JAHRES BERICHT 2016

Tourismus Oberbayern
München (TOM) e.V.

OBERBAYERN
Echtes Bayern

ECHT ERFOLGREICH.

04
GRUSSWORTE
Grußwort Robert Salzl (Präsident) 05
Grußwort Oswald Pehel (Geschäftsführer) 08

10
AKTIVITÄTEN UND PROJEKTE **10**
Vernetzung mit Politik und Öffentlichkeit **11**
Tourismus braucht Akzeptanz 11
Unterstützung der Kooperation Münchner Umland 14
Mitgliedschaften des TOM e.V. 15

Wissensmanagement und Reisetrends **16**
ADAC Reise-Monitor 2017 16
FUR Reise-Analyse 2017 16
ADFC Radreise-Analyse 2017 16

Qualitätsmanagement **18**
Gwusst wia! 18
Weiterbildungs-Programm 2016 19
Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) 20
Onliner-Arbeitskreis 21

Projektarbeit **22**
WasserRadlWege Oberbayern 22
MERIAN Oberbayern 25
Bier-Erlebnisbroschüre 26
Wintertourismus Profil Oberbayern 28

Fazit **30**

INNENKOMMUNIKATION UND BRANCHENTERMINE **32**
Veranstaltungen des TOM e.V. **33**
Wir sind für Sie vor Ort **40**

Fazit **46**

STATISTIKEN **48**
Stetiges Wachstum in der Tourismusbranche **49**
Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern 50
Stetig steigende Tourismuszahlen in Oberbayern **52**

FINANZEN **54**
Finanzplanung und -berichte **55**
Prüfung der Jahresrechnung 2015 55
Prüfung des Jahresabschlusses 2016 55
Mittelverwendung 2016 56
Trennungsrechnung und Controlling-Tool 58
Haushaltsplanung 2017 59

Fazit **60**

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

AUF GEHT'S

GRUSSWORTE

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder,

die aktuellen, zum Teil erschreckenden Ereignisse seit Beginn des neuen Jahres 2017 lassen den Rückblick auf das Jahr 2016 fast schon antiquiert erscheinen. Dennoch lohnt es sich, denn auch 2016 war ein außergewöhnliches Jahr.

Zunächst kann die Tourismuswirtschaft insgesamt sehr zufrieden sein. Die Statistik lieferte Rekordergebnisse. Trotz eines bis Mitte August sehr verregneten Sommers stiegen die Gästeankünfte und -übernachtungen um über 3 % gegenüber 2015. Oberbayern ist die erfolgreichste Tourismusregion in Deutschland. Wie schon 2015 gab es jedoch deutliche Verschiebungen bei den Herkunftsländern. Das bekam unser Magnet, die Landeshauptstadt München, zu spüren. Ausländische Gäste blieben wegen der Terroraktionen, beginnend 2015 in Europa und 2016 auch verstärkt in Deutschland, zum Teil aus. Deutsche und nordeuropäische Urlauber ließen sich andererseits auch 2016 weniger dazu motivieren, in nordafrikanische oder türkische Feriengebiete zu reisen. Sie entdeckten wieder wie attraktiv, sicher und anheimelnd es bei uns, speziell in Oberbayern, ist. Erfreulicherweise gilt dies auch über die Sommersaison hinaus. Auch im Winter hatten wir erfreuliche Übernachtungszuwächse.

Oberbayern ist die erfolgreichste Tourismusregion in Deutschland. Dies ist allerdings kein Selbstgänger. Wir sind auf die Kollektivität Aller angewiesen.

Feststeht, dass sich die Ansprüche der Gäste verändert haben. Standen früher Sonne, Strand und gutes lokales Essen an erster Stelle, lässt sich jetzt ein Großteil der deutschen und anderen europäischen Urlauber bei ihrer Reiseplanung von Sicherheitswarnungen beeinflussen. Zugleich erwartet der Gast aber auch einen Qualitätsstandard, bei dem er im Ausland schon mal Abstriche macht. Nicht zuletzt auch wegen der dort durchweg unglaublich niedrigen Preise.

Diesem Qualitätsanspruch an unsere Region müssen wir uns stellen. Mehr noch. Es ist jetzt die Chance, den Gästen, die eher aus Angst ferne Destinationen meiden, zu zeigen, dass wir in Oberbayern mit der wunderschönen Landschaft, der Pflege von Kultur und Traditionen und der Stadt München mit ihren unzähligen Angeboten eine Region anbieten, in der man exzellenten Service und eine gut funktionierende Infrastruktur erleben kann. Dass wir dabei allgemein noch an vielen Punkten besser werden können und uns den ständig neuen Herausforderungen aufgrund der zunehmenden

digitalen Durchdringung unserer Arbeitswelt anpassen müssen, wissen wir alle. Deshalb werden wir mit verschiedenen Schulungsangeboten und Aktivitäten darauf einen besonderen Schwerpunkt setzen. Wir werden dabei eng mit dem DEHOGA Bayern und seinen ServiceQ-Programmen zusammenarbeiten. Damit sollen unsere Gäste noch mehr zu Stammgästen werden, von ihrem Aufenthalt in Oberbayern schwärmen und so andere potenzielle Gäste dazu animieren, zu uns zu kommen.
Davon profitieren dann alle, Staat und Kommunen; Bürger und Unternehmen; natürlich in erster Linie die Leistungsträger, die sich um den Gast kümmern. Aber ca. 40 % des durch den Tourismus generierten Umsatzes findet bei den indirekt damit verbundenen Handwerksbetrieben, Geschäften und Dienstleistungsunternehmen statt. Eine florierende Tourismuswirtschaft führt zu mehr Investitionen bei allen Beteiligten, zu mehr Arbeitsplätzen und zu einem attraktiven Umfeld, von dem auch die Bürger etwas haben.

Allerdings ist dies kein Selbstgänger. So kommt zu den Anstrengungen, ein immer höheres, kundenorientiertes Qualitätsniveau zu schaffen, die Aufgabe, die Rahmenbedingungen für die Anbieter touristischer Produkte besser und vor allem wettbewerbsfähiger zu gestalten. Die vielen Faktoren, die hierbei eine Rolle über den Erfolg oder Misserfolg eine Rolle spielen, finden Sie in den politischen Leitlinien des TOM e.V., die wir mit Nachdruck gegenüber der Staatsregierung in München sowie in Berlin und in Brüssel vertreten. Beispielhaft sei wieder die ermäßigte Mehrwertsteuer erwähnt, die auch auf die Gastronomie ausgedehnt werden muss, wie sie den Gastronomen in den Nachbarländern längst gewährt wird. Aber auch bei den Diskussionen um Erbschafts- und Vermögenssteuern, praxisferne Arbeitszeitgesetze, bürokratische Hürden, Fachkräftemangel, zeitgemäße Qualitätsanforderungen, Sicherheitsmaßnahmen, Visaregelungen und vielem mehr vertreten wir die Branche und nutzen unseren Einfluss, die Rahmenbedingungen zu verbessern.

Da es in unserem Verband keine Zwangsmitgliedschaft gibt, sind wir darauf angewiesen, von denen, die von unseren umfangreichen Aktivitäten am meisten und insbesondere kollektiv profitieren, Unterstützung mindestens über eine Basis-Mitgliedschaft zu bekommen. Das sind insbesondere Kommunen; Gemeinden, Landkreise und Städte. Manche von ihnen warten noch ab und überlassen es anderen, mit ihrer Mitgliedschaft solidarisch einen Beitrag dafür zu leisten, dass die Arbeit des TOM e.V. zum Vorteil

für alle gerät. Deshalb haben wir uns für 2017 vorgenommen, verstärkt Mitgliederwerbung zu betreiben. Da bei allen geförderten Maßnahmen ein Eigenanteil zu leisten ist, benötigen wir auch hierfür die Mitgliedsbeiträge. Andernfalls könnten wir die zur Verfügung stehenden Mittel nicht in vollem Umfang ausschöpfen.

Neben den zwei wichtigen Arbeitsfeldern „Politische Rahmenbedingungen" und „Qualitätssicherung" stimmen wir uns auf dem dritten Feld, „Produktentwicklung und Marketing" eng mit der Bayern Tourismus Marketing GmbH ab. Mit der Hilfe von erheblichen Fördergeldern können wir zusammen mit den einzelnen Tourismusorten und –regionen, die eine Plus-Mitgliedschaft haben gemeinsame Produkte, Messeauftritte und Marketingaktionen entwickeln und organisieren. Hier bündeln wir unsere Kräfte und schaffen einen wesentlich erfolgreicheren Auftritt über alle heute üblichen Marketingkanäle, als die Einzelkämpfer mit oft sehr begrenzten Ressourcen alleine vermögen. In diesem Geschäftsbericht finden Sie viele Beispiele von der erfolgreichen Zusammenarbeit im Jahr 2016.

Abschließend möchte ich allen, die uns als Mitglied oder Kooperationspartner unterstützt haben, im Namen des Präsidiums genauso danken wie unserem kleinen Team, das sich täglich mit höchstem Engagement für eine immer erfolgreichere Tourismuswirtschaft in München und Oberbayern einsetzt.

Ihr

Robert Salzl
Präsident Tourismus Oberbayern München e.V.

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder,

der Blick zurück ins vergangene Geschäftsjahr beginnt mit erfreulichen Tourismuszahlen für Oberbayern – sowohl Gästeankünfte als auch Übernachtungen konnten spürbar und trotz der zur Zeit schwierigen Rahmenbedingungen gesteigert werden.

Die Zahlen verraten, dass es im Inlandsmarkt einen neuen Trend hin zum Heimaturlaub gibt. Gerade in diesem Umfeld können wir mit unserem Leistungsversprechen und unserem oberbayerischen Selbstverständnis sehr gut punkten – „echtes Bayern" steht für Tradition, Heimat, weltbekannte Ausflugsziele, bayerische Alpen-, Seen- und Kulturlandschaften und Begegnung mit Einheimischen. Es war ein sehr wichtiger Prozess, gemeinsam mit allen Partnern herauszuarbeiten, wofür wir gemeinsam als Oberbayern Tourismus stehen und was uns verbindet.

Auf dieser Basis konnten wir ganz wichtige Aktivitäten und Projekte angehen und umsetzen. Im zurückliegenden Geschäftsjahr 2016 starteten wir mit der Entwicklung oberbayernweiter Leitprodukte in den Themen Radln, Winter und Bierkultur. Damit werden Angebote aus den Destinationen oberbayerntypisch gebündelt und kommuniziert. Wir erhöhen dadurch die touristische Strahlkraft unserer gemeinsamen Tourismusregion, schärfen unser gemeinsam erarbeitetes Profil und können so neue Zielgruppen gewinnen. Produkte sind unsere „Botschafter" und „Aushängeschilder". Sie zeigen auf, was uns differenziert und besonders macht.
Mit der Auflage einer neuen MERIAN Oberbayern Ausgabe präsentierte sich Oberbayern mit seinen Destinationen und Partnern erstmals wieder gebündelt in der Medienwelt. Ebenso entstand vor dem Hintergrund des Jubiläums ‚500 Jahre Bayerisches Reinheitsgebot 2016' unsere gemeinsame Biererlebnis-Broschüre.

Gleichzeitig haben wir uns 2016 im Rahmen unserer touristischen Interessensvertretung für unsere gemeinsamen Anliegen in Politik und Wirtschaft eingesetzt – beispielsweise bei der Umsetzung von EU-Richtlinien in deutsches Recht. Ebenso ging es darum, das die Bedeutung des Tourismus in der Bevölkerung mehr geschätzt wird. Dazu gehört die gemeinsame Ausrichtung im Wintertourismus über unsere regionale Pressearbeit zu verbreiten. Oberbayernweite Schulungsangebote, der Service-Ratgeber Gwusst wia! oder Branchenveranstaltungen wie das Tourismusforum Oberbayern tragen dazu bei, die Qualität bei allen Tourismuspartnern anzuheben und zu stärken. Dies ist auf oberbayerischer Ebene geschlossener und klarer möglich als separat in den Einzelregionen. Ein ganz wichtiger Meilenstein für das Wissensmanagement und die

„2016 war gekennzeichnet von einem neuen Trend zum Heimaturlaub. Die Inlandsreise boomt, und Oberbayern profitiert davon ganz besonders."

Innenkommunikation war die Freischaltung des Tourismus Oberbayern Partnernetzes – kurz „TOP" – im vergangenen Jahr.
Die Fülle aller Aktivitäten und Projekte entnehmen Sie dem vorliegenden Geschäftsbericht.

Durch das optimale Zusammenspiel unseres kleinen, motivierten Teams mit den TOM-Gremien und leistungsfähigen Dienstleistern konnten wir eine schlagkräftige Tourismusstruktur schaffen. Diese Struktur lebt vom Mitmachen. Wir bauen auf Ihre aktive Unterstützung und Mitwirkung, wenn es darum geht, Projekte voranzutreiben und neue Mitglieder für den TOM e.V. zu gewinnen. Nur so kann der Oberbayern Tourismus weiter zu einer starken Plattform in der Lobbyarbeit, Qualitätsentwicklung, Produktentwicklung und Kommunikation heranwachsen. Nur durch Gemeinschaft entsteht Stärke!

Ihr

Osw. Pehl

Oswald Pehel, Geschäftsführer
Tourismusverband Oberbayern München e.V.

DA GEHT WOS!

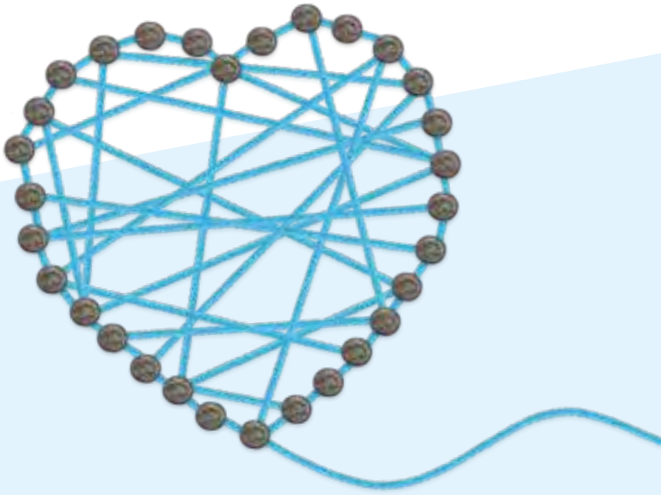
AKTIVITÄTEN UND PROJEKTE

„Der TOM e.V. hat seine Leistungen in allen Geschäftsbereichen 2016 enorm ausgebaut. Ziel ist es, das Bewusstsein vom Wert und der Bedeutung des Tourismus in Oberbayern zu stärken, aber auch für faire Wettbewerbsbedingungen einzutreten. Hinzu kommen Qualitätsthemen, die innerhalb der Klammer Oberbayern klarer zu spielen sind als in der einzelnen Destination.

2016 wurde die oberbayernweite Produktentwicklung angeschoben – vor allem fiel der Startschuss zu einem oberbayernweiten Radlangebote und neuen, schneeunabhängigen Winterprodukten. Damit wird die Arbeit des TOM e.V. unmittelbar in den Destinationen und Orten spürbar."

VERNETZUNG MIT POLITIK UND ÖFFENTLICHKEIT

Der TOM e.V. vertritt die Interessen des oberbayerischen Tourismus in Politik, bei Organisationen und in der Wirtschaft. Er leistet wertvolle Aufklärungsarbeit für touristische Themen bei Bevölkerung und Medien. Denn nur durch eine positive Tourismusgesinnung auf allen Ebenen entsteht die Basis für ein erfolgreiches Tourismusmarketing. Argumentative Basis dafür ist die Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern", die wir regelmäßig von Forschungseinrichtungen wie zuletzt der dwif-Consulting GmbH erheben lassen. Um die Wettbewerbsbedingungen in Oberbayern zu verbessern, schließt der TOM e.V. außerdem Rahmenverträge mit Verwertungsgesellschaften. Dadurch erhalten die Mitglieder günstige Konditionen. Ebenso werden tourismuspolitische Positionspapiere erarbeitet, um damit den politischen Mandatsträgern ein einheitliches Meinungsprofil zu Kernthemen des Tourismus an die Hand geben zu können.



Tourismus braucht Akzeptanz und faire Wettbewerbsbedingungen

Der Tourismus in Oberbayern ist eine Leitökonomie

Der Tourismus ist eine Leitökonomie für gesamt Oberbayern, auch wenn der Beitrag des Tourismus am gesamten Wirtschaftsaufkommen von Region zu Region variiert. Vom Tourismus gehen nämlich vielfältige Wirkungen aus, die sich nicht immer monetär direkt messen oder räumlich genau zuordnen lassen.

Der Tourismus in Oberbayern schafft ein attraktives Lebensumfeld für die Bevölkerung, aber auch für Facharbeitskräfte in Industrie und Handwerk. Er sichert heimatnahe Arbeitsplätze und sorgt für attraktive Orts- und Landschaftsbilder. Auf der einen Seite ist der Tourismus in Oberbayern Teil der Kulturgeschichte und Identität und auf der anderen Seite bringt er aber auch neue Ideen, Impulse und kulturellen Austausch.

Gemeinsam mit der IHK für München und Oberbayern und dem DEHOGA Oberbayern stellt der TOM e.V. allen Partnern regelmäßig Zahlen und Fakten rund um die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zur Verfügung. Mit den Regionsauswertungen, dem Erklärfilm und der 2016 neu entstandenen Broschüre zum Wirtschaftsfaktor erhalten unsere Mitglieder ein inspiratives Handwerkszeug, um auch in der eigenen Region die dringend notwendige Aufklärungsarbeit zu gestalten. Das Team des TOM e.V. unterstützt Sie gerne und präsentiert die Zusammenhänge auch in Ihrem Gremium.

Öffentlichkeitsarbeit Pro Tourismus

Nur durch eine ausgewogene und regelmäßige Berichterstattung zu oberbayerischen Tourismusthemen kann ein positives Tourismusklima in der Bevölkerung, bei Multiplikatoren und Entscheidungsträgern entstehen.

Gerade bei Themen wie dem alpinen Wintertourismus, bei Investitionen in die Tourismusinfrastruktur oder Berichten zum Sommertourismus an den oberbayerischen Seen wird immer wieder ein sehr negatives und einseitiges Bild transportiert. Umso wichtiger ist es, hier aufzuklären und eine klare oberbayerische Position zu vertreten.

Deshalb engagiert sich die TOM e.V.-Geschäftsstelle in Zusammenarbeit mit unserer PR-Agentur, in den regionalen Medien präsent zu sein, und vertritt unser Meinungsprofil oder unsere tourismuspolitischen Positionen in Fachveranstaltungen und in Gremien.

Dadurch verbessert der TOM e.V. auch für Sie die Tourismusakzeptanz in den Regionen.

Faire Wettbewerbsbedingungen

Die Tourismusregion Oberbayern kann sich nur dann im Wettbewerb erfolgreich behaupten, wenn sie auf vergleichbare Wettbewerbsbedingungen bauen können.

Der TOM e.V. engagiert sich aktiv, eine möglichst tourismusfreundliche Ausgestaltung zu erreichen und die Mitglieder bei der späteren Umsetzung zu unterstützen – etwa durch Informationsveranstaltungen und Leitfäden. In einigen Fällen konnten wichtige Rahmenverträge geschlossen werden, die zu besseren Konditionen oder niedrigeren Abgaben führten.

Besonders im Fokus stehen hierbei:

- Praxisgerechte Auslegung und Umsetzung von EU-Richtlinien (Beihilfe- und Vergaberecht, Pauschal-Reiserichtlinie, Immissionsschutz etc.)
- Rahmenverträge mit Verwertungsgesellschaften (GEMA, VG-Media)
- Sonderkonditionen für Zertifizierungen (Zertifizierung Tourist-Informationen DTV, ADFC Bett+Bike etc.)
- Interessensvertretung bei Ausgestaltung und Novellierung wichtiger Zertifizierungskriterien (Prädikatisierung Orte, DEHOGA- und DTV-Zertifizierung etc.)

Eine wesentliche Aufgabe sieht der TOM e.V. darin, die Umsetzung von EU-Richtlinien in deutsches Recht über seine Netzwerke und Dachverbände zu begleiten und tourismusfreundlich auszugestalten. Bürokratische Hürden und finanzielle Sonderbelastungen gilt es abzubauen.

Wenn es um Prädikatisierung oder Zertifizierung geht, arbeitet der TOM e.V. eng mit dem Deutschen Tourismusverband, dem DEHOGA Bayern, dem Bayerischen Heilbäderverband, der Bayern Tourist GmbH (BTG), dem ADFC Bayern, dem Wanderverband, dem Deutscher Alpenverein (DAV) und vielen weiteren Partnern zusammen. Hier engagiert sich der TOM e.V. für ein hohes Qualitätslevel bei gleichzeitig praxisgerechter Kriterien-Definition.

Einheitliche tourismuspolitische Positionen

2016 wurde ein gemeinsames Positionspapier von TOM e.V., DEHOGA Oberbayern und IHK für München und Oberbayern entwickelt. Durch die Verständigung auf gemeinsame Positionen ist es nun möglich, einheitliche Forderungen zu artikulieren und zu vertreten. Dadurch erhöht sich die Transparenz – einerseits für Mitglieder und Tourismuspartner, andererseits auch für die politischen Mandatsträger als Adressaten der gemeinsamen Forderungen.

Service und Beratung

Der TOM e.V. bietet seinen Mitgliedern viele Serviceleistungen, wie etwa die Teilnahme an örtlichen und regionalen Tourismusveranstaltungen, Symposien und Kongressen mit touristisch herausgehobener Bedeutung.
Darüber hinaus berät und unterstützt der TOM e.V. seine Partner in touristischen Fragen, beispielsweise wenn Investitionen anstehen oder Fragen zur Destinationsentwicklung zu lösen sind.

Auch auf indirektem Weg unterstützt der TOM e.V. seine Destinationen und Orte. Der TOM e.V. wird bei tourismusrelevanten Großprojekten um Stellungnahmen gebeten, äußert sich zum Beispiel bei der Installation von touristischen Hinweistafeln an Autobahnen oder fungiert als Koordinations- und Informationsstelle für Förderprojekte des Bayerischen Wirtschaftsministeriums oder der Regierung von Oberbayern.

MEHR INFOS
Das tourismuspolitische Positionspapier des TOM e.V. finden Sie unter top.oberbayern.de/interessensvertretung

Zu Gast beim Rosenheimer Herbstfest: von links vorne: Oswald Pehel von rechts vorne: Jens Hornung, Sandra Grundl, Sindy Vogel

Einladung des DEHOGA Oberbayern zum Oktoberfest München von vorne: Conrad Mayer, Angela Inselkammer, Josef Mederer, Oswald Pehel, Markus Pillmayer

Unterstützung der Kooperation Münchner Umland

Die sechs Münchner Umland-Landkreise Erding, Ebersberg, Freising, Dachau, Fürstenfeldbruck und München profitieren einerseits von der Nähe zur Landeshauptstadt München, andererseits aber auch zu den ländlichen Urlaubsregionen Oberbayerns.

Der TOM e.V. unterstützte die Region 2016, die touristische Zusammenarbeit in Form einer ARGE zu organisieren, zu intensivieren und daraus gemeinsame Marketingprojekte zu generieren. Das Münchner Umland soll dabei nicht in Konkurrenz zu den einzelnen Landkreisen und Orten auftreten, sondern bestehende Angebote und Informationen aus den Regionen bündeln und diese ins Schaufenster stellen.

In enger Anlehnung an die Positionierung Oberbayerns und unter Nutzung vorhandener Synergien entstand 2016 eine gemeinsame Münchner Umland-Broschüre. Diese konnte bereits auf Messen und im Direktversand an potenzielle Gäste eingesetzt werden. Dadurch erhöht sich auch die Geschlossenheit im Außenauftritt.

von links:
Annika Recht, Elisabeth Weichselbaumer, Günther Pech, Rike Strohmayer, Oswald Pehel, Monika Döring, Augustinus Meusel, Claudia Metzner, Gerhart Maier, Wolfram Staude, Daniela Cermakova

Mitgliedschaften des TOM e.V.

BTW Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V.

Seit 2016 kann der TOM e.V. die Interessen des oberbayerischen Tourismus noch effizienter auf Bundes- und Europaebene vertreten. Dazu trägt die neue Mitgliedschaft beim Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) maßgeblich bei. Der TOM e.V. wird im BTW-Präsidium von seinem Präsidenten Robert Salzl vertreten. Hinter dem BTW stehen rund 40 der größten Unternehmen und Verbände der deutschen Tourismuswirtschaft. Die Spanne reicht vom Schienen-, Straßen- und Luftverkehr bis hin zur Hotellerie, Gastronomie und anderen touristischen Organisationen.

Der BTW setzt sich für die deutsche Tourismuswirtschaft, für die gemeinsamen, übergreifenden Interessen und Bedürfnisse der Tourismusbranche in Deutschland ein – so etwa ganz aktuell im Rahmen der Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie in deutsches Recht.

ARGE Deutsche Donau

Das Projekt „Junge Donau" hat zum Ziel, den bayerischen Teil des Donauradweges touristisch zu bespielen und in Szene zu setzen. Durch eine eigene Webplattform „Junge Donau" der Bayern Tourismus Marketing GmbH, eine gemeinsame Produktbroschüre und zahlreiche Aktivitäten im In- und Ausland wird der radtouristische Leitweg präsentiert und vermarktet. Der TOM e.V. unterstützt dieses Projekt durch einen jährlichen Marketingbeitrag und koordiniert die Aktivitäten im Verbund mit den oberbayerischen Donauanrainern wie Neuburg und Ingolstadt.

Bayerische Fernwege e.V.

Am 17. Dezember 2015 wurde in den Mitgliederversammlungen des Deutschen Alpenstraßen e.V. als auch des Bodensee-Königssee-Radweg e.V. beschlossen, die bestehenden Organisationen aufzulösen und dafür einen gemeinsamen Verein „Bayerische Fernwege e.V." zu gründen. Ziel war und ist es, die Nähe der beiden Leitangebote auch organisatorisch abzubilden, Kosten einzusparen und Maßnahmen gebündelt anzugehen. Mit der Wahl von Oswald Pehel zum zweiten Vorsitzenden des Vereins haben nun wieder die Tourismusregionen Oberbayern und Allgäu die Schirmherrschaft über die beiden Fernwege.

Die Destinationen und Orte sollten die touristische Chance nutzen, die sich aus den beiden Routen ergibt, und sich vor allem als Anrainer am Verein beteiligen.

WISSENSMANAGEMENT UND REISETRENDS

Studien und Trendanalysen sind eine wichtige Entscheidungsgrundlage für Destinationen und Orte. Deswegen stellt der TOM e.V. für Sie laufend die wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten zusammen. TOM e.V.-Mitglieder können darauf laufend und aktuell über das Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) zugreifen. Nachfolgend erhalten Sie einen kurzen Überblick bekannter, kürzlich veröffentlichter Trendanalysen.

ADAC Reise-Monitor

Der diesjährige ADAC Reise-Monitor zeigt, dass sich die gefühlte Terrorgefahr spürbar auf Reiseentscheidungen auswirkt. 81% der Befragten gaben an, deshalb auf Fernreisen in gefährdete Länder gezielt zu verzichten. Besonders sensibel reagiert demnach die Generation 50+ und am wenigsten sensibel die Gruppe der 18- bis 29-Jährigen. Insgesamt steigt die Bereitschaft, im Rahmen des jährlichen Haupturlaubes eine Fernreise zu buchen, im Vergleich zu 2016 wieder an. Eine Deutschlandreise im Haupturlaub planen für 2017 etwa 31% (2016: 34%) der Befragten.

Die Zahlen zeigen, dass die Reisebereitschaft zu entfernteren Reisezielen wieder ansteigt. Ausgenommen sind die terrorgefährdeten Gebiete.

FUR Reiseanalyse

Auch die FUR Reiseanalyse attestiert den Terroranschlägen eine große Rolle bei der künftigen Reiseplanung. Die Reiselust insgesamt zeigt sich allerdings ungebrochen. Dadurch ergeben sich Verschiebungen in der Reisezielwahl und beim Reiseverhalten – vor allem in Abhängigkeit von den aktuellen Rahmenbedingungen. So verliert die Türkei im Vergleich zu 2015 23% an Urlaubsreisen, Nordafrika verzeichnet einen Rückgang von 29% und Frankreich 15%. Auf der Gewinnerseite stehen Spanien und Griechenland. Auch das Inland und Nahziele wie Österreich, Niederlande oder Skandinavien haben ihre Marktanteile erhöhen können. In der Verkehrsmittelwahl konnten der PKW und das Wohnmobil von 45% auf 47% zulegen, während Flugzeug und Bus um je 1% auf 39% und 6% abnahmen. Bei den Unterkünften ging die Kategorie Ferienwohnung/Ferienhaus mit +3% als Gewinner hervor, während Hotels und Gasthöfe um 2% auf 46% abnahmen. Das Campingsegment blieb stabil bei 6%.

ADFC Radreise-Analyse

Auch die aktuelle ADFC Radreise-Analyse belegt, dass es sich beim Radtourismus um ein dynamisch wachsendes Urlaubssegment handelt. Die Radreisen nahmen demnach abermals seit 2015 um 30% auf 5,2 Mio. zu. Hinzu kommen 150 Mio. Tagesausflüge mit dem Fahrrad pro Jahr in Deutschland. Meist handelt es sich um Radreisen im Bereich von 4 – 7 Nächten. Mit inbegriffen sind die Strecken- und Sterntouren. Die Tagesetappen bewegen sich mehrheitlich zwischen 40 – 80 km. Als Motiv für eine Radreise stehen Themen wie Naturerlebnis, aktiv sein, aber auch Gesundheit, Entschleunigung und Regionen kennenlernen im Vordergrund. Bei den beliebtesten Radfernwegen Deutschlands liegt der Elberadweg auf Platz 1, erfreulicherweise aber der Donauradweg auf Platz 4 und der Bodensee-Königssee-Radweg auf Platz 9. Bayern ist die beliebteste Radregion im Inland.

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

Deutschland ist mit

31%

als Hauptreiseziel weiterhin unangefochtener Spitzenreiter.

QUALITÄTSMANAGEMENT

„Der TOM e.V. setzt auf eine klare Qualitätsstrategie – „best of class" lautet die Devise. Dazu gehört die Definition großräumiger Qualitätsstandards, aber auch die Sensibilisierung der Partner für Qualitätsthemen, beispielsweise über Tourismusleitfäden oder Schulungen. Aber auch das touristische Wissensmanagement ist für den TOM e.V. Teil der Qualitätsarbeit. Deshalb freut sich der TOM e.V., dass im vergangenen Oktober das Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) online gegangen ist. Überzeugen Sie sich selbst von den Mehrwerten und nutzen Sie unser neues Tool aktiv und regelmäßig."

Gwusst wia! – Der Tourismusleitfaden für Oberbayern

Wie entwickelt man touristische Erfolgsprodukte, die für die Tourismusregion stehen? Was ist bei der Preisfindung zu beachten, und wie muss der Service beschaffen sein, um Gäste zu begeistern und dauerhaft zu binden?

Mit einem neuen Service- und Tourismusratgeber bietet der TOM e.V. wertvolle Orientierung und praxisorientierte Hilfestellung für Tourismusbetriebe, -orte und -destinationen. Das 76-seitige „Gwusst wia!" beinhaltet auch Informationen zum Umgang mit ausländischen Gästen aus unterschiedlichen Quellmärkten und behandelt wichtige Megatrends wie etwa die Regionalität oder E-Mobilität im Tourismus. Der Tourismus-Ratgeber wurde auch im Deutschland-Tourismus als echter Benchmark wahrgenommen. So erhielt der TOM e.V. große Zustimmung in der Region.
Das „Gwusst wia!" kann nach wie vor von den TOM e.V.-Mitgliedern direkt bezogen bzw. sollte an die eigenen Partner, Multiplikatoren und Entscheidungsträger in den Regionen und Landkreisen weitergereicht werden.

MEHR INFOS
Online ist das „Gwusst wia!" abrufbar unter top.oberbayern.de/qualitaet

Weiterbildungs-Programm 2016

Seit 2015 organisiert der TOM e.V. wieder oberbayernweite touristische Weiterbildungsprogramme. Inhaltlich wurden die Schulungs- und Seminarthemen mit den Bedürfnissen der Mitgliedsregionen und -orte abgestimmt. Gleichzeitig wurde darauf geachtet, ein interessantes und aktuelles Themenspektrum abzudecken. Das Angebot reichte 2016 von Produktschulungen über zugeschnittene Seminare zur Digitalisierung bis hin zu serviceorientierten Angeboten.

Umgang mit dem besten Getränk der Welt

Von der Story zum touristischen Produkt

Umgang mit Social Media

Online-Recht

Online-Vertrieb

Umgang mit dem Gast

Google AdWords

Ein Besuch bei den Werteproduzenten

Display Advertising

Angebots- und Preisgestaltung

Produktschulung zum Thema Braukultur

TOM e.V.-Mitglieder haben die Gelegenheit, kostenlos an den Seminaren teilzunehmen. Anmeldungen erfolgen über unser Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP).

MEHR INFOS
top.oberbayern.de/weiterbildung

Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) – informieren und vernetzen

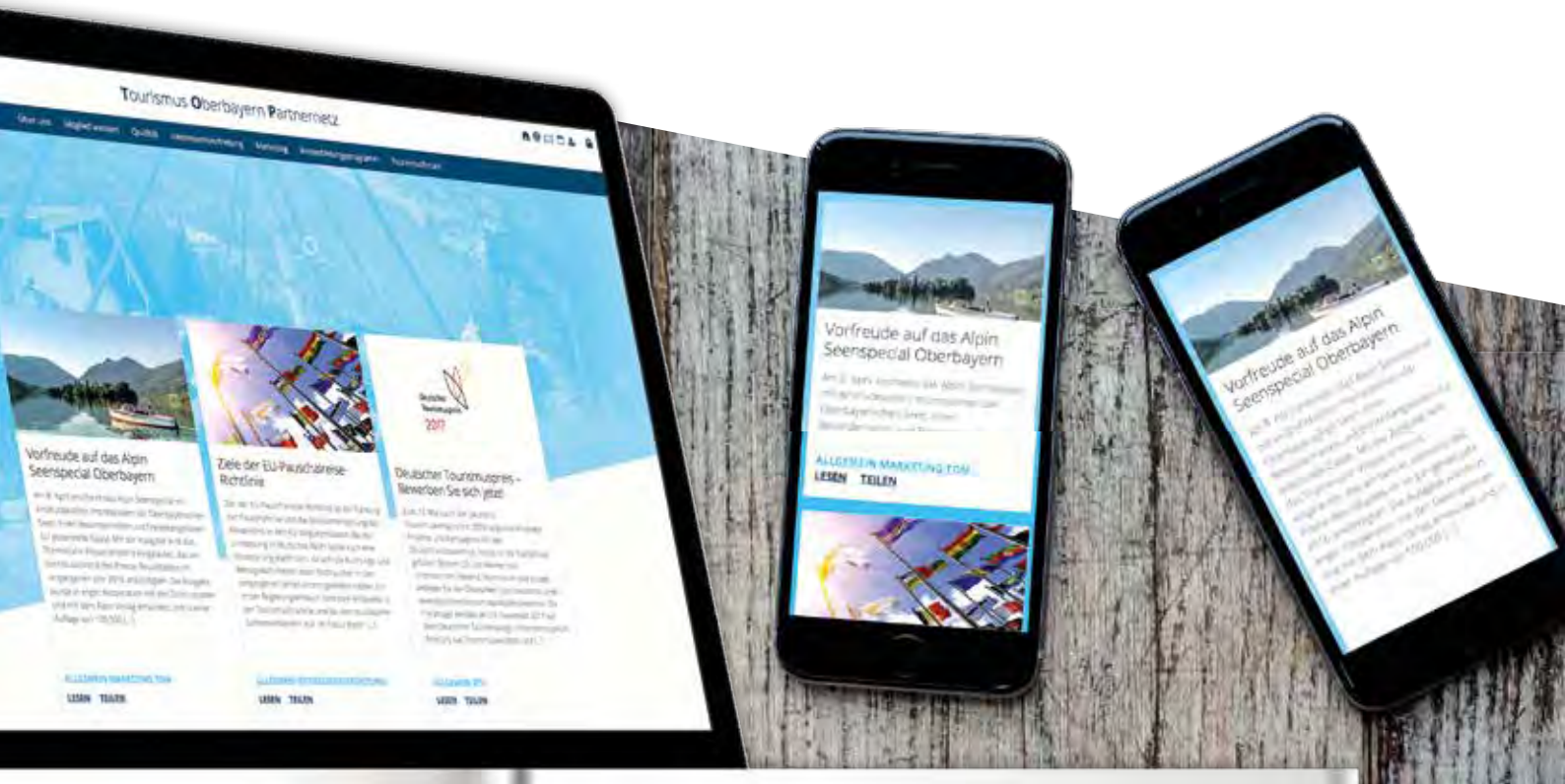
Das „Tourismus Oberbayern Partnernetz", kurz TOP, ist eine digitale Vernetzungs- und Wissensplattform für TOM e.V.-Mitglieder. Das Portal wurde völlig neu aufgebaut. Das TOP hilft, sich in touristischen Fragen auf dem Laufenden zu halten und touristische Inhalte unkompliziert und gut strukturiert abzurufen.

Unter **www.top.oberbayern.de** finden Sie gleich auf der Startseite einen stets aktuellen Mix aus Destinationen-Nachrichten zur touristischen Entwicklung und zu Angeboten des TOM e.V.

Das Tourismus Oberbayern Partnernetz besteht aus einem „öffentlichen Bereich" und einem „geschlossenen Mitgliederbereich", der über ein Login nur für Mitglieder zugänglich ist und exklusive, weiterführende Informationen beinhaltet. Im „öffentlichen Bereich" finden Sie viele interessante Informationen zu den Qualitätsinitiativen sowie den Bereichen Positionierung, Marketing und Produktentwicklung – von Studien, Statistiken und Marktforschungsergebnissen bis hin zur Reservierung von Schulungsangeboten und Regionalauswertungen. Zudem stellt der TOM e.V. dort auch seine Gremien und Mitglieder vor und informiert über die Organisation, Strategie und Ziele.

Der „geschlossene Bereich" dient als Plattform für die Kommunikation mit Kollegen und Tourismuspartnern. So tauschen sich beispielsweise hier die PR-Verantwortlichen aus den Destinationen in einer geschlossenen Gruppe aus. Mitglieder können hier aber auch auf die Auswertungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus oder Vorträge vom letzten Tourismusforum Oberbayern zugreifen, die nur hier hinterlegt sind.

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



Einführung eines Onliner-Arbeitskreises

Der TOM e.V. fungiert auch als touristische Vernetzungsplattform für Mitglieder. Um den Wissensaustausch im Bereich digitaler Themen zu verbessern, wurde 2016 der „Onliner-Arbeitskreis Oberbayern", kurz „Onliner-AK" aus der Taufe gehoben.

Für das konstituierende Treffen des Arbeitskreises stellten die Alpenregion Tegernsee Schliersee (ATS) und die Tegernseer Tal Tourismus (TTT) Räumlichkeiten in Gmund zur Verfügung. 21 oberbayerische Onliner folgten der Einladung in die dortige „Coworkerei". Zu Beginn gaben Christoph Schemperschofer (TTT) und Florian Liebenstein (ATS) den Teilnehmern einen Einblick in die Online-Aktivitäten in der Alpenregion Tegernsee Schliersee und der Tegernseer Tal Tourismus. Im Anschluss referierte Stefan Spiegel von nativenet über „Digitales Direktmarketing" und gab den Anwesenden einen Einblick über die richtige Vorgehensweise in nur drei Schritten:

- **Kunden verstehen**
- **Nutzenstiftende Inhalte anbieten**
- **Innovative Erlebnisse entwickeln**

Danach diskutierten die Teilnehmer über ihre momentanen Belange und tauschten sich über verschiedene Techniken und das Nutzerverhalten aus.

Der TOM e.V. wird den Austausch unter Onlinern künftig mehr fördern und zweimal jährlich ein Treffen organisieren. Zudem besteht bereits eine Onliner-AK-Gruppe im TOP, zu der alle Onliner der Mitglieds-DMOs und -orte herzlich eingeladen sind, sich untereinander auszutauschen und aktuelle Themen zu diskutieren.

PROJEKTARBEIT

Die Entwicklung von Leitprodukten für die Kernthemen Radln, Bierkultur und Winter waren im zurückliegenden Geschäftsjahr ganz zentrale Vorhaben. Nach der Umsetzung einer oberbayernweiten Positionierung sowie der neuen Wort-Bild-Marke „Oberbayern – Echtes Bayern“ erhält der TOM e.V. damit die Chance, seine Werte und sein Profil erlebbar zu gestalten. Gleichzeitig sind die Leitprodukte das „Schaufenster” für die Kernthemen des TOM e.V. Durch sie werden typisch oberbayerische Urlaubserlebnisse gebündelt.

WasserRadlWege Oberbayern

Im Frühjahr 2016 erfolgte der Startschuss zur ersten größeren touristischen Produktentwicklung auf Oberbayern-Ebene. Radfahren, als Kernthema Oberbayerns, aber auch in beinahe allen Regionen Oberbayerns, gilt als strategisch wichtiger Baustein in der Tourismuslandschaft. Seit Jahren ist der Radtourismus, egal ob als Hauptmotiv für den Urlaub oder als gelegentliche Aktivität während des Urlaubs, auf dem Vormarsch. Nun soll für Oberbayern ein qualitativ hochwertiges und attraktives Leitprodukt für Radurlauber entstehen. Neben der stärkeren Positionierung Oberbayerns als Radreisedestination soll das Produkt auch mithelfen, als Zubringer in die regionalen Radnetze zu fungieren und die Gäste radelnderweise von Oberbayern zu begeistern.

Gemeinsam mit den oberbayerischen Landkreisen, DMOs, der Regierung von Oberbayern sowie dem Planungsbüro Topplan GmbH wurden im Jahr 2016 bereits wichtige Maßnahmen für das Produkt umgesetzt. Den Startschuss stellte ein Treffen im Mai mit den Landkreisvertretern Oberbayerns im Landratsamt München dar. Eine anschließende Grunderhebung der bereits bestehenden Radwege war der erste Schritt zur Findung des Streckenkonzeptes. In einem zweiten Schritt erfolgte die Auswertung der eingereichten Inputs sowie die Definition klarer Qualitätskriterien für das Produkt. Auf Basis der ausgearbeiteten Qualitätskriterien, die sich stark an jene des Allgemeinen Deutschen Fahrrad Clubs (ADFC) anlehnen, ging es im Juli und August in die Einzelgespräche mit den Landkreisen, um den Streckenverlauf weiter zu definieren. Als Ergebnis der Gespräche kristallisierten sich schnell drei Hauptschleifen, ausgehend von München, heraus.

Seit dem Spätsommer läuft bereits die Befahrung und Bewertung der Strecke durch das Büro Topplan. Unter anderem wird die Strecke auf Eigenschaften wie Wegebreite, Oberflächenbeschaffenheit, Verkehrsaufkommen, Naturerlebnis und Infrastruktur analysiert und bewertet. Bis Ende des Frühjahrs 2017 sollen die Befahrungen abgeschlossen sein und der finale Streckenverlauf fixiert werden. Auch die ersten Marketingmaßnahmen zur Produkteinführung sind in der Planung und werden im Laufe des Jahres bereits umgesetzt.

Als größte Herausforderung des Projektes gilt die anstehende durchgängige Beschilderung der Strecke bis März 2018. Der TOM e.V. bedankt sich auf diesem Wege bei allen Projektpartnern für die bisherige Unterstützung und bittet Sie, für diese anstehende spannende Phase des Projektes weiterhin für Rückenwind zu sorgen.

Ab Frühjahr 2018 soll durch die Installation eines

dauerhaften Qualitätsmanagements garantiert werden, dass das Produkt dauerhaft auf hohem qualitativen Niveau bleibt und weiterentwickelt wird. Auch für dieses Vorhaben bittet der TOM e.V. um die Unterstützung. Denn: Ein Produkt ist nur so gut wie seine Trägerschaft.

Die Entwicklung des Leitproduktes WasserRadl-Wege Oberbayern macht große Fortschritte. Bis Herbst 2016 konnte der Streckenverlauf weitgehend finalisiert werden, in den Wintermonaten arbeitete der TOM e.V. am Beschilderungskonzept. Außerdem möchte der TOM e.V. künftig ein möglichst dichtes Netz von radfreundlichen Betrieben entlang der Route anbieten können. Da es bei der Ausstattung mit Bett+Bike-Betrieben Nachholbedarf gibt und auch gerade die WasserRadlWege Oberbayern entstehen, konnte der TOM e.V. mit dem ADFC Bayern hierzu Sonderkonditionen vereinbaren. Beherbergungsbetriebe, die sich bis Ende 2018 beim ADFC Bayern unter dem Stichwort „Tourismus Oberbayern München“ zur Zertifizierung zum Bett+Bike-Betrieb melden, erhalten einen Rabatt von 50 % auf die Aufnahmegebühr.

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.

3 Hauptschleifen

Startschuss ab Frühjahr 2018

50 %

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

ANSPRECHPARTNER/IN

ADFC Bayern: Gabriele Irrek,
Tel.: 089-90 90 02 51 3

TOM e.V.: Max Berger,
Tel.: 089-63 89 58 79 12

Die Lust am Reisen
€ 8,95 (D) € 9,95 (Euro-Länder) · SFR 12,90 (CH) · April 2016 · C 4701 E
MERIAN
Oberbayern
240
Tipps für Ihre Reise:
Highlights, Ausflugsziele,
Museen, Spezialitäten
Plus: Axel Hacke
über sein München
Berge
Auszeit auf der Alm,
Touren von Hütte zu Hütte
Seen
In die Natur: Baden,
Bootfahren, Träumen
Bier
Gemütliche Wirtshäuser,
Craft Beer für Genießer

MERIAN Oberbayern

Die 156 Seiten starke Ausgabe des monothematischen Reisemagazins MERIAN Oberbayern widmet sich der Urlaubsregion Oberbayern. Der TOM e.V. hat es ermöglicht, dass es nach 15 Jahren wieder ein MERIAN-Heft zu Oberbayern gibt, in dem sich die Tourismusregion Oberbayern München wieder selbstbewusst und aus einem Guss präsentiert. Unsere Kernthemen wie beispielsweise Berge und Almleben, Seen, Bierkultur, Winterlebnis, Kulinarik, Tradition und Kunst werden dabei hochinspirativ in Szene gesetzt.

Außerdem bietet das MERIAN Oberbayern mit einem 39-seitigen Kompass reichlich Anregungen, die im Tourismus Oberbayern München (TOM e.V.) zusammengeschlossene Ferienregion zu erkunden: Neben Klassikern wie der Zugspitze, dem Chiemsee, der Pfaffenwinkler Wieskirche oder Badestränden und Hotels im Starnberger Fünf-Seen-Land hält die Redaktion auch Geheimtipps von Einheimischen für die Leser bereit. So verrät zum Beispiel Wimmelbuch-Erfinder Ali Mitgutsch sein Lieblingsrestaurant am Ammersee: das Wirtshaus am Kirchsteig in Dießen. Gourmetkoch Christian Grainer aus der Region Inn-Salzach schwärmt von der Birnensoufflee-Torte im Café Egger in Mühldorf am Inn. Und Skilangläufer Peter Schlickenrieder erklärt die schönsten Routen auf seinen Hausberg in der Alpenregion Tegernsee-Schliersee, die Brecherspitze.

MERIAN-Ausgaben erreichen Auflagen von 100.000 Exemplaren und werden garantiert drei Jahre über den Buch- und Zeitschriftenhandel, über Abos und sonstige Kanäle vertrieben.

Orts- und Regionsmitglieder des TOM e.V. erhielten eine redaktionelle, steckbriefartige Integration im Serviceteil „MERIAN Kompass“ (Sehenswürdigkeiten, Über Nacht, Essen & Trinken, Einkaufen, Kultur usw.) des Heftes. Mit der Schaltung von Anzeigen und Advertorials konnten die beteiligten Partner ihre Sichtbarkeit über den Steckbrief hinaus weiter erhöhen.

MEHR INFOS
Das MERIAN Oberbayern ist noch zwei Jahre im Buch- und Zeitschriftenhandel und über merian.de erhältlich.

Bier-Erlebnisbroschüre

Oberbayern hat sich 2016 voll auf das Kernthema Bier- und Braukultur fokussiert. Es ist Teil der strategischen Themenwelt „Kultur“ und damit nicht nur 2016 im Mittelpunkt, sondern als wichtiges Zukunftsthema für Oberbayern zu sehen. Unter dem Titel „Echt Rein – Wege zur oberbayerischen Bierkultur“ gibt der neue 60-seitige Guide Urlaubern wie Einheimischen einen praktischen und unterhaltsamen Leitfaden zu rund 50 Bier-Erlebnisstationen in ganz Oberbayern an die Hand.

Die vielseitigen Empfehlungen decken alle touristisch relevanten Aspekte des Kulturguts ab. Zentrale Themenfelder sind Bier & Natur, Bier & Kultur sowie Bier & Genuss. Zur Orientierung liefert die Broschüre eine praktische Übersichtskarte Oberbayerns, in der die einzelnen Stationen verzeichnet sind.

Die Broschüre mit praktischen App-Empfehlungen und ergänzenden Kurzinformationen – zwischen aufschlussreich und humorig – ist in drei Kernbereiche unterteilt:

„Bier & Natur“ führt den Urlauber zu den Entstehungsorten des Biers und seiner Zutaten. Die Erlebnisstationen eins bis zwölf reichen von der Radtour durch die Hopfengärten der Hallertau über „bierige“ Bootstouren und Ballonfahrten bis hin zu Deutschlands höchstem Biergarten und Bierverkostungen in unterirdischen Salzstollen.

„Bier & Kultur“ – widmet sich auf weiteren 17 Stationen den vielen Bereichen, in denen Bier und Kultur miteinander verschmelzen. Lehrreich und unterhaltsam geht es unter anderem zu „Bier & Kunst“ ins Blaue Land am Staffelsee, zu „Bier & Rittern“ in den Chiemgau oder zu „Bier & Bahnhof“ ins Isartal.

„Bier & Genuss“ umfasst weitere 17 Stationen und thematisiert das Bier als eigenständige Spezialität, aber auch als perfekten Begleiter der bayerischen Küche. Es geht zu innovativen Jungbrauerinnen und -brauern, zu den Wurzeln des Handwerks, in die Sauna, an den Flughafen und natürlich in viele Biergärten und Wirtshäuser.

Maßgeblich an der Themenauswahl beteiligt waren, neben den oberbayerischen Regionen, der Bayerische Brauerbund und der Verband der Privaten Brauereien, denn die Erzeuger als Herzstück des Bierkultur-Erlebnisses spielen eine zentrale Rolle. Das Layout der Broschüre orientiert sich am neuen Gestaltungskonzept der Wort-Bild-Marke „Oberbayern – Echtes Bayern“.

MEHR INFOS
Den Guide „Echt rein – Wege zur oberbayerischen Bierkultur“ gibt es online unter top.oberbayern.de/service-download

Gedruckte Exemplare sind unter info@oberbayern.de erhältlich und in vielen Tourismusbüros der oberbayerischen Regionen verfügbar.

ECHT
REIN
WEGE ZUR
OBERBAYERISCHEN
BIERKULTUR

Wintertourismus Profil Oberbayern

Der Winter ist ein zentrales Themenfeld für die Tourismusregion Oberbayern. Bereits zu Beginn des ersten Geschäftsjahres 2015 rückte der TOM e.V. den Winter ins Zentrum seiner Kommunikation. Ziel war und ist es, das oberbayerische Winterimage zu schärfen und sich gebündelt mit einer einheitlichen Botschaft an potenzielle Wintergäste zu wenden. Eine der größten Herausforderungen für den Wintertourismus ist der Klimawandel.

Bereits 2015 nahmen schneelose Winterprodukte einen wesentlichen Platz in der Kommunikation des TOM e.V. ein. Gemeinsam mit den Partnern hat der TOM e.V. systematisch die Besonderheiten des oberbayerischen Winters herausgearbeitet. Das Ergebnis war eine erste Einteilung in Alpin, Natur und Kultur. Im Anschluss wurden drei Arbeitsgruppen für die Themen Alpine Heimat, Landschaftskino-Wege und -Loipen gebildet. Die detaillierten Ergebnisse der drei Workshops können Sie im TOP nachlesen.

Oberbayern ist stolz auf seine kleinen, gemütlichen Skigebiete, die für Anfänger und Familien sanfte Pisten bieten und gleichzeitig auch für Fortgeschrittene interessant sind. Dabei spielt die persönliche Begegnung eine wichtige Rolle: „Wo aus Fremden Freunde werden." Gerade bei der oberbayerischen Hüttentradition können Gäste die Herzlichkeit und oberbayerische Originale kennenlernen. Dank der tollen Inputs und der entwickelten Kriterienkataloge konnte ein Set von Landschaftskino-Wegen und -Loipen aufgebaut werden. Die besonderen G'schichten rund um das Thema Winter, wie etwa zum Skibauer Florian Schwarz oder zu den oberbayerischen Spätwinterbräuchen, füllen die oberbayerische Alpine Heimat mit noch mehr Leben.

Dank der Inputs zu den drei Kernthemen konnte der TOM e.V. eine tolle Wintermarketing-Aktion initiieren. Als Kampagnendach diente hierbei die Alpine Heimat. Alle Themen und G'schichten hat der TOM e.V. auf seiner Winter-Landingpage gebündelt.

Ziel ist es, auf Basis dieser Kampagnen-Plattform oberbayerntypische Leitangebote aus den Regionen zusammenzuführen, die Zielgruppe für einen Winterurlaub in Oberbayern zu inspirieren und anschließend auf ihre Destinationsseiten abzuwerfen.

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

Um die Zielgruppen des TOM e.V. mit den Angeboten der Alpinen Heimat zu inspirieren, startete der TOM e.V. eine Online-Bannerkampagne mit einer Reichweite von 4 Millionen Kontakten. Der erste Teil mit Fokus auf Winter in Oberbayern startete am 01. Januar 2017 und lief bis ca. Mitte Februar. Ab dem 30. Januar 2017 startete der TOM e.V. zudem einen zweiten Teil, der die Zielgruppe durch attraktive Motive und Angebote zum Sonnen-Skifahren locken sollte. Somit war der TOM e.V. während der ersten beiden Februarwochen verstärkt auf zielgruppenspezifischen Portalen präsent und sorgte in der Hochsaison der Winterzeit nochmals für zusätzliche Aufmerksamkeit.

MEHR INFOS
Weitere Informationen zum Thema Winter finden Sie unter top.oberbayern.de/winter

FAZIT

2016 setzte der TOM e.V. viele Aktivitäten und Projekte in die Tat um. So konnte der Verband die Bedeutung des Tourismusstandortes stärken. Gleichzeitig wird Oberbayern Tourismus immer mehr als Plattform für alle Tourismusregionen, Tourismusorte, Verbände und Unternehmen gesehen. Durch gemeinsame Initiativen wird mehr Strahlkraft erzeugt, die am Ende wieder jedem Einzelnen zu Gute kommt.

Der TOM e.V. und seine Leistungen im Überblick

Im Fokus stehen die drei Geschäftsfelder Interessensvertretung, Qualitätsmanagement, Produktentwicklung und Kommunikation. Dadurch werden Wettbewerbsbedingungen verbessert, das Qualitätsniveau insgesamt angehoben und durch oberbayernweite Leitprodukte ein Plus an strategischer Ausrichtung und Sichtbarkeit erzeugt.

11

Seminare zur Weiterbildung der TOM e.V.-Mitglieder

§

Interessensvertretung für unsere Partner im Bereich EU-Reiserichtlinie

Oberbayern fokussiert sich auf seine vier Kernthemen:

Radln

Wandern

Kultur

Winter

Entwicklung eines Service-Ratgebers „Gwusst wia!“ für touristische Partner

MERIAN Oberbayern

3 Jahre im Buch- und Zeitschriftenhandel erhältlich.

Landschaftskino-Wege Oberbayern

Oberbayern schafft ein schneeunabhängiges Winterprodukt zum Start der Wintersaison 2016/2017.

Broschüre „Echt Rein"

60-seitige Broschüre mit dem Titel „Echt Rein – Wege zur oberbayerischen Bierkultur".

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

Unterstützung bei Kooperationen wie beispielsweise dem Münchner Umland

Oberbayernweites Radlprodukt für 2018 geplant

Regelmäßige Treffen des Onliner-Arbeitskreises

Interessensvertretung durch diverse Mitgliedschaften des TOM e.V.

Neues Tourismus Oberbayern Partnernetz www.top.oberbayern.de

Sonderkonditionen für Mitglieder bei der Zertifizierung von ADFC Bett+Bike-Betrieben sowie der Tourist-Informationen durch den DTV

DA SCHAU HER!

INNENKOMMUNIKATION UND BRANCHENTERMINE

„Nur durch eine intensive Innenkommunikation ist erfolgreiche Verbandsarbeit möglich. Auch Sie können mithelfen, Ihre Partner von den Aktivitäten und Projekten des TOM e.V. zu informieren. Der Service-Ratgeber „Gwusst wia!“ oder das neue Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) sind nicht nur für Tourismusorganisationen interessant – so können beispielsweise auch Landratsämter, Anbietergemeinschaften wie beispielsweise Urlaub auf dem Bauernhof oder Freizeitbetriebe davon profitieren. Der TOM e.V. wird erst dadurch in der Fläche wahrgenommen und erhält somit die Chance, sein Netzwerk auszubauen.“

INNENKOMMUNIKATION 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, 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 2016 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 Aying, April 2016

Am 28. April 2016 fand die erste Mitgliederversammlung 2016 im Landkreis München – konkret in der Gemeinde Aying – statt. Versammlungsort war der Brauereigasthof Hotel Aying. Rund 50 Mitglieder folgten der Einladung des TOM e.V. Nach der Begrüßung durch Präsident Robert Salzl stellte Johann Eichler, der 1. Bürgermeister der Gemeinde Aying, die touristischen Aktivitäten und die wirtschaftlichen Strukturen des Ortes vor. Im Anschluss daran folgte die Begrüßung der Hausherrin, Frau Angela Inselkammer.

Der Brauereigasthof Hotel Aying sowie das gesamte Angebots- und Vermarktungskonzept überzeugten und begeisterten viele oberbayerische Partner. Es wurde sehr eindrucksvoll deutlich, wie man authentische Erlebnisse schaffen und Emotionen beim Gast wecken kann.

Franz Bergmüller, Oswald Pehel, Angela Inselkammer, Robert Salzl, Dr. Markus Pillmayer

Claus Pichler, Robert Salzl

Tourismusforum Oberbayern, April 2016

Das Tourismusforum Oberbayern fand dieses Mal im Anschluss an die Mitgliederversammlung in Aying statt. Die Veranstaltung stand unter dem Motto „Erlebnisse schaffen, Sinne berühren, Gäste begeistern – Zukunftswege für Gastronomie und Tourismus". Ein Thema, das viele Mitglieder und Tourismuspartner mobilisierte. Rund 160 Vertreter aus Gastronomie, Hotellerie und Tourismus folgten der Einladung in den neuen Sixthof. Während Oswald Pehel die Positionierung Oberbayerns als Basis für nachhaltige Produktentwicklung vorstellte, präsentierte Angela Inselkammer sehr eindrucksvoll, wie Angebotsgestaltung im eigenen Betrieb gelebt wird. Besonders interessiert folgten die Anwesenden auch dem Vortrag von Martin Schobert zur Zukunft des Reisens und dem der MERIAN-Redakteurin Veronika Keller, wie eine für den Gast oder Leser spannende Geschichte zum Produkt oder zu einem Betrieb entsteht. Für die Teilnehmer gab es jede Menge frische Ideen zum Mitnehmen!

Mitgliederversammlung Ruhpolding, Oktober 2016

Die zweite Mitgliederversammlung fand am 27. Oktober 2016 in der Chiemgau Arena in Ruhpolding statt. Nach der Begrüßung durch Bürgermeister Claus Pichler standen die Berichte durch Präsident Robert Salzl und Geschäftsführer Oswald Pehel im Fokus. Es folgte die einstimmige Neuwahl des bestehenden Präsidenten Robert Salzl sowie seiner Stellvertreterinnen Angela Inselkammer und Geraldine Knudson für eine weitere dreijährige Amtszeit. Auch wurde fast das gesamte Präsidium für weitere drei Jahre bestätigt. Lediglich drei Positionen mussten auf Grund beruflicher Veränderung der bisherigen Vertreter neu besetzt werden. Neue Mitglieder im Präsidium werden Peter Nagel, Tourismusdirektor von Garmisch-Partenkirchen Tourismus, Franz Rasp, Bürgermeister von Berchtesgaden und Dr. Martin Aigner, Hauptgeschäftsführer vom Handelsverband Bayern. Geraldine Knudson von München Tourismus zeigte sich zufrieden über die Entwicklung des Verbandes insgesamt: „Ich freue mich, dass alle Partner und Mitglieder kollegial und mit Begeisterung zusammenarbeiten, um Oberbayern zu einer der begehrtesten Tourismusregionen zu machen." Im Anschluss an die Versammlungen konnten sich die Mitglieder des TOM e.V. bei einer individuellen Führung durch das Biathlonstadion und einem anschließenden Schießtraining mit der Biathlonlegende Fritz Fischer ein Bild von der Wettkampfsituation in der Chiemgau Arena machen.

Franz Rasp, Dr. Martin Aigner, Peter Nagel

Der TOM e.V. ist die Vernetzungsplattform der oberbayerischen Tourismuspartner. Tourismus-Destinationen und -Orte, touristisch tätige Verbände und Unternehmen entwickeln über die TOM-Plattform gemeinsam Zukunftswege und Lösungsstrategien."

Mitglieder in Ruhpolding

Infoveranstaltung EU-Beihilferecht, April 2016

Das EU-Beihilferecht wie auch das vom 18. April 2015 reformierte Vergaberecht bestimmen u.a. den Rahmen, in dem der TOM e.V., aber auch die öffentlich getragenen Tourismusorganisationen bei Einsatz von öffentlichen Fördergeldern tätig werden können.

Motivation und Ziel der EU ist es, freien Wettbewerb zu ermöglichen und im Gegenzug wettbewerbsverzerrende Subventionen der öffentlichen Hand zu verhindern. Dies stellt vor allem den öffentlich dominierten Tourismussektor vor strukturelle und organisatorische Herausforderungen.

Um den Mitgliedern eine Hilfestellung zu bieten, organisierte der TOM e.V. am 29. September 2016 zu diesem Thema ein Tagesseminar mit dem renommierten Experten Prof. Schriefers. Die anwesenden Destinations- und Verbandsvertreter konnten viele offene Fragen klären und erhielten wertvolle Hinweise.

MEHR INFOS
Weitere Informationen zur EU-Beihilfe sowie zu weiteren touristisch relevanten Richtlinien sind abrufbar in unserem TOP unter top.oberbayern.de/interessensvertretung

Bürgermeister Johann Eichler, Gemeinde Aying

PresseClub München, Juni 2016

Als touristische Interessensvertretung für Oberbayern diskutierte der TOM e.V. am 22. Juni 2016 in einer Experten- und Medienrunde im PresseClub München, wie es geschafft werden kann, die Wertschätzung für den heimischen Tourismus in Bevölkerung, Wirtschaft und Politik nachhaltig zu steigern und auszubauen.

Wie wichtig ist der Tourismus für Oberbayern? Dass Oberbayern ein Tourismusland ist, steht außer Zweifel. Dennoch wird die Bedeutung des Tourismus immer wieder unterschätzt, gerade wo es doch auch andere wichtige Industriezweige und Branchen gibt. Besonders offensichtlich wird diese Diskrepanz bei der Entscheidung für oder gegen Tourismusinvestitionen, Veranstaltungen oder Freizeiteinrichtungen. Häufig spielt der Tourismus dann sehr rasch nur eine Nebenrolle. Dabei verdanken wir dem Tourismus nicht nur einen Anteil am Bruttoinlandsprodukt Oberbayerns von rund 8%, sondern ein Arbeitsplatz-Äquivalent in Höhe von rund 200.000 Personen. Zum Vergleich: In der Automobilindustrie arbeiten bayernweit rund 185.000 Personen. Noch weitaus wichtiger als die absoluten Zahlen ist das Verständnis der grundsätzlichen Zusammenhänge. So profitieren von der Tourismuswertschöpfung nicht nur die Unterkunfts- und Gastronomiebranchen, sondern ganz erheblich auch das Dienstleistungsgewerbe und der Einzelhandel. Der Tourismus trägt nicht nur dazu bei, dass das Schwimmbad, die Seilbahn oder der Freizeitpark bestehen können. Auch Metzger, Bäcker und Wirte in den Dörfern könnten ohne die Zusatznachfrage nicht kostendeckend wirtschaften. Handwerker erbringen ihre Dienstleistungen nicht nur für Einheimische – auch das Hotel oder die Pension vergibt Aufträge. Die Kommunen profitieren über zahlreiche Steuerkanäle direkt oder indirekt von diesen Wirtschaftsleistungen. Dies sind nur einige Beispiele, die verdeutlichen, warum es berechtigt und auch wichtig ist, ein positives Tourismus-Klima zu erzeugen.

Tourismus ist eine wichtige Leitbranche für ganz Oberbayern. Neben der unmittelbaren Wertschöpfung gibt es zahlreiche indirekte Auswirkungen, die Oberbayern so leistungsfähig und ebenswert halten, wie wir es kennen.

Viele Tourismusthemen lassen sich nur oberbayernweit sinnvoll bündeln und präsentieren. Beim jährlichen Presseroundtable erhalten Journalisten einen Überblick gemeinsamer Pressethemen.

Presseroundtable, November 2016

Wien – Berlin – Hamburg, so hießen die drei Stationen des diesjährigen Presseroundtables. Leitthema war 2016 das Wasser-Erlebnis in Oberbayern. Diese Form der Presseansprache wurde nun schon im dritten Jahr hintereinander durchgeführt und hat sich bewährt. Der TOM e.V. und die vier oberbayerischen Partnerregionen Pfaffenwinkel, Starnberger Fünf-Seen-Land, Inn-Salzach und Chiemgau präsentierten zwischen dem 8. und 10. November 2016 ihre Wasser-Themen in den Städten Wien, Berlin und Hamburg. Begleitet und organisiert wurde der Presseroundtable durch die Presseagentur Uschi Liebl PR.

Die Themen reichten von den Aktivitäten auf und an den Seen über die Heiligen Landschaften entlang von Flussläufen, der Bedeutung des frischen Quellwassers beim Brauen von Bier bis hin zu den Radlangeboten entlang von Flüssen mit Kulturaspekten wie den Plättenfahrten. Einige Medienvertreter signalisierten schon jetzt ihr Interesse an einer Teilnahme an der Gruppen-Pressereise 2017 zum Thema Wasser 2017.

Die Kontakte mit den Medienvertretern haben sich über die verschiedenen Presseroundtables kontinuierlich vertieft. Einige Partner können wir mittlerweile jährlich begrüßen. Dazu trägt auch die Auswahl attraktiver Veranstaltungsorte bei wie die 2016 neu eröffnete Elbphilharmonie in Hamburg.

Medientreff U. Liebl, März 2016

Der Medientreff ist ein PR-Veranstaltungsformat, das es erlaubt, mit Medienvertretern persönlich in einem sehr offenen Rahmen ins Gespräch zu kommen. Am Rande der Messe ITB 2016 nahm der TOM e.V. gemeinsam mit insgesamt sechs Partnerregionen erstmalig an dem von 150 Journalisten gut besuchten Medientreff teil.

Im Fokus stand von Seiten des Tourismus Oberbayern 2016 das Thema Bierkultur. Gemeinsam mit dem TOM e.V. präsentierten sich sechs Plus-Mitglieder in jeweils 40 Minuten. Dabei wurden Gespräche geführt und Fragen der Journalisten zu unterschiedlichen Themen beantwortet. Vor Ort vertreten waren die Stadt Erding, das Starnberger Fünf-Seen-Land, die Region Inn-Salzach, der Chiemgau Tourismus sowie die Alpenregion Tegernsee Schliersee und das Berchtesgadener Land.

Für den TOM e.V. und seine Partner ergaben sich viele interessante Gespräche und Anfragen. Der TOM e.V. konnte sich durch den Medientreff einen einstündigen Radioauftritt bei SWR auf dem Maimarkt sichern.

Siehe Seite 42

Oswald Pehel, Klaus Götzl, Andrea Streiter, Susanne Lengger, Tamara Schwarz, Jens Hornung, Max Berger

Einzelgespräch mit Journalisten beim Mediengespräch

Erste Gruppen-Pressereise 2016

Vom 13. bis 16. Juni 2016 lud der TOM e.V. erstmals zu einer oberbayernweiten Gruppen-Pressereise ein, die gemeinsam mit Uschi Liebl PR organisiert wurde. Anlässlich des 500-jährigen Jubiläums des bayerischen Reinheitsgebotes drehte sich natürlich alles um die oberbayerische Bier- und Braukultur.

Sieben Journalisten von namhaften Zeitungs- und Magazinverlagen reisten am Montagnachmittag zum Auftakt der Pressereise nach Erding an. Nach einer Begrüßung ging es für die Gruppe zu einer Führung ins Erdinger Weißbräu, dem Marktführer bei Weißbier im Familienbesitz. Tags darauf gab Dr. Christoph Pinzl, Direktor des Hopfenmuseums in Wolnzach, Einblicke in die Geheimnisse des „grünen Goldes" der Hallertau, während Erna Stanglmayr, eine der Hopfenbotschafterinnen der Hallertau, auf ihrem Hopfenbauernhof aus erster Hand informierte. Nach dem Mittagessen im Klosterbräustüberl Scheyern mit einer Klosterführung von Pater Lukas stand eine Radlfahrt zum Müllerbräu in Pfaffenhofen an. Noch am selben Abend wurden die Journalisten im Brauereigasthof Hotel Aying von Hausherrin, Frau Angela Inselkammer begrüßt und zum Rundgang durch den Dorfkern und einer zünftigen Einkehr im Bräustüberl eingeladen.

Am Mittwoch stand bei Kaiserwetter eine Chiemseebootsfahrt auf dem Programm, welche durch die Chiemsee Naturführer begleitet und gestaltet wurde. Vor dem Achendelta erläuterte Naturführer Heinz-Jürgen Pohl die Geschichte des Chiemsees und nahm Proben, um die Bodenbeschaffenheit des Sees zu ermitteln. Weitere Stationen waren anschließend die Gemeinde Übersee sowie eine kurze Stadtführung in Traunstein mit anschließender Erlebnisführung im Hofbräuhaus Traunstein.

Der letzte Tag begann in Unterneukirchen, wo das neue Programm einer Bier-Wallfahrt nach Altötting vorgestellt wurde. Diese wurde begleitet von Kabarettist Fritz Mayer. Nach Zwischenstopps beim Bräu im Moos und der Graminger Brauerei ging es via Kutschenfahrt auf den Kapellplatz in Altötting und später zurück nach Erding und München. Der TOM e.V. bedankt sich an dieser Stelle für die engagierte Unterstützung durch alle beteiligten Destinationen und Partner.

MEHR INFOS
Weitere Informationen zur Pressearbeit und den Leistungen des TOM e.V. wie etwa Presseroundtable, Gruppen-Pressereise oder Medientreff sind abrufbar unter top.oberbayern.de/marketing

”

Gruppen-Pressereisen sind ein sehr gutes Instrument, Journalisten-kontakte zu pflegen und Jahresthemen vor Ort zu präsentieren.“

Wir sind für Sie vor Ort

Der TOM e.V. zeigte auch 2016 Präsenz bei zahlreichen Veranstaltungen und Branchenterminen. Für den Verband spielt die Vernetzung mit den Partnern eine zentrale Rolle und trägt zu einem starken Wir-Gefühl in Oberbayern bei.

Oberbayerns Messeauftritte

Auch 2016 konnte der TOM e.V. eine einheitliche Präsentation auf den wichtigen Regionalmessen unter dem Oberbayern-Dach sicherstellen. Insgesamt war der TOM e.V. gemeinsam mit vielen Destinationen auf fünf Regionalmessen vertreten. Der Fokus lag aber auch darauf, den Partnern sicht- und spürbare Mehrwerte zu bieten. Das wurde einerseits durch ein markantes Oberbayern-Dach sichergestellt, andererseits auch durch Mehrwerte wie dem Eintrag in die jeweiligen Messekataloge. Zusätzlich bot der TOM e.V. den Plus-Mitgliedern eine gesonderte Auslage von Themen- oder Veranstaltungsbroschüren an. Als optischer Anker, Gesprächs- und Fotopunkt während der Messe hat sich der eigens konzipierte, oberbayerische Maibaum sehr bewährt. Auf der Messe f.re.e in München konnte ein Gespräch mit Staatssekretär Franz Josef Pschierer geführt werden. Außerdem organisierte der TOM e.V. am 11. Februar 2016 eine Gesprächsrunde auf der BR-Bühnenshow. Zum Thema „Wasser und Wassererlebnis" berichteten die Partner aus dem Chiemgau, Inn-Salzach und dem Berchtesgadener Land. Der TOM e.V. begleitete ebenso die Verleihung der Gastlichkeitsmedaille. Verdiente Personen aus dem Tourismusfeld erhalten dort ihre Auszeichnung. 2016 wurde Anni Härtl aus Dachau die Auszeichnung überreicht. Anni Härtl erhielt die Auszeichnung für den dauerhaften Einsatz für die Gästeführer in Dachau aus den Händen von Herrn Staatssekretär Pschierer.

Oberbayerns Präsenz auf der ITB

Die diesjährige ITB feierte 2016 bereits ihr 50. Jubiläum. Mehr Aussteller denn je präsentierten sich wohl auch deswegen vom 9. bis 13. März 2016. Mit rund 10.000 ausstellenden Unternehmen aus 187 Ländern und Regionen in 26 Messehallen sowie 120.000 Fachbesuchern wurde ein neuer Rekord erreicht. Am Wochenende besuchten 60.000 interessierte Privatbesucher die Messe.

Auch Oberbayern war zusammen mit den Regionen und Tourismuspartnern stark und prominent in der Bayernhalle vertreten.
Der erste Messetag der ITB startete mit einem Hallenrundgang durch die Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Frau Ilse Aigner zusammen mit den beiden Geschäftsführern der Bayern Tourismus Marketing GmbH. Sehr interessiert informierte sie sich dabei über die touristischen Entwicklungen und Neuheiten in Oberbayern. Unter anderem testete Ministerin Aigner die neue 360 Grad Brille der Ammergauer Alpen,

Oswald Pehel, Geraldine Knudson, Ilse Aigner, Angela Inselkammer, Robert Salzl, Daniela Cermakova

führte ein Gespräch zur neu zertifizierten ADFC-Radregion Chiemgau und nahm die druckfrische Bierbroschüre des Tourismus Oberbayern München in Augenschein.
Der TOM e.V. organisierte zahlreiche Fachbesuche direkt am Oberbayern-Stand und verwies die Partner vor Ort auf touristisch interessante Vorträge und Veranstaltungen.

Am Freitag, den 08. März 2016 fand das ITB Mediengespräch in Zusammenarbeit mit Uschi Liebl PR statt, bei dem Einzelgespräche mit Journalisten und Medienpartnern geführt werden konnten. Jede Mitglieds-Destination hatte hierfür ein festes Zeitfenster in der Medienhalle zur Verfügung gestellt bekommen.

120.000
Fachbesucher

60.000
Privatbesucher

Zu Besuch am Mannheimer Maimarkt

Interview mit Oswald Pehel über Bier, Berge, Seen und mehr

Als direkter Erfolg der Presseaktivitäten auf der ITB 2016 erhielt der TOM e.V. eine Einladung zum SWR-Interview mit Sondersendung im Rahmen des Mannheimer Maimarktes.
Im dortigen „Gläsernen Studio" beantwortete Oswald Pehel Fragen und informierte über die Tourismusregion Oberbayern. Besonders interessiert zeigten sich die Besucher von den besonderen Bräuchen, dem Dialekt und der Kulinarik im südlichen Bayern. Viele Fragen betrafen das oberbayerische Selbstverständnis und Lebensgefühl, welche für viele Reisende der wichtigste Reiseanlass sind, nach Oberbayern zu kommen. Zudem wurden alle wichtigen Themen aus der aktuellen Verbandsarbeit gestreift – von der Bierkultur über die Kulturziele Oberbayerns mit der Landeshauptstadt München im Zentrum bis hin zur besonderen Bedeutung des alpinen Wander- und Wintertourismus in der Region.
Die Sendung wurde nicht nur auf der bekannten Regionalmesse, sondern auch über den gesamten SWR-Hörfunk ausgestrahlt.

24 Stunden von Bayern

Zum ersten Mal seit 2012 wurden das Wanderkultevent „24 Stunden von Bayern" wieder in Oberbayern durchgeführt. Am Wochenende vom 24. bis 26. Juni 2016 trafen sich Wanderbegeisterte aus ganz Deutschland, um sich der Herausforderung des 24 Stunden Wanderns zu stellen. Das beliebte Wanderkultevent fand in der Alpenwelt Karwendel statt. Startpunkt war die Gemeinde Mittenwald im Landkreis Garmisch-Partenkirchen. Neben Tages- und Nachtstrecken standen auch die Mondscheinrunde und die Fitnessrunde zur Wahl.

Der TOM e.V. nutzte das Rahmenprogramm, um die Vorzüge der Wanderregion Oberbayern gemeinsam mit den vielen Leitangeboten der angeschlossenen Regionen vorzustellen. Viele Besucher, die den hohen Sommertemperaturen trotzten, nutzten die Gelegenheit, sich über die Regionen zu informieren und sich bei Blasmusik, Würstel und Kaltgetränken zu erholen. Am Samstag um 8:00 Uhr gab die ehemalige Biathletin Magdalena Neuner bei stahlblauem Himmel den Startschuss zur ersten Wanderrunde.

Live-Interview beim SWR zur Tourismusregion Oberbayern am Mannheimer Maimarkt

Oberbayern bei „24 Stunden von Bayern"

Radltourismus ist für alle oberbayerischen Destinationen ein wichtiges Thema. Durch unsere Oberbayern-Aktivitäten entstehen gemeinsame Leitprodukte und Präsentationen, die mithelfen, Oberbayern als Radlregion zu profilieren und darzustellen."

SattelFest

Mit der Veranstaltung „SattelFest" am 23. und 24. April 2016 in München präsentiert sich die Radlhauptstadt München zusammen mit rund 70 Ausstellern dem größer werdenden Radlpublikum in der Landeshauptstadt.

Bike-Fans konnten sich im Olympiapark bei tollen Mitmach-Aktionen beteiligen, eine große Outdoor Bike-Expo besuchen und sich bei weiteren Ausstellern über Radltouren informieren. Auf verschiedenen Testparcours konnten die Räder ausprobiert werden. Für jeden Radl-Geschmack war das Richtige dabei. Der TOM e.V. nutzte die neue Veranstaltungs-Plattform, um Oberbayern als Radlregion zu präsentieren und dabei den Mitgliedern Service und Mehrwerte zu bieten. Mit einem eigenen Oberbayern-Stand präsentierte der TOM e.V. gebündelt die Radlbroschüren der Mitgliedsregionen aus Oberbayern.
Diese gemeinsame Präsentation aller Radlkarten und Radlinformationen kam bei den Besuchern sehr gut an.

BR-Radltour

Am 05. August 2016 steuerte die bekannte BR-Radltour von Niederbayern her kommend die Endstation Burghausen an. Der TOM e.V. nutzte die Gelegenheit, um die Radlangebote Oberbayerns vor rund 1.000 Radlern und rund 7.000 Event-Besuchern zu präsentieren. Der TOM e.V. präsentierte den vielen radbegeisterten Besuchern das gebündelte Radlangebot der oberbayerischen Regionen. Nach dem Eintreffen der Radler um 16:00 Uhr startete im Veranstaltungszentrum im Stadtpark ein hochattraktives Programm mit einem Konzert der Bayern 3-Band, Ausstellern, gastronomischen Angeboten und – als Höhepunkt – dem dem Silbermond-Konzert ab 21:00 Uhr.

Am Samstag begaben sich die rund 1.000 Radler mit Sonderzügen auf den Heimweg. Das Fazit der Teilnehmer war einstimmig: „Der Tour-Abschluss in Burghausen hätte besser nicht sein können – trotz des anhaltenden Regens haben uns die Burghauser einen tollen Empfang bereitet."

Dein Winter.
Dein Sport.

Dein Winter. Dein Sport. Symposium, Steingaden

Für Oberbayern ist der Winter ein wichtiges, zentrales Kernthema. Viele Gäste schätzen das Nebeneinander von überschaubaren Familien-Skigebieten, Möglichkeiten zum Winterwandern, Langlaufen, aber auch Natur- und Kulturgenuss im Winter.
In vielen Medienberichten und in der öffentlichen Diskussion wird das Bild des Wintertourismus sehr häufig dahingehend thematisiert, dass das breite Angebotsspektrum des Wintertourismus in Oberbayern nicht ausreichend kommuniziert wird. Aus diesem Grunde ist die Lobbyarbeit für Wintersport und Wintertourismus unverzichtbar. Seit 2015 beteiligt sich der TOM e.V. aktiv an der Initiative Dein Winter. Dein Sport. (DWDS) und steht im regen Austausch mit Herrn Thomas Amann, Geschäftsführer der TOC Agentur und Leiter der Initiative.

Am 14. und 15. Juni 2016 trafen sich die über 60 Winterexperten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zu einem Winter-Marketing-Workshop am Spitzingsee. Die bunte Mischung der Teilnehmer, von Sportartikelherstellern bis hin zu Tourismusverbänden, brachte einen regen Austausch und eine gute Möglichkeit, sich zu vernetzen. So soll der Start in die Wintersaison gemeinsam und im Sinne eines „Winteropenings“ mit allen Partnern kommuniziert werden. Ebenso soll es eine Schulsportwoche in Zusammenarbeit mit dem Verband Deutscher Seilbahnen geben, vor allem um den Wintersport-Nachwuchs sicherzustellen. Geplant ist auch ein gemeinsames Positionspapier zum Thema Klimawandel.

Der TOM e.V. engagiert sich im Rahmen dieser Netzwerkarbeit, um die Position des oberbayerischen Wintertourismus einzubringen und die Innenkommunikation des Ski Alpin Angebotes sowie des gesamten Winterprofils positiv zu beeinflussen.

MEHR INFOS
Weitere Informationen zur Initiative finden Sie unter top.oberbayern.de/winter oder direkt unter deinwinterdeinsport.de

Eichstätter Tourismusgespräch
Pressegespräch Verband Deutscher Seilbahnen, München
E-Tourismus, Bad Griesbach
Kulturgipfel, München
Digitalisierung und Onlinevertrieb Tourismus, München
Weitere Veranstaltungen
Preis-Symposium, München
Tourismustag, München
ARGE Deutsche Donau, Wunderkingen
Symposium Gartentourismus
Der Wert des bayerischen Bieres
Brennpunkt E-Tourismus, Salzburg
Gesundheitskongress
Bayerischer Tourismus Tag, Augsburg
Castle Camp, Kaprun
ADFC Mittagsgespräch, München
Kultur neu Denken, München

FAZIT

„Da schau her!“, sagte TOM e.V. und zeigte viel: Mitglieder erhalten bei den Versammlungen tiefe Einblicke in die Aktivitäten und Projekte des TOM e.V. in bedeutender Umgebung wie das historische Ensemble um den Brauereigasthof Hotel Aying und das Biathlonstadion Ruhpolding. Das Tourismusforum Oberbayern bietete Touristikerin praxisnahe Tipps zum Thema „Erlebnisse schaffen, Sinne berühren, Gäste begeistern – Zukunftswege für Gastronomie und Tourismus“ sowie eine Plattform zum Netzwerken. Über das EU-Beihilferecht informiert der Experte Prof. Schriefers. Bei der ersten Gruppen-Pressereise, Presseroundtables, Medientreff, ITB, Regionalmessen, Themen-Veranstaltungen und Branchentreffs sehen und hören Journalisten und Multiplikatoren viel „Echtes Bayern“. Auch die einheitlichen Messeauftritte bei Regionalmessen und auf der ITB in Berlin zeugen von dem Zusammenhalt der einzelnen Regionen in Oberbayern.

Oberbayern macht sich stark für Sie

Immer mehr Informationen machen es schwieriger, das Richtige vom Falschen und das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen. Der TOM e.V. bereitet für seine Mitglieder relevante Zahlen, Daten und Fakten top aktuell im TOP-Tool auf. Dieser Überblick zeigt, wie und wo die Informationen zu Journalisten, Meinungsbildnern, Multiplikatoren, potenziellen Gästen und Mitgliedern fließen:

160

Gäste beim Tourismusforum Oberbayern 2016 in Aying

Experten- und Medienrunde im PresseClub München

Erfolgreicher Presseroundtable zum Leithema „Wasser-Erlebnis in Oberbayern“

13. – 16.06.16

Erste Gruppen-Pressereise 2016

Mitgliederversammlung in Aying

Mitgliederversammlung in Ruhpolding

Tourismusforum Oberbayern 2016

Der TOM e.V. bietet den Mitgliedern ein sichtbares Oberbayern-Dach auf den Regionalmessen.

Vernetzung durch Kooperationen wie mit Dein Winter. Dein Sport.

Der TOM e.V. bietet den Mitgliedern Beteiligungsmöglichkeiten auf strategisch wichtigen Veranstaltungen wie dem SattelFest, der BR-Radltour und dem 24 Stunden von Bayern-Festival.

Dein Winter. Dein Sport.

Infoveranstaltung zum EU-Beihilferecht in München

Teilnahme am gut besuchten Medientreff U. Liebl auf der ITB 2016

120.000
Fachbesucher auf der ITB

RESPEKT!

ZAHLEN UND DATEN

„Auch im Geschäftsjahr 2016 verzeichnete Oberbayern ein markantes Nachfrage-Plus. Mit rund 16,1 Millionen Gästeankünften und über 38 Millionen Übernachtungen konnte Oberbayern erneut ein respektables Tourismuswachstum im Vergleich zum Vorjahr erzielen und damit die Aufwärtsentwicklung weiter fortsetzen."

STETIGES WACHSTUM IN DER TOURISMUSBRANCHE

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen im vergangenen Tourismusjahr 2016 konnte Oberbayern ein deutliches Plus bei den Gäste- und Übernachtungszahlen erreichen. Erstmals überstieg die Zahl der Übernachtungen die Marke von 38 Millionen. Der Auslandstourismus spielt auch weiterhin eine wichtige Rolle und sollte in Zukunft weiter ausgebaut werden.

16,1
Mio. Gästeankünfte 2016

5,1
Mio. Gästeankünfte aus dem Ausland

27,3
Mio. Gästeübernachtungen aus Deutschland

10,7
Mio. Übernachtungen aus dem Ausland

38.062.789
Mio. Übernachtungen insgesamt

2,4 Tage
durchschnittliche Aufenthaltsdauer

11 Millionen
Gästeankünfte aus Deutschland

Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern

Gästeankünfte und -übernachtungen Januar – Dezember 2016

	Auslastung der angebotenen Betten	Durchschn. Aufenthaltsdauer	Ankünfte von Gästen			
	in %	in Tagen	aus der BRD	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %
Oberbayern	**46,8**	**2,4**	**11 037 664**	**5 132 623**	**16 170 287**	**2,6**
Bayern	43,5	2,6	26 867 251	8 535 388	35 402 639	3,5
Kreisfreie Städte						
Ingolstadt	40,2	1,7	208 325	87 071	295 396	4,2
München	56,3	2,0	3 908 932	3 133 555	7 042 487	1,3
Rosenheim	47,9	1,6	84 669	29 284	113 953	6,4
Landkreise						
Altötting	32,8	2,2	100 700	17 969	118 669	3,1
Berchtesgadener Land	45,9	4,1	568 591	129 915	698 506	5,7
Bad Tölz-Wolfratshausen	38,4	3,2	351 632	33 419	385 051	2,6
Dachau	37,7	2,1	122 116	31 146	153 262	12,2
Ebersberg	41,5	2,1	160 525	43 143	203 668	9,5
Eichstätt	38,4	1,9	363 240	82 336	445 576	3,6
Erding	50,4	1,6	422 748	311 630	734 378	3,5
Freising	43,9	1,5	370 044	202 440	572 484	1,5
Fürstenfeldbruck	38,4	2,1	106 004	23 188	129 192	-2,1
Garmisch-Partenkirchen	44,1	3,0	821 509	238 082	1 059 591	8,6
Landsberg am Lech	38,5	2,4	88 402	23 978	112 380	-0,6
Miesbach	42,3	3,2	613 624	94 217	707 841	1,8
Mühldorf a. Inn	35,3	2,2	74 264	9 951	84 215	4,3
München	44,6	1,9	854 135	337 919	1 192 054	-2,8
Neuburg-Schrobenhausen	33,0	2,3	56 937	7 643	64 580	6,3
Pfaffenhofen a. d. Ilm	35,3	1,8	109 184	32 107	141 291	5,9
Rosenheim	45,3	3,1	658 131	120 744	778 875	6,6
Starnberg	39,8	2,5	248 134	34 901	283 035	1,1
Traunstein	37,5	4,0	602 595	85 992	688 587	6,9
Weilheim-Schongau	46,9	3,4	143 223	21 993	165 216	3,3

Übernachtungen von Gästen

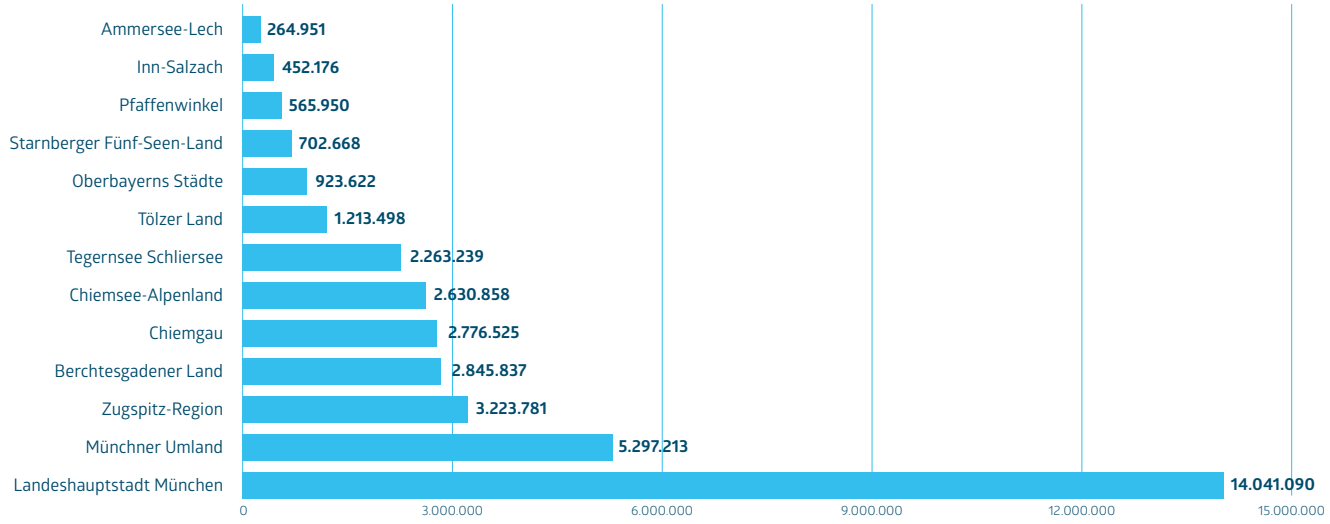
aus der BRD	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %
27 336 822	**10 725 967**	**38 062 789**	**2,0**
73 307 045	17 504 633	90 811 678	3,1
355 991	157 453	513 444	1,1
7 324 507	6 716 583	14 041 090	-0,1
136 667	47 636	184 303	6,0
221 219	43 617	264 836	9,6
2 517 942	327 895	2 845 837	4,0
1 124 821	88 677	1 213 498	1,8
265 285	59 315	324 600	10,7
334 581	94 437	429 018	8,0
732 643	128 738	861 381	0,0
707 455	456 142	1 163 597	2,5
592 762	286 743	879 505	2,3
214 071	51 014	265 085	-3,2
2 650 082	573 699	3 223 781	5,0
216 425	48 526	264 951	0,3
2 021 010	242 229	2 263 239	3,3
160 923	26 417	187 340	9,6
1 578 026	657 382	2 235 408	-1,4
130 180	21 237	151 417	14,3
204 459	54 302	258 761	5,3
2 212 864	233 691	2 446 555	3,9
611 386	91 282	702 668	1,3
2 508 307	268 218	2 776 525	4,3
515 216	50 734	565 950	4,3

STETIG STEIGENDE TOURISMUS-ZAHLEN IN OBERBAYERN

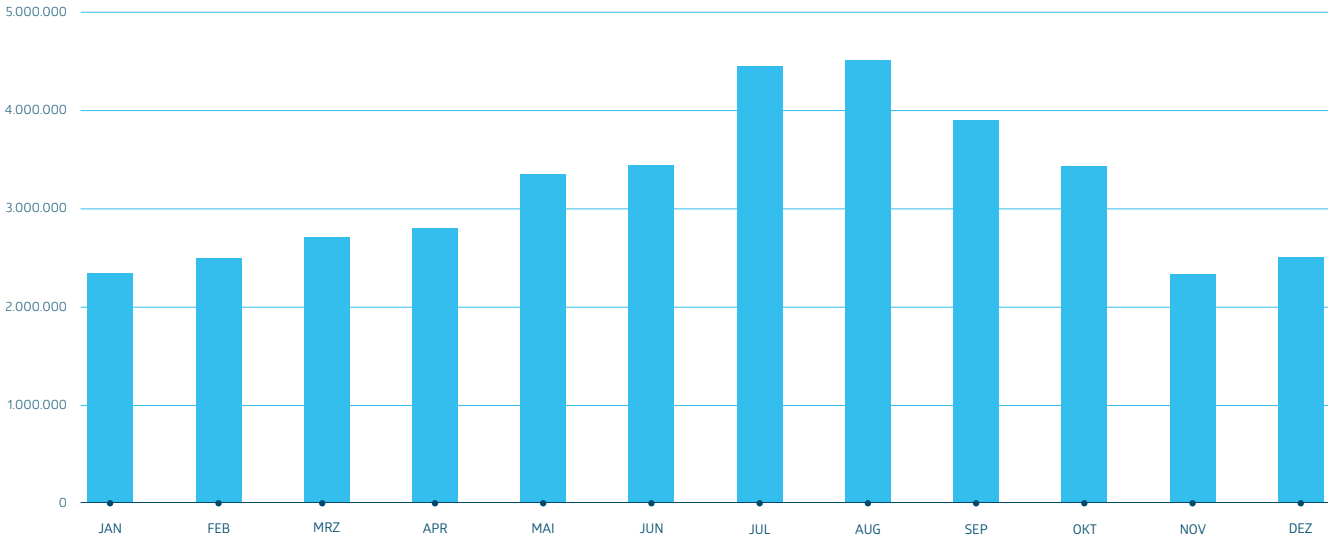
Oberbayern ist geprägt durch die Landeshauptstadt München sowie viele starke Urlaubsregionen an der Alpenkette, im Münchner Umland und im Norden.

Übernachtungszahlen in Oberbayern

Übernachtungen in den Tourismusregionen 2016

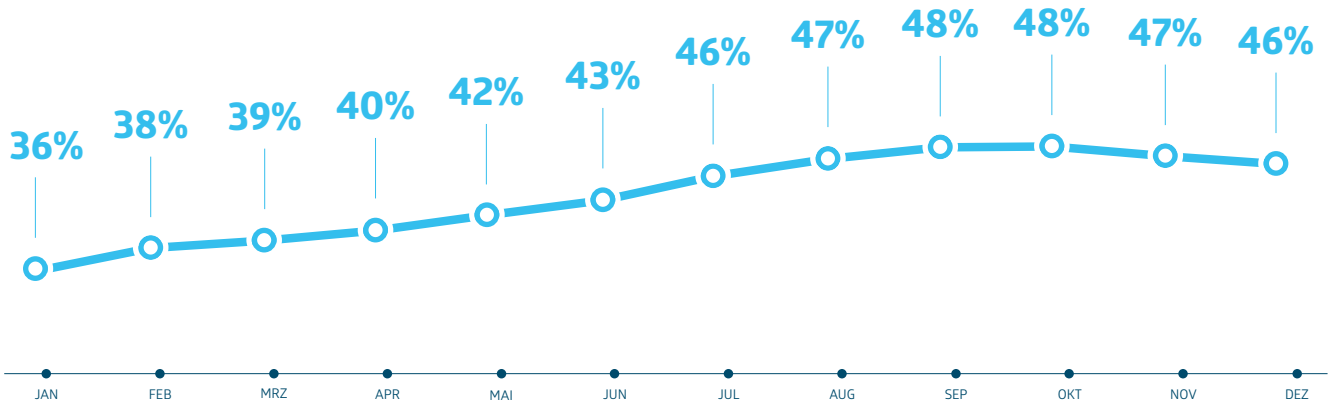


Übernachtungen im Jahresverlauf nach Monaten in Oberbayern 2016



Auslastungs-Höhepunkt im August

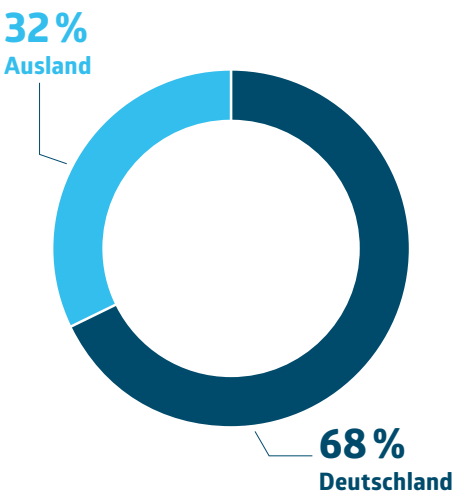
Bettenauslastung 2016



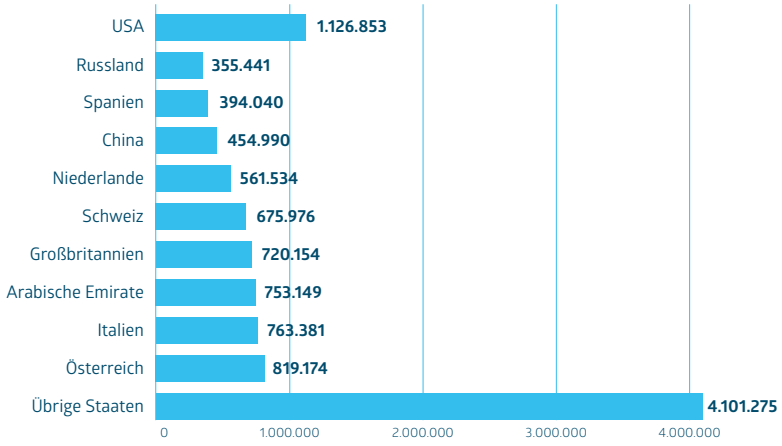
Ein Sehnsuchtsziel für die Welt

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 2016



SAUBER!

FINANZEN

„Der TOM e.V. konnte das Projektvolumen in den vergangenen drei Jahren Schritt für Schritt ausbauen. Basis dafür ist, dass die Fördermittel umgesetzt sowie die Mitgliedsbeiträge und Drittmittel ausgeweitet werden können. Aus der Entwicklung der Finanzen 2016 ist deutlich ablesbar, dass sich der TOM e.V. auf einem guten Weg befindet und die Geschäftstätigkeit – seit 2017 ohne Personal- und Sachkostenförderung – kontinuierlich ausgeweitet wird."

FINANZPLANUNG UND -BERICHTE

Prüfung der Jahresrechnung 2015

Das Prüfungsergebnis der Jahresrechnung 2015 wurde in der vergangenen Mitgliederversammlung am 27. Oktober 2016 ausführlich vorgestellt und erläutert. Die Wirtschaftsprüfung Florentz & Partner erteilte dem TOM e.V. einen uneingeschränkten, positiven Prüfvermerk. Auf dieser Basis erfolgte die Feststellung des Jahresabschlusses durch das Präsidium des TOM e.V. sowie durch die Mitgliederversammlung. Das Präsidium sowie die Geschäftsführung wurden anschließend einstimmig für das Geschäftsjahr 2015 entlastet.

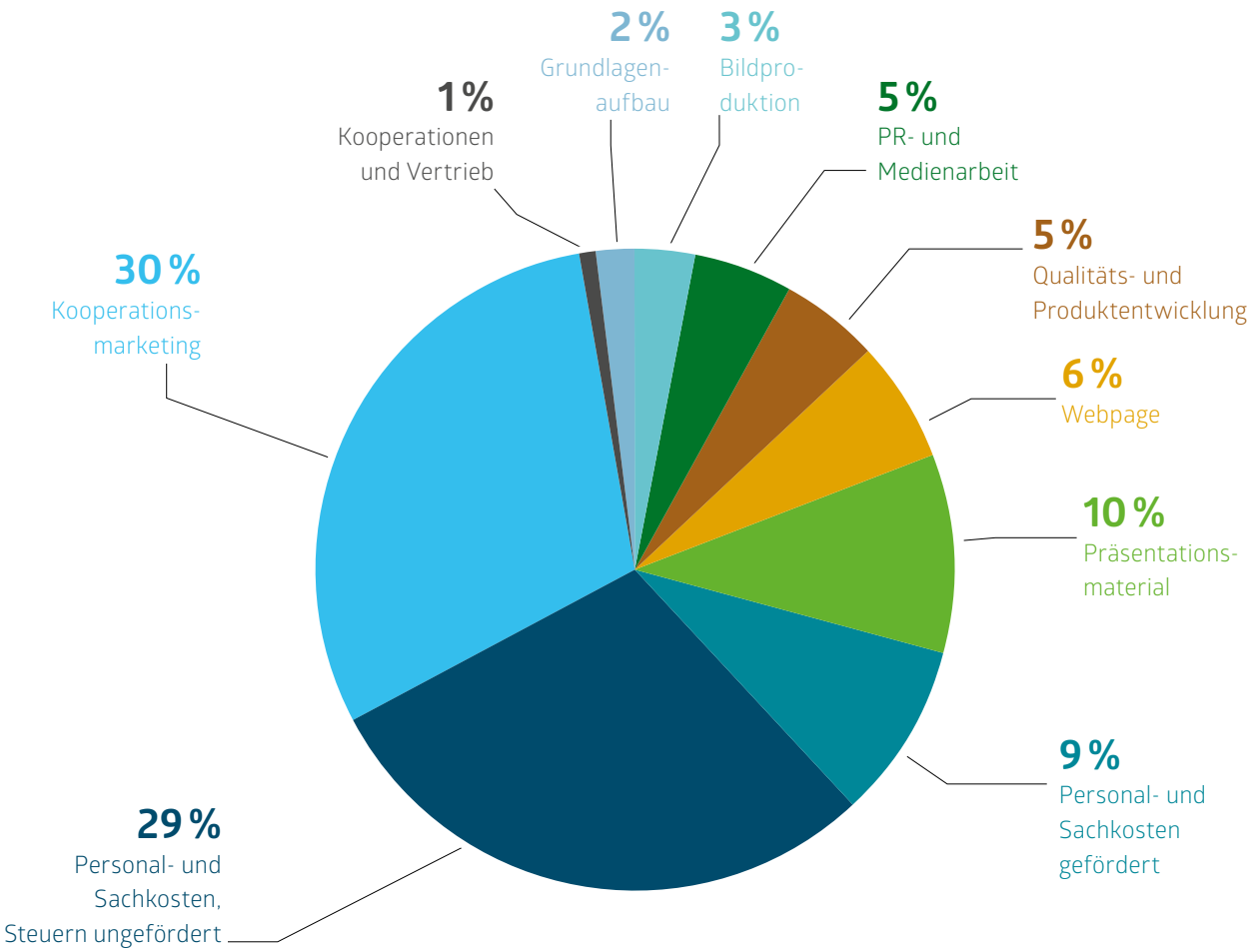
Prüfung des Jahresabschlusses 2016

Der Finanzausschuss erhielt den Jahresabschluss 2016 am 17. März 2016 zugeleitet. Dieser wurde anschließend zur Prüfung durch die Wirtschaftsprüfung Florentz & Partner freigegeben. Nach Abschluss der Prüfung wird das Ergebnis dem Finanzausschuss und dem Präsidium vorgelegt. Die Präsentation des Prüfungsergebnisses mit anschließender Beschlussfassung erfolgt am 30. Mai 2017 in der Mitgliederversammlung.

Mittelverwendung 2016

Die Auswertung der Mittelverwendung auf Basis des internen Kontrollsystems (IKS) ergibt untenstehendes Bild. Der Anteil der geförderten und ungeförderten Personal- und Sachkosten sowie die Steuerbelastungen betragen demnach nur 38 % am Gesamthaushalt. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass 62 % aller Mittel des TOM e.V. in konkrete Projekte und Maßnahmen fließen.

Insgesamt profitieren die Mitglieder von einer breiten Palette an Mehrwerten und Leistungen. Aus budgetärer Sicht nehmen das Kooperationsmarketing und der Aufbau von Präsentationsmaterialien den größten Stellenwert ein. Häufig ist es so, dass Leistungen wie Beratung, Medienarbeit oder Produktentwicklung hohe Mehrwerte schaffen, ohne finanziell überproportional ins Gewicht zu fallen.



62 %

aller Mittel des TOM e.V. fließen in konkrete Projekte und Maßnahmen.

Trennungsrechnung und Controlling-Tool

Der TOM e.V. setzt das Controlling-Tool IKS für die Budgetplanung, Projektierung und die Überwachung der Maßnahmenumsetzung ein. Darüber hinaus wird die Trennung zwischen öffentlichen und privaten Projektanteilen über das System buchungsgenau erfasst. Dadurch kann gesichert werden, dass die zur Verfügung stehenden Fördermittel nur für Projekte oder Projektteile von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse eingesetzt werden.

Der Finanzausschuss erhält basierend auf diesen Daten quartalsweise von der Geschäftsführung einen detaillierten Finanzbericht. Zusätzlich finden Sitzungen des Finanzausschusses statt. Das Präsidium wird ebenfalls im Rahmen der Sitzungen über die finanziellen Themen informiert.

4 x

im Jahr erhält der Finanzausschuss einen detaillierten Finanzbericht.

Haushaltsplanung 2017

Die in der Mitgliederversammlung am 27. Oktober 2016 beschlossene Haushaltsplanung stellt sich folgendermaßen dar:

Einnahmen	in EUR
Saldo aus 2016	100.000
Mitgliedsbeiträge	475.000
Fördermittel	722.500
Beteiligungen	80.000
Summe	**1.377.500**

Ausgaben	in EUR
Marketing Förderanteil 85 %	722.500
Marketing Eigenmittel 15 %	127.500
Personal- und Sachkosten	300.000
Steuer- und Zuschussabgleich 2016	50.000
Eigene Projektmittel	177.500
Summe	**1.377.500**

Entsprechende Verschiebungen infolge von Änderungen in den Fördersätzen sowie auch der Detaillierung des zur Verfügung stehenden Gesamtfördervolumens für den TOM e.V. werden eingearbeitet, aktualisiert und in der Mitgliederversammlung am 30. Mai 2017 in der Endfassung präsentiert.

Für das laufende Geschäftsjahr 2017 ergibt sich laut Förderbescheid vom 03. April 2017 folgende Aufgliederung der geförderten Projekte:

Budgetpositionen	Eigenmittel	Staatsmittel	Zuwendungsfähige Ausgaben
Aufbau von Marketing-Grundlagen			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**

FAZIT

„Respekt!“, hatte TOM e.V. und reüssierte. Das Geschäftsjahr 2016 war aufgrund der schwierigen Rahmenbedingungen ein herausforderndes. Trotzdem gelang es, die Nachfrage zu steigern und die Ergebnisse aus dem Jahr 2015 zu übertreffen. Die Nächtigungen stiegen um 2 % auf 38.062.789, die Ankünfte um 2,5 % auf 16,1 Mio. Der hohe Stellenwert des sicheren Reisens zeigt sich im Anteil der Nächtigungen aus Deutschland, der um 3,4 % zugenommen hat. Die Aufenthaltsdauer blieb mit 2,4 % konstant.

Soll und Haben

Soll und Haben verhalten sich im Idealfall wie Geben und Nehmen – die Waage. So entsteht zwischen Menschen Zufriedenheit und in eingetragenen Vereinen wie dem TOM e.V. ein ausgeglichenes Ergebnis. Das interne Kontrollsystem IKS kontrolliert und wertet die Mittelverwendung aus. Die Wirtschaftsprüfung Florentz & Partner prüft Jahresrechnung und Jahresabschluss – mit positivem Ergebnis für den TOM e.V.

Positiver Prüfungs-vermerk für die Jahres-rechnung 2015

Entlastung des Präsidiums und des Geschäftsführers für das Geschäftsjahr 2016

Internes Kontroll-System (IKS)

€ 1.377.500

Haushaltsplan 2017: Einnahmen & Ausgaben

Bildproduktion für den WasserRadlWeg

Entwicklung Gästeweb und Partnernetzwerk

Qualitätsmanagement

€ 70.000
Aufbau Marketing-Grundlagen 2017

€ 50.000
Innenmarketing & Pro Tourismus 2017

30 %
Kooperations-Marketing

62 %
der TOM-Mittel fließen in konkrete Projekte und Maßnahmen

€ 70.000
Digitale Medien 2017

€ 120.000
Produktentwicklung 2017

€ 60.000
Oberbayernweites Qualitätsmanagement 2017

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 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

Daniela Cermakova
Stellvertretende Geschäftsführung
Strategische Planung und Koordination
Qualitätsarbeit, Wissensmanagement,
Marketing, PR, Themenmanagement Kultur
E-Mail: daniela.cermakova@oberbayern.de
Tel.: + 49 89 63 89 58 79 10

Wir sind für Sie da!

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

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

Astrid Juppe
Projektmanagerin
Themenmanagement Winter, Internet,
Messen, Weiterbildungsprogramm,
Veranstaltungsmanagement,
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.

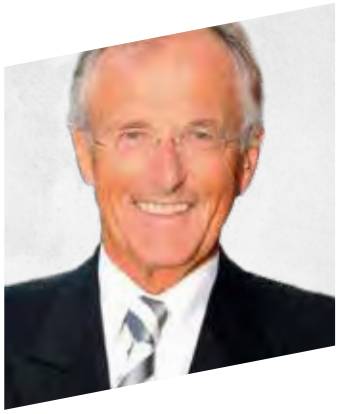
Vom Präsidium über den Fachbeirat bis zum Strategie-, Personal- und Finanzausschuss: Es sind die Menschen hinter dem TOM e.V., die diese Verbandsarbeit letztlich zum Erfolg führen. Es sind Persönlichkeiten, die mit all ihrer Kompetenz, Erfahrung und Leidenschaft ans Werk gehen und sich als aktive Gestalter 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 bei TOM e.V. ein. Für uns ist von entscheidender Bedeutung, dass die Tourismusstruktur und Organisation in Bayern bestens funktionieren – einen wesentlichen Beitrag dazu leistet 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.
Vorstandsvorsitzender VR meine Raiffeisenbank

„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."

Dr. Martin Aigner
Hauptgeschäftsführer des Handelsverband Bayern e.V.
Handelsverband Bayern

„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."

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 Alpendestination

„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 von TOM e.V. hat mich – als einstigen Kritiker – überzeugt, dass sich eine gemeinsame Interessenvertretung positiv auf den Tourismus in der gesamten oberbayerischen Region auswirkt."

Joseph Niedermaier
Landkreises Bad Tölz Wolfratshausen
Landkreise einer Alpendestination

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

Stand 31.12.2016

Organisation, Gremien und Mitglieder

Fachbeirat

VORSITZENDE

Gabriella Squarra
Geschäftsführerin,
Bayerisches Staatsbad
Bad Reichenhall Kur GmbH
Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain

MITGLIEDER

Georg Ansmann
Leiter der Abteilung Marketing,
München Tourismus

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

Klaus Götzl
Geschäftsführer,
Tourismusverband
Starnberger Fünf-Seen-Land

Harald Gmeiner
Vorstand,
Alpenregion Tegernsee Schliersee Kommunalunternehmen

Dr. Markus Pillmayer
Referent Tourismus,
Freizeit- und Gesundheitswirtschaft,
IHK für München und Oberbayern

Jens Huwald
Geschäftsführer,
Bayern Tourismus Marketing GmbH

Thomas Kube
Marketing & Traffic Support,
Flughafen München

Sigrid Resch
Geschäftsführerin,
Burghauser Touristik GmbH

Susanne Schmid
Projektmanagement Freizeit,
Erholung und Tourismus,
Landkreis Pfaffenhofen an der Ilm

Stephan Semmelmayr
Geschäftsführer,
Chiemgau Tourismus e.V.

Günther Pech
Geschäftsführer, Stadtmarketing,
Große Kreisstadt Erding

Dr. Andreas Wüstefeld
Fachbereichsleiter Tourismus,
Tölzer Land Tourismus

Simone Streller
Geschäftsführerin,
Handelsverband Bayern

Finanzausschuss

VORSITZENDER

Robert Salzl
Vorsitzender,
Tourismusausschuss im
Wirtschaftsbeirat Bayern

MITGLIEDER

Wolfgang Altmüller
Geschäftsführer,
RT Touristik/Raiffeisen
Touristik Group GmbH

Peter Kammerer
Stellv. Hauptgeschäftsführer,
IHK München 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
Vizepräsidentin,
DEHOGA Bayern

Martin Wolf
Landrat,
Landkreis Pfaffenhofen

Strategieausschuss

VORSITZENDE

Angela Inselkammer
Vizepräsidentin,
DEHOGA Bayern

MITGLIEDER

Geraldine Knudson
Leitung,
München Tourismus

Dr. Sigried Meierhofer (bis 27.10.2016)
1. Bürgermeisterin,
Markt Garmisch Partenkirchen

Stephan Köhl (bis 27.10.2016)
Geschäftsführer,
Tegernsee Tal Tourismus GmbH

Peter Ries (bis 27.10.2016)
Tourismusdirektor,
Markt Garmisch-Partenkirchen

NEU:

Franz Rasp (seit 27.10.2016)
1. Bürgermeister,
Markt Berchtesgaden

Peter Nagel (seit 27.10.2016)
Tourismusdirektor,
Markt Garmisch-Partenkirchen

Mitglieder

PLUS-MITGLIEDER

Alpenregion Tegernsee Schliersee KU
Berchtesgadener Land Tourismus GmbH
Bezirk Oberbayern
Burghauser Touristik GmbH
Chiemgau Tourismus e.V.
Chiemsee Alpenland Tourismus GmbH
Garmisch-Partenkirchen Tourismus
Gemeinde Schliersee
Große Kreisstadt Erding
Tourismusverband Starnberger
Fünf-Seen-Land
Landeshauptstadt München
Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen
Landkreis Dachau
Landkreis Ebersberg
Landkreis Erding
Landkreis Freising
Landkreis München
Landkreis Neuburg Schrobenhausen a.d.Ilm
Landkreis Pfaffenhofen a.d.Ilm
Stadt Bad Tölz
Stadt Fürstenfeldbruck
TV Ammersee-Lech
TV Pfaffenwinkel
Zweckverband Erholungs- und Tourismusregion Inn-Salzach

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
Gemeinde Aying
Gemeinde Bad Wiessee
Gemeinde Gmund
Gemeinde Kreuth
Gemeinde Rottach-Egern
Gemeinde Jachenau
Gemeinde Kochel am See
Gemeinde Lenggries
Gemeinde Münsing
Gemeinde Ruhpolding
Gemeinde Sachsenkam
Handelsverband Bayern e.V.
Hopfenland Hallertau Tourismus e.V.
Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern
Ingolstadt Tourismus & Kongress GmbH
Inzeller Touristik GmbH
Kreisstadt Mühldorf am Inn
Markt Indersdorf
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
VDS Verband Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e.V.
RT Touristik
Verkehrsverein Gaißach
Zugspitz-Region – Kreisentwicklungsgesellschaft GAP mbH
Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee

FÖRDERMITGLIEDER

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

* Stand: 31. Dezember 2016

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:
PRODINGER|GFB Tourismusmarketing
www.progfb.com

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

BILDNACHWEISE:
S. 1 Titel norbert-eisele-hein.com | S. 2,4,5, 8,33,34,36,47,57,63 Tourismus Oberbayern München e.V., Goran Gajanin | S. 2,6,17,26, 29,31,43,62 Tourismus Oberbayern München e.V., Peter von Felbert | S. 2,7,21, 23, 32,61 Tourismus Oberbayern München e.V., Manuel Ferrigato | S. 3,41 Bayern Tourismus Marketing GmbH | S. 3,34,35,47 Andreas Plenk | S. 3, 12 Tourismus Oberbayern München e.V., Simon Koy | S. 6,51 Shutterstock | S. 9 Berchtesgadener Land Tourismus GmbH, Marika Hildebrandt | S.9, 10,26,58 Tourismus Oberbayern München e.V., Einwanger | S.9 München Tourismus, Kristian Kasper | S.9 Tourismus Oberbayern München e.V., Simon Koy | S. 15 Kur GmbH Bad Reichenhall | S. 17 Tourismus Oberbayern München e.V., Hansi Herbig | S. 19,61 Florian Liebenstein | S. 36,37, 38 Uschi Liebl PR | S. 42,43,48,57 Tourismus Oberbayern München e.V. | S. 44 Dein Winter. Dein Sport. | S. 54 Starnberger Fünf-Seen-Land | S. 57 Alpin Consult