OBERBAYERN
Echt Bayern

ECHT 2018

JAHRESBERICHT
TOURISMUS OBERBAYERN
MÜNCHEN E.V.

ECHT ERFOLGREICH.

GRUSSWORTE
Grußwort Klaus Stöttner (Präsident TOM e.V.) 05
Grußwort Oswald Pehel (Geschäftsführer TOM e.V.) 08

AKTIVITÄTEN UND PROJEKTE **10**
Vernetzung mit Politik und Öffentlichkeit **11**
Pro Tourismus Arbeit 11
Mitgliederwerbung 12
Lobbyarbeit 13
Kooperationen & Mitgliedschaften 15

Reisetrends **20**
FUR Reise-Analyse 20
ADAC Reise-Monitor 20
ADFC Radreise-Analyse 21

Qualitätsmanagement **22**
Weiterbildungsprogramm 22
Tourismus Oberbayern Partnernetz 23
ServiceQualität Deutschland 24
Oberbayern – Echt Digital 24
Fotoshootings 27
Ausgezeichnete Bayerische Bierkultur 28
Webmark Statistik-Tool für Oberbayern 29

Produktentwicklung & Außenkommunikation **30**
Radln 30
Winter 34
Wandern 35
Kultur 35
Beteiligungen unter der Dachmarke Bayern 36
Content für Oberbayern 36
Oberbayern auf Instagram 36
Uschi Liebl PR Medientreff München 37
Redaktionsgespräche Hamburg/Berlin 37

INNEN-KOMMUNIKATION UND BRANCHENTERMINE **38**
Veranstaltungen des TOM e.V. **39**
Wir sind für Sie vor Ort **45**

STATISTIKEN **50**
Stetiges Wachstum in der Tourismusbranche **51**
Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern 52
Übernachtungszahlen in Oberbayern 54
Auslastungs-Höhepunkt im Juli 55
Ein Sehnsuchtsziel für die Welt 55

FINANZEN **56**
Prüfung der Jahresrechnung 2017 57
Mittelverwendung 2018 58
Haushaltsplanung 2019 61

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

AUF GEHT'S

GRUSSWORTE

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder,

Oberbayern hat im vergangenen Jahr bewiesen, dass es zurecht zu den beliebtesten Tourismusregionen Europas gehört. Noch 2016 kam es nach Terrorwarnungen zu einer Verunsicherung der Reisemärkte weltweit. Das bekamen auch wir zu spüren, etwa durch die Nachfrage-Rückgänge im US-Markt oder im chinesischen Markt. Während einige Nahmärkte, wie beispielsweise die Türkei, regelrecht

"Oberbayern profitiert vom Aufwind des Inlandsurlaubs ganz besonders."

einbrachen, kam es bei uns zu einer Rückbesinnung und einem Boom des Inlandsurlaubs. Die Auslandsmärkte haben sich mittlerweile wieder weitgehend erholt, der Aufwind für den Inlandsurlaub blieb erhalten. Davon profitiert Oberbayern ganz besonders.

Im Rückblick auf 2018 freue ich mich sehr über meine Nominierung zur Übernahme der TOM e.V.-Präsidentschaft. Sowohl das Präsidium als auch die Mitgliederversammlung brachten mir in Erding großes Vertrauen entgegen, für das ich mich herzlich bedanke.

Als neuer Präsident des TOM e.V., Abgeordneter und tourismuspolitischer Sprecher der CSU im Bayerischen Landtag ist es mir ein wichtiges Anliegen, den Tourismusstandort Oberbayern zu stärken und voranzubringen. Das gelingt nur, wenn wir unseren TOM e.V. zu einer starken Tourismusorganisation ausbauen, die in Ausstattung und Struktur der Bedeutung Oberbayerns als Tourismusdestination gerecht wird. Immerhin findet über 40% des bayerischen Tourismusgeschehens in Oberbayern statt. Ein erstes großes Zukunftsprojekt wird die Neugestaltung der Mitglieds- und Beitragsstrukturen unseres TOM e.V. sein. Wir brauchen hier unbedingt mehr Struktur und mehr Planungssicherheit für die Zukunft. Schon bald werden wir mit einem neuen Modell auf unsere Mitglieder und Partner zukommen.

Es geht mir auch darum, die Wettbewerbsbedingungen für jeden einzelnen Tourismus-Landkreis, Tourismusort, die Betriebe und Unternehmen in Oberbayern zu verbessern. Das gelingt nur, wenn wir die Sorgen und Nöte der Partner ernst nehmen und vor Ort Flagge zeigen. 2018 fanden zahlreiche Vor-Ort-Gespräche statt, die zu einem besseren Verständnis beitrugen. Diesen Weg werden wir künftig weitergehen und ein offenes Ohr für Ihre Anliegen haben.

Im zurückliegenden Jahr 2018 haben wir ein gemeinsames Forderungs-Papier an die bayerische Tourismuspolitik formuliert und anschließend mit den wichtigsten Organisationen sowie allen touristischen Regionalverbänden in Bayern abgestimmt. Dadurch schaffen wir es künftig, mit einer Stimme zu

sprechen, geschlossen auf die Politik zuzugehen und dadurch mehr für Bayern und Oberbayern zu erreichen. Im laufenden Jahr findet eine Präsentation im Bayerischen Landtag statt, in der wir uns für Ihre Interessen und die Interessen der gesamten Tourismusbranche einsetzen werden.

Ein weiterer Punkt betrifft die Tourismusfinanzierung. Die Vielzahl von Fördermöglichkeiten macht es für den einzelnen Hotelier oder Seilbahnbetreiber oft schwierig, für seine Maßnahme das richtige Förderprogramm zu finden. Ich möchte einerseits die Beratungstätigkeit der Landesförderbank Bayern (LfA) verbessern, indem dort ein Tourismus-Förderexperte installiert wird. Außerdem arbeiten wir in Kooperation mit dem Bayerischen Wirtschaftsministerium an einem Finanzierungs-Ratgeber, in dem alle Programme mit Fördervoraussetzungen, Fördervolumen und Ansprechpartner verzeichnet sind. Wir werden die Ergebnisse am 1. April beim Tourismusforum Oberbayern präsentieren.

Ein wichtiges Anliegen ist mir schließlich die gute Zusammenarbeit in den TOM e.V.-Gremien. Dieses Netzwerk wollen wir weiter stärken und ausbauen. Deshalb werden wir 2019 gemeinsame Veranstaltungen, Klausuren und Tourismusforen in unseren Regionen durchführen. So entsteht ein echtes Netzwerk und ein oberbayerisches „Wir-Gefühl". Auch lassen sich so gemeinsame Vorhaben besser und schneller voranbringen und in die Tat umsetzen.

Ich freue mich auf die vor uns liegenden Vorhaben und Projekte mit Ihnen und bedanke mich bei allen Mitgliedern und Tourismuspartnern für die gute Zusammenarbeit im vergangenen Geschäftsjahr!

Ihr

Klaus Stöttner, Präsident Tourismus
Oberbayern München e.V.

Liebe Mitglieder, liebe Tourismuspartner,

Oberbayern glänzt auch im zurückliegenden Tourismusjahr 2018 mit einer sehr positiven Entwicklung. Sowohl die Gästeankünfte als auch die Übernachtungszahlen konnten dynamisch um +6% bzw. um +6,5% zulegen. Dieses Wachstum wird von nahezu allen oberbayerischen Destinationen getragen – wichtiger Wachstumspol ist und bleibt die Landeshauptstadt München, aber auch die ländlichen Destinationen können markante Steigerungen verbuchen. Diese Wachstums-Stabilität in den vergangenen Jahren ist sehr bemerkenswert. Es handelt sich nicht nur um eine kurzfristige Entwicklung, sondern um einen echten Trend hin zum Inlands- und zum Oberbayern-Urlaub.

Dieser Erfolg ist aber kein Selbstläufer. Wir können im Wettbewerb nur dann bestehen und uns abheben, wenn wir qualitätsvolle, oberbayerntypische Erlebnisse aus einem Guss bieten. Daher erarbeiten wir mit allen Partnern strategische Leitlinien und schärfen das gemeinsame Profil aller Destinationen. Durch unsere Leitprodukte „Wasser-Radlwege", die „Landschaftskino-Wege" aber auch das Qualitätslabel „Ausgezeichnete Bierkultur" konnten wir auf diesem Weg wichtige und weithin sichtbare Meilensteine setzen. Alle diese Produkte erhalten ein eigenes Qualitätsmanagement, damit wir dem potenziellen Gast ein klares und dauerhaftes Qualitätsversprechen liefern können. Wir werden diesen Weg weitergehen und auch in den Themenfeldern „Kultur" und „Wandern" neue Leitprodukte auf den Weg bringen. Destinationen, Verbände, Unternehmen und Partner können in ihrer Produktentwicklung darauf aufsetzen und so zur gemeinsamen Profilschärfung beitragen.

Ein wichtiger Meilenstein im vergangenen Jahr war die Initiative Oberbayern – Echt Digital. Die Digitalisierung ist längst zu einem wettbewerbsentscheidenden Faktor geworden. Daher ist unser Ziel, das digitale Know-how oberbayernweit zu stärken und auszubauen. Zuallererst befragten wir Destinationen, Orte und Unternehmen, wo sie sich selbst im Bereich der Digitalisierung sehen. Aus den Ergebnissen entwickelten wir anschließend eine passgenaue Digitalisierungsoffensive für Oberbayern. 2018 starteten wir mit der ersten oberbayernweiten eCoachakademie, an der sich 18 Mitarbeiter aus fast allen Destinationen beteiligten. Ziel ist es, durch diese „digitalen Botschafter" dauerhaft Know-how in die Destinationen zu tragen. Ebenso starteten wir eine Schulungsinitiative und haben viele weitere Angebote, wie zum Beispiel eine digitale Roadshow, in allen Teilregionen Oberbayerns lanciert. Durch all diese Maßnahmen unterstützen wir unsere Partner im Wettbewerb um den digitalen Gast.

Zu unseren Leistungen zählen auch die politische Interessensvertretung und Pro Tourismus Arbeit. Mit unserem Präsidenten Klaus Stöttner und dem gesamten Präsidium haben wir hier

> *„Das gesteigerte Interesse für den Inlands- und Oberbayern-Urlaub ist keine kurzfristige Entwicklung, sondern ein echter Trend."*

ein hochengagiertes politisches Netzwerk, um die Wettbewerbsbedingungen im oberbayerischen Tourismus zu verbessern. 2018 haben wir ein gemeinsames Lobbypapier vieler wichtiger Verbände und aller Tourismusregionen Bayerns auf den Weg gebracht. Umso wichtiger ist es jetzt, vor dem Hintergrund erfreulich wachsender Tourismuszahlen, die Bevölkerung in den Regionen mitzunehmen. Neben den Gäste- und Übernachtungszahlen spielt künftig vor allem die Wertschöpfung aus dem Tourismus und die Wertschätzung für den Tourismus als Erfolgsmaßstab eine ganz zentrale Rolle.

Überzeugen Sie sich von unseren Aktivitäten und Leistungen im vorliegenden Geschäftsbericht. Unser hochmotiviertes Team, die TOM e.V.-Gremien, Mitglieder und Partnerorganisationen des TOM e.V. sind ein starkes Netzwerk, das Ihnen zur Seite steht und den Tourismus in Oberbayern voranbringt. Ich freue mich, mit Ihnen gemeinsam diesen erfolgreichen Weg weiterzugehen.

Ihr

Oswald Pehel, Geschäftsführer Tourismus Oberbayern München e.V.

DA GEHT WOS!

AKTIVITÄTEN
UND PROJEKTE

VERNETZUNG MIT POLITIK UND ÖFFENTLICHKEIT

Der TOM e.V. bietet allen Mitgliedern eine große Palette von Leistungen und Mehrwerten. Neben diesen individuellen Leistungen stärkt der TOM e.V. den gesamten Tourismusstandort Oberbayern. Davon profitieren alle Partner. Wichtige Ziele sind, die Wettbewerbsbedingungen und Tourismusakzeptanz zu steigern, das Qualitäts- und Digitalisierungsniveau anzuheben und über Leitprodukte und deren Kommunikation die Profilierung Oberbayerns am Markt zu erhöhen. Der TOM e.V. ist ein starkes Netzwerk und eine Plattform, von der alle Tourismuspartner in Oberbayern profitieren. Insgesamt stärkt der TOM e.V. durch gemeinsame Projekte und Aktivitäten die oberbayerischen Destinationen im Wettbewerb um den Gast.

Pro Tourismus Arbeit

Fördermittel-Leitfaden

Erfreulicherweise gibt es zahlreiche touristische Förderprogramme. Die Spanne reicht von der Regionalförderung der Regierung von Oberbayern über die Premiumoffensive Tourismus bis hin zum Digitalbonus. 2018 startete die TOM e.V.-Geschäftsstelle mit der Erarbeitung eines Fördermittel-Leitfadens für die oberbayerischen Partner. Ziel ist es, alle tourismusrelevanten Programme in eine einheitliche Struktur zu bringen und einen Fördermittel-Leitfaden aufzulegen. Die Grundstruktur wird dabei vom Bayerischen Wirtschaftsministerium entwickelt, damit es eine einheitliche bayerische Basis gibt, auf die die Regionen aufsetzen können.

Wirtschaftsfaktor Tourismus: Regionale Erklärfilme

In Kooperation mit der IHK für München und Oberbayern sowie dem DEHOGA Oberbayern wurde das dwif 2015 mit der Erarbeitung der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern“ beauftragt. Die Präsentation des daran angelehnten und vom TOM e.V. realisierten Erklärfilms fand sehr großen Anklang bei Mitgliedern, Politik und Presse. Der Film trug dazu bei, die wichtigen Kennziffern auf inspirative Art und Weise zu verpacken und echte Überzeugungsarbeit für den Tourismus in Oberbayern zu leisten.

Um auch die vom TOM e.V. finanzierten Regionalauswertungen in Wert zu setzen, bot der TOM e.V. 2018 seinen Partnern die Möglichkeit an, einen auf ihre Region zugeschnittenen Erklärfilm zu bestellen. Einige Partner haben das Angebot schon angenommen: Berchtesgadener Land Tourismus, Chiemgau Tourismus, Chiemsee Alpenland Tourismus, Tölzer Land und der Tourismusverband Inn-Salzach. Die regionalisierten Filme leisten im Verbund mit den Regionalauswertungen einen wichtigen Beitrag bei der Information von Partnern der einzelnen Destinationen, gerade in Bereichen mit geringer Tourismusintensität, aber hoher Wirtschaftskraft. Hier konnte nachgewiesen werden, dass auch der Einzelhandel oder das Dienstleistungsgewerbe stark von den Tagesausgaben der Übernachtungs- und Tagesgäste profitiert.

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

Praxisnahe Umsetzung von EU-Richtlinien

Der TOM e.V. unterstützte 2018 die oberbayerischen Tourismuspartner bei der praxisnahen Umsetzung des neuen Reiserechts und der Datenschutz-Grundverordnung. Der TOM e.V. nimmt bereits vor Beginn des Gesetzgebungsverfahrens Einfluss auf die Dachverbände wie den Deutschen Tourismusverband (DTV) oder den Bundesverband der Tourismuswirtschaft (BTW). Auf diese Weise können spezielle Themen der kleinteiligen und stark öffentlich geprägten Tourismusstruktur Oberbayerns berücksichtigt werden.

Nach Abschluss des Gesetzgebungsverfahrens unterstützte der TOM e.V. 2018 die Mitglieder bei der praxisgerechten Umsetzung, wie dem neuen Reiserecht oder der Datenschutz-Grundverordnung.

Der TOM e.V. organisierte jeweils ganztägige Informationsveranstaltungen, in denen anerkannte Experten Rede und Antwort standen. Durch die hohe Nachfrage zu beiden Themen mussten die Veranstaltungen jeweils zweimal durchgeführt werden.

Im Nachgang wurden wichtige Abläufe, Formblätter, Handlungsanweisungen und Erklärfilme im Tourismus Oberbayern Partnernetz hinterlegt. Nur Mitglieder können auf alle detaillierten Inhalte zugreifen.

Der TOM e.V. unterstützt auch künftig seine Partner bei der Einführung von neuen tourismusrelevanten Gesetzen oder Richtlinien. Soweit möglich werden auch wichtige Einzelfragen der Mitglieder im Nachgang über die Referenten und Fachjuristen beantwortet. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag für mehr Rechtssicherheit für jedes einzelne Mitglied.

PR-Arbeit für den Tourismus in Oberbayern

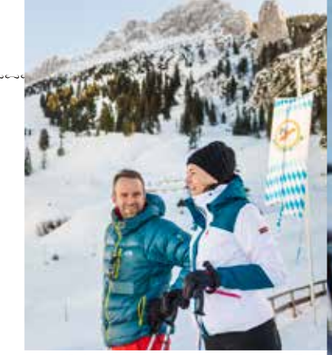
Medienarbeit ist ein ganz wichtiger Teil der Pro Tourismus Arbeit. Der TOM e.V. setzt sich für eine ausgewogene Berichterstattung ein – beispielsweise wenn es um alpinen Wintertourismus, Investitionen in Bergbahnen und Hotelprojekte oder um Badetourismus an Oberbayerns Seen geht. Nicht selten wird hier ein einseitiges Bild gezeichnet, der Tourismus mehr als Risiko und Belastung denn als Chance gesehen. Durch Redaktionsgespräche, Interviews, Presseaussendungen oder Betreuung von Einzelrecherchen nimmt der TOM e.V. Einfluss auf die öffentliche Meinung. Zunehmend wird der TOM e.V. um seine Fachmeinung gebeten, wenn es um touristische Themen geht, die öffentlich diskutiert werden. Die Wertschätzung des TOM e.V. als touristisches Sprachrohr Oberbayerns ist bei vielen Medien spürbar.

Mitgliederwerbung

Unternehmensbroschüre

„Echt gute Leistungen" – das bieten wir Ihnen! Der TOM e.V. präsentierte zum Jahresbeginn 2018 eine informative Unternehmensbroschüre. Darin werden die Aufgabenbereiche und Leistungen des TOM e.V. dargestellt, ebenso können sich potenzielle Mitglieder über die einzelnen Mitgliedsformen und Beiträge informieren. Die Broschüre wurde mit einem persönlichen Anschreiben der Geschäftsführung an einen Verteiler möglicher Partner versandt. Alle bestehenden Mitglieder sind dazu aufgerufen, die Broschüre in der eigenen Region zu nutzen. Ziel ist es, das Netzwerk des TOM e.V. weiter auszubauen und zu vergrößern.

Die Broschüre können Sie über info@oberbayern.de kostenfrei bestellen.



Johann Schachtner
Zurab Pololikashvili
Ulrike Scharf
Robert Salzl

Lobbyarbeit

Forderungen an die bayerische Tourismuspolitik

„Gemeinsam sind wir stärker" – dieser Leitsatz gilt ganz besonders in der politischen Interessensvertretung. Aus diesem Grund startete der TOM e.V. 2018 eine Initiative, gemeinsame Forderungen an die bayerische Tourismuspolitik zu formulieren und diese mit möglichst vielen tourismusrelevanten Verbänden und Organisationen abzustimmen. Besonderer Wert wurde darauf gelegt, die Themen gut zu strukturieren und die Handlungsfelder und Lösungen möglichst klar und transparent zu formulieren. Folgende Punkte werden in dem Lobbypapier schwerpunktmäßig behandelt:

1) Tourismusakzeptanz stärken
2) Angebotsstrukturen verbessern
3) Finanzierung und Förderung optimieren
4) Standortqualität verbessern
5) Digitalisierung voranbringen
6) Bürokratie abbauen
7) Fairen Wettbewerb ermöglichen
8) Arbeitszeiten bedarfsgerecht flexibilisieren
9) Fachkräftebedarf sichern

Dank der guten Resonanz aller Partner ist ein tragfähiges und überzeugendes Papier entstanden, das im laufenden Jahr im Bayerischen Landtag präsentiert werden soll.

Der Mountainbike Arbeitskreis Oberbayern

Der 2017 initiierte Arbeitskreis rund um das Thema Mountainbike tagte und engagierte sich auch 2018 mit großem Einsatz. Der Arbeitskreis dient in erster Linie für einen fachlichen Austausch untereinander zu aktuellen regionalen Projekten und zur Findung von möglichen Kooperationen. So konnten im Kreis der anwesenden Touristiker bei den letzten

Treffen unter anderem eine gemeinsame Basis für die zukünftige Beschilderung von Mountainbike-Strecken im oberbayerischen Alpenraum festgelegt werden. Dabei wurde besonderer Wert darauf gelegt, die Beschilderungsstandards regions- und länderübergreifend zu definieren, um Brüche in Richtung Allgäu aber auch Tirol und SalzburgerLand zu vermeiden. Somit besteht die Chance, dem Mountainbiker in Zukunft im gesamten nördlichen Alpenraum ein einheitliches Beschilderungskonzept zu bieten.
Ein weiterer Schwerpunkt in der Arbeit des Arbeitskreises war das Finden von Lösungen im Bereich der kommunalen Haftungsfrage zu suchen. Hierbei konnte ein einheitlicher Gestattungsvertrag als Vorlage für die Partner zur Verfügung gestellt werden.
Um den Grundstein für eine klare Regelung von Wege-Genehmigungen und Haftungsfragen zu legen, startete der DAV das Projekt „Bergsport MTB – nachhaltig in die Zukunft", bei dem neben dem Oberallgäu auch der Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen für eine konkrete Umsetzungsstudie ausgewählt wurde. TOM e.V. und seine Partner werden das Projekt bestmöglich begleiten und hoffen, aus den Erkenntnissen aus dem Tölzer Land auch für die anderen Regionen Oberbayerns konkrete Mehrwerte ableiten zu können.
Ebenso sehr positiv ist, dass sich der „Runde Tisch Radverkehr" – ein Branchentreff des Bayerischen Ministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr – erstmals dem Thema Mountainbike angenommen hat. Für die teilnehmenden Touristiker ein wichtiger Schritt, um zukünftig mehr Klarheit seitens des Gesetzgebers als Basis zu einer klaren gesetzlichen Regelung für Produktentwicklung im Bereich Mountainbike und Bergsport zu bekommen – im Bereich der Produktentwicklungen genauso wie in den Bereichen Mountainbike und Bergsport im Allgemeinen.
Schließlich entstand aus dem Arbeitskreis heraus eine Initiative für einen fairen Umgang zwischen Radlern und Natur sowie zwischen Radlern und Wanderern. An dieser Fair-Mountainbike-Kampagne unter dem Dach des TOM e.V. werden sich nach derzeitigem Stand 10 Alpendestinationen und Orte beteiligen.

Stellungnahmen, Service und Beratung

Der TOM e.V. bietet seinen Mitgliedern kompetente Beratung und Unterstützung. Im Fall von Hotelprojekten oder anderen tourismusrelevanten Projekten findet der TOM e.V. als Träger öffentlicher Belange Gehör und wird um tourismusfachliche Beurteilung gebeten. Damit leistet der TOM e.V. einen wichtigen Beitrag bei der systematischen Weiterentwicklung von wichtigen Tourismusstrukturen in den Regionen. Zudem unterstützen wir die Mitglieder bei wichtigen Vorhaben, wie etwa Neustrukturierung, Weiterentwicklung oder Fusion von Destinations-Management-Organisationen, in der speziellen Pro Tourismus Arbeit in Ausschüssen und politischen Gremien oder bei anderen wichtigen Fragen der Tourismus- und Destinationsentwicklung.

„Wir unterstützen Mitglieder bei wichtigen Vorhaben wie Neustrukturierung oder Weiterentwicklung der Tourismusstrukturen."

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

Kooperationen & Mitgliedschaften

Kooperation mit TIM und Einfach München

Was wäre Oberbayern ohne München und München ohne Oberbayern? Der TOM e.V. strebt eine enge Kooperation mit der Landeshauptstadt München in der Angebots- und Produktentwicklung an, von der beide Partner gleichermaßen profitieren. Aus diesem Anlass hat sich der TOM e.V. bei der AG Strategie von TIM (Tourismusinitiative München) vorgestellt und Ideen für Kooperationsmöglichkeiten aufgezeigt. Bei der künftigen gemeinsamen Produktentwicklung liegt der Fokus auf den TOM e.V.-Leitprodukten und Kernthemen Wandern, Radln, Winter und Kultur. Bei den Kernwerten der Destination Oberbayern und der Landeshauptstadt München gibt es ein großes Synergiepotenzial. So lassen sich die oberbayerischen Kernwerte „warmherzig" und „ursprünglich" und Münchens „Teilhabe", „echt" und „genießerisch" wunderbar kombinieren. Die oberbayerischen Querschnitts-Themen wirken auch differenzierend für die Landeshauptstadt München:

- Natur und Landschaft (Alpenkette, München als „Tor" zu den Regionen)
- Traditionen und Bräuche
- Genuss und Kulinarik

Besonders große Synergieeffekte wurden bei den Kernthemen Kultur (Ausgezeichnete Bierkultur) und Radln (Wasser-Radlwege Oberbayern) festgestellt. Der TOM e.V. und TIM haben es sich zur Aufgabe gemacht, die kommunikativen Brücken in den genannten Produktbereichen auszuarbeiten. Ziel der Zusammenarbeit ist die Vernetzung touristischer Angebote von Stadt und Umland, Bewerbung von buchungsschwächeren Zeiten und Inspiration für unzählige Möglichkeiten in Oberbayern als USP zur Profilierung im europaweiten Wettbewerb.

Im Mittelpunkt der Kooperation steht die Integration von passenden oberbayerischen Produktleistungen in bestehende buchbare München-Pauschalen. Nachdem Oberthemen und Kriterien für die Bausteine festgelegt wurden, hat eine Abfrage unter den TOM e.V.-Mitgliedern stattgefunden, die ihre Angebote direkt an München Tourismus zulieferten. Die ausgewählten Pauschalen sind buchbar unter www.muenchen.travel → Reisepakete.

Bruni Greithanner und Wolfram Staude vom TV Grafing, Martina Mayer vom Landratsamt Freising auf der Messe CMT in Stuttgart

OBERBAYERN Münchner Umland

Münchner Umland

Aufgabe des TOM e.V. ist es auch, überregionale Tourismuskooperationen zu unterstützen und zu begleiten. In der Arbeitsgruppe „Münchner Umland", bestehend aus den sechs Münchner Umland-Landkreisen (Landkreis Fürstenfeldbruck, Dachau, Erding, Freising, Ebersberg und München), werden gemeinsame Tourismusaktivitäten initiiert und koordiniert. Auf diese Weise entstand 2016 die Broschüre „Kleinode im Münchner Umland". Diese wurde sehr erfolgreich über die Messen f.re.e München, CMT Stuttgart und Reisen Hamburg mittels einer gemeinsamen Stele sowie über den Vertrieb der Landkreise und des TOM e.V. am Markt platziert. Aus diesem Grund erschien 2018 bereits die dritte, überarbeitete Auflage. Die gemeinsamen Marketingaktivitäten wie die Facebook-Fanpage „Ausflugsziele Münchner Umland" konnten 2018 weiter ausgebaut werden. Die Arbeitsgruppe traf sich im Jahre 2018 in Gröbenzell und in Aying.

Partner-Framework Pfaffenwinkel

Der TOM e.V. bietet seinen Mitgliedern im Bereich der Web-Entwicklung wertvolle Synergien an. Destinationen können sich bei der Neukonzeption von Webauftritten komplett an die Funktionalität und das Design von oberbayern.de anlehnen – Stichwort „Partner-Framework". Das hilft einerseits Kosten zu sparen, andererseits ergibt sich so die Chance, durch die Anlehnung von der Oberbayern Positionierung zu profitieren. Der Tourismusverband Pfaffenwinkel war 2018 der erste Partner, der diese Möglichkeiten in Anspruch genommen hat. Der neue Webauftritt basiert komplett auf der Oberbayern-Webstruktur und -gestaltung. Die Inhalte wurden nach den Ansprüchen und Wünschen des Tourismusverbandes Pfaffenwinkel gestaltet.

BayernTourNatur

Der TOM e.V. als Partner der BayernTourNatur

Naturtourismus ist eine ganz wesentliche Angebotssäule Oberbayerns. Daher verwundert es nicht, dass sich Jahr für Jahr besonders viele oberbayerische Destinationen und Partner an der „BayernTourNatur" mit ihren Naturführungen, Radwanderungen oder Erlebnisbootsfahrten beteiligen. Seit 2018 ist der TOM e.V. wieder BayernTourNatur-Partner des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz und offizieller Unterstützer der begehrten Veranstaltungsreihe. In ihrem Umfeld präsentiert der TOM e.V. die gemeinsam entwickelten Leitprodukte, wie die Landschaftskino-Wege oder Wasser-Radlwege Oberbayern. Im Gegenzug unterstützt der TOM e.V. das Ministerium bei der Innen- und Außenkommunikation der BayernTourNatur.

Vier Bergsteigerdörfer in Oberbayern

Die Gemeinde Ramsau im Berchtesgadener Land wurde vor vier Jahren zum ersten bayerischen Bergsteigerdorf ernannt. 2017 folgten die beiden Gemeinden Schleching und Sachrang, seit 13. Juli 2018 ist mit Kreuth ein viertes Bergsteigerdorf hinzugekommen.
Das vom Deutschen Alpenverein (DAV) vergebene Label wird an Orte vergeben, die sich dem naturnahen Bergtourismus verschrieben haben. Damit ist gleichzeitig auch ein strahlkräftiges Wanderprodukt entstanden, das zum Profil Oberbayerns perfekt passt. Der TOM e.V. unterstützt die Bergsteigerdörfer dabei, Zukunftsstrategien und Maßnahmenpläne zu entwickeln und umzusetzen, die 2018 vom Bayerischen Wirtschaftsministerium in erheblichem Umfang gefördert wurden.

BTW

Der TOM e.V. ist seit 2016 Mitglied im Bundesverband der Tourismuswirtschaft (BTW). Dadurch gibt es eine direkte Vernetzung oberbayerischer Lobbythemen auf Bundesebene. Ehrenpräsident Robert Salzl ist Mitglied des BTW-Präsidiums und kann Themen direkt einbringen. Die Relevanz wurde vor allem 2018 im Umfeld des neuen Reiserechts oder der Datenschutz-Grundverordnung deutlich. Gerade der im internationalen Vergleich kleinteilige und von der öffentlichen Hand geprägte Tourismus in Oberbayern wird in der Ausgestaltung von EU-Richtlinien zu wenig berücksichtigt. Wachsende Wettbewerbsvorschriften oder Dokumentationspflichten beispielsweise überfordern vor allem kleine Tourist-Informationen oder Kleinbetriebe in Oberbayern, die im Gegensatz zu großen Reiseveranstaltern meist nicht das notwendige juristische Know-how zur rechtssicheren Umsetzung mitbringen.

ARGE Deutsche Donau

Der Donauradweg wird Jahr für Jahr vom ADFC als einer der beliebtesten Radwege Deutschlands ausgezeichnet. Gleichzeitig ist er ein echtes Leuchtturmangebot für ganz Europa. Das nördliche Oberbayern ist über den TOM e.V. direkt in das by.TM Projekt „Junge Donau" eingebunden. Durch die Marketingbeiträge des TOM e.V. können die direkten Anrainer Neuburg-Schrobenhausen, KUS Pfaffenhofen a. d. Ilm und die kreisfreie Stadt Ingolstadt in besonderer Weise von diesem Radwegeprojekt profitieren.

Bayerische Fernwege

Wer die Bayerischen Alpen auf einer Reise zwischen Bodensee und Königssee erleben möchte, der kommt an den bayerischen Fernwegen nicht vorbei. Prominentester Vertreter der Fernwege ist die Deutsche Alpenstraße. Aber auch der Bodensee-Königssee-Radweg reiht sich ein in die Liste der beliebtesten Radwege der jährlichen ADFC Radreise-Analyse.

Als dritter Vertreter der Fernwege soll künftig der Maximiliansweg als wanderbare Verbindung touristisch in Szene gesetzt werden. Alle drei Routen stehen für die Essenz Bayerns – wie an einer Perlenkette werden die Highlights Bayern aufgereiht.

Hinter dem Bayerische Fernwege e.V. stehen die beiden Tourismusorganisationen TOM e.V. und der Tourismusverband Allgäu Bayerisch Schwaben e.V. mit den Landkreisen, Kommunen, Hotels und Freizeitpartnern entlang der Strecke.

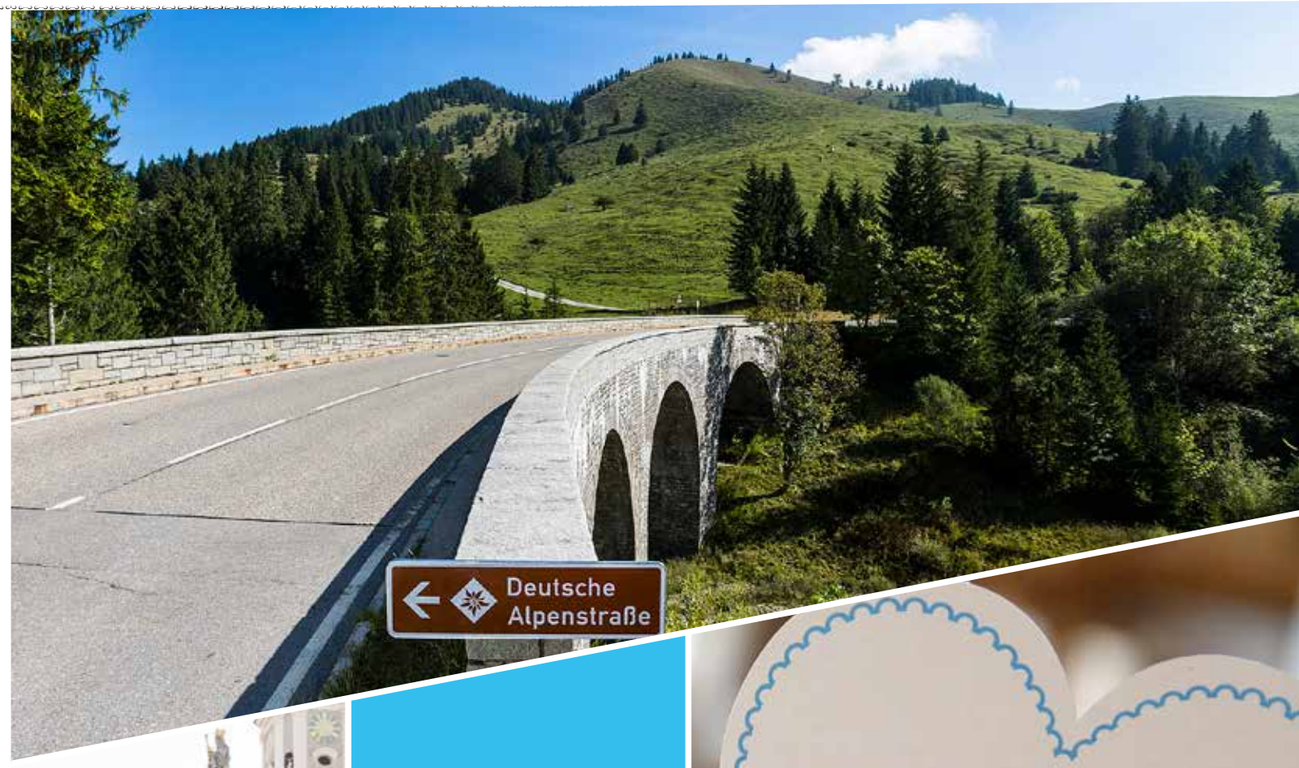
E-Alpenstraße

Die Deutsche Alpenstraße ist die älteste Tourismusroute Deutschlands. Sie repräsentiert die „Bayerischen Originale" – von den Königsschlössern über Tradition und Brauchtum bis hin zu Seen und Bergen. Der Bayerische Fernwege e.V. möchte die Alpenstraße nun zur ersten deutschen E-Mobilitätsroute ausbauen. Dadurch entstehen große Chancen in der Markterschließung, Innovation, Nachhaltigkeit und Kooperation. 2018 wurde ein Antrag auf Sonderförderung beim Bayerischen Wirtschaftsministerium eingereicht und dabei die erste Projektstufe genehmigt. Nun kann ein Umsetzungskonzept erarbeitet und ein Projektmanagement installiert werden. Ebenso sollen Partner aus der Automobilindustrie und der Stromerzeuger für das Projekt gewonnen werden.

Saisonbericht „Oberbayerische Bergbahnen"

In Kooperation mit der IHK für München und Oberbayern entstehen jährlich zwei IHK-Saisonberichte „Oberbayerische Bergbahnen". Die Studien geben jeweils das aktuelle Branchenklima der oberbayerischen Bergbahnen wieder und zeigen auf, wo konkret investiert wurde oder wird. Auf diese Weise erhalten Touristiker einen guten Einblick, wie sich die Seilbahnwirtschaft entwickelt und wo es Handlungsbedarf gibt.

Die Saisonberichte können Sie kostenfrei unter info@oberbayern.de bestellen.



„Positive Stimmung unter den Bergbahnbetreibern."

REISETRENDS

Trendanalysen, Studien und Statistiken können dazu beitragen, aktuelle Entwicklungen zu erkennen und die Weichen richtig zu stellen. Der TOM e.V. nimmt Innovationen und neue Entwicklungen auf, versorgt seine Mitglieder mit wichtigen Informationen und setzt Impulse, von denen alle profitieren. Viele Inhalte werden über das Tourismus Oberbayern Partnernetz, unseren Newsletter oder unsere Foren und Branchenveranstaltungen vermittelt.

FUR Reise-Analyse

Im Jahr 2018 wurden fast 55 Mio. Urlaubsreisen unternommen – fast 1 Mio. Urlauber mehr als im Vorjahr. Die Ausgabebereitschaft auf diesen Urlaubsreisen ging mit 71,2 Mrd. EUR leicht zurück (Vorjahr: 72,7 Mrd. EUR). Bei Kurzreisen im Bereich von 2 – 4 Tagen stieg diese hingegen von 22,0 Mrd. EUR in 2017 auf 23,6 Mrd. EUR in 2018. Was die Buchungswege betrifft, so setzt das Internet seinen Siegeszug fort. Im Vergleich zu 2010 stieg die Online-Buchung von 26% auf 42%, während das persönliche Gespräch als Buchungsweg von 46% auf 40% zurückging. Spannend ist auch, dass das Smartphone immer öfter während der Reise genutzt wird, beispielsweise um Wetterinformationen, Routenplanung, Informationen zu Reisezielen, Nachrichten oder Fahrpläne abzurufen. Eine hohe Bedeutung kommt dem Thema Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen zu. Beim späteren Reiseverhalten allerdings spielt die Nachhaltigkeit dann aber eine eher untergeordnete Rolle.

ADAC Reise-Monitor

Die Buchung über Online-Portale ist weiterhin sehr beliebt, aber auch die direkte Reservierung holt als Buchungsweg immer mehr auf. Das zeigt eine repräsentative Umfrage unter den ADAC Mitgliedern. Der Altersvergleich zeigt, dass vor allem jüngere Zielgruppen die Buchung über ein Reiseportal favorisieren, ältere Reisende buchen am liebsten direkt beim Anbieter. Darüber hinaus ist Deutschland mit 31% unangefochtener Spitzenreiter bei den Reisezielen der Haupturlaubsreise. Im Bereich der Zweiturlaubsreise holt der Inlandsurlaub kräftig auf und wächst auf 36%, während die Fernreise beim Zweiturlaub um 10% sinkt. Speziell beim Campingurlaub baut Deutschland seinen Vorsprung als Spitzenreiter auf 37% aus. Es bestätigt sich, dass der Inlandsurlaub insgesamt auf hohem Nachfrageniveau eingependelt hat. Nach wie vor ist eine der wichtigsten Inspirationsquellen die Empfehlung von Freunden und Familie (38%), aber auch die Webseite der Unterkunft spielt eine immer wichtigere Rolle (33%). Spannend ist, dass digitale Bilder in hohem Maße zur Inspiration (62%) für eine Haupturlaubsreise beitragen.

ADFC Radreise-Analyse

Seit Jahren wächst der Radtourismus: 2016 waren 5,2 Mio. Radreisende unterwegs. Nachdem die Zahl der Radurlauberinnen und Radurlauber 2017 erstmals wegen Schlechtwetter gesunken war, kam es 2018 wieder zu einem markanten Wachstum. 70% der für 2019 geplanten Radurlaube sollen im Inland stattfinden, wobei mit einem Anteil von 88% die meisten Touren selbst geplant werden. Dazu dienen in erster Linie Karten, Empfehlungen oder Reiseführer. Ungebrochen setzt sich der Siegeszug der Elektroräder fort. Rund ein Viertel der Radurlauber ist per Pedelec unterwegs, 2017 waren es noch rund 18%.
Aus Oberbayern-Sicht besonders erfreulich ist die Tatsache, dass es der Bodensee-Königssee-Radweg erstmalig in die Top 10 der beliebtesten Radfernwege geschafft hat. Die ADFC Radreise-Region Chiemgau wurde anlässlich der ADFC Radreise-Analyse auf der ITB 2019 für weitere drei Jahre ausgezeichnet.

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

QUALITÄTSMANAGEMENT

Weiterbildungsprogramm

Das TOM e.V.-Weiterbildungsprogramm fand 2018 zum dritten Mal in Folge statt. Mit sechs verschiedenen ganztägigen Schulungen im Jahr 2018 profitierten die Mitglieder von folgendem Angebot:

Tourismus in der Zukunft

Bildrechte

Eventmanagement

Handling von Touren-Portalen

Pressearbeit im Tourismus

Videographie

ANSPRECHPARTNER
Eva Sturm
eva.sturm@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 13

Infoveranstaltung zum EU-Reiserecht

Am 1. Juli 2018 ist in Deutschland das neue Reiserecht in Kraft getreten. Um touristische Akteure in Oberbayern entsprechend gut darüber zu informieren, organisierte der TOM e.V. zwei gut besuchte Infoveranstaltungen für seine Mitglieder. Die rund 40 Teilnehmer hatten so die Gelegenheit, Fragen an den Referenten zu stellen. Im Nachgang der Veranstaltung wurden die Präsentationsunterlagen und weiterführende Informationen über das Tourismus Oberbayern Partnernetz zur Verfügung gestellt.

Infoveranstaltung zur neuen EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

Die neue EU-DSGVO ist 2018 in Kraft getreten. Auch hier hat der TOM e.V. zwei Infoveranstaltungen in Kooperation mit der Kanzlei Noll & Hütten abgehalten, um die Mitglieder kompetent zu informieren. Die Veranstaltung war eine wichtige Basis für die Partner, sich künftig rechtssicher und DSGVO-konform zu organisieren.

Schulung mit motivierten Teilnehmerinnen

2 Jahre Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP)

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

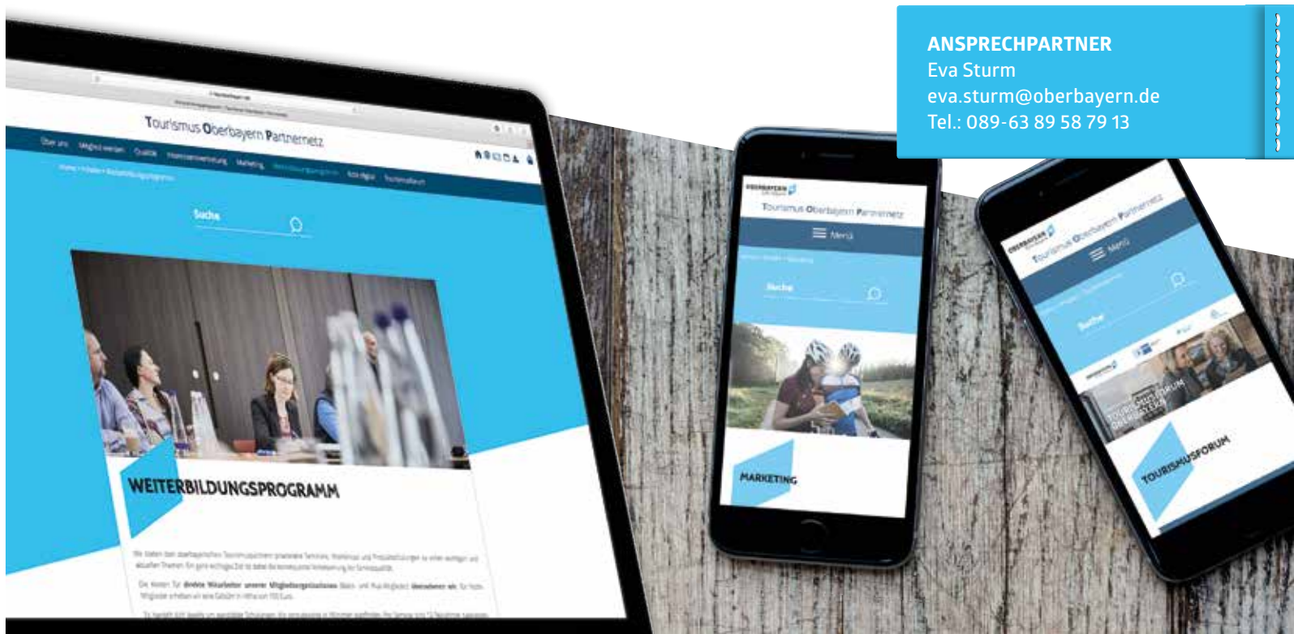
Das Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP) ist eine digitale Plattform speziell ausgerichtet auf die Bedürfnisse von TOM e.V.-Mitgliedern. Diese können sich hier über Neuigkeiten und Partizipationsmöglichkeiten informieren, sich mit anderen Mitgliedern vernetzen und sich zum Weiterbildungsprogramm des TOM e.V. anmelden. Natürlich haben Sie auch die Möglichkeit, Ihre eigenen Neuigkeiten wie Branchenveranstaltungen und touristische Stellenausschreibungen dort zu präsentieren. Bitte melden Sie sich dafür direkt bei unten genanntem Ansprechpartner.

Das TOP lebt von:

- Laufend interessante News, Branchentermine und Neuigkeiten aus der Tourismusbranche
- Anmeldung für das eigens für Sie kreierte Weiterbildungsprogramm
- Information zum Tourismusforum Oberbayern
- Übersicht über den TOM e.V. und seine Leistungen
- Vernetzungsplattform in diversen Gruppen und Chats der Experten aus den Regionen
- Protokolle und Präsentationen für Gremium-Mitglieder abrufbar
- Veröffentlichung von Statistiken und Studien
- Exklusives Infomaterial, das Sie bei Ihrer touristischen Lobbyarbeit in Ihren Gremien beim Überzeugen unterstützt

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

ANSPRECHPARTNER
Eva Sturm
eva.sturm@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 13



Der TOM e.V. erhält die Auszeichnung „ServiceQualität Deutschland“

Am 27. August überreichten DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Wirtschafts- und Tourismusminister Franz Josef Pschierer im Rahmen einer feierlichen Verleihung 27 Betrieben das Qualitätssiegel "ServiceQualität Deutschland".
Für den Tourismus Oberbayern München e.V. nahm Präsident Klaus Stöttner das ServiceQ-Zertifikat entgegen: „Das Qualitätssiegel ServiceQualität Deutschland des DEHOGA ist eine anerkannte und wichtige Auszeichnung. Sie ermutigt touristische Partner und Betriebe, ihre Serviceleistungen und -prozesse noch weiter zu optimieren und damit das Qualitätslevel konsequent zu steigern. Wir sind sehr stolz, dazu als oberbayerischer Tourismusverband beizutragen und die Attraktivität der Region für nationale wie internationale Gäste weiter zu fördern.“

Angela Inselkammer
Klaus Stöttner
Astrid Juppe
Oswald Pehel
Franz Josef Pschierer

Digitalisierungsoffensive Oberbayern – Echt Digital

Bevor das Projekt „Oberbayern – Echt Digital“ konzipiert und umgesetzt wurde, hat die FH Salzburg eine Status Quo-Analyse bei den oberbayerischen Gastgebern, in den Freizeitbetrieben und DMOs durchgeführt.

Kernergebnisse der Status Quo-Analyse und Herausforderungen, die daraus resultieren, im Überblick:
Digitalisierung besitzt einen hohen Stellenwert und wird von allen befragten Partnern als wichtig erachtet. Vor allem die nach außen gerichtete Digitalisierung dominiert das Bild – die Website, das Online-Marketing sowie der Online-Vertrieb stehen derzeit im Vordergrund.

- **„Nadelöhr Internet-Anbindung“:** Breitbandausbau und schnelles Internet ist bei rund 20% der Befragten ein Thema.
- **Chancen der unternehmensinternen Digitalisierung:** Diese werden derzeit noch zu wenig gesehen und genutzt. Vorbild können die großen Freizeitbetriebe sein.
- **Entwicklung von Digitalisierungsstrategien:** In den Organisationen und Unternehmen fehlt oft ein strategisches Fundament im Hinblick auf das digitale Verhalten der eigenen Gästegruppen und die eigene Rolle in der digitalen Kommunikation.
- **Aktive Einbindung des digitalen Gastes:** User generated content ist derzeit noch unterrepräsentiert.
- **Reflexion und Bewertungsphase sollten nicht vernachlässigt werden.** Es gilt, das Wissen rund um den digitalen Gast nicht zu ignorieren, sondern aktiv für das eigene Unternehmen zu nutzen.
- Es braucht eine **klare digitale Rollenverteilung aller Partner entlang der Customer Journey.** Nicht jeder soll und kann die gesamte Klaviatur der digitalen Lösungen spielen. Dachorganisationen, DMOs, Orte, Hotels, Kleinbetriebe und Freizeiteinrichtungen haben unterschiedliche Aufgaben im digitalen Gästemanagement. Wie kann das Zusammenspiel optimal gelingen?
- Stärkere Einbindung der Kunden – Stichwort **„User generated content“.**
- **Thema Mehrsprachigkeit** spielt derzeit nur bei 1/3 der befragten DMOs und Orte eine Rolle.
- **Nur 15% der Websites sind barrierefrei.**
- Wunsch aller Partner nach **Unterstützung in den Bereichen SEO und Social Media.**
- **Nachholbedarf in den Bereichen Website und Online-Vertrieb** bei Klein- und Privatbetrieben.
- **Booking.com ist „König“, lokale DMO ist „Königin“.** Welche Vertriebswege sind noch relevant?
- **Für wen macht Social Media Sinn,** was braucht es dazu und welche Plattformen sind für wen geeignet?
- **Welche Rolle spielen Apps** und welche Best-Practice-Beispiele gibt es?

Die zentrale Erkenntnis der Analyse: Es gibt deutliche Unterschiede innerhalb des oberbayerischen Tourismus. Es finden sich sowohl digitale Vorreiter in der oberbayerischen Tourismuswelt, zu denen beispielsweise die großen Freizeitbetriebe zählen. Diese nützen die Digitalisierung bereits bei internen als auch bei externen Abläufen zu ihrem Vorteil.
Aus der Befragung ging ebenfalls hervor, dass das Thema Digitalisierung und ihre enorme Wirkkraft bereits in den Köpfen angekommen ist, viele – vor allem kleinere – touristische Betriebe wissen aber noch nicht, wie sie darauf reagieren sollen. So erkannten viele der Befragten zwar die Wichtigkeit einer eigenen Website sowie einer Online-Strategie, stuften aber gleichzeitig die eigenen Kenntnisse auf diesen Gebieten als gering ein. Über eine mehrsprachige Website verfügt aktuell nur ein Drittel der befragten Destinationen und Orte. Nur 15% der Websites sind barrierefrei. Social Media ist lediglich bei Destinationen und größeren Betrieben ein Thema – die Nutzung beschränkt sich meist auf Facebook und YouTube. Apps werden derzeit wenig genutzt. Ein nicht zu unterschätzendes Problem ist das Thema Breitbandversorgung. So gaben in der Umfrage rund ein Drittel der Beherbergungsbetriebe an, unzufrieden mit ihrem Internetanschluss zu sein.
Auch die Rollenverteilung der einzelnen Betriebe, Orte und Regionen sowie die Möglichkeiten bei der Optimierung des gesamten Reiseprozesses bieten Potenzial: Ein Großteil der befragten Orte und Regionen gab an, ihre Website als Informations- und Inspirationsquelle zu betreiben; zur Interaktion mit dem Gast und zur abschließenden Bewertung des Aufenthalts wurde diese aber lediglich von 48%, beziehungsweise 36% genutzt. Ideal wäre es, wenn sich entlang der Customer Journey jeder touristische Player auf den Part konzentriert, in dem er am stärksten ist, und der Gast durch geschickte Vernetzung von Anfang bis Ende seiner Reise bestmöglich und umfassend digital betreut wird. Im Zeitalter der Digitalisierung ist es wichtig, zu kooperieren und Kräfte für das Wesentliche zu bündeln.
Laut Analyse findet aktuell kaum digitale Interaktion mit dem Gast in Oberbayern statt. Stärker mit dem Gast in Kontakt treten und diesen auch nach seiner Abreise via Mail oder Social Media zu pflegen, ist nur eine von zahlreichen Chancen, die in der Auswertung der Befragung für den Tourismus in Oberbayern identifiziert wurde.
Als Reaktion auf die digitalen Brennpunkte wurden verschiedene Maßnahmen konzipiert, die seit März 2018 allen Gastgebern Unterstützung bieten sollen, sich der Digitalisierung zu stellen, um das Digitalisierungsniveau nachhaltig zu steigern.

Ausbildung von eCoaches als wichtigste Maßnahme

Die digitalen Botschafter Oberbayerns bilden elementare Eckpfeiler der Strategie. Der persönliche Kontakt zu den Gastgebern und eine neutrale Beratungsleistung, die durch die rund 20 eCoaches stattfindet, ist besonders wichtig, um ehrliche Orientierung zu bieten. Die zweisemestrige Ausbildung beinhaltet alle relevanten Themen, um einen Gastgeber auf seinem Weg zur Online-Buchbarkeit zu begleiten. Die eCoaches sind in 17 DMOs Oberbayerns zentrale Ansprechperson in Sachen Digitalisierung. Sie bieten vor Ort persönliche und verständliche Hilfestellung und Orientierung.
Am 18. Februar 2019 wurde den eCoaches von Staatssekretär Weigert im Wirtschaftsministerium ihre Abschlussurkunde überreicht. Mit der feierlichen Übergabe wurden die digitalen Botschafter offiziell in ihre Regionen entsendet, um dort Orientierung und neutrale Beratung in Sachen Digitalisierung im Tourismus zu bieten.

„Echt Digital"-Workshop und spannende Weiterbildungsmaßnahmen

Um das Basiswissen und Know-how bei den einzelnen Partnern und Betrieben zu fördern, aber auch um den Blick für die Möglichkeiten in der Digitalisierung zu öffnen, werden in den Jahren 2018 und 2019 laufend Workshops an verschiedenen Orten in Oberbayern veranstaltet. Auf dem Programm stehen zum Beispiel „Einführung ins Online-Marketing", „Gästedaten nutzen", „Website-Grundlagen" sowie Video-, Bild- und Text-Workshops.
eLearning-Programme: Ein weiterer Baustein sind die eLearning-Programme, die speziell für die Reisebranche von Tourismusexperten entwickelt wurden. Die Inhalte werden laufend aktualisiert und angepasst.
Digitale Roadshow: „Lernen von den Besten" lautet hier das Motto. Interessierte hatten die Möglichkeit, hinter die Kulissen des Ruby-Hotels in München zu blicken, wo bereits sämtliche Abläufe von der Buchung über den Check-in bis zum Check-out digital sind. Ein Smartphone am Zimmer und eigene Blogs über die wichtigsten Infos rund um den Aufenthalt in München, runden das digitale Angebot ab. Auch im Jahr 2019 kann bei Exkursionen den digitalen Vorreitern wieder über die Schulter geblickt werden.
Ziel ist es, das Digitalisierungsniveau und die Wettbewerbsfähigkeit der Vermieter und Regionen in Oberbayern zu heben.

Fotoshootings

Die Bilder können von allen Partnern unter dem ©oberbayern.de verwendet werden.

Bilder sagen bekanntlich mehr als tausend Worte. Aus diesem Grund sind auch in diesem Jahr wieder Aufnahmen in ganz Oberbayern entstanden, die diese Urlaubsdestination ins beste Licht rücken. Unter der Regie von Anja Reinhardt und in Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort hat Fotograf Peter von Felbert das Winterwandern in der Ramsau, in der Hallertau sowie in der Zugspitz-Region abgelichtet. Langlaufen wurde im Bergsteigerdorf Sachrang sowie in der Alpenwelt Karwendel geshootet. Außerdem wurden rund um die Wasser-Radlwege in der Region Chiemsee Alpenland Bild und Bewegtbild produziert.
Im Rahmen von Partner-Fotoshootings hatten die TOM e.V.-Mitglieder die Möglichkeit, einen der TOM e.V.-Fotografen in ihre Region zu holen. 2018 sind auf diese Weise neue Oberbayern-Bilder in den Regionen für den Landkreis Erding, Freising und Dachau entstanden.

Verleihung eCoaches

Ausgezeichnete Bayerische Bierkultur

Die vom TOM e.V. angestoßene Zertifizierung der oberbayerischen Gastronomiebetriebe „Ausgezeichnete Bierkultur" ist seit 2018 Realität. Diese setzt auf die „Ausgezeichnete Bayerische Küche" auf und ergänzt sie sinnvoll. Wirtshäuser zeigen durch ihre Teilnahme, dass nicht nur die Küche auf regionale und frische Zutaten setzt, sondern auch Biergenuss auf höchstem Niveau geboten wird. Dass regionale Küche und heimische Bierkultur zusammengehören, zeigt sich beispielsweise, wenn es um Themen wie das richtige Bier zur gewählten Speise geht. Die neue Zusatz-Auszeichnung „Ausgezeichnete Bierkultur" unterstreicht die Rolle Bayerns als Bierland. Hochwertige Bierspezialitäten werden als Qualitäts- und Erlebnisprodukt in Szene gesetzt. Auch der Wirtshaus-Besuch als Erlebnis und dadurch auch das Image der bayerischen Hotellerie und Gastronomie erfahren so eine Aufwertung. Schließlich erhalten auch die Tourismusorganisationen eine gute Grundlage für die Produktentwicklung im Bereich Bierkultur. Der TOM e.V., der DEHOGA Bayern, die Bayern Tourist GmbH, das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, der Bayerische Brauerbund und der Verband der privaten Brauereien Bayern sind Initiatoren der neuen Auszeichnung.

Kernkriterien:

- Biersortiment
- Bierkarte
- Qualifikation der Mitarbeiter
- Bierprobe
- Gerichte mit Bier

In der Pilotphase für die neue Zusatz-Zertifizierung „Ausgezeichnete Bierkultur" wurden die in der Projektgruppe erarbeiteten Kriterien konkret in den Wirtshäusern und Gastronomiebetrieben auf ihre Praxistauglichkeit und Anwendbarkeit getestet. Die Auszeichnung durch den DEHOGA Bayern fand am 10. Oktober 2018 während der Verleihungsveranstaltung „Ausgezeichnete Bayerische Küche" statt. Seit Mitte Oktober wird das Zusatz-Zertifikat allen Partnern angeboten. Um allen Betrieben einen Anreiz zu bieten, an der ABB-Zusatz-Zertifizierung teilzunehmen, hat der TOM e.V. für die ersten 10 Betriebe die Zertifizierungsgebühr übernommen. Diese wurden auch redaktionell in die Broschüre „Echt rein – Wege zur oberbayerischen Bierkultur" aufgenommen, die bereits in die vierte Auflage geht.

Zu den bisher zertifizierten Betrieben aus Oberbayern zählen:

Posthotel Hofherr, Königsdorf

Restaurant „August und Maria" im Brauereigasthof Hotel Aying, Aying

Schlosswirtschaft Maxlrain, Maxlrain

Münchner Stubn, München

Flötzinger Bräustüberl, Rosenheim

Schneider Bräuhaus, München

Gasthof Hartl „Zum Unterwirt", Türkenfeld

Klosterbräustüberl Reutberg, Sachsenkam

Hotel & Restaurant Alpenglück, Schneizlreuth

Bräustüberl Tegernsee, Tegernsee

Brauereigasthof Hotel Bürgerbräu, Bad Reichenhall

AUSGEZEICHNETE BIERKULTUR

Zertifikatsübergabe an einen Wirt zur Ausgezeichneten Bayerischen Bierkultur Juni 2018

Der TOM e.V. nutzt Webmark-Tool des dwif

Neben dem TOM e.V. nutzen seit Dezember weitere 9 Partner das Tool.

Die offiziellen Statistiken sind für Touristiker und touristische Entscheidungsträger oftmals die Grundlage zur Beurteilung über Erfolg oder Misserfolg in der Branche. Monatlich und jährlich kommen die Reports und Daten des statistischen Landesamtes. So kann man die Entwicklung einer Tourismusregion oder eines Ortes gut nachvollziehen. Doch die Herausforderung liegt darin, die Zahlen richtig zu interpretieren und sie in einen Kontext mit den touristischen Entwicklungen seiner Nachbarregionen und Konkurrenzregionen zu setzen. Dabei hilft nun seit Ende 2018 das Statistik-Tool Webmark, welches vom dwif in Kooperation mit Manova aufgesetzt wurde. Das online-basierte Auswertungs-Tool bietet Funktionen, sich mit Mitbewerbern und ähnlich strukturierten Regionen zu vergleichen. Dabei werden nicht nur die klassischen quantitativen Daten wie Übernachtungen oder Aufenthaltsdauer ausgewertet, sondern auch qualitative Inhalte wie beispielsweise der Anteil an ADFC Bett+Bike Betrieben pro Region oder auch der Trust Score, welcher die Zufriedenheit der Gäste von verschiedenen Portalen bündelt.
Gerade Entwicklungen wie beispielsweise der Rückgang von DEHOGA Klassifizierungen lassen sich so sehr gut nachvollziehen und belegen.

ANSPRECHPARTNER
Eva Sturm
eva.sturm@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 13

Einführung in das neue Statistik-Tool Webmark durch dwif-Referenten Lars Bengsch

PRODUKTENTWICKLUNG & AUSSENKOMMUNIKATION

Radln

Wasser-Radlwege Oberbayern

Das Jahr 2018 war der Startschuss zur Umsetzung der Wasser-Radlwege Oberbayern. Nach intensiver Konzept- und Planungsphase in den Jahren 2016 und 2017 konnte nach Fertigstellung der Beschilderungsplanung durch das Planungsbüro Topplan mit der flächendeckenden Beschilderung des neuen Radl-Leitproduktes gestartet werden.

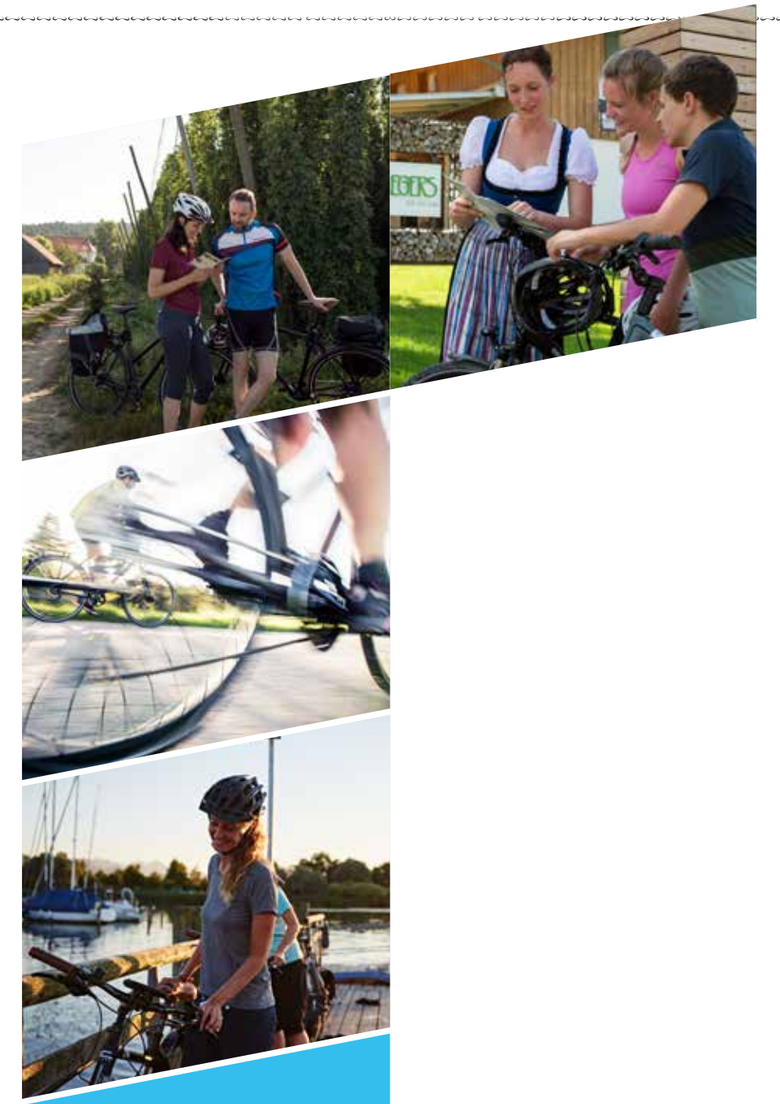
Nachdem die Kommunikationsmaßnahmen für das Projekt bereits zum Jahreswechsel auf 2018 gestartet wurden, war es für alle Projektbeteiligten umso motivierender, als die ersten Einhänger an den Schildern der Regionen Oberbayerns angebracht waren. Nach einigen kleineren Justierungen im Laufe des Jahres erstreckte sich bis zum Jahresende die einheitliche Beschilderung über ca. 60% der Gesamtstrecke.

Nachdem für das Frühjahr 2019 bereits einige fixe regionale Projektumsetzungen, wie beispielsweise die Zertifizierung der Inn-Salzach-Region zur ADFC Radreise-Region feststehen, freuen wir uns darauf, dass die Wasser-Radlwege bis zum Start der Radlsaison 2019 durchgängig ausgeschildert sind.

Bei Messeauftritten oder Radevents, wie etwa der Bayerntour für Radler oder den E-Bike-Days gab es große Nachfrage nach den neuen Wasser-Radlwegen. Auch auf dem Medienmarkt stoßen die Wasser-Radlwege auf hohes Interesse. Gerade die Schleifenthemen und die thematischen Verbindungen zwischen den Regionen Oberbayerns und der Landeshauptstadt München sind bei Journalisten ein begehrter Aufhänger, auch für die Geschichten abseits des Radweges und Radelns.

Durch diverse Pressegespräche auf den Redaktionstouren (siehe auch Seite 37) sowie die Gruppenpressereise und die Bloggerreise entlang der Wasser-Radlwege (siehe auch Seiten 32 und 33) wurde das neue Radlprodukt im Medien-Umfeld präsentiert.

2019 wird die Beschilderung der Wasser-Radlwege komplettiert, sodass weitere Qualitätsentwicklungen und Serviceangebote etabliert werden können. Im Bereich der Radinfrastruktur mit Rastplätzen im Grünen, Abstellplätzen für die Räder, Transport im ÖPNV und Gepäcktransport gibt es noch erhebliches Verbesserungspotenzial. Gemeinsam mit den Partnern wird der TOM e.V. diese Themen vorantreiben.



„Die thematischen Schleifen sind bei Journalisten ein guter Zugang für Geschichten abseits des Radelns."

B2C-Broschüre

Die eigens für die Wasser-Radlwege produzierte B2C-Broschüre ist seit 2018 unter anderem auf Messen und über das Gästeweb des TOM e.V. erhältlich. Auf Grund der hohen Nachfrage wurde im Februar 2019 die zweite Auflage realisiert.

Radbeileger

Nach dem MERIAN Oberbayern und dem Oberbayern Seen-Spezial von ALPIN gab es auch 2018 ein Leitmedium mit Beteiligungsmöglichkeit für die Mitglieder des TOM e.V.

Parallel zum Beginn der Umsetzung der Wasser-Radlwege Oberbayern wurde mit der Bielefelder Verlagsanstalt (BVA) und dessen Medium AktivRadfahren ein Beileger für die Februar-Ausgabe konzipiert und umgesetzt.

Neben einer Rahmenredaktion zu den Wasser-Radlwegen beteiligten sich insgesamt noch weitere 18 Partner an dem 44-seitigen Heft. Dieses wurde zusätzlich zur Februar-Ausgabe von AktivRadfahren noch den Magazinen MyBIKE sowie Radtouren beigelegt. Insgesamt erreichte der Beileger ca. 300.000 Leser. Für den Einsatz auf Messen und für den Vertrieb durch die Partner gab es einen Fortdruck des Beilegers.

Gruppenpressereise entlang der Wasser-Radlwege

Im September fand die jährliche Gruppenpressereise des TOM e.V. statt. Gemeinsam mit drei Partner-DMOs wurde ein abwechslungsreiches und interessantes Programm entlang der Wasser-Radlwege Oberbayern entworfen und vom 18. bis 20.09.2018 mit Vertretern zielgruppenspezifischer Medien Deutschland und Österreich bereist.

Bei herrlichem Spätsommerwetter ging es am ersten Reisetag auf den Spuren des Salzes von Rosenheim über die Wasser-Radlwege Richtung Prien. Dort wurden die Radln gegen die „Edeltraut" der Chiemsee Schifffahrt getauscht und Kurs auf die Fraueninsel genommen. Dank einer Führung der Chiemsee-Naturführer konnte man die Geschichte und den Mikrokosmos der Chiemsee-Inseln bestens nachempfinden.

Am nächsten Morgen ging es nach einer Moorführung durch die Kerndlmühlfilzen mit dem Radl von Grassau nach Grabenstätt an die Hirschauer Bucht. Nach einer Einkehr mit frischem Chiemsee-Fisch ging es gestärkt weiter nach Traunstein. Gemeinsam mit dem „Salzmaier" führte die Recherche-Tour auf den Spuren des Salzhandels durch die Kreisstadt. Am letzten Tag startete das Programm in Landsberg am Lech mit einer Führung durch die Altstadt. Die schmalen Gässchen und die tollen Ausblicke auf die Altstadt und den Lech-Fluss hinterließen bei den teilnehmenden Journalisten einen großartigen Eindruck. Nach der Stadtführung ging es auf dem letzten Teil der Reise mit den Radln durch den Lechpark, vorbei an Wasserspielplätzen und dem Wildgehege, und entlang des Lech-Ufers zur „Teufelsküche". Die gelungene Gruppenpressereise endete mit einer gemeinsamen Einkehr.

Der TOM e.V. bedankt sich herzlich bei den Teilnehmern sowie bei den Partnern Chiemsee Alpenland, Chiemgau Tourismus und dem TV Ammersee-Lech für die Begleitung und Umsetzung des Programms. Zwischenzeitlich konnten auch pünktlich zur neuen Reisesaison die ersten Veröffentlichungen registriert werden.

Salz-Schleife

Gruppenpressereise 2018

Bloggerreise Lilies Diary

Die Wasser-Radlwege Oberbayern sollen natürlich auch in den digitalen Medien beworben werden. Dazu ging der TOM e.V. eine Kooperation mit der Bloggerin Christine Neder von Lilies Diary ein – mit folgenden Zielen: Stärkung der eigenen Online-Kanäle, Ausbau der Reichweite, Erweiterung des Contents.

Im Juni startete die Vor-Ort-Recherche mit einer Tour quer durch Oberbayern. Das Reiseprogramm führte von Neuburg an der Donau durch die Hopfengärten der Hallertau und beinhaltete natürlich Hofführungen und den Besuch des Deutschen Hopfenmuseums.

Weiter ging es in die Landeshauptstadt München, wo das Lenbachhaus, der Hirschgarten und auch die Eisbachwelle im Englischen Garten „abgeradelt" wurden.

Im Anschluss daran führte die Tour Richtung Süden entlang des Starnberger Sees, via Buchheim Museum Richtung Osterseen und weiter bis nach Murnau. Nach dem Besuch des Münter-Hauses ging ein kultur- und wasserreicher Tag zu Ende.

Die Inn-Salzach-Region mit Burghausen präsentierte am fünften Tag der Reise die weltlängste Burg in Burghausen und führte die Bloggerin und ihre Videographin auf eine Kajaktour auf der Salzach. Den letzten Tag der Reise verbrachte die Reisegruppe in der Alpenstadt Bad Reichenhall. Nach einer Führung durch die Alte Saline folgte eine Fahrt mit der Predigtstuhlbahn auf den Bad Reichenhaller Hausberg. Die Ergebnisse lassen sich auf den Kanälen (Website, YouTube, Instagram und Facebook) von Lilies Diary bereits einsehen.

ADFC Mittagsgespräch

Das ADFC Mittagsgespräch ist eine regelmäßig stattfindende Veranstaltungsreihe, ausgerichtet von der bayerischen Landesstelle des ADFC gemeinsam mit der Metropolregion München. Immer um die Mittagszeit wird Fachpublikum zu Expertenvorträgen und zum Netzwerk-Austausch eingeladen.

Im April hatte der TOM e.V. die Möglichkeit, das Projekt Wasser-Radlwege dem Fachpublikum vorzustellen. Im Rahmen einer halbstündigen Präsentation erläuterten Geschäftsführer Oswald Pehel und Projektmanager Max Berger das Konzept, die Ziele und die Projektzwischenstände des Leitproduktes.

Zum Publikum zählten touristische Partner, Verbände und Regierungsvertreter.

ADFC Mittagsgespräch

Winter

Unter der Klammer „Alpine Heimat“ werden vom TOM e.V. seit Winter 2017/2018 die beiden Leitprodukte Landschaftskino-Wege und Landschaftskino-Loipen präsentiert. Um dem Gast ein klares Qualitätsversprechen zu beiden Angebotssäulen geben zu können, wurden diese in der Wintersaison 2018/2019 auf Herz und Nieren geprüft und die Produktkriterien eingehend unter die Lupe genommen. Das Planungsbüro Topplan wurde beauftragt, die Wege und Loipen digital zu erfassen, vor Ort zu überprüfen und entsprechend zu bewerten. Die Ergebnisse werden nach der Wintersaison analysiert, sodass das Profil der beiden Produkte für Winter 2019/2020 noch klarer ist.

Winterkampagne 2018/2019

Unter dem Dach der „Alpinen Heimat“ werden die oberbayerischen Landschaftskino-Wege und Landschaftskino-Loipen durch verschiedene Online-Maßnahmen auf die Bildschirme der passenden Zielgruppe gebracht. Content Promotion und Video-Advertising bleiben im redaktionellen Premiumumfeld im Gedächtnis und animieren zur Interaktion. Der kontinuierliche Einsatz von Google Ads mit vereinzelten Peaks erhöht die Sichtbarkeit und Präsenz. Ergänzt wird die Online-Kampagne durch Edgar Freecards, die in Restaurants in München, Nürnberg, Stuttgart und Frankfurt ausgelegt wurden sowie in den Magazinen Bergwelten und Alps beigeheftet waren.

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

Ruhe, Erholung, Stille, Naturerlebnis, Kraft sammeln, zu sich selbst finden. Das sind die häufigsten Wünsche der Wanderer.

Über den Newsletter und das Tourismus Oberbayern Partnernetz halten wir die Mitglieder zu den aktuellen Projektständen auf dem Laufenden.

Wandern

Wandern wurde als eines der vier Kernthemen für Oberbayern im Zuge der Neupositionierung im Jahr 2015 definiert. Nach der erfolgreichen Leitprodukt-Entwicklung zum Kernthema Radln wurden 2018 erstmals zum Thema Wandern Produktideen diskutiert und fixiert.
Im Fokus der Produktideen stand das „Auszeit-Wandern“. Ausgewählte Wanderwege, bei denen Stille, Naturerlebnis und Gehen in möglichst unbebauten Landstrichen im Vordergrund stehen. Das Konzept soll auf die wichtigsten Grundbedürfnisse des Wanderers einzahlen. Ruhe, Erholung, Stille, Naturerlebnis, Kraft sammeln, zu sich selbst finden: Das sind die häufigsten Wünsche der Wanderer. Diese wollen wir mit den Auszeit-Wanderwegen erfüllen. Der Projektzeitraum dafür ist von 2019 bis 2020 angesetzt.
Auf kommunikativer Ebene sollen auch bestehende klassische Wanderwege mit ihrer Strahlkraft auf Oberbayern-Ebene beworben werden. Dazu zählen der Salzalpensteig, der Maximiliansweg oder der König-Ludwig-Weg.

Kultur

Für das oberbayernweite Kernthema Kultur wurden in einer Workshop-Reihe Profilierung und Produktstrategie entwickelt. Einerseits sind die thematischen und potenziellen Produktschwerpunkte aus der Perspektive Oberbayerns zu benennen, deren Entwicklung sich der TOM e.V. annehmen wird. Andererseits soll von Beginn das Kooperationspotenzial vor allem mit der Landeshauptstadt München einbezogen werden, um zeitnah mit den oberbayerischen und Münchner Partnern, ebenso auch mit der Ebene der Bayern Tourismus, buchbare Leistungen bereitstellen zu können.
Die Workshop-Teilnehmer aus den Mitglieds-Destinationen und -orten haben sich im Juni 2018 für die Einteilung des Kulturangebots Oberbayerns in drei Säulen bzw. Cluster entschieden: „zusammenkommen“, „entdecken“, „ankommen“. Die Arbeitsgruppe einigte sich auf die eindeutige Profilierungsaussage „Sehnsuchts-Platzerln Oberbayern“. Die Kriterien für die konkreten „Gspür-Orte“, die als Reiseanlässe dienen sollen, wurden in diesem Zusammenhang festgelegt.

Beteiligungen unter der Dachmarke Bayern

Wie jedes Jahr hat der TOM e.V. auch für 2019/2020 die Beteiligungsmöglichkeiten unter der Dachmarke Bayern genutzt und verschiedene Angebote gebucht, die zu Oberbayern passen und mit denen sich die Partner adäquat präsentieren können, wie zum Beispiel Beileger im Servus Magazin und der DB Mobil, crossmediale Kampagnen mit Globetrotter und Komoot sowie Advertorials im Bayern-Magazin.

Content für Oberbayern

Der TOM e.V. schlägt neue Wege in der Kommunikation ein, um sich modern und innovativ zu präsentieren, die Partner weiterhin bestmöglich zu integrieren und die Bildgewalt und Attraktivität Oberbayerns ideal zu nutzen. Bei den Partnern vor Ort sollen Geschichten rund um die Kernthemen und Produkte des TOM e.V. identifiziert und produziert werden. Text, Bild und Bewegtbild stehen im Anschluss allen Partnern sowie dem TOM e.V. zur Bewerbung zur freien Verfügung. Neben der Website oberbayern.de, Printprodukten, PR und Mediakooperationen wird auch der Oberbayern Instagram-Kanal genutzt, um den Content auszuspielen.

Die 2018 erarbeitete Contentstrategie soll die Produkte und Kernthemen Oberbayerns in Wort und Bild, digital und im Printbereich greifbar machen und gleichzeitig einen Mehrwert für alle Partner schaffen. Schwerpunkte waren: zielgruppengerechte Ansprache am Puls der Zeit, Synergieeffekte für die touristischen Partner, einheitliche Bildsprache für alle Produkte und Kernthemen, Verstärkung der medialen Strahlkraft. Attraktiver Content schafft auch Begehrlichkeiten bei der Presse. Gleichzeitig kann über Social Media-Kanäle wie Instagram der Gast direkt und unabhängig erreicht werden.

Instagram

Das Ergebnis einer Studie aus Großbritannien zum wichtigsten Reiseanlass der Millenials liest sich wie folgt: „Wie gut das Urlaubserlebnis auf Instagram abgebildet werden kann." Seither geistert der Begriff „Instagrammability" durch die Tourismusbranche. Die Studie ist nur einer von vielen Belegen, dass Instagram im Tourismus eine wichtige Rolle spielt.
Oberbayern ist eine „bildstarke" Destination – perfekt für die Präsentation in visuell orientierten Social Media-Kanälen. Der Oberbayern-Instagram-Account ist ein zusätzlicher Distributionskanal für hochwertigen Content. Die herrlichen Bilder aus Oberbayern sollen auf der beliebten Plattform Menschen in aller Welt inspirieren und ihnen vor Augen halten, wie viele schöne Fleckchen es in Oberbayern gibt und wo sich diese befinden. Auch hier sollen vor allem die eigenen Produkte und die definierten Kernthemen im Mittelpunkt stehen.

Uschi Liebl PR Medientreff

Alle zwei Jahre lädt Uschi Liebl PR Vertreter der Münchner Medien und Kunden ihrer Agentur zur Medien-Veranstaltung „Meet and Greet" ein. Hierbei steht ein lockerer Austausch mit den Medienvertretern im Vordergrund. Gerade für den TOM e.V. ist das eine tolle Möglichkeit, sich den heimischen, lokalen Pressevertretern zu präsentieren, Kontakte aufzubauen und zu pflegen. Unter anderem ergaben sich Gespräche mit der tz, dem SkiMagazin, dem ALPS Magazin sowie einem Vertreter des DAV Panorama-Heftes. Sehr schön war es, dass neben dem TOM e.V. auch München Tourismus an dem Abend vertreten war. So konnte sich der lokale und regionale Tourismus geschlossen den Medien präsentieren und diente als kompetenter Ansprechpartner bei Fragen rund um aktuelle Themen aus dem Freizeit- und Tourismusbereich.

Redaktionsbesuche in Hamburg und Berlin im Dezember

Anstatt des sonst üblichen Presseroundtables im Herbst wurde 2018 auf gezielte Termine mit den definierten Kern-Medien gesetzt. So fuhr das Presseteam des TOM e.V. Anfang Dezember zu Kernmedien in die Medienstädte Hamburg und Berlin zu insgesamt 12 Terminen mit und in den Redaktionen der beiden Städte.
In Hamburg war unser Team unter anderem beim MERIAN, bei GEO Saison und essen & trinken, sowie dem Frauenmagazin VITAL eingeladen. In Berlin traf man sich erwartungsgemäß vermehrt mit freien Journalisten, aber auch mit größeren Verlagen wie der Berliner Zeitung (Axel Springer) und der FAZ.

Die Themenvielfalt der Gespräche reichte von Projekten wie „Ausgezeichnete Bayerische Bierkultur" über Hopfen-Kosmetik bis hin zur Reise des Maximilian II. entlang der Alpen. Aber natürlich konnten wir auch unsere Oberbayern-Produkte wie die Wasser-Radlwege oder auch die Landschaftskino-Wege und Landschaftskino-Loipen platzieren.
Mitte Februar war ein Journalist, der über die Präsentation in Berlin gewonnen werden konnte, bereits auf den oberbayerischen Loipen unterwegs.

DA SCHAU HER!

INNEN-KOMMUNIKATION UND BRANCHENTERMINE

INNEN-KOMMUNIKATION UND BRANCHENTERMINE

„Tue Gutes und sprich darüber“. Dieser Leitsatz gilt nicht nur für die PR-Arbeit nach außen, sondern gerade auch in der Innen-Kommunikation. Es ist von zentraler Bedeutung, dass Partner auch Projekte und Maßnahmen des TOM e.V. kennen. Die Bandbreite der Leistungen ist groß und wächst stetig. Der Bogen spannt sich von der Produktentwicklung über Kommunikationsmaßnahmen, Pressearbeit und Branchenveranstaltungen bis zu digitalen Plattformen im Gäste- und Partnerweb. Unser Tipp: Empfehlen Sie die Leistungen des TOM e.V. und die Mitgliedschaft weiter!

Veranstaltungen des TOM e.V.

Mitgliederversammlung in Erding, Mai 2018

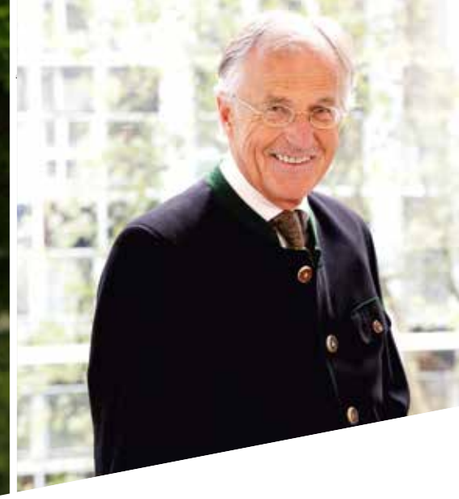
Der TOM e.V. lud am 15. Mai 2018 in die Stadthalle Erding zur 10. Mitgliederversammlung ein. Neben der regulären Tagesordnung verabschiedete sich Robert Salzl aus dem Präsidentenamt und übergab seine ehrenamtliche Position an Klaus Stöttner, Abgeordneter im Bayerischen Landtag und tourismuspolitischer Sprecher der CSU.

Aus höchstens drei Jahren sind fast fünf Jahre geworden.

Robert Salzl bleibt Ehren-Präsident

Robert Salzl,
in München geboren und in Oberbayern aufgewachsen, ist seit vielen Jahrzehnten in der Tourismusbranche beruflich tätig und hat sich darüber hinaus ehrenamtlich in verschiedenen Gremien und Institutionen für die Interessen der Tourismuswirtschaft eingesetzt.
Begonnen hat alles 1962 als Pilot bei der Deutschen Lufthansa. Dort konnte er 34 Jahre lang als Pilot, 28 Jahre davon als Flugkapitän und Ausbilder, die Welt bereisen, verschiedene Kulturen und Lebensweisen kennenlernen. Zusätzlich hat er 25 Jahre lang Managementaufgaben wahrgenommen. Da die Piloten damals bereits mit 55 Jahren pensioniert wurden, bot ihm die Familie Schörghuber eine weitere interessante Aufgabe an. Als Holdingvorstand der Unternehmensgruppe war er von 1996 bis 2006 u. a. zugleich Chef des Flugzeug-Leasing-Unternehmens (Bavaria) und der Arabella Hotelgruppe. Damit verbunden waren besonders auch Tätigkeiten als Mitglied in diversen Aufsichtsräten, Beiräten, Kuratorien und Vereinen.
Als Gründungspräsident hat er gemeinsam mit dem TOM e.V.-Team in den vergangenen fünf Jahren vieles bewegt. Mit dem übergeordneten strategischen Ziel, dass Oberbayern in Europa die beliebteste Destination wird, in der für den Gast einfach alles stimmt, wurden das Logo, die passenden Claims, die Webseiten für externe Partner und Kunden sowie für die Kommunikation mit den Mitgliedern entwickelt und umgesetzt. Eine einheitliche Bild- und Designsprache unterstreicht den eigenen hohen Qualitätsanspruch und hat bereits spürbar zu einem positiven Image des Verbandes und einer hohen Akzeptanz bei den Partnern aber auch in der Wirtschaft und Politik geführt. Als nach Umsatz- und Gästezahlen größter Tourismusverband in Deutschland engagiert sich der TOM e.V. auch in Berlin in Gremien, in denen der Einfluss auf die Gesetzgeber im Bund und sogar in Brüssel am wirkungsvollsten ist. Vor allem dort können die Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft verbessert werden. Zudem konnte das TOM e.V.-Team unter der Präsidentschaft von Robert Salzl wichtige Meilensteine legen: die „Wasser-Radlwege", ein neuer Radweg durch Oberbayern, die „Ausgezeichnete Bayerische Bierkultur", das Qualitätslabel, das oberbayerischem Bier eine neue, edle Strahlkraft verleiht oder die Digitalisierungsoffensive Oberbayern, die Touristiker in Oberbayern fit für das digitale Zeitalter machen soll, sowie ein Kommunikationskonzept mit Webseiten für die Mitglieder und die Öffentlichkeit, um nur einige von zahlreichen wegweisenden Projekten zu nennen.
Bei der Gründung hat er – auch aufgrund seines Alters – angeboten, diese Aufgabe für eine Wahlperiode von höchstens drei Jahren anzunehmen. Nach fast fünf Jahren gab er sein Präsidentenamt anlässlich der Mitgliederversammlung am 15. Mai in Erding ab. Das Präsidium benannte Klaus Stöttner, MdL zu seinem Nachfolger, die Mitgliederversammlung bestätigte diese Entscheidung. In der Mitgliederversammlung am 26. Oktober 2018 in Ettal wurde Robert Salzl zum Ehrenpräsidenten des TOM e.V. ernannt.

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



Oswald Pehel

Geschäftsführer des Tourismus
Oberbayern München e.V.

„Herr Salzl hat den Tourismusverband aus der Taufe gehoben und ihn geprägt. Dank seiner Erfahrung und seinem Netzwerk wurden der Weg für eine erfolgreiche Tourismusarbeit geebnet und die ersten großen Projekte umgesetzt. Auch wenn wir sein Ausscheiden sehr bedauern, verstehen wir seinen Wunsch nur zu gut, Oberbayern nun ganz privat und in Ruhe genießen zu können und seinen persönlichen Hobbys nachzugehen."

Robert Salzl & Oswald Pehel

Robert Salzl

„Ich habe viel von der Welt gesehen. Für mich ist Oberbayern der schönste Flecken dieser Erde – ich bin stolz und dankbar, meinen Beitrag für Oberbayern geleistet zu haben. Und auch wenn es mir nicht leicht fällt, mich nun zurückzuziehen, bin ich nicht aus der Welt und werde die freundschaftlichen Kontakte, die sich zum Beispiel im Präsidium sehr schnell entwickelt haben, weiterhin pflegen. Ich freue mich nun auf eine etwas ruhigere Zeit mit meiner Familie und darauf, dass die spannende Aufgabe in jüngeren Händen liegt. Klaus Stöttner wird seine eigenen Schwerpunkte setzen und mit seinem speziellen Netzwerk dazu beitragen, dass sich der TOM e.V. erfolgreich weiterentwickelt. Ich wünsche ihm dabei ebenso viel Freude und Unterstützung wie ich sie erfahren durfte."

Mitgliederversammlung im Kloster Ettal, Oktober 2018

Bei unserer 11. Mitgliederversammlung, die im Kloster Ettal in der Zugspitz-Region stattfand, konnte unser neuer Präsident Klaus Stöttner von weiter steigenden Gäste- und Übernachtungszahlen in Oberbayern berichten (Übernachtungen +6,1%, Ankünfte +5,6%, durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2,4 Tage). Landrat Anton Speer gab den Anwesenden einen Überblick über die derzeitige Situation im Landkreis Garmisch-Partenkirchen.

Präsident Klaus Stöttner stellte das neue Lobbypapier mit Forderungen an die bayerische Tourismuspolitik vor. Partner sind unter anderem die vbw, WBU, IHK für München und Oberbayern, DEHOGA Bayern, ADAC Südbayern, HBE, Kur- und Heilbäderverband als auch die vier touristischen Regionalverbände in Bayern. Geschäftsführer Oswald Pehel stellte ausführlich die Positionierung für die beiden Kernthemen Wandern und Kultur vor. Zudem gab er einen Überblick über den derzeitigen Status Quo aktueller Projekte im Bereich Radln, Winter und Digitalisierung.

Als Gastredner präsentierte Lars Bengsch vom dwif die Ergebnisse der diesjährigen Tagestourismusstudie in Oberbayern.

Robert Salzl wurde durch das Präsidium und die Mitglieder des TOM e.V. zum Ehrenpräsidenten des Verbandes ernannt. Dies ist auch ein Dankeschön für sein unermüdliches Engagement in der Tourismusbranche und seinen Einsatz, den TOM e.V. aus der Taufe gehoben und als Regionalverband etabliert zu haben. Zudem verabschiedeten die Mitglieder und Kollegen Frau Astrid Juppe, die vier Jahre beim Tourismus Oberbayern München e.V. tätig war. Ab Januar 2019 wird sie eine neue Herausforderung antreten.

Die Präsentationen können Sie unter top.oberbayern.de/tourismusforum herunterladen.

Tourismusforum Oberbayern 2018

Am 10. April fand in Bad Wiessee das 5. Tourismusforum Oberbayern mit mehr als 160 Teilnehmern statt. Die Veranstaltung wird jährlich vom TOM e.V. gemeinsam mit der IHK für München und Oberbayern sowie dem DEHOGA Bayern, Bezirk Oberbayern zu einem wechselnden Leitthema organisiert. Die Digitalisierung hat längst alle Lebensbereiche erfasst und schreitet immer schneller voran. Die oberbayerische Tourismusbranche hat die Zeichen der Zeit erkannt und so heißt es nun, die damit verbundenen Chancen in der Hotellerie, Gastronomie und innerhalb der Tourismusorganisationen optimal zu nutzen. Daher hat der TOM e.V. jüngst eine umfassende Digitalisierungsoffensive für touristische Partner gestartet, die nun auch im besonderen Fokus des letztjährigen Tourismusforums Oberbayern stand.

Ziel der Veranstaltung war es, Teilnehmer auf den aktuellen Stand in Sachen touristischer Digitalisierung zu bringen, gezielt Impulse zu setzen und Möglichkeiten aufzuzeigen, wie die Chancen und Vorteile der Digitalisierung für das eigene Unternehmen, den Tourismusort oder die Destination genutzt werden können. Nach einem Grußwort von Peter Kammerer, stellvertretender Hauptgeschäftsführer IHK für München und Oberbayern, informierten verschiedene Fachreferenten unter anderem zu Themen wie „Digitale Trends und Entwicklungen im Tourismus/Neue Bedürfnisse zukünftiger Gäste" (Anja Kirig, Zukunfts- und Trendforscherin), „Unternehmenskultur im Zeitalter der Digitalisierung" (Prof. Dr. Mario Jooss, FH Salzburg) und „All you need is … – Verständnis der Customer Journey für Hotelgäste" (Philipp Ingenillem, Online Birds GmbH). Der Geschäftsführer des TOM e.V., Oswald Pehel, stellte zudem das im März 2018 gestartete Gemeinschaftsprojekt „Start einer Digitalisierungsoffensive für den Tourismus Oberbayern – Echt Digital" vor.

Spannend waren auch die jeweils 90-sekündigen Kurzvorträge, bei denen insgesamt sechs touristische Start-up-Unternehmen die Gelegenheit nutzten, sich und ihre Lösungsstrategien und Angebote vorzustellen. Im Anschluss präsentierten Petra Berger von Tegernseer Tal Tourismus und Fabien Grzimek vom Park-Hotel Egerner Höfe ihre konkreten, digitalen Konzepte als Best Practice-Beispiele, ehe die Veranstaltung mit einer Zusammenfassung des Tages durch Frank-Ulrich John, Geschäftsführer Kommunikation DEHOGA Bayern, endete.

5.
Tourismusforum Oberbayern

160 Teilnehmer

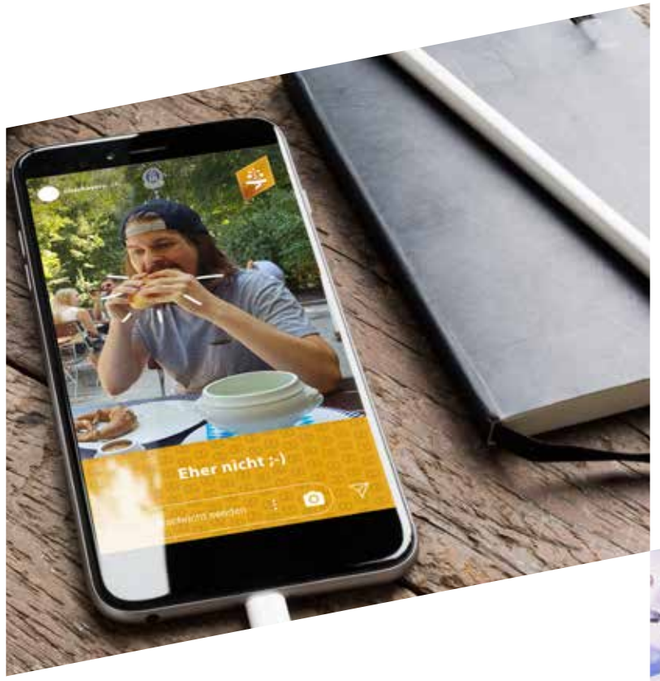
Digitalisierung im touristischen Sektor

Chancen und Vorteile der Digitalisierung

ANSPRECHPARTNER
Eva Sturm
eva.sturm@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 13

PR-Experten unter sich – der jährliche PR-Abstimmungstermin

Ende November lud der TOM e.V. die oberbayerischen PR-Experten zum jährlichen PR-Abstimmungstreffen ein.
Das Treffen fand unter dem Thema „Content Marketing" in der DINZLER Kaffeerösterei am Irschenberg statt.
Neben den jährlichen Berichten durch Uschi Liebl PR und den TOM e.V. zu den gemeinsamen Presseaktivitäten aus dem letzten Jahr war diesmal der Content-Experte Mischa Wendel, Saint Elmo's Tourismusmarketing, als Referent zu Gast. Mischa Wendel sprach über Best Practice-Beispiele von touristischen Destinationen und Unternehmen aus dem Tourismus, die Content-Marketing-Kampagnen bereits erfolgreich umgesetzt haben.
Im Anschluss stellte der TOM e.V. die geplante Umstellung in der Pressearbeit vor: weg von der klassischen, oft eindimensionalen PR-Arbeit, hin zu einem 360°-Ansatz, der Offline- und Onlinemedien gleichermaßen bedienen soll. Weitere Informationen dazu finden Sie auch auf Seite 36.



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

Wir für Sie vor Ort

Der TOM e.V. ist Sprachrohr und Anwalt für die oberbayerischen Destinationen. Deshalb ist es wichtig, ein offenes Ohr zu haben für die Anliegen der Tourismuspartner vor Ort. Präsident Klaus Stöttner und Geschäftsführer Oswald Pehel waren 2018 immer wieder in regionalen Tourismusausschüssen, bei Tourismustagen oder politischen Netzwerktreffen. Der TOM e.V. bündelt die Anliegen der Partner und engagiert sich dafür, Themen in die Politik zu tragen und konkrete Lösungen zu erreichen.

Regionalmessen 2018

Die diesjährige Präsentation auf den Regionalmessen wurde durch eine neue entworfene Deckeninstallation mit integriertem Logo und neuen Bildern aufgewertet. Der TOM e.V. bietet auf der CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, f.re.e München und der Messe 66 den Partnern ein gemeinschaftliches Dach. Zudem war der TOM e.V. auf der erstmalig stattfindenden CMT Rad vertreten. Die Möglichkeit, durch einen eigenen Oberbayern-Stand in der Radlhalle und dem Beteiligungsangebot ihre Radbroschüre dort zu präsentieren, fand bei den Plus-Mitgliedern großen Anklang. Ein weiterer erstmaliger Mehrwert für die Plus-Mitglieder des Verbandes war der Oberbayern-Counter auf der TourNatur in Düsseldorf. Hier konnten die Partner eine Aktivbroschüre auslegen.

Outdoor-Messen 2018

2018 präsentierte sich der TOM e.V. erstmalig mit seinem neuen X-Gloo-Zelt: im April auf dem Sattelfest, im Mai bei den E-Bike-Days im Olympiapark München und im Juli auf der BR-Radltour in Mühldorf am Inn. Bei allen drei Outdoor-Messen konnten sich Plus-Mitglieder kostenfrei und Basis-Mitglieder gegen eine geringe Gebühr mit zwei Radbroschüren beteiligen. Der TOM e.V. war für seine Partner vor Ort im Einsatz und informierte die Besucher über ihre Angebote in den Regionen.

ITB 2018

Vom 07. bis 11. März fand in Berlin wieder die Leitmesse der weltweiten Reisebranche, die ITB, statt. Eröffnet wurde die Fachmesse am Dienstag, den 06. März von Bundeskanzlerin Angela Merkel.
Auch in diesem Jahr wurde die Bayern-Halle mit dem „Best of Best Exhibitor Award" ausgezeichnet. Rund 100 bayerische Aussteller, darunter 9 oberbayerische Partner, präsentierten sich unter dem Bayern-Dach. Am ersten Messetag begrüßten wir die Bayerische Staatsministerin für Umwelt und Verbraucherschutz Ulrike Scharf und den Bundestagsabgeordneten Dr. Peter Ramsauer am Oberbayern-Stand. Staatssekretär Franz Pschierer stattete den oberbayerischen Partnern bei seinem Rundgang ebenfalls einen Besuch ab. Der TOM e.V. präsentierte im Rahmen einer Pressekonferenz vielen Medienvertretern den neuen oberbayerischen Fernradlweg „Wasser-Radlwege Oberbayern". Vizepräsidentin Angela Inselkammer begrüßte alle Anwesenden, während Oswald Pehel und Max Berger die Angebote im Detail und den Streckenverlauf des neuen Radl-Leitproduktes vor vielen interessierten Pressevertretern präsentierten.

Zudem war der TOM e.V. beim Medientreff seiner PR-Agentur Uschi Liebl und stärkte dabei unser Medien-Netzwerk vor Ort.
Am Rande der Messe fanden Besprechungen, Interviews oder einfach Zaungespräche mit Partnern statt, die insgesamt zum Erfolg der Fachmesse beitrugen.
Insgesamt ging von der ITB 2018 ein starkes Signal aus: das TOM e.V.-Netzwerk stärken, Fachbesucher über Projekte und Vorhaben informieren und so insgesamt zum Erfolg der ITB beitragen.

Oberbayern war beim Auftakt der BR-Radltour 2018 mit dabei!

Ab 17.00 Uhr strömten die Besucher auf das Rennbahngelände in Mühldorf am Inn und ließen sich an diversen Infoständen beraten. Auch wir waren mit dabei und informierten die Besucher über Radl-Aktivitäten in Oberbayern. Ab 21.00 Uhr feierten 10.000 Besucher mit dem Live-Act Milow und anschließend mit der Bayern 3-Band bis Mitternacht.

ITB

100
bayerische Aussteller

9
oberbayerische Partner

ANSPRECHPARTNER
Eva Sturm
eva.sturm@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 13

Erlebniswelt Welcome-Lounge am Flughafen München

2017 eröffnete die Bayern Tourismus Marketing GmbH die Welcome-Lounge am Flughafen München. 2018 hatten die touristischen Partner die Möglichkeit, sich wochenweise in der Lounge zu präsentieren.
Der TOM e.V. ist der erste Verband, der die Möglichkeit 2018 genutzt hat. Oberbayern war insgesamt 15 Wochen durch Partner aus den Regionen präsent. Im Frühjahr belegten der TOM e.V., der Tourismusverband Pfaffenwinkel, die Landeshauptstadt München und die Stadt Erding die Lounge. Im Sommer übernahm die Landeshauptstadt München sechs Wochen, danach folgten die Stadt Freising und die gwt StarnbergAmmersee.
Die Regionen waren durch die Logo-Präsentation auf der Prospekt-Stele und durch (Bewegt-) Bildmaterial auf dem hinteren Monitor präsent. Zudem konnten die Kollegen Ankommende und Wartende über ihre Regionen und touristischen Highlights informieren.

Rückblick: Dein Winter. Dein Sport. Summit

Der „Dein Winter. Dein Sport. Summit" gastierte 2018 erstmalig im Kurhaus in Bad Tölz. Neben den Initiatoren der Pro-Wintersport-Initiative luden der Tölzer Land Tourismus und die Stadt Bad Tölz am Mittwoch, den 14. November ein. Im Fokus standen an diesem Abend interessante Vorträge, u. a. von Prof. Roth (Deutsche Sporthochschule Köln), und weitere spannende Diskussionsrunden mit namhaften Sportlern aus der Region und Teilnehmern aus Politik, Wirtschaft, Naturschutz und Tourismus.
Oswald Pehel unterstrich in der Diskussion die Wichtigkeit des Wintersports und der Winteraktivitäten für die Tourismusregion Oberbayern. An den Saison-Randzeiten helfen die oberbayerischen Leitprodukte „Landschaftskino-Wege" und „Landschaftskino-Loipen" dabei, Angebotsalternativen in schneearmen Zeiträumen zu bieten.

Welcome-Lounge am Flughafen München

ANSPRECHPARTNER
Eva Sturm
eva.sturm@oberbayern.de
Tel.: 089-63 89 58 79 13

Pressegespräch der Alpen Plus Partner

Auch 2018 lud der Alpen Plus Skiverband vor der beginnenden Skisaison 2018/2019 zum jährlichen Pressegespräch ein. Präsentiert wurden Neuigkeiten und Investitionen aus den Partnerskigebieten Sudelfeld, Wallberg, Brauneck-Wegscheid sowie Spitzingsee-Tegernsee. Als Erfolg konnte unter anderem verbucht werden, dass das Gebiet Brauneck-Wegscheid durch die Übernahme der Finstermünzkessel-Lifte durch die Brauneck-Wallbergbahnen GmbH weiter betrieben werden kann. So konnte das Angebot der bisherigen Lift- und Pistenstruktur im Skigebiet gesichert werden. Zudem wurden die Veranstaltungen der Wintersaison bekanntgegeben und auch die Preisstruktur der klassischen Verbundkarte und der Alpen Plus Gletscher Card vorgestellt. Diese wurde in Kooperation unter anderem mit dem Stubaier Gletscher angeboten.

Pressegespräch der Alpen Plus Partner

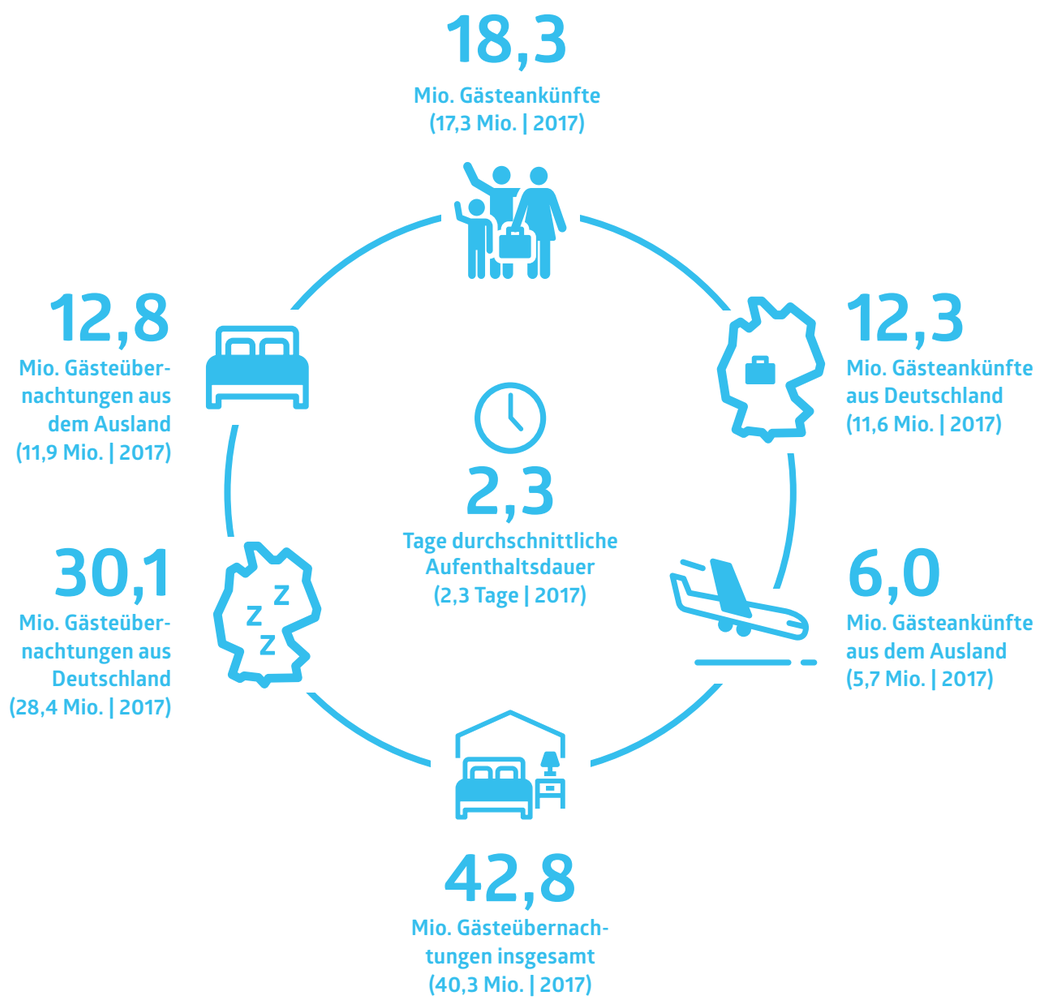
v. l. n. r. Axel Müller
Harry Gmeiner
Egid Stadler
Antonia Asenstorfer
Peter Lorenz

RESPEKT!

STATISTIKEN

STETIG STEIGENDE TOURISMUS-ZAHLEN IN OBERBAYERN

Der Rückblick auf das Tourismusjahr 2018 fällt sehr positiv aus. Die Gäste- und Übernachtungszahlen stiegen auf ein bisher nie dagewesenes Allzeithoch. Wachstumsmotor war die Landeshauptstadt München, aber auch viele ländliche Urlaubsregionen konnten ihr Tourismusvolumen ausbauen. Ein Grund war sicherlich der „Jahrhundertsommer“, aber auch die richtigen Weichenstellungen in den Bereichen Profilierung, Produktentwicklung und Marketing zeigten ihre Wirkung.



Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern

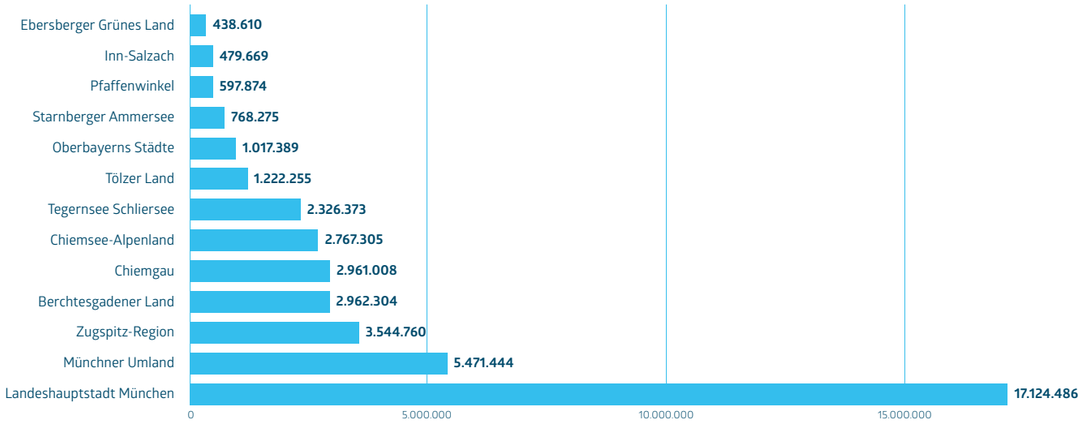
Gästeankünfte und -übernachtungen Januar – Dezember 2018

	Auslastung der angebotenen Betten	Durchschn. Aufenthaltsdauer	Gästeankünfte				Gästeübernachtungen			
	in %	in Tagen	aus der BRD	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %	aus der BRD	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %
Oberbayern	**50,5**	**2,3**	**12 264 217**	**6 025 967**	**18 290 184**	**5,7**	**30 051 794**	**12 796 135**	**42 847 929**	**6,3**
Bayern	46,5	2,5	29 183 286	9 933 955	39 117 241	4,9	78 209 915	20 490 203	98 700 118	4,6
Kreisfreie Städte										
Ingolstadt	42,1	1,7	236 838	95 975	332 813	7,8	391 655	168 367	560 022	9,0
München	60,5	2,1	4 507 912	3 758 082	8 265 994	6,5	8 755 153	8 369 333	17 124 486	9,3
Rosenheim	51,3	1,6	109 095	34 212	143 307	24,8	171 881	55 588	227 469	23,0
Landkreise										
Altötting	35,7	2,2	112 297	19 434	131 731	6,3	238 188	50 646	288 834	8,0
Berchtesgadener Land	49,4	3,8	608 185	163 951	772 136	3,8	2 590 971	371 333	2 962 304	2,6
Bad Tölz-Wolfratshausen	39,5	3,1	365 367	33 107	398 474	2,8	1 141 283	80 972	1 222 255	1,8
Dachau	41,0	2,4	120 474	30 491	150 965	-1,7	291 489	66 554	358 043	7,3
Ebersberg	43,7	2,1	166 593	44 699	211 292	-1,5	343 927	94 683	438 610	-1,5
Eichstätt	37,7	1,9	374 075	84 651	458 726	3,2	750 315	139 165	889 480	2,7
Erding	53,9	1,5	537 929	340 905	878 834	4,5	818 988	496 392	1 315 380	3,3
Freising	48,2	1,5	424 170	243 999	668 169	4,1	677 574	337 455	1 015 029	5,8
Fürstenfeldbruck	39,9	2,2	116 453	24 105	140 558	6,4	252 236	57 498	309 734	9,6
Garmisch-Partenkirchen	48,2	3,0	908 487	283 515	1 192 002	6,7	2 883 317	661 443	3 544 760	6,3
Landsberg am Lech	39,2	2,3	96 331	25 601	121 932	7,8	227 113	49 584	276 697	3,5
Miesbach	45,6	3,1	658 716	93 202	751 918	4,3	2 109 311	217 062	2 326 373	2,4
Mühldorf am Inn	35,1	2,1	76 659	12 376	89 035	0,6	165 730	25 105	190 835	-3,4
München	45,6	1,9	914 680	401 662	1 316 342	6,2	1 692 750	780 508	2 473 258	5,8
Neuburg-Schrobenhausen	34,1	2,4	60 087	8 485	68 572	5,6	137 712	23 743	161 455	9,3
Pfaffenhofen an der Ilm	38,4	1,9	117 459	37 848	155 307	0,0	228 420	67 492	295 912	7,0
Rosenheim	48,1	3,2	674 290	125 605	799 895	1,9	2 300 173	239 663	2 539 836	1,8
Starnberg	42,9	2,6	258 418	42 300	300 718	5,7	660 677	107 598	768 275	8,6
Traunstein	40,9	3,9	664 696	98 269	762 965	8,6	2 677 745	283 263	2 961 008	5,2
Weilheim-Schongau	49,7	3,3	155 006	23 493	178 499	6,6	545 186	52 688	597 874	4,2

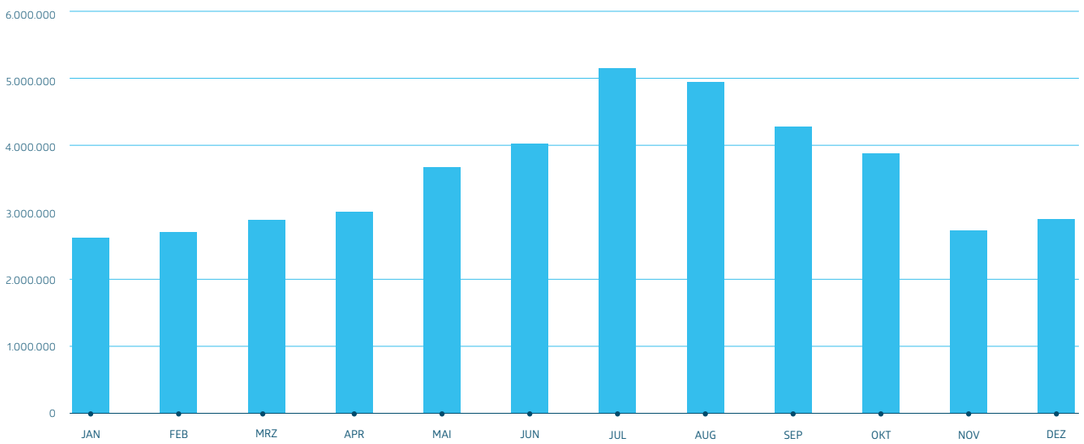
Datengrundlage aller Zahlen auf Seite 51 bis 56 ist das Bayerische Landesamt für Statistik.

Übernachtungszahlen in Oberbayern

Übernachtungen in den Tourismusregionen 2018

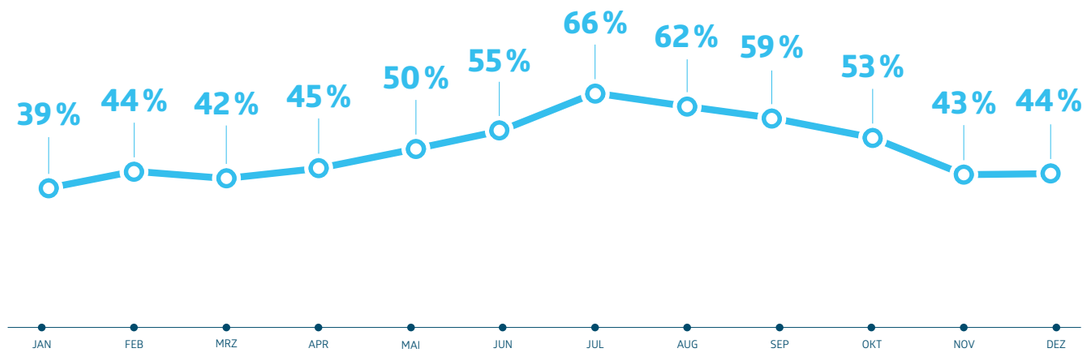


Übernachtungen im Jahresverlauf nach Monaten in Oberbayern 2018



Auslastungs-Höhepunkt im Juli

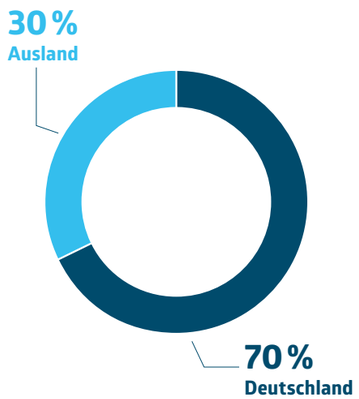
Bettenauslastung 2018



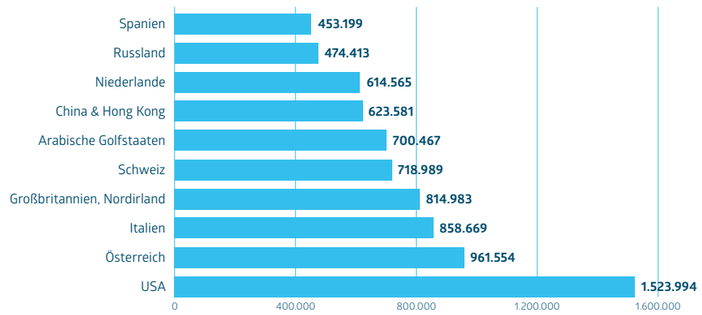
Ein Sehnsuchtsziel für die Welt

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 2018



SAUBER!

FINANZEN

Der TOM e.V. konnte seine Tourismusaktivitäten sowohl in Richtung der Partner als auch in Richtung der Marktbearbeitung 2018 weiter ausbauen. Stets wird auf eine hohe Effizienz der eingesetzten Mittel geachtet, um einen möglichst großen Mehrwert bieten und den Tourismusstandort Oberbayern insgesamt stärken zu können.

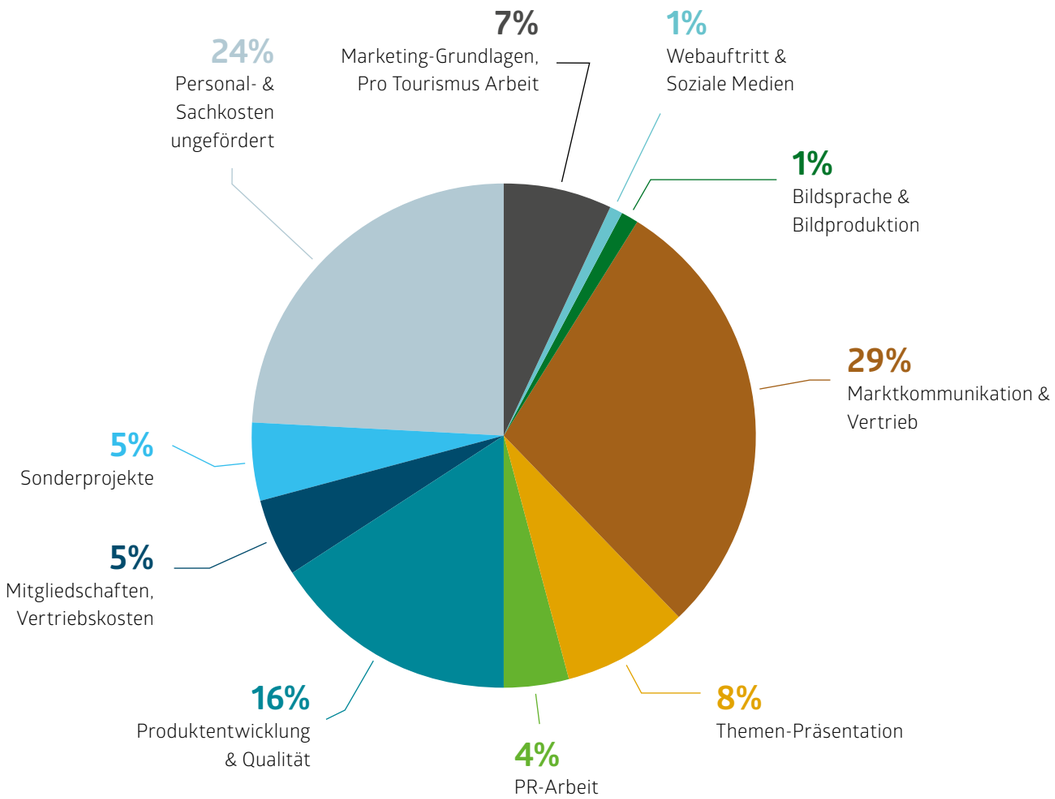
FINANZPLANUNG UND -BERICHTE

Prüfung der Jahresrechnung 2017

Die Abschlussprüfung für das Geschäftsjahr 2017 konnte bereits zur ersten Mitgliederversammlung 2018 abgeschlossen und präsentiert werden. Die Wirtschaftsprüfung Florentz & Partner attestierte dem TOM e.V. abermals einen uneingeschränkten, positiven Prüfvermerk. Somit konnte die Entlastung von Präsidium und Geschäftsführung in der Mitgliederversammlung in Erding am 15.05.2018 beantragt werden. Die Mitglieder bestätigten diese einstimmig.

Mittelverwendung 2018

Die folgende Auswertung zeigt, dass 76% des gesamten TOM e.V.-Haushaltes in konkrete Maßnahmen fließt. Während die Ausgaben für Projekte angewachsen sind, sind die Personal- und Sachkosten in der relativen Betrachtung sogar gesunken. Die wichtigsten Ausgabensegmente waren 2018 die Marktkommunikation, die Produktentwicklung, die Themen-Präsentation und die Pressearbeit. Ein Großteil der Projekte konnte durch Landesmittel kofinanziert werden. Dadurch entsteht ein erheblicher Mehrwert – für jedes einzelne Mitglied, aber auch den Tourismusstandort Oberbayern insgesamt.



76%

der TOM e.V.-Mittel fließen in konkrete Projekte, Produkte und Kommunikation. Das stärkt den gesamten Tourismusstandort und bringt Leistungen für jedes einzelne Mitglied.

Hohe Transparenz: Der TOM e.V. unterzieht sich jährlich freiwillig einer umfassenden Wirtschaftsprüfung.

Haushaltsplanung 2019

Die in der Mitgliederversammlung am 25.10.2018 beschlossene Haushaltsplanung stellt sich folgendermaßen dar:

Einnahmen	in EUR	Ausgaben	in EUR
Saldo aus 2018	**50.000,00**	Projekte Förderanteil 85%	**737.000,00**
Mitgliedsbeiträge	**457.000,00**	Sonderprojekte Digitalisierung	**100.000,00**
Fördermittel	**737.000,00**	Projekte Eigenmittel 15%	**147.705,88**
Sondermittel Digitalisierung	**100.000,00**	Personal- und Sachkosten	**290.000,00**
Beteiligungen	**100.000,00**	Steuer- und Zuschussabgleich 2017	**50.000,00**
		Eigene Projektmittel	**119.294,12**
Summe	**1.444.000,00**	**Summe**	**1.444.000,00**

Entsprechende Verschiebungen infolge von Änderungen im Gesamtfördervolumen für den TOM e.V. werden eingearbeitet, aktualisiert und in der 1. Mitgliederversammlung 2019 präsentiert.

Für das laufende Geschäftsjahr 2019 ergibt sich laut vorzeitigem Maßnahmenbeginn folgende Aufgliederung der geförderten Projekte:

Budgetpositionen	Eigenmittel	Staatsmittel	Zuwendungsfähige Ausgaben
Aufbau Marketing-Grundlagen			**50.000,00**
Innenmarketing und Pro Tourismus Kampagnen			**60.000,00**
Qualitätsmanagement			**85.000,00**
Sonderprojekt Digitalisierung			**100.000,00**
Produktentwicklung Radln, Winter und sonstige Themen			**100.000,00**
Webauftritt/Soziale Medien			**50.000,00**
Bildsprache/Bildproduktion			**20.000,00**
Marktkommunikation/Vertrieb			**300.000,00**
Präsentation (Kernthema Kultur, zentrales Printprodukt)			**90.000,00**
PR-Arbeit			**50.000,00**
Marketingkooperationen, Distribution, Sonstiges			**30.000,00**
Projektmanagement			**50.000,00**
Summe	**147.750,00**	**837.250,00**	**985.000,00**

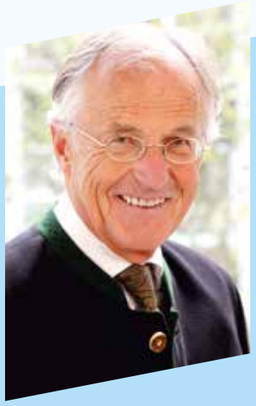
Der endgültige Bewilligungsbescheid für 2019 liegt bis dato noch nicht vor. Der aktuelle Sachstand in Sachen Landesmittel wird im Rahmen der Mitgliederversammlung am 20.05.2019 in Neuburg a. d. Donau präsentiert.

MITEINANDER SAMA STARK

DER TOM E.V.

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

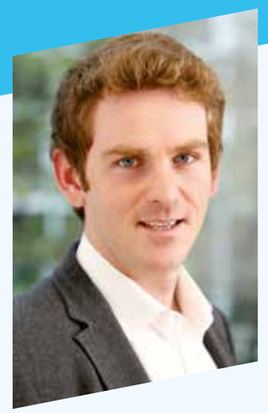
Daniela Cermakova
Stellvertretende Geschäftsführung
Strategische Planung und Koordination
Wissensmanagement, Marketing, PR,
Themenmanagement Kultur
E-Mail: daniela.cermakova@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79 10



Robert Salzl
Ehren-Präsident
E-Mail: robert.salzl@oberbayern.de

Klaus Stöttner
Präsident
Repräsentanz und Netzwerkaufbau in
Politik und Wirtschaft, Leiter Finanzausschuss,
Leiter Personalausschuss
E-Mail: klaus.stoettner@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79 0

Wir sind für Sie da!



Maximilian Berger
Projektmanager
B2C-Themen- und Produktmanagement Radln,
Wandern, Winter, Presse, Service
E-Mail: max.berger@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79 12

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

Astrid Juppe
Projektmanagerin
B2B-Projekte, Online-Medien, Messen,
Weiterbildungsprogramm, Service
(bis Ende 2018)

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

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

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

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

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

„Stellvertretend für den bayerischen Hotel- und Gaststättenverband bringe ich mich beim TOM e.V. ein. Für uns ist von entscheidender Bedeutung, dass die Tourismusstruktur und Organisation in Bayern bestens funktionieren – einen wesentlichen Beitrag dazu leistet der TOM e.V. Es macht viel Freude zu sehen, was zum Wohle unserer Betriebe und Gäste alles entstehen kann.“

Klaus Stöttner
Präsident TOM e.V. und Tourismuspolitischer Sprecher der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag

„Wir vom TOM e.V. verfolgen eine Vision: Oberbayern hat in unseren Augen das Potenzial, zur erfolgreichsten, beliebtesten und bekanntesten Reisedestination in Europa zu werden.“

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Thorsten Unseld
Kaufmännischer Leiter Tourismus des Marktes Garmisch-Partenkirchen
Oberbayerische Destinationen

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

Wolfgang Puff
Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes 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.“

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

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

Stand 31.12.2018

Organisation, Gremien und Mitglieder

Fachbeirat

VORSITZENDER

Klaus Götzl
Stellv. Geschäftsführer,
gwt Starnberg GmbH

STELLVERTRETENDER VORSITZENDER

Günther Pech
Geschäftsführer,
Stadtmarketing
Große Kreisstadt Erding

MITGLIEDER

Georg Ansmann
Leiter der Abteilung Marketing,
München Tourismus

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

Stephanie Fichtl
Marketing Leiterin,
Markt Garmisch-Partenkirchen

Harald Gmeiner
Vorstand,
Alpenregion Tegernsee
Schliersee Kommunalunternehmen

Lydia Hofherr
Geschäftsführerin,
Posthotel Hofherr

Jens Huwald (bis Juli 2018)
Geschäftsführer,
Bayern Tourismus Marketing GmbH

Barbara Radomski (ab August 2018)
Geschäftsführerin,
Bayern Tourismus Marketing GmbH

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

Sigrid Resch
Geschäftsführerin,
Burghauser Touristik GmbH

Stephan Semmelmayr
Geschäftsführer,
Chiemgau Tourismus e.V.

Dr. Andreas Wüstefeld
Fachbereichsleiter Tourismus:
Tourismusförderung/Marketing/PR,
Tölzer Land Tourismus

Martin Drognitz (bis Februar 2018)
Referatsleiter Mittelstand, Handel,
Tourismus, Dienstleistungen
IHK für München und Oberbayern

Christian Nordhorn (ab März 2018)
Referent Tourismus, Freizeit- und
Gesundheitswirtschaft
IHK für München und Oberbayern

Finanzausschuss

VORSITZENDER

Klaus Stöttner
Präsident TOM e.V.

MITGLIEDER

Wolfgang Altmüller
Ehrenamtlicher Präsident des Genossenschaftsverbandes e.V., Vorstandsvorsitzender der VR meine Raiffeisenbank eG

Peter Kammerer
Stellv. Hauptgeschäftsführer,
IHK für München und Oberbayern

Josef Niedermaier
Landrat,
Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen

Personalausschuss

VORSITZENDER

Klaus Stöttner
Präsident TOM e.V.

MITGLIEDER

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

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

Martin Wolf
Landrat,
Landkreis Pfaffenhofen a. d. Ilm

Strategieausschuss

VORSITZENDE

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

MITGLIEDER

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

Thorsten Unseld
Kaufmännischer Leiter Tourismus des
Marktes Garmisch-Partenkirchen

Franz Rasp
1. Bürgermeister,
Markt Berchtesgaden

Mitglieder

PLUS-MITGLIEDER

Alpenregion Tegernsee Schliersee KU
Berchtesgadener Land Tourismus GmbH
Bezirk Oberbayern
Burghauser Touristik GmbH
Chiemgau Tourismus e.V.
Chiemsee Alpenland Tourismus GmbH
Garmisch-Partenkirchen Tourismus
Gemeinde Schliersee
Große Kreisstadt Erding
gwt Starnberg GmbH
Landeshauptstadt München
Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen
Landkreis Dachau
Landkreis Ebersberg
Landkreis Erding
Landkreis Freising
Landkreis Fürstenfeldbruck
Landkreis München
Landkreis Neuburg Schrobenhausen
Landkreis Pfaffenhofen a.d. Ilm
Private Brauereien Bayern e.V.
Stadt Bad Tölz
Stadt Fürstenfeldbruck
TV Ammersee-Lech
TV Pfaffenwinkel
TV 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 Jachenau
Gemeinde Kochel am See
Gemeinde Lenggries
Gemeinde Ruhpolding
Gemeinde Sachsenkam
Handelsverband Bayern e.V.
Hopfenland Hallertau Tourismus e.V.
Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern
Ingolstadt Tourismus & Kongress GmbH
Kreisstadt Mühldorf am Inn
Landesverband Bauernhof- und
Landurlaub Bayern e.V.
Predigtstuhlbahn GmbH & Co. KG
Stadt Altötting
Stadt Dachau
Stadt Freising
Stadt Geretsried
Stadt Neuburg an der Donau
Stadt Wolfratshausen
Tourist Information Waging am See
Unternehmensberatung Robert Salzl
RT Touristik
Predigtstuhlbahn GmbH & Co. KG
Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee

FÖRDER-MITGLIEDER

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

* Stand: 31. Dezember 2018

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, Eva Sturm

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

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

BILDNACHWEISE:
Cover, S.01–S.13, S.14, S.16, S.17, S.19, S.21–22, S.27–32, S.34–35, S.36, S.37–41, S.43–45, S.47, S.49–63 Oberbayern.de | S.02, S.42 Adobe Stock | S.13 GG | S.16 Landratsamt Freising | S.19 Deutsche Alpenstraße e.V. | S.24, S.28 Bayern Tourist GmbH | S.33 Lilies Diary | S.33 ADFC Bayern | S.36, S.46 Bayern Tourismus Marketing GmbH | S.48 Alpen Plus | S.63 Robert Salzl | S.64 München Tourismus | S.64 Brauereigasthof Hotel Aying | S.65 VR meine Raiffeisenbank | S.65 Große Kreisstadt Erding | S.65 Landkreis Pfaffenhofen a. d. Ilm | S.65 Markt Berchtesgaden | S.65 Markt Garmisch-Partenkirchen | S.65 Handelsverband Bayern e.V. | S.65 Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen