisch oberbayerisches, schneeunabhängiges Winterprodukt.

Neue Panoramakarte für Oberbayern

„Echt aussichtsreich" ist der Titel der 2017 erschienenen Panoramakarte Oberbayern. Mit einem neuen Design, größeren Format und überarbeiteten Texten wurde das Printprodukt pünktlich zur Messesaison 2017 aufgelegt. Eine wesentliche Neuerung ist die komprimierte Darstellung einer Winter- und Sommerkarte Oberbayerns vereint in einem Printprodukt. Gäste können diese so das ganze Jahr über verwenden.

Erlebniswelt: Welcome-Lounge am Flughafen München

Die Bayern Tourismus Marketing GmbH präsentierte am 17. Oktober 2017 eine völlig neue Airport Welcome-Lounge am Flughafen München – direkt im besucherstarken Terminal 2.
Ziel ist es, ankommende Gäste am größten Verkehrsdrehkreuz Europas echt bayerisch willkommen zu heißen. Gerade für den TOM e.V. ist es wichtig, die Fluggäste über die Highlights und Urlaubsmöglichkeiten in Oberbayern, München und den Tourismusregionen zu informieren. Deshalb konnten der TOM e.V. gemeinsam mit fünf Mitgliedern München Tourismus, Starnberg Ammersee, Tourismusverband Pfaffenwinkel, Stadt Freising und Stadt Erding insgesamt 14 Wochen in der Welcome-Lounge gebündelt und erheblich kostenreduziert für 2018 buchen. Der TOM e.V. und seine Partner freuen sich, Reisende und Wartende im persönlichen Gespräch, aber auch durch Touchscreens, eine große Medienwand und Prospektauslagen zu inspirieren und informieren.

Partner-Fotoshootings

Der TOM e.V. bietet seinen Plus-Mitgliedern ein kostenloses, eintägiges Fotoshooting zu den Themen der Region an. Themen und Location können vom Mitglied frei gewählt werden.
Die Alpenregion Tegernsee Schliersee und das Berchtesgadener Land nutzten den goldenen Herbst für einmalige Wanderfotos. Die Stadt Bad Tölz hingegen setzte mit neuen Bilder auf das Thema Gesundheit, und das Tölzer Land lockt mit traumhaften Landschaftsfotos. Das Chiemsee-Alpenland nutzte den Sommer und fotografierte trachtige Motive am bayerischen Meer und in den Bergen. Weitere Shootings sind bereits plant. Auf diese Weise wächst der Bilderpool des TOM e.V. stetig

ANSPRECHPARTNERIN
Anja Reinhardt
Anja.reinhardt@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 10

ALPIN Extra Oberbayerische Seen

Ohne sie wäre Oberbayern nur halb so schön. Die zahlreichen Seen prägen das oberbayerische Landschaftsbild und sind ein differenzierendes Merkmal und ein Imagefaktor der Urlaubsregion Oberbayern. Sie machen das Rad-, Wander- und Kulturerlebnis besonders. Aus diesem Grund widmet das Outdoor-Monatsmagazin ALPIN den oberbayerischen Seen ein redaktionelles Special. Dieses entstand in Zusammenarbeit mit TOM e.V. und ist am 8. April 2017 erschienen.
Zehn beteiligte Partnerregionen präsentierten sich darin. Der TOM e.V. sorgte für das Oberbayern-Dach und übernahm die Rahmen-Redaktion. Das Heft wurde in einer Auflage von 100.000 Exemplaren im Hauptmedium ALPIN, aber auch in der Nürnberger Zeitung gestreut. Dadurch konnte eine deutliche Steigerung der Reichweite in der Zielgruppe erreicht werden.

FAZIT

Oberbayern fokussiert sich auf seine vier Kernthemen und Leitprodukte:

Winter **Radln** **Wandern** **Kultur**

OBERBAYERN Landschaftskino-Wege

OBERBAYERN WasserRadlWege

OBERBAYERN Landschaftskino-Loipen

Ein kleiner Überblick unserer aktuellen Leistungen für Mitglieder:

	Politische Interessenvertretung (Politik, Behörden, Öffentlichkeit etc.)	**20 % Branchenrabatte GEMA/VG Media** (und weitere Rahmenverträge)	**Oberbayernweite Vernetzung** über Gremien, Arbeitsgruppen etc.	**Digitalisierungsoffensive + eCoach-Ausbildung**	**Sonderkonditionen Klassifizierung + Zertifizierung**	**Wissensmanagement + Beratung in Tourismusfragen**	**Gwusst wia! Tourimusratgeber Zulieferung + Nutzung**	**Zugang Tourismus Oberbayern Partnernetz, Anbindung Innenkommunikation**	**Qualitätsoffensive** Kostenloses Weiterbildungs- und Schulungsprogramm	**Tourismusforum Oberbayern Teilnahme**	**Oberbayernweite Leitprodukte Einbindung**	**Kostenloser Tag Bildproduktion mit Profi-Fotografen**	**Präsentation im Gästeweb** (oberbayern.de)	**Präsentation in Panoramakarte + Produktbroschüren**	**Übergreifende Kommunikation/ Marketingplattformen**	**Einbindung PR-Arbeit – Pressekonferenzen, PR-Abstimmungstreffen etc.**	**Zusatzpräsentationen auf Messen und Werbefahrten**	**Chance zur Aufnahme im Fachbeirat**
Basis-Mitglied	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x					(x)		(x)	
Plus-Mitglied	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Förder-Mitglied	x		x			x	x	x		x								

(x) gegen Zuzahlung

Das ALPIN Seen Special

Das ALPIN Seen Special hatte eine Auflage von 100.000 Exemplaren.

Unternehmensbroschüre

Der TOM e.V. präsentiert seine Leistungen in der neuen Unternehmensbroschüre.

WasserRadlWege Oberbayern

Den Radlfernweg WasserRadlWege Oberbayern präsentiert der TOM e.V. in der neuen Produktbroschüre.

Mitglieder profitieren von geschlossenen Rahmenverträgen mit der GEMA und VG-Media!

Die ersten Betriebe bekamen ihr Zertifikat zur „Ausgezeichneten Bierkultur“.

Seminare zur Weiterbildung der TOM-Mitglieder.

Der Onliner-AK traf sich in Herrsching und Ruhpolding zum Austausch.

Interessensvertretung des TOM e.V. durch diverse Mitgliedschaften und Kooperationen.

Das Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) feierte Einjähriges! www.top.oberbayern.de

Drei Mitgliedsregionen adaptierten den Erklärvideo zum Wirtschaftsfaktor Oberbayern für ihre Region.

INNEN-KOMMUNIKATION UND BRANCHENTERMINE

Der Informationsfluss und die Vernetzung in der Tourismusregion sind wichtiger denn je. Serviceleistungen, Mehrwerte und Beteiligungsmöglichkeiten werden erst sichtbar, wenn die Partner die Strategien, die Projekte und Angebote des TOM e.V. kennen. Aus diesem Grund bemüht sich der TOM e.V., über digitale Plattformen, Pressearbeit und Veranstaltungen zu kommunizieren und mittels persönlicher Gespräche vor Ort präsent zu sein. Doch jeder Einzelne kann mithelfen, das Netzwerk noch effizienter zu gestalten. Leiten Sie wichtige Informationen an Ihre Partner weiter – sei es über Newsletter, in Versammlungen oder in Ihren Medien. Empfehlen Sie die Leistungen des TOM e.V. und die Mitgliedschaft weiter!

Veranstaltungen des TOM e.V.

Auch 2017 organisierte der TOM e.V. zahlreiche Veranstaltungen für touristische Akteure in Oberbayern. Hierbei stehen die Vernetzung mit den Partnern sowie der Informationsaustausch im Vordergrund.

Mitgliederversammlung in Pfaffenhofen, Mai 2017

Der TOM e.V. lud am 30.05.2017 nach Pfaffenhofen a.d. Ilm zur Mitgliederversammlung und informierte über aktuelle Tourismusentwicklungen, Projekte und Maßnahmen. Stolz präsentierte der Tourismusverein den neuen Webauftritt Oberbayerns.

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen in Sachen Sicherheitslage und Wetterentwicklung kann die Tourismusregion Oberbayern 2017 ein gutes Tourismusergebnis präsentieren. Dennoch müssen sich die Regionen vielen Herausforderungen stellen – von der Qualitätsausrichtung über die Digitalisierung bis hin zur Entwicklung der Auslandsmärkte reicht die Spanne. Präsident Robert Salzl forderte die Mitglieder auf, sich geschlossen hinter den TOM e.V. zu stellen und sich in Projekte und Veranstaltungen einzubringen. Nur durch Gemeinschaft entsteht Stärke, lautete seine Devise.

Dass die Geschäftsstelle auf solide Finanzen bauen kann, attestierte die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Florentz und Partner. Im vergangenen Jahr konnte das Volumen der Projektumsetzung weiter gesteigert werden. Auf dieser Basis sprachen die Mitglieder der Geschäftsführung und dem Präsidium ihr Vertrauen aus und entlasteten diese. Geschäftsführer Oswald Pehel informierte die Anwesenden über aktuelle Projekte wie die völlig neue Zertifizierung „Ausgezeichnete Bierkultur", die zusammen mit Brau- und Hotelverbänden sowie dem Landwirtschaftsministerium speziell für Wirtshäuser mit herausgehobener Bierkultur entwickelt wurde. Ein besonderer Höhepunkt war die Präsentation des neuen Webauftrittes, der einem kompletten Relaunch unterzogen wurde. Im Fokus steht die Inspiration für typisch oberbayerische Leitangebote zu den Kernthemen Radln, Wandern, Kultur und Winter. Gleichzeitig bietet das neue Portal oberbayern.de Orientierung zu den Mitgliedsregionen, -orten und Partnern. Servicethemen werden über einen Pressebereich abgedeckt.

Oswald Pehel, Peter Ries, Robert Salzl

Oswald Pehel

Mitgliederversammlung Altötting, Oktober 2017

Viel getan hat sich in den letzten Jahren im oberbayerischen Tourismus. Bei der 9. Mitgliederversammlung, die im neuen Kultur- und Kongressforum in Altötting stattfand, konnte Präsident Robert Salzl von weiter steigenden Gäste- und Übernachtungszahlen in Oberbayerns Mitgliedsorten berichten (Gästeplus 6,6 %, ÜN-Plus 4,6 %, gesamt ca. 20 Millionen ÜN, davon die Hälfte in der Landeshauptstadt München). Bürgermeister Herbert Hofauer präsentierte Altötting nicht nur als international renommierten Wallfahrtsort, sondern auch als touristisch interessante Region mit starkem Radtourismus. Wolfgang Altmüller von der VR meine Raiffeisenbank eG betonte, dass die Kooperation zwischen Tourismus und Wirtschaft Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg ist. Dabei verwies er darauf, dass sich seine Bank bei der Verwirklichung des Kultur- und Kongressforum Altötting finanziell stark eingebracht hat. Präsident Robert Salzl und Jens Huwald als Geschäftsführer der Bayern Tourismus Marketing GmbH präsentierten die neue Airport Welcome-Lounge am Flughafen München. Diese neue Einrichtung mit überaus vielen Gästekontakten aus aller Welt kann zu regionalen oder saisonalen Werbezwecken genutzt werden. Ausführlich stellte Geschäftsführer Oswald Pehel die neuesten TOM-Produkte und Ziele vor und betonte: "Der Gast wird immer digitaler." Weitere Schwerpunktthemen des TOM-Geschäftsführers waren das Gemeinschaftsprojekt „Ausgezeichnete Bierkultur“ mit BTG, IHK für München und Oberbayern und DEHOGA Bayern, ein Mountainbike-Arbeitskreis, die Eröffnung der WasserRadlWege Oberbayern im Jahr 2018 sowie eine Winterkampagne. Verabschiedet aus dem Kreis der TOM-Führungs-touristiker wurde Peter Ries aus Garmisch-Partenkirchen, dieser geht in den Ruhestand. Zudem wurde noch beschlossen, dass die nächste TOM-Mitgliederversammlung am 15. Mai in Erding stattfindet.

Mitgliederversammlung in Pfaffenhofen

Tegernsee Preisfinder für Partner-Destinationen, November 2017

Der TOM e.V. ist der Überzeugung, dass durch gemeinsame Initiativen hervorragende Synergien für mittelständische Unterkunftsbetriebe erzielt werden können.

Die Anforderungen, die in Oberbayern tagtäglich an Touristiker gestellt werden, wachsen stetig. Immer mehr Kreativität ist erforderlich, um diesen vielseitigen Ansprüchen gerecht zu werden. Preisvergleichsportale spiegeln weder Wert noch Qualität einer Unterkunft. Gleichzeitig zählt der „gute“ Preis eines Gästezimmers immer mehr als schlagendes Argument für eine Buchung.

Die revolutionäre Antwort: DER TEGERNSEE Preisfinder! Das innovative Computerprogramm, speziell für mittelständische Unterkunftsbetriebe; nominiert für den Deutschen Tourismuspreis 2017. Ab sofort können Gastgeber den optimalen Zimmerpreis automatisch und selbstständig berechnen. Leistungswettbewerb statt Preiskampf – Wert und Qualität müssen wieder mehr in den Vordergrund rücken.

Mit dem DER TEGERNSEE Preisfinder lotsen sich Unterkunftsbetriebe noch sicherer und erfolgreicher durch die digitale Welt der Online-Buchungssysteme. Intelligente Software, gepaart mit einer anwenderfreundlichen Bedienung, ebnet den Weg zum selbstbewussten Preis. Diese perfekte Symbiose ist der konsequente Schritt in nachhaltig orientierte Tourismusförderung.

PR-Abstimmungstreffen
2017 im Werk1

Nach dem TOM-PR-Abstimmungstreffen 2017 sind alle im Bilde

„Darf ich das Bild auch für Social Media verwenden? Ich hab das Bild doch gekauft, dann kann ich alles damit machen."
Wenn es um das Thema „Recht am Bild" oder „Nutzungsrechte für Social Media" geht, sind die Meinungen, was richtig und falsch ist, vielfältig wie die Motivauswahl in Oberbayern. Aus diesem Grund hat der TOM e.V. Medienanwältin Annika Trockel zum diesjährigen PR-Abstimmungstreffen eingeladen.

Pressereise „Wassererlebnis Oberbayern"

Zum Thema „Wassererlebnis Oberbayern" organisierte der TOM e.V. gemeinsam mit seinen Partnern und Uschi Liebl PR nach 2016 die zweite Gruppen-Pressereise. Bereits während des Presseroundtables vergangenen November wurde das Leitthema „Wasser" angekündigt und nun im Rahmen der Gruppen-Pressereise wieder aufgegriffen. Sechs Journalistinnen bekamen zwischen 22. und 24. Mai 2017 einen Einblick in die Facetten des Themas "Wasser" und die Geschichten, die sich links und rechts neben dem Element in Oberbayern dazu abspielen.

Die Pressereise führte nach einem Mittagessen und einer Führung durch das Klosterareal Fürstenfeldbruck mit dem E-Bike an den Ammersee. Von dort aus wurden die Zweiräder gegen das Schaufelrad der „Diessen" getauscht. Mit dem Dampfer ging es nach Herrsching. Hier konnte die Gruppe bei herrlichem Wetter den Sonnenuntergang bei einem Abendessen direkt am See genießen. Übernachtet wurde in Weilheim, von wo aus es am nächsten Morgen im Pfaffenwinkel auf die Pfade des Lecherlebnisweges ging. Begleitet von einem Naturführer begaben sich die Journalistinnen auf Spurensuche des ursprünglichen Lechs und erkundeten die vielfältige Fauna und Flora links und rechts neben dem Lech. Gestärkt mit Käse und Fisch aus der Region ging es nach Garmisch-Partenkirchen. Die Partnachklamm bot der Gruppe das lauteste Wassererlebnis der Reise. Dank der Begleitung einer Heilklimatherapeutin und des Klammwarts konnte man wertvolle Informationen zur Entstehung und zu den Heileffekten der Klamm aufnehmen. Der Tag wurde bei einem Abendessen und einer Wasserverkostung in Kochel am See beendet. Der letzte Tag wartete nochmals mit einem hautnahen Wassererlebnis auf. Mit dem Raftingboot ging es von Lenggries nach Bad Tölz. Auch hier konnte man über die Isar-Ursprünge wertvolle Infos erfahren. Aber auch der Spaß kam beim Baden und bei diversen Spielen in der zugegebenermaßen recht frischen Isar nicht zu kurz. Die Reise fand bei einer Brotzeit am Flaucher in München ihren Abschluss.

Der TOM e.V. ist die Vernetzungsplattform für alle oberbayerischen Destinationen. Das Presseabstimmungstreffen zeigt, wie wichtig diese Synergie ist.

Rückblick: Presseroundtable Oberbayern

Düsseldorf – Hamburg – München. So hießen die drei Stationen des Presseroundtable 2017. Der Presseroundtable ging heuer in die insgesamt vierte Runde hintereinander und ist beim TOM e.V. und seinen Partnern mittlerweile als Fixpunkt in der jährlichen Pressearbeit zu betrachten. Vom 14. bis 16. November ging es für den TOM e.V. gemeinsam mit vier Partnerregionen unter Betreuung von Uschi Liebl PR auf Medienreise in die besagten Städte.
Mit vertreten waren neben dem TOM e.V. auch die Regionen Tölzer Land, Chiemsee-Chiemgau sowie die Städte München und Freising. Seit 2015 definiert der TOM e.V. ein jährliches Leitthema, zu dem sich die Regionen mit entsprechenden Angeboten präsentieren. Dieses Jahr drehte sich alles um das Thema Radlfahren, auf das der TOM e.V. im kommenden Jahr einen besonderen Fokus setzen möchte.
Aufhänger war passenderweise das neu entstehende Rad-Leitprodukt WasserRadl-Wege Oberbayern. Die mitgereisten Partner präsentierten sich entsprechend mit passenden, ergänzenden Angeboten. Angefangen von der Fernradroute München-Venezia über den Isarradweg, die Hallertauer Hopfentour oder auch die vielen Themenrunden der ADFC-RadReiseRegion Chiemsee-Chiemgau. Nach den kurzen Partnervorstellungen zu Beginn der Termine ging es im Anschluss in Einzelgespräche mit den Journalisten. Ganz besonders freute sich der TOM e.V. über das hohe Interesse der einheimischen Journalisten am Abschlusstag in München. Hier fanden zur Mittagszeit 16 Journalisten den Weg ins Glockenbachviertel.

Pressereise „Wassererlebnis Oberbayern"

Bild links:
Stephanie Jacobs,
Franz Josef Pschierer

Bild rechts:
Oswald Pehel,
Franz Josef Pschierer,
Robert Salzl

Tourismusforum Oberbayern zum Thema „E-Mobiliät im Tourismus“

Die Wachstumspotenziale und Geschäftsmöglichkeiten rund um das Thema „E-Mobilität im Tourismus“, aber auch die daraus gewonnenen Chancen für Umwelt und Menschen in Oberbayern, waren die Kernthemen des Tourismusforum Oberbayern 2017. Dabei verdeutlichten die vielen teilnehmenden Referenten, dass die E-Mobilität nicht nur ein Zusatzgeschäft, sondern Grundvoraussetzung ist, um den modernen Gästebedürfnissen gerecht zu werden. Erfolgversprechende Produkte könnten nur dann entstehen, wenn die E-mobilen Lösungen selbst gelebt und ständig weiterentwickelt werden würden. Zudem biete das Denken in großen E-mobilen Angeboten die Chance einer echten touristischen Profilierung, wie am Beispiel der E-Grand Tour of Switzerland, der Gemeinde Werfenweng oder des Hotel Kaiserhof sichtbar wird. Dafür unabdingbar ist das Zusammenspiel von Tourismusregion, zugehörigen Orten und Unterkunftsbetrieben. Nur so könne ein schlüssiges und markantes Gesamtkonzept entstehen, das zunächst Aufmerksamkeit beim potenziellen Gast erzeugen und vor Ort positiv erlebt werden kann. Insgesamt ging vom Tourismusforum Oberbayern ein starker Impuls an die heimischen Tourismuspartner aus, sich künftig mit noch mehr Energie und Leidenschaft diesem hochinteressanten Thema zu widmen.
Eine würdevolle Einleitung fand das Tourismusforum Oberbayern, das am 27. April zum nunmehr vierten Mal veranstaltet wurde, mit den Grußworten von Conrad Mayer, Franz Josef Pschierer und Stephanie Jacobs.
Die E-Mobilität würde nicht nur ein bereits vielfältiges Tourismusangebot zusätzlich erweitern, sondern gleichzeitig helfen, die Umwelt und die reine Luft Oberbayerns zu schützen und zu bewahren.
Franz Josef Pschierer, Staatssekretär im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, sprach von der E-Mobilität als Schlüsseltechnologie.
Für die Stadt München war Stephanie Jacobs, Referentin für Gesundheit und Umwelt der Landeshauptstadt München, zugegen. Sie sprach von den Maßnahmen der Stadt, um E-Mobilität weiter zu fördern und auszubauen und so Leben und Gesundheit der Münchner weiter zu verbessern.
Es folgten zahlreiche Fachvorträge zum Thema "E-Mobilität":
Den Anfang machte Peter Grett von Touremo. Er zeigte nicht nur die Gewinner der E-Mobilität auf, zu denen er Tourismusdestinationen und -betriebe und deren Gäste, die Elektromobilität selbst und natürlich die Umwelt zählte, sondern veranschaulichte auch das (Gewinn-)Potenzial für Tourismus-Destinationen und -Betriebe.
Wie dies konkret aussehen kann, erläuterte im Anschluss Richard Absenger vom Hotel Kaiserhof, Anif. Eine Vorreiterrolle nimmt auch die österreichische Gemeinde Werfenweng ein, wie Dr. Peter Brandauer erklärte. Als Bürgermeister des „Modellorts für Sanfte Mobilität und E-Mobilität im Tourismus“ plädiert er für einen „Weg der 1.000 Schritte“ hin zur umweltverträglichen Mobilität.
Ein spannendes Projekt, das Tourismus mit E-Mobilität verbindet, stellte auch Peter Arnet, Geschäftsführer Alpiq E-Mobility AG, mit der „E-Grand Tour of Switzerland“ vor. So ist die E-Grand Tour of Switzerland weltweit die erste offizielle Touring-Route, die dank zahlreicher Ladestationen an der Strecke mit dem Elektroauto durchgängig befahrbar ist.
„Nur zusammen geht es vorwärts", konstatierte Dr. Christoph Ebert von MORE Garmisch-Partenkirchen. Er erläuterte die Handlungsmöglichkeiten für E-Mobilität und Tourismus im ländlichen Raum. Dezentral, regional und möglichst barrierefrei müsse das öffentliche Mobilitätsangebot sein.
Ins Detail ging es bei verschiedenen Kurzvorträgen: So referierte Nicolai Kemm, Exklusivverkauf BMW i, BMW AG Niederlassung Stuttgart, über den touristischen Zielmarkt aus Sicht eines E-Automobilherstellers. Detlev Knoll von der Zürich Versicherung Berchtesgaden erläuterte, wie E-Fahrzeuge richtig und günstig versichert werden, und welche Problematiken bei falschem oder mangelndem Versicherungsschutz auftreten können. Nico Friedmann von EON Energie Deutschland GmbH sprach über Möglichkeiten zum Laden von Gäste- und Betriebsfahrzeugen und stellte dabei verschiedene Konzepte, Produkte und die damit verbundenen Kosten vor. Den Abschluss bildete Matthias Groher von INM Berlin, der auf die verschiedenen Förderungsmöglichkeiten am Beispiel der Stadt München und dem BUND einging.
Moderiert wurde die Veranstaltung von Joseph Seybold, Referent für Stadtverkehr, Elektromobilität und Umweltthemen der IHK für München und Oberbayern.

> *„E-Mobilität ist Grundvoraussetzung, um den modernen Gästebedürfnissen gerecht zu werden.“*

Wir sind für Sie vor Ort

Die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft stellt Tourismusstudie vor

Um die Herausforderungen der Tourismuswirtschaft aufzuzeigen und um die eigenen Stärken bei der Vermarktung und die Kundenorientierung auszubauen, entwickelte die Vereinigung der bayerischen Wirtschaft (vbw) eine Studie „Tourismus und Industrie – gemeinsame Erfolgsfaktoren". Hierbei wurde geprüft, welche Erfolgsfaktoren der bayerischen Industrie übertragbar auf das Hotel- und Gaststättengewerbe sind. Die Resultate stellte die vbw am 10. Juli im Bayerischen Hof vor.

Wesentliche Handlungsmöglichkeiten:

- Ausgliederung mancher Leistungserbringung an externe Dienstleister
- Steigerung des Anteils an ausländischen Gästen
- Investitionen in Einrichtung, Modernisierung und Instandhaltung stärkt die Attraktivität des Betriebes
- Innovationskraft erhöhen durch Weiterentwicklung von Produkten
- Digitalisierung: aktuelle Marktentwicklungen dauerhaft verfolgen, neue Trends frühzeitig erkennen und das Produkt- und Leistungsangebot stärker durch die Kundenbrille betrachten
- Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten
- Gesamtangebot an Zielgruppe anpassen
- Standardisierung bei gewissen Prozessen (Bsp. Check-in/-out)
- Qualitätsmanagement

ITB 2017

Vom 08. bis 12. März fand mit der ITB auch 2017 die weltgrößte Tourismusmesse in Berlin statt. Mit ganz besonderer Neugier erwarteten Touristiker, Medienvertreter, Politiker und Tourismuspartner die nun völlig neu gestaltete Bayernhalle. Und sie wurden nicht enttäuscht. Die neue, sehr offene Gestaltung der Halle in Verbindung mit hellen Rauten- und Holzelementen mit der Dachmarke Bayern im Zentrum sorgte für große Aufmerksamkeit und Begeisterung. Das Kernthema „Digitalisierung" wurde sehr gut umgesetzt und erzeugte einen gelungenen Rahmen. Für das neue Design wurde der Bayern Tourismus Marketing GmbH von der unabhängigen Fachjury der Best Exhibitor-Award verliehen.

Der TOM e.V. war mit insgesamt neun oberbayerischen Partnern präsent und belegte eine komplette Hallenseite. Viele interessierte (Fach-)Besucher informierten sich über aktuelle Angebote und Highlights in den Regionen. Am ersten Tag eröffnete Staatssekretär Franz Pschierer gemeinsam mit den beiden Geschäftsführern der Bayern Tourismus Marketing GmbH Martin Spantig und Jens Huwald feierlich die Bayernhalle und begrüßte jeden Partner bei seinem Rundgang. Interessiert probierte Herr Pschierer neue 3D-Angebote der Ingolstadt Tourismus und Kongress GmbH, informierte sich über Neuheiten in den einzelnen Regionen und blickte gespannt auf die Angebote zum 500-jährigen Jubiläum des Salzbergwerks in Berchtesgaden.

Am Donnerstag, den 09. März fand die Pressekonferenz des TOM e.V. zum Thema „Salzerlebnis Oberbayern" in der neuen Bayern-Lounge statt. Im Anschluss an die Begrüßung von Geschäftsführer Oswald Pehel und Präsident Robert Salzl präsentierten sich zwei Partner des TOM e.V.: das Chiemsee Alpenland (Geschäftsführerin Christina Pfaffinger) und das Salzbergwerk Berchtesgaden (Peter Botzleitner, Leiter des Tourismusbereichs) mit ihren „salzigen Angeboten". Rund 24 Journalisten folgten der Einladung und informierten sich im Anschluss im Rahmen von Einzelgesprächen über die Angebote aus allen beteiligten Mitgliedsregionen.

Auch der Bundestagsabgeordnete und Vorsitzende des Wirtschaftsausschusses Dr. Peter Ramsauer (CSU) sowie die tourismuspolitische Sprecherin der CDU/CSU-Fraktion im Bundestag Daniela Ludwig (CSU) informierten sich über das touristische Angebot in Oberbayern.

Veranstaltung der vbw
zur neuen Tourismusstudie

120.000
Fachbesucher

60.000
Privatbesucher

Am Freitag, den 10. März begrüßte der TOM e.V. den bayerischen Innenminister Joachim Herrmann, der sich ebenfalls sehr interessiert über die neuen Tourismusangebote Oberbayerns informieren ließ. Zudem war der TOM e.V. am Freitag beim Medientreff der PR-Agentur Uschi-Liebl und hat die Journalisten mit Informationsmaterial über Oberbayern ausgestattet. Am Rande der Messe fanden Besprechungen, Interviews oder einfach Zaungespräche mit Partnern statt, die insgesamt zum Erfolg der Fachmesse beitrugen.

Insgesamt ging von der ITB 2017 ein starkes Signal aus, sich noch mehr untereinander zu vernetzen, gemeinsame Produkte und Aktivitäten voranzutreiben und die Vorteile neuer Technologien noch konsequenter für den Tourismus zu nutzen.

E-Bike-Days

Die zweite Auflage der E-Bike-Days vom 19. bis 21. Mai war ein voller Erfolg. Mehr als 65.000 Besucher besuchten die Radsport-Veranstaltung auf dem Coupertinplatz im Olympiapark. Für begeisterte E-Biker gab es viele Angebote und Aktionen zum Mitmachen und Zuschauen. Zusätzlich konnten sich die Besucher bei über 100 Ausstellern auf einer EXPO AREA von 18.000 m² über Innovationen der E-Bike-Branche informieren.

Der TOM e.V. war für seine Mitglieder im Einsatz und sorgte für einen gebündelten Auftritt der Radregion Oberbayern mit allen Radinformationen aus den oberbayerischen Mitgliedsregionen mit Fokus auf E-Bike-Touren und -Angebote.

German Travel Mart

Vom 07. bis 09. Mai fand in Nürnberg der German Travel Mart (GTM) statt. Bereits zum 43. Mal bot die Veranstaltung den Rahmen zum Austausch zwischen den deutschen Destinationen, Städten und Anbietern aus der Tourismus- und Freizeitbranche mit Incoming Agenturen, Reiseveranstaltern und Presse aus der ganzen Welt.

Die Branchenveranstaltung der DZT war ein wichtiges Signal, in Zeiten steigender Sicherheitsbedenken und teilweiser Reisezurückhaltung in diversen Fernmärkten wieder neues Vertrauen zurückzugewinnen.

Die feierliche Eröffnungsfeier am 7. Mai am Opern-Vorplatz wurde mitgestaltet durch Trachtengruppen aus ganz Bayern, wobei 50 Trachtler auch aus Oberbayern mit dabei waren. Am Montag öffnete dann der GTM in der Frankenhalle seine Pforten. Bis Dienstag konnten viele Gespräche mit Veranstaltern, Medienvertretern und Partnern geführt werden. Oberbayern beteiligte sich als diesjähriger „Host" des GTM im Rahmen des Auftritts der Bayern Tourismus Marketing GmbH. Besonders erfreulich war die Teilnahme der vielen oberbayerischen Partner, die sehr hohen Zulauf und Interesse der Einkäufer und der Teilnehmer bekamen.

Impressionen von den Regionalmessen 2017

Sowohl die Messebesucher als auch die Standpartner freuten sich über eine gelungene „Oberbayern Präsentation" auf den diesjährigen Regionalmessen, wie beispielsweise auf der Messe CMT in Stuttgart oder auf der Messe f.re.e. in München. Dort konnten wir auf der BR-Showbühne gemeinsam mit den Partnern Berchtesgadener Land, Chiemsee Alpenland und Inn-Salzach ein Interview zum Thema „Wege zum Wasser in Oberbayern" gestalten. Beim Hallenrundgang der Politiker besuchten u.a. Staatsministerin Ilse Aigner sowie die Abgeordneten Klaus Stöttner und Klaus Holetschek den Oberbayern-Stand. Rund um das gesamte Messegeschehen organisierte der TOM e.V. für seine Mitglieder und Standpartner hochwertige Rahmenleistungen – etwa im Bereich der Pressearbeit, bei der Organisation von Präsentationen vor Ort oder auch beim Termin- und Kontaktmanagement während der Messe.

Bild links:
Auftakt zum German Travel Mart in Nürnberg

Bild rechts:
Interview auf der BR-Bühne im Rahmen der Messe f.re.e.

„Der TOM e.V. garantiert die gebündelte Präsenz aller oberbayerischen Tourismuspartner auf vielen Events und Veranstaltungen."

M-net SattelFest

Die zweite Auflage des „M-net SattelFest" im vergangenen Jahr war ein voller Erfolg. Mehr als 40.000 Besucher zählte die Radsport-Veranstaltung im Olympiapark. Für begeisterte Radler gab es viele Angebote und Aktionen zum Mitmachen und Zuschauen. Zusätzlich konnten sich die Besucher bei über 75 Ausstellern über neue Produkte informieren.

Der TOM e.V. war für seine Mitglieder vor Ort im Einsatz und sorgte auch hier für einen gebündelten Auftritt der Radregion Oberbayern mit allen Radinformationen aus den oberbayerischen Mitgliedsregionen.

8. Bayerischer Qualitätstag

64 Betriebe aus ganz Bayern erhielten die Zertifikate für die erfolgreiche Einführung des Qualitätslabels ServiceQualität Deutschland in Bayern. Oberbayerische Betriebe erhielten die Auszeichnung im Rahmen des 8. Bayerischen Qualitätstages. Überreicht wurde das Qualitätssiegel dieses Jahr durch Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern, zusammen mit Ministerialdirigent Dr. Gert Bruckner, Abteilungsleiter für Mittelstand, Handwerk und Tourismus im Bayerischen Wirtschaftsministerium.

Frau Inselkammer fasste die Vorteile dieser Auszeichnungen zusammen: „Von einer Auszeichnung profitieren nicht nur die Kunden und Gäste, die spüren, dass sie in ihren Wünschen und Erwartungen ernst genommen und positiv überrascht werden, sondern auch die Mitarbeiter, die an der Qualitätsoptimierung im Unternehmen aktiv mitwirken, Serviceideen einbringen und die neue Begeisterung erleben. Aber auch die Unternehmer haben Vorteile, da sie durch interne Qualitätsverbesserungen eine starke Bindung der Gäste und Mitarbeiter an den Betrieb erreichen. Und nicht zuletzt auch Bayern, das seine Attraktivität als Tourismusland Nr. 1 durch viele branchenübergreifende, qualitätsbewusste Dienstleistungsbetriebe erhöht und seine Gäste immer wieder aufs Neue begeistert."

Dein Winter. Dein Sport.

Dein Winter. Dein Sport. Marketingworkshop

Fast 50 Vertreter von DSV, DSLV und SVD sowie Verbände und Dienstleister aus der Tourismusbranche in Deutschland, Österreich und der Schweiz folgten der jährlichen Einladung zum Marketingworkshop der Initiative Dein Winter. Dein Sport. an den Spitzingsee. Zu Beginn bekamen die Teilnehmer einen Rückblick über die Projekte im vergangenen Jahr. Ein wesentlicher Bestandteil ist die Förderung von Kinder und Jugendlichen im Wintersport

Der Workshop hat einmal mehr gezeigt, wie spannend, wichtig und inspirierend der Austausch innerhalb des Dein Winter. Dein Sport. Netzwerks ist. Ob grundsätzliche Fragen zur Zukunft des Wintersports oder konkrete Ideen für den kommenden Winter – der Dialog zwischen Sportverbänden, Bergbahnen, Touristikern, Reiseanbietern, Sportartikelherstellern und vielen weiteren Dienstleistern ist unserer Ansicht nach der richtige Weg für die Zukunft. Der TOM e.V. wird weiter daran arbeiten, diesen über regelmäßige Veranstaltungen hinaus zu intensivieren.

Rückblick: Dein Winter. Dein Sport. Summit

Initiatoren ziehen ein positives Fazit nach dem Dein Winter. Dein Sport. Summit und fordern alle Beteiligten auf, den Wintersport der Zukunft mitzugestalten. Der Kongress wurde im Rahmen eines bayerischen Abends am 08. November im Gut Kaltenbrunn eröffnet. Dabei traten der TOM e.V. und die by.TM als Sponsoren auf.

Zwei Tage Wintersport liegen hinter den Experten. Nicht irgendein Wintersport, sondern der Wintersport der Zukunft. Damit haben sich am Donnerstag und Freitag 50 Referenten und 350 Teilnehmer beim zweiten Dein Winter. Dein Sport. Summit in Rottach-Egern am Tegernsee befasst.

Fachbeirat des TOM e.V.

Neue Vorsitzende im Fachbeirat

Der Fachbeirat ist die Plattform der Touristiker und Tourismusfachleute im TOM e.V., in der über Projekte und Maßnahmen der Geschäftsstelle informiert und diskutiert wird, aber auch Impulse und Anliegen aus den Kreisen der Partner aufgenommen werden.

In der Sitzung am 9. Februar 2017 wurden jeweils Nachfolger für die bisherige 1. Vorsitzende Gabriella Squarra sowie für den 2. Vorsitzenden Markus Pillmayer gewählt.

Nach kurzer Beratung stellten sich aus den Reihen des Fachbeirates mit Klaus Götzl/gwt Starnberg GmbH und Günther Pech/Große Kreisstadt Erding neue Kandidaten zur Wahl, welche einstimmig durch die anwesenden Fachbeiratsmitglieder bestätigt wurden. Zusätzlich erhielt der Fachbeirat mit Lydia Hofherr/Posthotel Hofherr Verstärkung eine Vertreterin im Bereich Gastronomie/Hotellerie. Stephanie Fichtl von Garmisch-Partenkirchen Tourismus übernahm den Sitz von Peter Ries. Als Mutterschaftsvertretung für Susanne Schmid vom KUS Pfaffenhofen fungiert vorübergehend Britta Lemloh.

Der TOM-Fachbeirat ist das Expertengremium der oberbayerischen Touristiker.

RESPEKT!

STATISTIKEN

Oberbayern konnte 2017 seine Tourismuszahlen enorm steigern. Die Übernachtungszahlen überflügelten erstmals die Marke von 40 Millionen, die Gästezahlen lagen bei 17,3 Millionen. Wichtig ist, dass die positive Branchenentwicklung genutzt wird, um Investitionen zu tätigen und die Tourismusakzeptanz in den Regionen weiter zu steigern.

STETIGES WACHSTUM IN DER TOURISMUSBRANCHE

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen im Tourismusjahr 2017 konnte Oberbayern ein deutliches Plus bei den Gäste- und Übernachtungszahlen erreichen. Erstmals überstieg die Zahl der Übernachtungen die Marke von 40 Millionen. Der Auslandstourismus spielt auch weiterhin eine wichtige Rolle und sollte in Zukunft weiter ausgebaut werden.

17,3
Mio. Gästeankünfte 2017

5,7
Mio. Gästeankünfte aus dem Ausland

28,4
Mio. Gästeübernachtungen aus Deutschland

11,9
Mio. Übernachtungen aus dem Ausland

40.302.586
Mio. Übernachtungen insgesamt

2,3 Tage
durchschnittliche Aufenthaltsdauer

11,6 Millionen
Gästeankünfte aus Deutschland

Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern

Gästeankünfte und -übernachtungen Januar – Dezember 2017

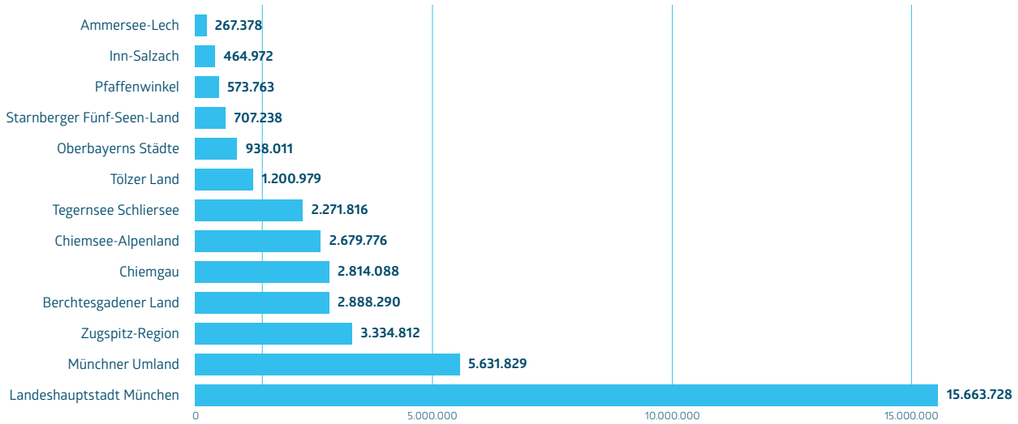
	Auslastung der angebotenen Betten	Durchschn. Aufenthaltsdauer	Ankünfte von Gästen				Übernachtungen von Gästen			
	in %	in Tagen	aus der BRD	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %	aus der BRD	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %
Oberbayern	**49,0**	**2,3**	**11 620 477**	**5 687 830**	**17 308 307**	**7,1**	**28 412 276**	**11 890 310**	**40 302 586**	**5,9**
Bayern			27 899 052	9 379 696	37 278 748	4,9	75 242 699	19 126 297	94 368 996	3,7
Kreisfreie Städte										
Ingolstadt	40,1	1,7	219 172	89 486	308 658	4,5	363 329	150 412	513 741	0,1
München	59,9	2,0	4 224 249	3 539 084	7 763 333	10,3	7 961 916	7 701 812	15 663 728	11,6
Rosenheim	49,0	1,6	86 792	28 007	114 799	0,7	138 785	46 173	184 958	0,4
Landkreise										
Altötting	34,2	2,2	105 590	18 338	123 928	4,4	222 642	44 873	267 515	1,0
Berchtesgadener Land	47,5	3,9	592 306	151 383	743 689	6,4	2 532 837	355 453	2 888 290	1,4
Bad Tölz-Wolfratshausen	38,4	3,1	355 664	32 022	387 686	0,6	1 120 441	80 538	1 200 979	-1,3
Dachau	39,4	2,2	123 405	30 208	153 613	0,3	274 709	59 042	333 751	2,9
Ebersberg	43,3	2,1	167 595	46 918	214 513	5,2	347 851	97 301	445 152	3,2
Eichstätt	38,0	1,9	364 635	79 838	444 473	-0,2	743 031	122 875	865 906	0,5
Erding	52,6	1,5	489 653	351 297	840 950	14,5	759 232	513 755	1 272 987	9,4
Freising	47,0	1,5	406 823	235 028	641 851	12,6	639 361	319 906	959 267	9,2
Fürstenfeldbruck	37,9	2,1	109 946	22 098	132 044	2,2	234 417	48 284	282 701	6,6
Garmisch-Partenkirchen	45,8	3,0	850 118	267 011	1 117 129	5,5	2 722 800	612 012	3 334 812	3,5
Landsberg am Lech	40,6	2,4	88 807	24 317	113 124	0,7	216 974	50 404	267 378	0,9
Miesbach	43,5	3,2	629 896	90 741	720 637	1,9	2 044 432	227 384	2 271 816	0,5
Mühldorf a. Inn	37,4	2,2	77 875	10 619	88 494	5,8	166 970	30 487	197 457	6,3
München	44,7	1,9	882 825	357 064	1 239 889	4,0	1 636 314	701 657	2 337 971	4,6
Neuburg-Schrobenhausen	32,9	2,3	56 605	8 357	64 962	0,6	126 264	21 444	147 708	-2,4
Pfaffenhofen a.d.Ilm	35,7	1,8	116 543	38 748	155 291	9,8	212 646	63 916	276 562	6,8
Rosenheim	47,0	3,2	665 725	118 972	784 697	0,8	2 269 414	225 404	2 494 818	2,0
Starnberg	41,7	2,5	249 765	34 616	284 381	0,5	618 825	88 413	707 238	0,7
Traunstein	38,8	4,0	610 236	92 446	702 682	2,2	2 536 041	278 047	2 814 088	1,4
Weilheim-Schongau	47,1	3,4	146 252	21 232	167 484	1,4	523 045	50 718	573 763	1,4

STETIG STEIGENDE TOURISMUS-ZAHLEN IN OBERBAYERN

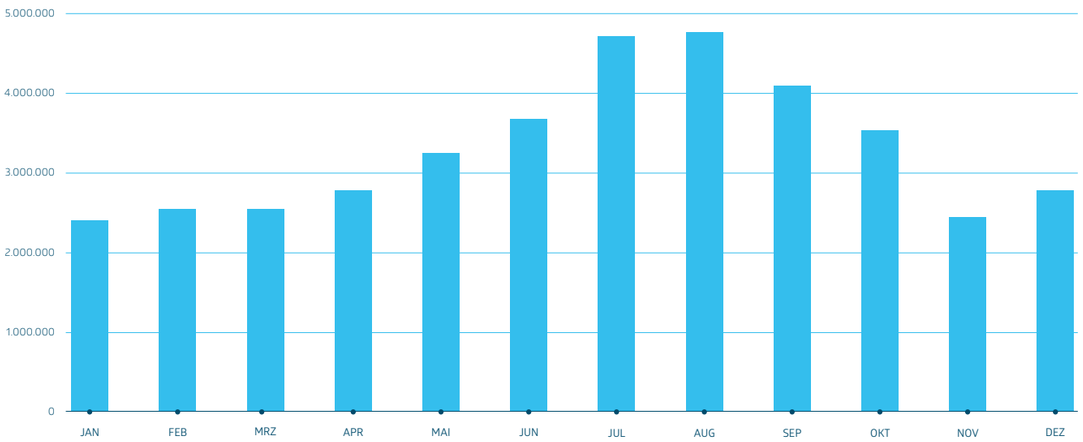
Oberbayern ist geprägt durch die Landeshauptstadt München sowie viele starke Urlaubsregionen an der Alpenkette, im Münchner Umland und im Norden.

Übernachtungszahlen in Oberbayern

Übernachtungen in den Tourismusregionen 2017

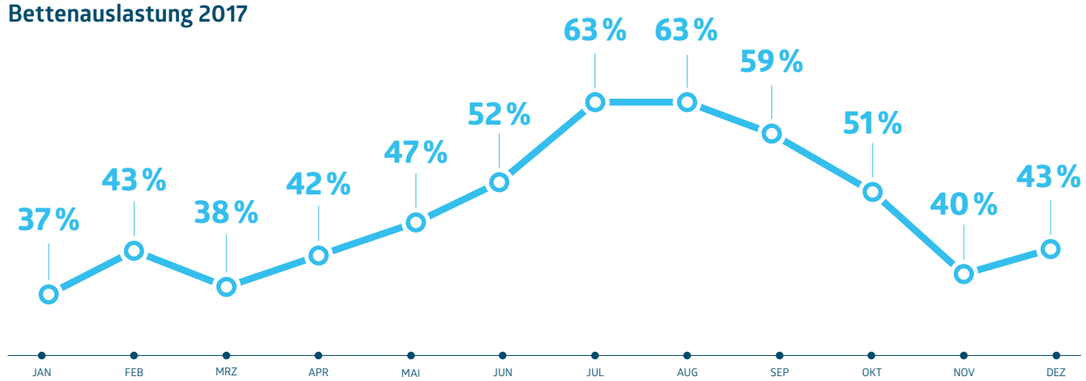


Übernachtungen im Jahresverlauf nach Monaten in Oberbayern 2017



Auslastungs-Höhepunkt im August

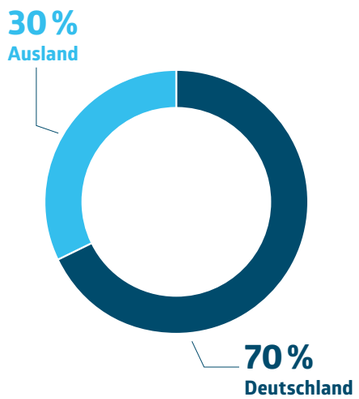
Bettenauslastung 2017



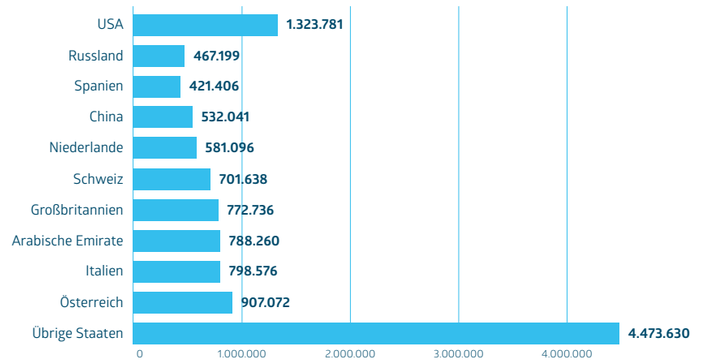
Ein Sehnsuchtsziel für die Welt

Für die Zukunftsentwicklung der oberbayerischen Destinationen ist es wichtig, die Auslandsmärkte aktiv zu bearbeiten und auszubauen.

Aufteilung Quellmärkte In- und Ausland bei Übernachtungsgästen



Übernachtungsaufkommen in den TOP 10 Auslandsmärkten 2017



SAUBER!

FINANZEN

Der TOM e.V. konnte seine Tourismusaktivitäten 2017 weiter ausbauen. Das Haushaltsvolumen im Bereich Projekte, Dienstleistungen und Marketing ist weiter angewachsen. Gleichzeitig baut der TOM e.V. auf eine schlanke Grundstruktur im Bereich der Personal- und Sachkosten.

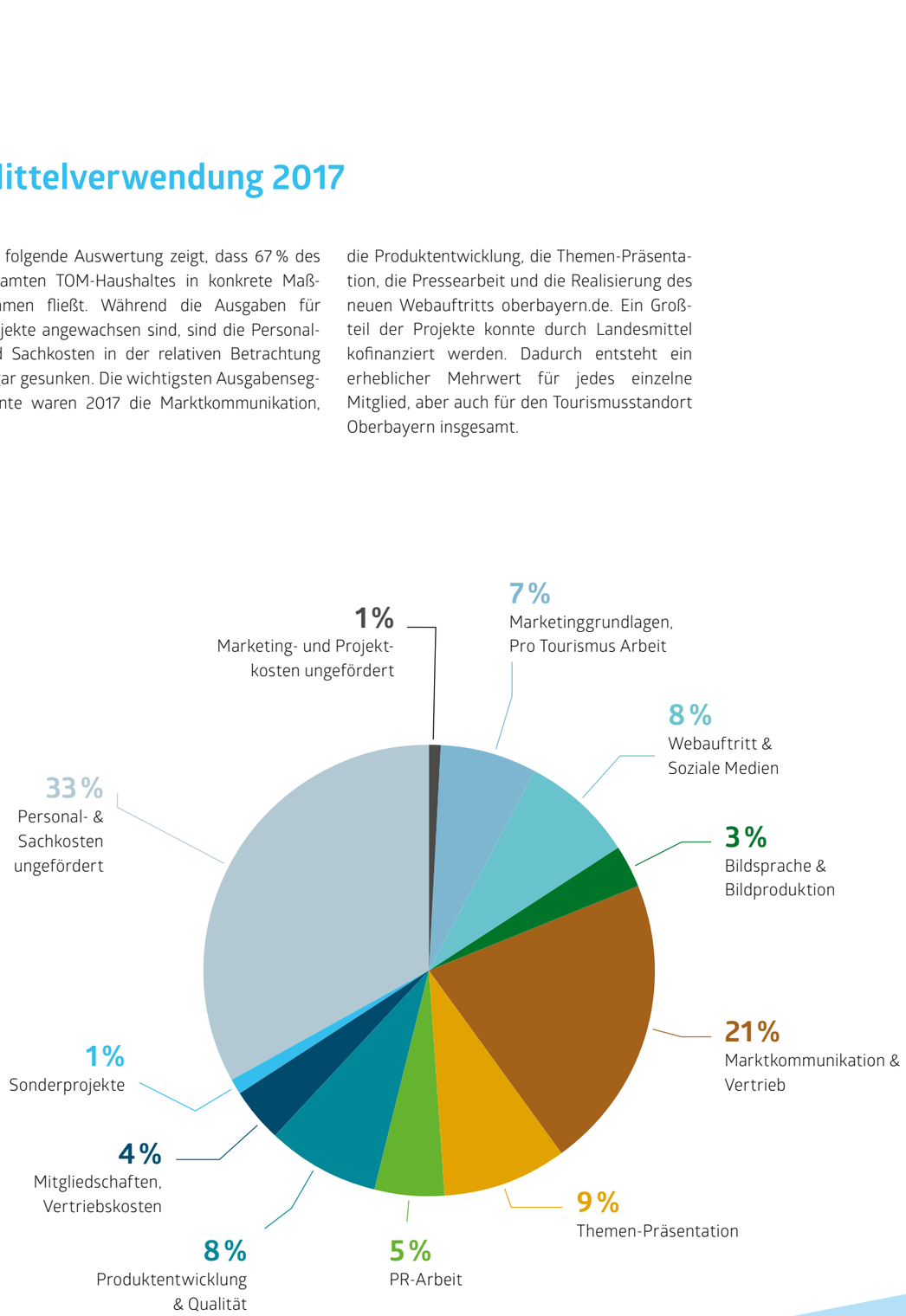
FINANZPLANUNG UND -BERICHTE

Prüfung der Jahresrechnung 2016

Die Abschlussprüfung für das Geschäftsjahr 2016 konnte erstmals bereits zur ersten Mitgliederversammlung des Folgejahres abgeschlossen und präsentiert werden. Die Wirtschaftsprüfung Florentz und Partner attestierte dem TOM e.V. abermals einen uneingeschränkten, positiven Prüfvermerk. Somit konnte die Entlastung von Präsidium und Geschäftsführung bereits am 30.05.2017 beantragt werden. Die Mitglieder bestätigten diese einstimmig.

Mittelverwendung 2017

Die folgende Auswertung zeigt, dass 67 % des gesamten TOM-Haushaltes in konkrete Maßnahmen fließt. Während die Ausgaben für Projekte angewachsen sind, sind die Personal- und Sachkosten in der relativen Betrachtung sogar gesunken. Die wichtigsten Ausgabensegmente waren 2017 die Marktkommunikation, die Produktentwicklung, die Themen-Präsentation, die Pressearbeit und die Realisierung des neuen Webauftritts oberbayern.de. Ein Großteil der Projekte konnte durch Landesmittel kofinanziert werden. Dadurch entsteht ein erheblicher Mehrwert für jedes einzelne Mitglied, aber auch für den Tourismusstandort Oberbayern insgesamt.



Neue Beitragsstaffel für Fördermitgliedschaften

Im vergangenen Geschäftsjahr wurde eine neue Beitragsstaffelung für Fördermitglieder eingeführt. Die Kategorien lehnen sich an die EU-Abgrenzung von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) an.

Fördermitgliedschaft Basis des Beitrags: Jahresbeitrag	Mitgliedschaft in EUR
Einzelpersonen und Einzelunternehmen	**500**
Kleinst Unternehmen	**1.000**
Kleine Unternehmen	**2.000**
Mittlere Unternehmen	**5.000**
Große Unternehmen	**8.000**

4 x

im Jahr erhält der Finanzausschuss einen detaillierten Finanzbericht.

Haushaltsplanung 2018

Die in der Mitgliederversammlung am 26. Oktober 2017 beschlossene Haushaltsplanung stellt sich folgendermaßen dar:

Einnahmen	in EUR	Ausgaben	in EUR
Saldo aus 2017	**50.000**	Projekte Förderanteil 85 %	**722.500**
Mitgliedsbeiträge	**445.000**	Sonderprojekte Digitialisierung	**100.000**
Fördermittel	**722.500**	Projekte Eigenmittel 15 %	**145.147**
Sondermittel Digitalisierung	**100.000**	Personal- und Sachkosten	**240.000**
Beteiligungen	**80.000**	Steuer- und Zuschussabgleich 2016	**50.000**
		Eigene Projektmittel	**139.853**
Summe	**1.397.500**	**Summe**	**1.397.500**

Entsprechende Verschiebungen infolge von Änderungen im Gesamtfördervolumen für den TOM e.V. werden eingearbeitet, aktualisiert und in der 1. Mitgliederversammlung 2018 präsentiert.

Für das laufende Geschäftsjahr 2018 ergibt sich laut vorzeitigem Maßnahmenbeginn vom 24.11.2017 für das laufende Geschäftsjahr 2018 folgende Aufgliederung der geförderten Projekte:

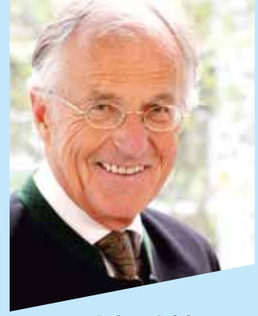
Budgetpositionen	Eigenmittel	Staatsmittel	Zuwendungsfähige Ausgaben
Aufbau von Marketinggrundlagen			**70.000**
Innenmarketing und Pro Tourismus-Kampagnen			**50.000**
Oberbayernweites Qualitätsmanagement			**60.000**
Produktentwicklung Radln, Winter und Braukultur			**120.000**
Werbeauftritt/Soziale Medien			**70.000**
Bildsprache/Bildproduktion			**30.000**
Marktkommunikation und Vertrieb			**300.000**
Themen-Präsentation (Radlbroschüre)			**115.000**
PR-Arbeit			**50.000**
Vetrieb/Sonstiges			**20.000**
Summe	**132.750**	**752.250**	**885.000**

Der endgültige Bewilligungsbescheid für 2018 liegt bis dato noch nicht vor. Der aktuelle Sachstand in Sachen Landesmittel wird im Rahmen der Mitgliederversammlung am 15.05.2018 in Erding präsentiert.

MITEINANDER SAMA STARK

DER TOM E.V.

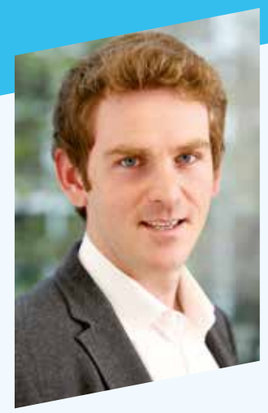
„Die Gremien sind wichtige Säulen für den TOM e.V. Durch ihre Mitarbeit und Expertise werden Entscheidungen regelmäßig abgeglichen und bestätigt. Das Zusammenspiel und die Einbindung von Präsidium, Ausschüssen, Fachbeirat und Arbeitsgruppen bringen größtmögliche Akzeptanz und Identifikation für den TOM e.V. insgesamt."



Robert Salzl
Präsident
Repräsentanz und Netzwerkaufbau in Politik und Wirtschaft, Leiter Finanzausschuss, Leiter Personalausschuss
E-Mail: robert.salzl@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79 0

Anja Reinhardt
Unternehmenskommunikation
Strategische Planung und Koordination Qualitätsarbeit, Wissensmanagement, Marketing, PR, Themenmanagement Kultur
E-Mail: anja.reinhardt@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79 10

Wir sind für Sie da!



Maximilian Berger
Projektmanager
Themenmanagement Rad, Presse, Marktforschung, Printprodukte, Service
E-Mail: max.berger@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79 12

Oswald Pehel
Geschäftsführung
Unternehmensführung, Pro Tourismus Arbeit, Interessensvertretung, Finanzen, Mitgliederakquise, Unternehmenskommunikation
E-Mail: oswald.pehel@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79 11

Astrid Juppe
Projektmanagerin
Messe- und Eventmanagement, Online, Weiterbildungsprogramm, Themenmanagement Winter, Assistenz Geschäftsführung, Service
E-Mail: astrid.juppe@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79 13

11 HOCHKARÄTER IM PRÄSIDIUM VERLEIHEN DEM TOM E.V. EINE EINZIGARTIGE KOMPETENZ.

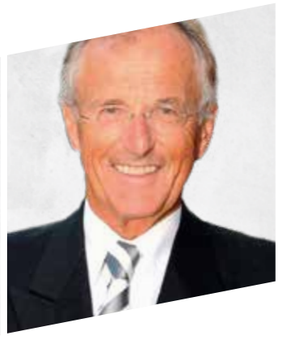
Vom Präsidium über den Fachbeirat bis zum Strategie-, Personal- und Finanzausschuss: Es sind die Menschen hinter dem TOM e.V., die diese Verbandsarbeit letztlich zum Erfolg führen. Es sind Persönlichkeiten, die mit all ihrer Kompetenz, Erfahrung und Leidenschaft ans Werk gehen und sich als aktive Gestalter des Tourismus in Oberbayern begreifen.

Geraldine Knudson
Vizepräsidentin TOM e.V. und Leiterin München Tourismus

„München und Oberbayern können gemeinsam die Nachfrage nach urbanen sowie ländlichen Reiseerlebnissen auf höchstem Niveau und mit einem unverwechselbaren Profil erfüllen. Unter diesen Voraussetzungen sollten wir einen deutlichen Vorsprung im internationalen Wettbewerb der Reisedestinationen erreichen."

Angela Inselkammer
Vizepräsidentin TOM e.V. und Präsidentin DEHOGA Bayern

„Stellvertretend für den bayerischen Hotel- und Gaststättenverband bringe ich mich beim TOM e.V. ein. Für uns ist von entscheidender Bedeutung, dass die Tourismusstruktur und Organisation in Bayern bestens funktionieren – einen wesentlichen Beitrag dazu leistet der TOM e.V."



Robert Salzl
Präsident TOM e.V.

„Mein Ziel ist, dass Oberbayern eines Tages – gemäß unserer Vision – die beliebteste und erfolgreichste Tourismusregion in Europa sein wird."

Wolfgang Altmüller
Präsident des Bezirkverbandes Oberbayern im Genossenschaftsverband Bayern e.V.
Ehrenamtlicher Präsident des Genossenschaftsverbandes e.V., Vorstandsvorsitzender der VR meine Raiffeisenbank eG

„Gemeinsam mit dem TOM e.V. möchte ich die Begeisterung für unsere Heimat in die Welt tragen."

Max Gotz
Oberbürgermeister der Kreisstadt Erding
Gemeinden / Städte einer Nicht-Alpen-Destination

„Der Tourismusverband TOM e.V. bildet für mich die Klammer, um unsere vielfältigen und unterschiedlichen oberbayerischen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen wirkungsvoll gemeinsam darzustellen."

Martin Wolf
Landrat des Landkreises Pfaffenhofen an der Ilm
Gemeinden / Städte einer Nicht-Alpen-Destinationen

„Gemeinsam mit dem TOM e.V. möchte ich eine Profilierung der oberbayerischen Tourismusregionen innerhalb des vielfältigen oberbayerischen Tourismusangebotes erreichen."

Franz Rasp
1. Bürgermeister des Marktes Berchtesgaden
Gemeinden / Städte einer Alpen-Destination

„Viele der anstehenden Hausaufgaben im Tourismus lassen sich besser gemeinsam erledigen – für einen starken Tourismus in unserer gesamten Region."

Peter Kammerer
Stellv. Hauptgeschäftsführer der IHK München und Oberbayern
IHK für München und Oberbayern

„Nur durch Kooperation, Vernetzung und gemeinsame Strategie wird eine Positionierung Oberbayerns im internationalen Wettbewerb gelingen. Der mit dem TOM e.V. eingeschlagene Weg ist der Richtige."

Peter Nagel
Tourismusdirektor des Marktes Garmisch-Partenkirchen
Oberbayerische Destinationen

„Die seit 2013 sehr erfolgreiche Arbeit vom TOM e.V. hat mich – als einstigen Kritiker – überzeugt, dass sich eine gemeinsame Interessenvertretung positiv auf den Tourismus in der gesamten oberbayerischen Region auswirkt."

Wolfgang Puff
Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Bayern e.V

„Oberbayern ist eine starke Urlaubs- und Einkaufsdestination. Diese Attraktivität gilt es zu bewahren und auszubauen. Dazu müssen alle Akteure an einem Strang ziehen. Gemeinsam sind wir stärker."

Joseph Niedermaier
Landrat Landkreises Bad Tölz Wolfratshausen
Landkreise einer Alpen-Destination

„Der Tourismus in Oberbayern ist einer der Hauptwirtschaftszweige in unserem Regierungsbezirk. Durch mein Engagement im TOM e.V. will ich zur Stärkung eines nachhaltigen und authentischen Tourismus in den vielen in Oberbayern möglichen Facetten beitragen."

Stand 31.12.2017

Organisation, Gremien und Mitglieder

Fachbeirat

VORSITZENDER

Klaus Götzl
Stellv. Geschäftsführer, Leiter Tourismus,
gwt Starnberg GmbH

STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

Günther Pech
Geschäftsführer,
Stadtmarketing Große
Kreisstadt Erding

MITGLIEDER

Georg Ansmann
Leiter der Abteilung Marketing,
München Tourismus

Prof. Dr. Thomas Bausch
Professor für Tourismus,
Hochschule für angewandte
Wissenschaften, München

Stephanie Fichtl
Leitung Marketing,
Markt Garmisch-Partenkirchen

Harald Gmeiner
Vorstand,
Alpenregion Tegernsee
Schliersee Kommunalunternehmen

Lydia Hofherr
Geschäftsführerin,
Posthotel Hofherr

Jens Huwald
Geschäftsführer,
Bayern Tourismus Marketing GmbH

Thomas Kube
Marketing & Traffic Support,
Flughafen München

Britta Lemloh
Projektmanagement Freizeit,
Erholung und Tourismus,
Landkreis Pfaffenhofen a.d. Ilm

Dr. Markus Pillmayer (bis 09.02.2017)
Referent Tourismus,
Freizeit- und Gesundheitswirtschaft,
IHK für München und Oberbayern

Sigrid Resch
Geschäftsführerin,
Burghauser Touristik GmbH

Stephan Semmelmayr
Geschäftsführer,
Chiemgau Tourismus e.V.

Dr. Andreas Wüstefeld
Fachbereichsleiter Tourismus,
Tölzer Land Tourismus

NEU:

Martin Drognitz (seit 01.03.2017)
Referatsleiter Mittelstand, Handel,
Tourismus, Dienstleistungen
IHK für München und Oberbayern

Finanzausschuss

VORSITZENDER

Robert Salzl
Vorsitzender,
Tourismusausschuss im
Wirtschaftsbeirat Bayern

MITGLIEDER

Wolfgang Altmüller
Geschäftsführer,
RT Touristik/Raiffeisen
Touristik Group GmbH

Peter Kammerer
Stellv. Hauptgeschäftsführer,
IHK für München und Oberbayern

Josef Niedermaier
Landrat,
Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen

Personalausschuss

VORSITZENDER

Robert Salzl
Vorsitzender,
Tourismusausschuss im
Wirtschaftsbeirat Bayern

MITGLIEDER

Geraldine Knudson
Leitung,
München Tourismus

Angela Inselkammer
Präsidentin, DEHOGA Bayern

Martin Wolf
Landrat,
Landkreis Pfaffenhofen a.d. Ilm

Strategieausschuss

VORSITZENDE

Angela Inselkammer
Präsidentin, DEHOGA Bayern

MITGLIEDER

Geraldine Knudson
Leitung,
München Tourismus

Peter Nagel
Tourismusdirektor
Markt Garmisch-Partenkirchen

Franz Rasp
1. Bürgermeister,
Markt Berchtesgaden

Mitglieder

PLUS-MITGLIEDER

Alpenregion Tegernsee Schliersee KU
Berchtesgadener Land Tourismus GmbH
Bezirk Oberbayern
Burghauser Touristik GmbH
Chiemgau Tourismus e.V.
Chiemsee-Alpenland Tourismus GmbH & Co. KG
Gemeinde Schliersee
Große Kreisstadt Erding
gwt Starnberg GmbH
Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen
Landkreis Dachau
Landkreis Ebersberg
Landkreis Erding
Landkreis Freising
Landeshauptstadt München
Landkreis München
Landkreis Neuburg Schrobenhausen
Landkreis Pfaffenhofen a.d.Ilm
Markt Garmisch-Partenkirchen
Stadt Bad Tölz
Stadt Fürstenfeldbruck
TV Ammersee-Lech
TV Pfaffenwinkel

BASIS-MITGLIEDER

ADAC Südbayern e.V.
Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.
Bayer. Staatsbad Kur GmbH
Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain
Brauereigasthof Hotel Aying
Erlebnisregion Rupertiwinkel
Brauneck- und Wallbergbahnen GmbH
Gemeinde Aying
Gemeinde Bad Wiessee
Gemeinde Gmund
Gemeinde Kreuth
Gemeinde Rottach-Egern
Gemeinde Jachenau
Gemeinde Kochel am See
Gemeinde Lenggries
Gemeinde Ruhpolding
Gemeinde Sachsenkam
Handelsverband Bayern e.V.
Hopfenland Hallertau Tourismus e.V.
Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern
Ingolstadt Tourismus & Kongress GmbH
Kreisstadt Mühldorf am Inn
Landesverband Bauernhof- und Landurlaub Bayern e.V.
Landkreis Fürstenfeldbruck
Landkreis Miesbach
„Predigtstuhlbahn" Josef & Marga Posch GmbH & Co. KG
Private Brauereien Bayern e.V.
Stadt Altötting
Stadt Dachau
Stadt Freising
Stadt Geretsried
Stadt Neuburg an der Donau
Stadt Tegernsee
Stadt Wolfratshausen
Tourist Information Waging am See
Unternehmensberatung Robert Salzl
RT Touristik
Zugspitz Region GmbH
Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee

FÖRDER-MITGLIEDER

Alpin Consult
Flughafen München GmbH
Allgäu Airport GmbH & Co. KG
MIDY Tourismusberatung

* Stand: 31. Dezember 2017

Impressum

HERAUSGEBER:
Tourismus Oberbayern
München (TOM) e.V.
Balanstraße 57
81541 München
Tel.: +49 89 63 89 58 79 0
E-Mail: info@oberbayern.de
www.oberbayern.de

REDAKTION:
Oswald Pehel, Astrid Juppe

GESTALTUNG:
Saint Elmo's Tourismusmarketing
www.saint-elmos.travel

DRUCK:
Alpha-Teamdruck GmbH
www.alpha-teamdruck.de

BILDNACHWEISE:
Cover, S.01-S.10, S.12, 15, S.16-17, S. 19-30, S. 32- 44, S. 46 – 47, S. 49 – 50, S. 56 – 59, S. 62-63 Oberbayern.de | S.12, S. 45 Vereinigung der bayerischen Wirtschaft | S. 12 Burghauser Touristik | S. 13 Robert Salzl | S. 14, 15 Bayerische Fernwege/Deutsche Alpenstraße | S. 16, S. 53 Shutterstock | S. 18, S. 65 IHK für München und Oberbayern | S. 19 Chiemgau Tourismus e.V. | S. 19 KUS Pfaffenhofen | S. 30 München Tourismus | S. 21, S. 45-46 Bayern Tourismus Marketing GmbH | S. 47 Bayern Tourist GmbH | S. 48 toc Agentur | S. 60 oberbayern.de / Einwanger | S. 64 München Tourismus | S. 64 Brauereigasthof Hotel Aying | S. 64 Robert Salzl | S. 65 VR meine Raiffeisenbank | S. 65 Große Kreisstadt Erding | S.65 Landkreis Pfaffenhofen a.d. Ilm | S. 65 Markt Berchtesgaden | S. 65 Markt Garmisch-Partenkirchen | S. 65 Handelsverband Bayern e.V. | S. 65 Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen