Jahresbericht 2014

Tourismus Oberbayern München

Jahresbericht 2014

Tourismus Oberbayern
München e.V.

04 Grußwort des Präsidenten

06 Grußwort des Geschäftsführers

08 **01 | Sehnsuchtsregion Oberbayern**

12 **02 | Projekte in Oberbayern**

18 **03 | Wirtschaftsbericht für das Geschäftsjahr 2014**

19 Statistiken in Worten und Zahlen

20 Natur und Erholung

22 Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern

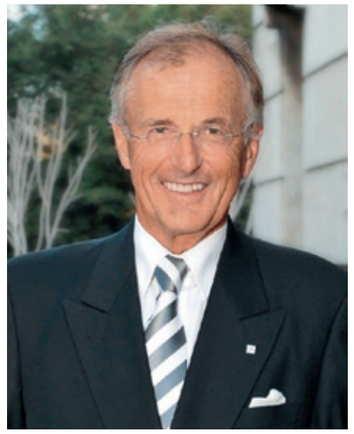
24 Finanzierung TOM e.V.

25 Haushaltsplan 2015 / Karte Tourismusregionen

26 Das Präsidium

30 Organisation, Gremien und Mitglieder des TOM e.V.

31 Impressum



Sehr geehrte Mitglieder, liebe Freunde und Partner,

nachdem wir den neuen Tourismusverband für Oberbayern und München, eingetragen als Tourismus Oberbayern München e.V., am 8. November 2013 gegründet haben, liegt hiermit das erste vollständige Geschäftsjahr hinter uns. Mit diesem Jahresbericht 2014 sollen nun nicht nur die berichtspflichtigen Zahlen dokumentiert werden. Vielmehr möchten Präsidium und Geschäftsführung einen Eindruck darüber vermitteln, wie die Chancen des Neuanfangs genutzt wurden, eine zukunftsorientierte Organisation aufzubauen und wieder eine gemeinsame Basis für die Zusammenarbeit aller in der oberbayerischen Tourismuswirtschaft tätigen Menschen und Institutionen zu schaffen.

Um die vielen anstehenden Aufgaben möglichst ohne administrativen Zeitverzug zu beginnen, hatte sich das Präsidium dafür entschieden, die Geschäftsführung zunächst von einem externen Interimsmanagement wahrnehmen zu lassen. Die Wahl fiel auf die K2K GmbH, deren Geschäftsführerin, Frau Kornelia Kneissl, zugleich die Rolle der Geschäftsführerin für den TOM e.V. übernahm. Mit großem Engagement haben sich Frau Kneissl und ihr Team dafür eingesetzt, die Grundlagen für einen erfolgreichen Aufbau des neuen Vereins zu schaffen und von Anfang an darauf zu achten, dass dieser den erheblichen Anforderungen seitens der Ministerien, Behörden und Kommunen gerecht wird. Da die meisten Mitgliedsbeiträge und die notwendigen Fördergelder aus Steuergeldern finanziert werden, besteht ein besonders hoher Anspruch an den korrekten Mitteleinsatz, an eine klar nachvollziehbare Dokumentation aller Entscheidungsprozesse und die Beachtung der jeweils aktuell gültigen Vergabeverfahren sowie Förderrichtlinien und die Kenntnis über die jeweiligen Zuständigkeiten.

Unabhängig von der Erfüllung dieser administrativen Pflichtaufgaben haben sich das Präsidium und dessen Ausschüsse zusammen mit der Geschäftsführung mit den Sachthemen beschäftigt, auf die die Mitglieder und Geschäftspartner zum Teil schon lange gewartet haben. Eine wichtige Unterstützung bildet dabei der Fachbeirat, der seine Aufgabe im April 2014 aufgenommen hat. Zur Absicherung der geplanten und der bereits initiierten Aktivitäten wurde im Rahmen einer großen Umfrage eine Bedarfsanalyse erstellt, die wichtige Hinweise auf die Erwartungen der aktuellen und der potenziellen Mitglieder ergeben hat.

Alle Beteiligten waren in dieser spannenden Aufbauphase des vergangenen Jahres begeistert dabei, die Voraussetzungen zu schaffen, unsere selbst entwickelte Vision zu verwirklichen und die dazugehörige Strategie möglichst bald umzusetzen. Sie lauten: Oberbayern mit seiner attraktiven Stadt München wird das beliebteste Reiseziel in Europa, denn wir werden in allen Bereichen „best of class“ und steigern die Qualität unserer Angebote überall dort, wo wir noch Potenzial haben. Gemeinsam. Und mit dem Wissen in einer der schönsten Regionen der Welt zu leben, die auch besonders geprägt ist von der Symbiose der Stadt München mit ihrem Umland. Einer der vielen Vorteile ist die Möglichkeit der Gäste, aus der Stadt heraus relativ schnell in die herrliche Natur zu kommen – und für die Landurlauber, gerade bei schlechtem Wetter, die vielfältigen Angebote Münchens zu nutzen.

Als Vorsitzender des Präsidiums muss ich bekennen, dass es sehr viel Freude macht, zu erleben, wie die einzelnen Mitglieder dieses Gremiums, die im Tourismusmarkt zweifellos auch als Wettbewerber untereinander auftreten, die gemeinsamen Interessen in den Vordergrund stellen und sich für gewinnbringende Kooperationen auf allen Feldern einsetzen. Seien es die Vertretung untereinander abgestimmter Meinungen gegenüber der Politik, seien es Maßnahmen zur Verbesserung der Qualität oder gemeinsame Produktangebote, deren Marketingmaßnahmen immer auch eng mit der Bayern Tourismus Marketing GmbH abgestimmt werden.

Mit dem Jahreswechsel wurde der Servicevertrag mit der K2K GmbH beendet, zumal Frau Kornelia Kneissl ihre Aufgabe als Geschäftsführerin zur Mitgliederversammlung am 25.11.2014 niedergelegt hat und Herr Oswald Pehel sofort als fest angestellter Geschäftsführer begonnen und ein eigenes Team und eine eigene Geschäftsstelle aufgebaut hat.

Damit hat Herr Pehel zugleich viele im Jahr 2014 begonnene Projekte übernommen, die in diesem Bericht vorgestellt werden. Aus diesen ist dann der lange erwartete konkrete Marktauftritt zu ersehen, für dessen Grundlagenaufbau und zu dessen soliden Vorbereitung das Jahr 2014 eine wichtige Rolle gespielt hat. Das Präsidium wünscht Herrn Pehel viel Erfolg bei der Umsetzung und in der Zusammenarbeit mit den vielen, wichtigen Partnern im oberbayerischen Tourismus. Nach der bewährten Devise: Nur gemeinsam sind wir stark.

Im Namen des Präsidiums wünsche ich Ihnen allen ein erfolgreiches Jahr 2015 und viel Freude bei der Zusammenarbeit mit dem TOM e.V.

Robert Salzl
Präsident TOM e.V.

Liebe Mitglieder und Tourismuspartner,

die Tourismusregion Oberbayern München gehört schon heute laut Eurostat zu den 18 stärksten Destinationen in Europa was Gästeankünfte und Übernachtungen betrifft. Das liegt nicht nur an der touristischen Infrastruktur wie den Bettenangeboten in allen Kategorien, den Freizeitangeboten in allen vier Jahreszeiten und den starken Events in den angeschlossenen Destinationen.

Oberbayern lebt von den im Tourismus so wichtigen Imagefaktoren. In den Themenbereichen Kunst und Kultur, Tradition und Brauchtum, Kulinarik oder körperliche und seelische Gesundheit werden sofort Bilder wach, die sich rund um die Landeshauptstadt München und die Oberbayerischen Destinationen in Nord und Süd gruppieren. Letztlich ist Oberbayern der Markenkern Bayerns. Das ist ein starker emotionaler Mehrwert, der uns von anderen, häufig künstlich geschaffenen Urlaubsregionen abhebt und Reiseentscheidungen zu unseren Gunsten beeinflusst.

Seit der Neugründung des Tourismus Oberbayern München e.V. am 8. November 2013 wurde viel Aufbauarbeit geleistet, um die Tourismusebene wieder ins Leben zu rufen und die Angebote der Tourismusorte und Destinationen sinnvoll und großräumig zu bündeln. Diese Aufgabe ist wichtiger denn je. Trotz starker Destinationen in den Landkreisen, in den Städten und Gemeinden braucht es eine Organisation, die die Lobbyarbeit in Richtung Politik, Wirtschaft vorantreibt, zu Gunsten aller Tourismusbeteiligten Rahmenverträge mit Verwertungsgesellschaften schließt oder die Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung steigert.

Darüber hinaus ist die Qualitätsentwicklung und Themenspezialisierung in den Oberbayerischen Regionen wichtiger denn je. Ohne einen hohen Qualitätsstandard in allen Bereichen können wir den reiseerfahrenen und anspruchsvoller gewordenen Gast nicht dauerhaft an uns binden. Wichtig sind hier großräumige Zertifizierungs-Plattformen, die nach außen ein klares Qualitätsversprechen an den Gast vermitteln, welches nach innen auch eingelöst wird. Schließlich spielt auch das Marketing auf Oberbayern-Ebene eine gewichtige Rolle. Hierbei geht es nicht darum, in Konkurrenz mit den Tourismusakteuren in den Regionen oder auf Bayern-Ebene zu treten. Vielmehr versteht sich Oberbayern als Tourismusebene, auf der Themen, Angebote und Leit-Produkte großräumig gebündelt und professionell in Richtung Tourismusmarkt kommuniziert werden.

Beispiele hierfür ist etwa die Deutsche Alpenstraße oder der Bodensee-Königssee-Radweg. Darüber hinaus sollen auch Leit- oder Jahresthemen gebündelt angegangen werden, wie etwa das Thema Herbstevents in Oberbayern oder 2016 das Thema 500 Jahre Deutsches Reinheitsgebot.

Ich freue mich, seit 25. November 2014 die Geschäftsführung für den TOM e.V. übernommen zu haben. Unter der Federführung des Interimsmanagements durch K2K wurden viele Strukturen, Eckpfeiler und Grundlagen im Organisationsaufbau und in der strategischen Grundausrichtung geschaffen, auf die wir nun optimal aufsetzen können. In kurzer Zeit konnte durch die tatkräftige und engagierte Unterstützung durch Präsident Robert Salzl, das gesamte Präsidium, die Fachausschüsse und den Fachbeirat eine neue, eigene Geschäftsstelle für den TOM e.V. gestaltet werden, die nun die wichtigen Projekte und Maßnahmen übernommen hat. Dazu wurde auf personeller Seite ein 4-köpfiges Kernteam gebildet, das die sich stellenden Aufgaben professionell und engagiert angehen und meistern wird.

Die Eckpfeiler der weiteren Arbeit basieren auf Vertrauen, Transparenz und Leistung. Ich freue mich über den Vertrauensvorschuss, den Sie mir in vielen Gesprächen und Sitzungen gegeben haben und der auch eine große Motivation für mein erstes Geschäftsjahr beim TOM e.V. darstellt. Wir möchten einen möglichst transparenten TOM e.V. für Sie gestalten, in dem Sie aktiv mitgestalten können. Denn letztlich lebt unser TOM e.V. von Ihrer Mitarbeit und Ihren Angeboten. Ebenso werden wir rasch Leistungen für Sie aufbauen, um zu signalisieren, dass Ihre Mitgliedschaft bei uns die richtige Entscheidung war. Wir hoffen auch auf Ihre Unterstützung, wenn es um das Anwerben weiterer Mitglieder und damit der stärkeren Verwurzelung des TOM e.V. in der Fläche geht.

Ich freue mich auf eine gute Zusammenarbeit mit Ihnen und wünsche allen Regionen und Partnern eine hoffentlich erfolgreiche Tourismussaison 2015!

Ihr

Oswald Pehel
Geschäftsführer TOM e.V.

01

Sehnsuchtsregion Oberbayern

Tourismus Oberbayern
München e.V.

Oberbayern München – eine Sehnsuchtsregion

Oberbayern ist eine Tourismusregion mit großer emotionaler Strahlkraft und Anziehung. Das liegt vor allem auch an den typischen bayerischen Attributen, die sich allesamt in Oberbayern konzentrieren. Bayerische Alpen und Voralpenseen, Kunst und Kultur auf höchstem Niveau, kulinarische Köstlichkeiten aus Bayern, Refugien für die körperliche und geistige Gesundheit.
Dazu kommt, dass sich Oberbayern als Tourismusregion der vier Jahreszeiten präsentiert. Während Sommer- und Wintertourismus mit zugkräftigen Events und Angeboten punkten kann, gewinnt in den vergangenen Jahren auch der Frühling und der Herbst immer mehr an Bedeutung.

Der moderne Gast verteilt seinen Urlaub nicht mehr nur in ein oder zwei große Blöcke wie noch vor wenigen Jahren oder Jahrzehnten. Vielmehr gewinnt der Kurzurlaub immer mehr an Bedeutung – gefragt sind viele kleinere Reiseanlässe, die über das gesamte Jahr verteilt werden.

Um auch künftig für Neukunden attraktiv zu bleiben und die Nachfrage nach Oberbayern ziehen zu können ist es notwendig, unsere Authentizität nach außen zu kehren und konsequent darzustellen. Typische Persönlichkeiten – vom Enzianbrenner über den Schmuckhersteller bis hin zum engagierten Museumsleiter – sie alle können zu Fürsprechern oder Identifikationsfiguren für den Gast werden. Hinzu kommen die vielen Prominenten aus Film, Funk, Sport oder Kultur, die Oberbayern schätzen und sich dazu auch gerne in der Öffentlichkeit bekennen. Projekte wie der Filmstandort Bayern der Bayern Tourismus Marketing GmbH rückt Bayern als Standort für hochkarätige Produktionen in herrlicher Filmkulisse in den Vordergrund. Gerade Oberbayern bietet hier unvergleichliche Angebote und kann hier mit tollen Szenerien wie Berge, Seen, Schlösser, Klöster oder Städte bieten.

Eine ganz wichtige Rolle spielen auch die vielzitierten Leitangebote. Letztendlich geht es darum, wie wir in den einzelnen Themen- und Produktbereichen unser „Oberbayern-Schaufenster“ nach außen dekorieren möchten. Was ist unser Leitangebot im Bereich des Rad- oder Wandertourismus, was hat Oberbayern im Herbst zu bieten oder wie positioniert sich Oberbayern im Jahr 2016 wenn es um das 500-jährige Jubiläum des Deutschen Reinheitsgebotes geht? Auch gebündelte, oberbayernweite Produkte wie die Deutsche Alpenstraße können hier eine wichtige Rolle einnehmen. Wir sind als neuer TOM e.V. angetreten, um gerade diese Fragen systematisch und kompetent zu beantworten. Letztlich soll der Gast aus Hamburg, Berlin oder dem Ausland in der Flut von Angeboten orientieren können.

All unsere Marketing-Anstrengungen werden nur dann von Erfolg gekrönt sein, wenn wir Qualität in der Fläche bieten können. Das beinhaltet sowohl die Servicequalität der im Tourismus tätigen als auch alle assoziierten Mitarbeiter im Freizeitbereich, aber auch in der nichttouristischen Wirtschaft und Bevölkerung. Nur wenn die Dienstleistungskette ohne Bruchstellen funktioniert, werden wir zu einer guten Qualitätswahrnehmung durch den Gast kommen. Um dieses Ziel zu erreichen bedarf es großräumig koordinierter Schulungsprogramme, der Qualifizierung von Produkten und der Teilnahme an überregionalen Qualitätsinitiativen. Ebenso müssen die erreichten Qualitäts-Meilensteine immer wieder kontrolliert und überprüft werden. Auch dafür ist der TOM e.V. angetreten, Qualitätsstandards zu definieren, die Qualitätsentwicklung voranzutreiben und Erreichtes zu überprüfen.

„Gemeinsam schaffen wir echte Reiseerlebnisse, die unsere Landschaft, unsere Kultur und unsere Lebensart weltweit einzig machen."

Geraldine Knudson, Vizepräsidentin TOM e.V.

Mit nunmehr 65 Mitgliedern hat der TOM e.V. 2014 nahezu eine Flächendeckung bei den Mitgliedsregionen in Oberbayern erreicht. Im Bereich der beteiligten Städte und Gemeinden sowie der Fördermitglieder ist das Netz noch weiter auszubauen. Erst wenn der TOM e.V. wieder in der Fläche verwurzelt ist, kann er aus einer starken Position heraus die Oberbayern-Themen aufgreifen und voranbringen. Letztlich hängt auch die weitere Finanzierungsbasis unserer Organisation vom Mitmachen ab. Genau deswegen werden wir im Jahr 2015 nach draußen gehen und die Mehrwerte der einzelnen Mitgliedsformen darlegen und aktiv bewerben. Auch hier erhoffen wir uns Ihre Unterstützung.

Innerhalb des TOM e.V., seiner Mitglieder und Partner möchten wir ein neues „Wir-Gefühl" aufbauen. Schon jetzt profitieren wir sehr von einer engen Synergie und Verflechtung der Stadt München als Tourismusmagnet mit stetig hohen Wachstumsraten in den vergangenen Jahren und den ländlichen Urlaubsregionen in Nord und Süd. Wir freuen uns über eine neue Offenheit, den Geschäftsreisenden oder Großstadttouristen nicht als isolierte, separate Zielgruppe zu sehen, sondern als multioptionalen Gast, der auch gerne ländliche Urlaubsregionen für Rad- oder Wanderreisen, Gesundheitsaufenthalte oder sonstige Erholungsreisen aufsucht.

02

Projekte in Oberbayern

Tourismus Oberbayern
München e.V.

Der TOM e.V. setzt erste Duftmarken

Nach dem Rumpfgeschäftsjahr 2013 konnten im ersten vollen Geschäftsjahr 2014 erste Maßnahmen und Projekte angefangen und umgesetzt werden. Angefangen bei dem Messeauftritt auf der ITB 2014 als öffentlicher „kick-off“ des TOMs über die Verhandlungen bei der GEMA, der ersten Entwicklungsstufe der neuen Website. Aber auch erste Printprodukte wie das BUNTE Booklet konnten fertiggestellt werden. Auf diesem Wege möchten wir uns herzlich für die Zusammenarbeit und den vielen wertvollen Input unserer Mitglieder bedanken. Für weitere Produkte wie beispielsweise eine Neuauflage der Oberbayern-Panoramakarte wurde 2014 wichtige Vorarbeit geleistet um diese im neuen Geschäftsjahr zügig umsetzen zu können. Nachfolgend finden Sie einige Beschreibungen der wichtigsten Projekte im Jahr 2014.

TOM e.V. geht online

Pünktlich zur Veröffentlichung des BUNTE-Booklets ging Anfang Dezember die neue Website des TOM e.V. online. Gemeinsam mit der Makrohaus AG konnte ein erstes Konstrukt angelegt werden in dem sich sowohl die Mitglieder des TOM e.V. präsentieren können als auch erste Themenbereiche vorgestellt wurden. Grundsätzlich wurde auf eine helle, offene und einladende Optik gesetzt, die mit großen Bildern und Grafiken weiter unterstrichen werden soll. Auch die oberbayerischen Farben finden sich durchgängig auf der Website wieder.

Begrüßt werden die Gäste der Landing Page mit dem Slogan „Oberbayern erleben!“. Dieser Slogan soll sich auch dauerhaft im Inhalt der Seite wiederspiegeln und Oberbayern als erleb- und greifbare Urlaubsdestination zeigen.

Unter der Rubrik „Entdeckungsreise“ haben die Besucher der Website die Möglichkeit sich einen Überblick über die Mitglieder des TOM e.V. zu verschaffen und sich über die einzelnen Destinationen zu informieren. Auch dabei wird auf möglichst ansprechende optische Darstellung gesetzt, sodass sich die Mitglieder auch mit den Bildern identifizieren können, die Ihrer Destination am besten entsprechen. Wiederzufinden ist auch das Siegerbild des Fotowettbewerbs der ITB 2014. An dieser Stelle nochmals vielen Dank an alle Einsendungen und Teilnehmer.

Die Rubrik „Lebensart“ soll dem Besucher immer wieder Oberbayern-typische Geschichten, Hintergründe und Themen bieten, die sowohl fundierte Informationen enthalten, als auch emotionale Wirkung beinhalten.

Passend zur Jahreszeit wurde mit folgenden 4 Themenbereichen gestartet:

- Märkte rund ums Christkind
- Über die Weißwurst(-Erfindung)
- Schnee, Ski und klare Luft
- Winterspaß Eisstockschießen

Für die Gäste Oberbayerns besteht zudem die Möglichkeit, das BUNTE-Booklet als PDF herunterzuladen, in dem sich unter anderem auch diese 4 Themenbereiche wiederfinden. Auf diesem Wege möchten wir uns auch nochmals herzlich für den Input bei unseren Mitgliedern bedanken. Diese Themenbereiche sollen auch in Zukunft das Motto „Oberbayern erleben!“ wiederspiegeln und immer wieder mit saisonalen Themenschwerpunkten bespielt werden.

Ziel ist es, unseren Online-Auftritt Schritt für Schritt mit Leben zu füllen und von einer Landing-Page hin zu einem vollwertigen Destinationsportal Oberbayern auszubauen.

Seit Kurzem stellt sich in unserem Onlineauftritt das neue Team des TOM e.V. vor. Weiterhin wurden die Veranstaltungs-Höhepunkte der Mitgliedsregionen abgefragt und integriert. Auch besondere Persönlichkeiten aus den Destinationen, die eine besondere Geschichte zu erzählen haben, wurden in den neuen Webauftritt integriert. Neben den touristischen Inhalten werden aber auch unter ‚TOM-Verein‘ die Organisationsstrukturen und Arbeitsschwerpunkte des TOM e.V. präsentiert.

Treffen der Wirtschaftsförderer

Auf Einladung von Abteilungsdirektor Lutz von der Regierung von Oberbayern präsentierte sich der TOM e.V. vor dem jährlichen Treffen der oberbayerischen Referenten für Wirtschaftsförderung.

Präsident Robert Salzl und Geschäftsführer Oswald Pehel referierten über Organisation, Aufgabenschwerpunkte, Herausforderungen und geplante Vorhaben des TOM e.V. Ein besonderes Anliegen in Richtung Wirtschaftsförderer war es, sich in den eigenen Landkreisen und Regionen für eine aktive Beteiligung am TOM e.V. stark zu machen.

Die Wirtschaftsförderer äußerten sich sehr interessiert zu den vorgestellten Beteiligungsmöglichkeiten und sicherten eine Unterstützung des TOM e.V. in den heimischen Regionen zu. Umgekehrt wurde eine enge Vernetzung zwischen Wirtschaftsfördereinrichtungen und der Tourismusebene Oberbayern gefordert.

Oberbayerisches Tourismusgespräch: Staatsministerin Aigner fordert engere Zusammenarbeit

Der ländliche Raum in Oberbayern steht touristisch vor großen Herausforderungen. Vor diesem Hintergrund trafen sich auf Einladung der IHK für München und Oberbayern, des DEHOGA Bayern und des TOM e.V. rund 100 Tourismusfachleute, regionale Anbieter, Vertreter von oberbayerischen Kommunen, Landkreisen und Verbänden am 25. Juni im Veranstaltungsforum Kloster Fürstenfeldbruck zum Oberbayerischen Tourismusgespräch. Bayerns Wirtschaftsministerin Ilse Aigner warb in ihrem Statement zur Eröffnung eindringlich dafür, sich nicht darauf auszuruhen, dass Oberbayern auch künftig bei Touristen beliebt und gern besucht sein wird. „Oberbayern ist eine traditionsreiche und erfolgreiche Tourismusregion. Die Tourismusbranche ist jedoch wie andere Branchen auch einem stetigen Wandel ausgesetzt“, so die Ministerin. „Wer stehen bleibt wird schnell überholt“, sagt Aigner. „Und wer auf veränderte Rahmenbedingungen nicht reagiert und sich auf dem Erfolg vergangener Tage ausruht, gefährdet Wohlstand und Wachstum gerade im ländlichen Raum.“ Im immer härteren Verdrängungswettbewerb könne der Tourismus in Oberbayern nur bestehen, wenn die Akteure kooperieren und die Tourismusregion organisatorisch und im Marketing gemeinsam auftritt. Ilse Aigner forderte die „Oberbayerische Tourismus-Familie“ eindringlich dazu auf, an einem gemeinsamen Strang zu ziehen und zukünftig enger zusammen zu arbeiten. Zum weiteren Ausbau der Marketing-Aktivitäten für den Tourismus in Oberbayern sicherte Ilse Aigner dem TOM e.V finanzielle Unterstützung zu.

Appell zur aktiven Mitarbeit im TOM e.V.

Die Ministerin forderte Landkreise und Kommunen dazu auf, den TOM e.V. aktiv zu unterstützen, damit der touristische Erfolg Oberbayerns noch größer wird. Gemeinde- und Landkreisgrenzen im Oberbayern-Tourismus seien bei weitem noch nicht überwunden, es gehe jedoch darum, „ganz Oberbayern und nicht nur einzelne Orte als Erlebnisschwerpunkt darzustellen.“ Genau das will der TOM e.V. leisten.

TOM e.V. auf der ITB 2014

Unter dem Motto „Oberbayern. Berge. Wasser.“ hat der TOM e.V. auf der diesjährigen ITB in Berlin erste Akzente für seine zukünftigen Aktivitäten gesetzt. Rund 50 hochkarätige Gäste folgten der Einladung des TOM e.V. zu einem Empfang auf den Messestand. Unter den Besuchern fanden sich unter anderem auch die bayerische Wirtschaftsministerin Ilse Aigner, Staatssekretär Franz Josef Pschierer und DZT- Vorstandsvor-sitzende Petra Hedorfer wieder.

„Zusammen mit den Kolleginnen und Kollegen der vier Bayerischen Regionalverbände haben wir ein Stück „echtes“ Oberbayern und München präsentiert“, so Robert Salzl, Präsident des TOM e.V. „Die Resonanz war beeindruckend. Wir freuen uns über den großen Zuspruch und werden das positive Feedback als wichtigen Ansporn für unsere zukünftige Arbeit mit nach Hause nehmen.“

Der TOM e.V. nutzte den Messeauftritt darüber hinaus zum intensiven Austausch mit wichtigen Persönlichkeiten aus Politik und Tourismuswirtschaft, mit potentiellen Sponsoren und Medien sowie zur Werbung neuer Mitglieder. Unser besonderer Dank gilt den Kolleginnen und Kollegen aus den DMO´s, die sich herzlichst um das Wohl aller Besucher auf dem Messetand des TOM e.V. kümmerten.

V. r.: Unbekannt, Maria Stangassinger (Marketingleitung Berchtesgadener Land Tourismus), Ilse Aigner (Wirtschaftsministerin), Robert Salzl (Präsident Tourismus Oberbayern München), Christian Pfaffinger (Geschäftsführer Chiemsee- Alpenland-Tourismus), Christian Thiel (Kaufmännische Leitung Berchtesgadener Land Tourismus), Stephan Köhl (Geschäftsführer Berchtesgadener Land Tourismus), MdL Klaus Stettiner (Tourismuspolitischer Sprecher der CSU im Bayerischen Landtag)

Oberbayern präsentiert sich in der BUNTEN

Im Herbst 2014 entstand in enger Kooperation mit dem Burda Verlag ein 36-seitiges Booklet im DIN A6 Format, welches Anfang Dezember in der 50. Printausgabe 2014 als Einlage in der BUNTEN erschien. Mit einer Auflage von ca. 520.000 Stück und einer Reichweite in Höhe von rund 3,8 Millionen Lesern. Einer reiseaffinen Zielgruppe konnte hier ein starkes Medium gefunden werden, um Oberbayern vor dem Jahreswechsel zu präsentieren.

Das Heft baut ebenso wie die Website auf den Slogan „Oberbayern erleben!“ auf und bringt dem Leser die schönsten Geschichten aus Oberbayern näher.

Dank dem Input unserer Mitglieder konnten 66 spannende Geschichten, Plätze, Tipps und Attraktionen unter dem Titel „66 schönste Plätze in Oberbayern“ gebündelt werden. Die einzelnen Themen und Geschichten führen den Leser dabei quer durch Oberbayern, aber auch durch die vier Jahreszeiten.

Im Vordergrund standen „Insider-Tipps“ die teilweise von Prominenten der Region vorgestellt werden. Dadurch entsteht ein starker Empfehlungscharakter für den Leser. Unter den Prominenten befinden sich unter anderem Olympiasieger Felix Loch, die Kabarettisten Monika Gruber und Gerhard Polt sowie Torwart-Legende Sepp Maier. Alle stehen für hohe Identifikation mit Ihrer Herkunft und sind hervorragende Repräsentanten für Oberbayern. Neben der beigelegten Auflage in der BUNTEN wurden weitere 15.000 Exemplare des Booklets gedruckt, um diese den Mitgliedern und ihren Gästen zur Verfügung zu stellen. Ein weiterer beachtlicher Teil wird im Verlauf der aktuellen touristischen Messesaison für Interessierte Besucher ausgelegt.

Oberbayern-Erlebnis im Mittelpunkt

„Mit unserer Kernbotschaft 'Echtes Erleben in Oberbayern' haben wir eine Marketingstrategie vorgestellt, in der sich alle wiederfinden können. Unsere Themenwelten Berge & Wasser, Innovation & Tradition, Brauchtum & Kultur, Wohlbefinden & Genuss werden wir nun mit pfiffigen, attraktiven Inhalten füllen, damit Oberbayern in absehbarer Zeit die begehrteste Urlaubsregion in Europa werden kann“, so Robert Salzl, Präsident des TOM e.V. in seiner Rede in Fürstenfeldbruck. „Wir arbeiten mit höchstem Engagement an der Umsetzung.
Neben einer modernen Marketingstrategie kommt es vor allem darauf an, dass die Gäste die Qualität der Dienstleistungen, der Betreuung vor Ort und die – auch durch die Infrastruktur bestimmten – Rahmenbedingungen mit Bestwerten benoten. Denn am Ende zählt, dass sich der Gast in Oberbayern wohl fühlt und wiederkommt.

03

Wirtschaftsbericht für das Geschäftsjahr 2014

Tourismus Oberbayern
München e.V.

Statistiken

IN WORTEN

Oberbayern kann weiterhin wachsende Tourismus-Zahlen verbuchen. Das Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung hat für den Zeitraum Januar bis November 2014 in Oberbayern rund 13,5 Millionen Gästeankünfte sowie rund 33,5 Millionen Übernachtungen ermittelt. Dies ist ein Plus von 2,6% in den Ankünften sowie 1,5% in den Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr. Damit liegt Oberbayern im gesamtbayerischen Trend. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer aller Gäste beträgt 2,4 Tage. Aufschluss über die detaillierte Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen geben nachfolgende Statistiken, unterteilt in die Übersicht der Landkreise*.

IN ZAHLEN

13,5 MIO.
GÄSTEANKÜNFTE

24 MIO.
GÄSTEÜBERNACHTUNGEN AUS DEUTSCHLAND

9,5 MIO.
Gästeübernachtungen aus dem Ausland

2,4 TAGE
durchschnittliche Aufenthaltsdauer

9,5 MIO.
GÄSTEANKÜNFTE AUS DEUTSCHLAND

33,5 MIO.
ÜBERNACHTUNGEN INSGESAMT 2014

4,4 MILLIONEN
GÄSTEANKÜNFTE AUS DEM AUSLAND

* bezogen auf die Tourismuszahlen Januar-November 2014

Natur und Erholung

Das Statistische Landesamt ermittelte für die Tourismusregion Oberbayern in den vergangenen Jahren kontinuierlich steigende Gäste- und Übernachtungszahlen. Dieses Wachstum richtete sich einerseits stark auf die Landeshauptstadt München, aber auch die ländlichen Destinationen konnten das Tourismusvolumen in Summe steigern.

Natur und Erholung hoch im Kurs

Die Reiseanalyse aus dem Jahr 2014 ergab ein interessantes Bild, aus welchem Grund die Gäste Oberbayern als Urlaubsregion auswählten. Befragt wurden Personen, deren Aufenthaltsdauer bei 5 Tagen oder mehr lag. Beliebteste Urlaubsformen der Oberbayerischen Gäste (mit Mehrfachnennung) waren demnach der Natururlaub (42,8%) nach Oberbayern zu kommen. Von ähnlicher Bedeutung ist der Ausruh-Urlaub (35,35). Aktiv- (25,3%) und Familienurlaub (23,5%) folgen auf Platz drei und vier.

42,8 %
DER GÄSTE SIND NATURURLAUBER

86 %
DER URLAUBER KOMMEN IN BEGLEITUNG

42 %
der Gäste verbringen Ihren Urlaub am Liebsten im Sommer in Oberbayern

Sommer als beliebteste Reisezeit

Nach wie vor dominiert die Sommersaison das Tourismusaufkommen in Oberbayern: 42% der Gäste suchten die Region im Sommer auf. Die Bedeutung der übrigen Jahreszeiten schwankt regional sehr stark, insgesamt gibt es aber gerade hier noch Wachstumspotenzial im Gästeaufkommen: Frühjahr 19%, Herbst 27% und Winter 11%. Erfreulicherweise verbrachten 66% der Urlauber ihren Haupturlaub und nur 25% ihren Zweiturlaub in Oberbayern. Die südlichste Urlaubsregion Deutschlands darf auch Gäste wiederholt begrüßen: rund 76% reisten schon öfter nach Oberbayern. Die meisten Urlauber (86%) kommen in Begleitung. Erstaunlich ist, dass 71% mit ihrem PKW anreisen und nur 2% mit dem Flugzeug.

71%
GÄSTE REISTEN MIT DEM AUTO AN
und nur 2% mit dem Flugzeug

Herkunft der Gäste in Oberbayern

Bei der Analyse über die Herkunft der Gäste in Oberbayern für das vergangene Jahr ergibt sich folgendes Bild. Rund 24,9 Mio. Übernachtungen in Oberbayern entfielen auf deutsche Gäste. 6,5 Mio Europäer übernachteten 2014 in Oberbayern. Es folgt Asien mit fast 2 Mio. und Amerika mit 1,4 Mio. Übernachtungen. Die meisten Gäste aus Europa kamen abgesehen von Deutschland, aus Österreich mit 438.035 Ankünften. Dicht gefolgt von Italien mit 395.528 und Großbritannien mit 351.307 Ankünfte.

2 MILLIONEN URLAUBER
KAMEN AUS ASIEN

1,4 MILLIONEN URLAUBER
KAMEN AUS AMERIKA

Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern

Gästeankünfte und -übernachtungen Januar - November 2014

	AUSLASTUNG DER ANGEBOTENEN BETTEN	DURCHSCHN. AUFENTHALTSDAUER	ANKÜNFTE VON GÄSTEN			
	in %	in Tagen	aus der Bundesrepublik Deutschland	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %
Oberbayern	36,7	2,2	9.452.160	4.429.384	13.881.544	2,6
Kreisfreie Städte						
Ingolstadt	41,8	1,9	185.813	68.602	254.415	6,0
München, Landeshauptstadt	55,4	2,0	3.288.254	2.750.833	6.039.087	4,1
Rosenheim	33,2	1,7	71.160	23.181	94.341	-1,4
INSGESAMT	**54,3**	**2,0**	**3.545.227**	**2.842.616**	**6.387.843**	**4,1**
Landkreise						
Lkr Altötting	28,9	2,2	95.281	17.731	113.012	6,5
Lkr Bad Tölz-Wolfratshausen	24,2	2,9	322.015	31.010	353.025	0,5
Lkr Berchtesgadener Land	20,3	4,1	475.228	105.994	581.222	2,5
Lkr Dachau	35,9	2,2	100.236	21.413	121.649	-2,4
Lkr Ebersberg	35,6	2,2	131.818	25.393	157.211	4,1
Lkr Eichstätt	31,6	2,1	330.654	70.909	401.563	1,1
Lkr Erding	48,8	1,7	352.783	250.077	602.860	3,9
Lkr Freising	41,7	1,6	314.835	178.314	493.149	1,9
Lkr Fürstenfeldbruck	35,5	2,1	94.002	22.342	116.344	-6,3
Lkr Garmisch-Partenkirchen	18,3	2,7	649.147	192.308	841.455	3,8
Lkr Landsberg am Lech	25,7	2,1	80.435	25.255	105.690	-3,3
Lkr Miesbach	23,1	2,7	545.657	74.005	619.662	-2,9
Lkr Mühldorf a.Inn	33,5	2,2	60.258	7.375	67.633	-9,4
Lkr München	41,8	1,9	794.970	305.632	1.100.602	1,8
Lkr Neuburg-Schrobenhausen	35,2	2,7	49.640	7.413	57.053	-0,1
Lkr Pfaffenhofen a.d.Ilm	34,6	2,0	85.837	28.350	114.187	-1,0
Lkr Rosenheim	32,0	3,3	547.611	105.135	652.746	2,2
Lkr Starnberg	34,6	2,1	231.089	30.048	261.137	0,3
Lkr Traunstein	14,3	2,9	514.274	66.642	580.916	2,0
Lkr Weilheim-Schongau	40,9	3,3	131.163	21.422	152.585	0,9

Gästeankünfte und -übernachtungen Januar - November 2014

	ÜBERNACHTUNGEN VON GÄSTEN				AUSLASTUNG DER ANGEBOTENEN BETTEN	DURCHSCHN. AUFENTHALTSDAUER	
	aus der Bundesrepublik Deutschland	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %	in %	in Tagen	
Oberbayern	24.035.408	9.485.685	33.521.093	1,5	46,5	2,4	Oberbayern
Kreisfreie Städte							**Kreisfreie Städte**
Ingolstadt	329.346	131.632	460.978	7,3	42,5	1,8	Ingolstadt
München, Landeshauptstadt	6.254.073	6.083.808	12.337.881	3,7	60,0	2,0	München, Landeshauptstadt
Rosenheim	113.899	38.153	152.052	2,4	42,2	1,6	Rosenheim
INSGESAMT	**6.697.318**	**6.253.593**	**12.950.911**	**3,8**	**58,9**	**2,0**	**INSGESAMT**
Landkreise							**Landkreise**
Lkr Altötting	207.870	37.064	244.934	12,4	32,7	2,2	Lkr Altötting
Lkr Bad Tölz-Wolfratshausen	1.028.816	75.269	1.104.085	1,7	37,7	3,1	Lkr Bad Tölz-Wolfratshausen
Lkr Berchtesgadener Land	2.200.672	292.593	2.493.265	-0,6	43,0	4,3	Lkr Berchtesgadener Land
Lkr Dachau	215.268	41.946	257.214	-2,5	35,9	2,1	Lkr Dachau
Lkr Ebersberg	276.340	57.258	333.598	2,0	37,9	2,1	Lkr Ebersberg
Lkr Eichstätt	707.170	114.756	821.926	4,7	39,6	2,0	Lkr Eichstätt
Lkr Erding	596.618	382.015	978.633	2,1	53,1	1,6	Lkr Erding
Lkr Freising	515.692	248.717	764.409	0,7	43,2	1,6	Lkr Freising
Lkr Fürstenfeldbruck	197.374	45.862	243.236	-4,2	39,2	2,1	Lkr Fürstenfeldbruck
Lkr Garmisch-Partenkirchen	2.273.624	497.536	2.771.160	0,4	40,3	3,3	Lkr Garmisch-Partenkirchen
Lkr Landsberg am Lech	192.216	52.074	244.290	-4,3	34,2	2,3	Lkr Landsberg am Lech
Lkr Miesbach	1.840.971	153.696	1.994.667	-2,5	39,7	3,2	Lkr Miesbach
Lkr Mühldorf a.Inn	133.305	16.493	149.798	-4,4	35,7	2,2	Lkr Mühldorf a.Inn
Lkr München	1.476.589	590.751	2.067.340	0,4	45,2	1,9	Lkr München
Lkr Neuburg-Schrobenhausen	112.996	19.444	132.440	2,9	34,9	2,3	Lkr Neuburg-Schrobenhausen
Lkr Pfaffenhofen a.d.Ilm	160.992	52.210	213.202	4,6	36,1	1,9	Lkr Pfaffenhofen a.d.Ilm
Lkr Rosenheim	1.917.143	198.528	2.115.671	2,1	42,3	3,2	Lkr Rosenheim
Lkr Starnberg	551.614	79.849	631.463	-2,1	42,1	2,4	Lkr Starnberg
Lkr Traunstein	2.265.163	228.564	2.493.727	-2,6	35,6	4,3	Lkr Traunstein
Lkr Weilheim-Schongau	467.657	47.467	515.124	0,8	46,5	3,4	Lkr Weilheim-Schongau

Lkr = Landkreis

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; destatis

Finanzierung TOM e.V.

Insgesamt standen dem TOM e.V. im Jahre 2014 für die Finanzierung des Geschäftsbetriebes und der Marketingprojekte 815.326 € zur Verfügung. Der Anteil aus öffentlichen Mitteln seitens des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie betrug 433.101 €.

Darüber hinaus konnten insgesamt 382.225 € an Mitgliedsbeiträgen und Beteiligungen eingeworben werden. Davon stammten 70.125 € von Neumitgliedern.

2014 investierte der TOM e.V. insgesamt 562.919 € für den Aufbau des Geschäftsbetriebes (370.892 €) sowie in Marketingprojekte (192.027 €).

Der Überschuss in Höhe von 252.407 € wurde teilweise im Rahmen von Rechnungsabgrenzungspositionen erst zu Jahresbeginn 2015 für Projekte 2014 eingesetzt, der verbleibende Rest kommt dem Haushalt 2015 zu Gute.

Haushaltsplanung 2015

EINNAHMEN	in €
Saldo aus 2014	252.407
Mitgliedsbeiträge	450.000
Fördermittel Marketing	467.000
Fördermittel Aufbau Geschäftsbetrieb	200.000
Beteiligungen	75.000
Summe	**1.444.407**

AUSGABEN	in €
Förderanteil Marketingausgaben (75%)	467.000
Eigenmittel Marketingausgaben (25%)	119.000
Förderung Aufbau Geschäftsbetrieb	200.000
Eigene Personal- und Sachkosten	130.000
Steuer und Zuschussabgleich 2014	123.000
Eigenmittel und Marketingreserve	405.407
Summe	**1.444.407**

Tourismusregionen[1] in Oberbayern

Die nebenstehende Grafik zeigt die Mitglieds-Destinationen des TOM e.V. mit Stand zum 31.12.2014.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, München 2014

Das Präsidium

Neben der Mitgliederversammlung ist das Präsidium das tragende Lenkungsgremium des TOM e.V. Seine Mitglieder stellen sich nachfolgend kurz vor:

Präsident

○ Robert Salzl ○

Der gebürtige Münchner ist im wahrsten Sinne des Wortes eine Führungspersönlichkeit. 34 Jahre trug er als Pilot der Deutschen Lufthansa die Verantwortung für das Wohl seiner Passagiere. Als Manager und Chefpilot führte er erfolgreich 12.000 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Nach seiner aktiven Zeit als Berufspilot wechselte er als Vorstand für Hotellerie und Flugzeugleasing in die Schörghuber Stiftung. Der Vater von zwei Söhnen ist exzellent vernetzt. Er ist u.a. im Stiftungsrat der Schörghuber Gruppe und Senator im Europäischen Wirtschaftsrat. Seine Mitgliedschaft in einer Vielzahl von Beiräten, Kuratorien, Vereinen und Verbänden mit dem Schwerpunkt Tourismus zeigt das große Engagement für seine Heimat Oberbayern. Sowohl der Freistaat als auch die Bundesrepublik Deutschland ehrten seine außergewöhnlichen Leistungen mit dem Verdienstorden.

Landrat

○ Josef Niedermaier ○

VERTRITT DIE LANKREIS DER ALPENDESTINATION

Der Landrat des Landkreises Bad Tölz-Wolfratshausen ist ein Mann mit vielen Fähigkeiten: Unternehmer, Handwerker, Leistungssportler und Politiker. Der gelernte Bäckermeister und Konditor führte viele Jahre den familieneigenen Betrieb, bevor er sich für den Weg als Berufspolitiker entschied. Seine Leistungsbereitschaft und sein Siegeswille, die in seiner Zeit als Mitglied im Biathlonnachwuchskader des Deutschen Skiverbandes unverzichtbar waren, zeichnen ihn noch heute aus. Als Mitglied der Freien Wähler schaffte er bereits nach einem Jahr den Einzug in den Stadtrat von Bad Tölz. 2000 wählten die Tölzer ihn zu ihrem Bürgermeister und bestätigten ihn 2006 mit überwältigender Mehrheit. Privat gilt seine Liebe der Musik. Seit 35 Jahren spielt er in verschiedenen Orchestern und Kapellen Klarinette.

Landrat

○ Martin Wolf ○

VERTRITT DIE LANDKREISE DER NICHT-ALPEN-DESTINATIONEN

Der ehemalige Ministerialrat im Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten vertritt heute als Landrat die Interessen des Landkreises Pfaffenhofen. Nach einem erfolgreich abgeschlossenen Studium der Agrarwissenschaften an der TU München-Weihenstephan führte die Karriere direkt in den höheren landwirtschaftlichen Dienst. Als Landwirtschaftsrat, Berater und Fachschullehrer etablierte er sich schnell als anerkannter Fachmann und engagierter Pädagoge in seiner Heimat Pfaffenhofen und darüber hinaus. Der ehemaliger Regierungsdirektor und Referent an der Regierung von Oberbayern kennt die Region bis ins Detail. Seit seiner Zeit als Stadtrat und CSU-Ortsvorsitzender gestaltete er mit viel Erfolg die politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung von Pfaffenhofen.

1. Bürgermeisterin

○ Dr. Sigrid Meierhofer ○

VETRITT DIE GEMEINDE/STADT DER ALPENDESTIANTION

„Nähe zu den Menschen, Offene und für die Öffentlichkeit nachvollziehbare Meinungsfindung, Zuverlässigkeit, Glaubwürdigkeit, ein großes Miteinander und ein Füreinander da sein ist für Dr. Sigrid Meierhofer sehr wichtig. Geboren in Rottweil in Baden-Württemberg, studierte die heutige erste Bürgermeisterin des Marktes Garmisch-Partenkirchen zuerst Sportwissenschaften, Germanistik und Publizistik ehe Sie mit einem Humanmedizinstudium an der Albert-Ludwigs-Universität in Freiburg begann und später auch an der Ludwig-Maximilians-Universität in München fortsetzte. Als promovierte Ärztin und Fachärztin für Anästhesiologie arbeitete Sie in den ersten Berufsjahren als Assistenz- und Fachärztin in einer internistischen Praxis in Augsburg sowie im Städtischen Krankenhaus München-Bogenhausen. Ab 1994 wechselte Sie für eine Dozententätigkeit an die Berufsfachschule für Kranken- und Kinderkrankenpflege in Garmisch-Partenkirchen. Diese Tätigkeit führte Sie bis zu Ihrer Vereidigung in 2014, als - erste weibliche - erste Bürgermeisterin von Garmisch-Partenkirchen mit großer Leidenschaft aus.“

Oberbürgermeister

○ Max Gotz ○

VERTRITTT DIE GEMEINDE/STADT DER NICHT-ALPEN-DESTINATION

Den heutigen Oberbürgermeister der Kreisstadt Erding zeichnen Kompetenz, Leidenschaft für seine Heimat und Familiensinn aus. Dies gibt dem gebürtigen Ebersberger die Kraft, sich mit vollem Engagement für seine Stadt und die Region einzusetzen. 1990 begann die politische Karriere des selbstständigen Gerbermeisters mit der Wahl in den Stadtrat. 2008 wählten die Erdinger den inzwischen etablierten und beliebten Fraktionsvorsitzenden der CSU zum ersten Bürgermeister. Als stellvertretender Landrat setzt er sich für die Anliegen der gesamten Region ein. Im März 2014 wurde Gotz mit einer überzeugenden Mehrheit wiedergewählt.

Geschäftsführer Berchtesgadener Land Tourismus

○ Stephan Köhl ○

VERTRITT DIE OBERBAYERISCHE DESTINATION

Der Geschäftsführer der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH ist ein ausgewiesener Experte in den Bereichen Internet und Marketing. Er absolvierte internationale Studien der Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing an den Universitäten in Passau, Lissabon, Dublin, Berlin und Wien. Sein berufliches Spezialgebiet sind die Bereiche Internet und Multimedia. Sein Wissen gibt er als Gastprofessor u.a. an der Donau-Universität Krems mit Begeisterung an seine Studenten weiter. Das Tourismusgeschäft lernte der zweifache Vater und gebürtige Münchner u.a. während seiner Tätigkeit in der Tourismusregion Wilder Kaiser in Tirol kennen.

Vizepräsidentin TOM e.V., Leiterin des Tourimus München

○ Geraldine Knudson ○

VERTRITT DIE LANDESHAUPTSTADT MÜNCHEN

Geraldine Knudson ist eine international erfahrene Managerin mit kreativen Wurzeln. Die Dramaturgin am Hans Otto Theater in Potsdam wechselte in die Wirtschaft und machte Karriere in Luxemburg. Heute leitet sie den München Tourismus, einen Fachbereich im Referat für Arbeit und Wirtschaft der Bayerischen Landeshauptstadt. Hier zeichnet sie vor allem für die Neuausrichtung der München Tourismus, die Ausarbeitung einer innovativen Marketingstrategie, die Schaffung neuer und Optimierung bestehender Produkte verantwortlich. Die Förderung von Qualität und Innovation liegen ihr dabei besonders am Herzen. Die gebürtige Rheinländerin studierteTheaterwissenschaften, Kunstgeschichte und Soziologie und ist Mutter von zwei Kindern. In ihren früheren Tätigkeiten verantwortete sie unter anderem das Standort- und City-Marketing von Luxemburg.

Vizepräsidentin TOM e.V., Vizepräsidentin DEHOGA Bayern

○ Angela Inselkammer ○

VERTRITT DEHOGA BAYERN

Die Vizepräsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA kennt das Gastronomiegewerbe von der Pike auf. Als gelernte Hotelfachfrau übernahm sie zunächst die Leitung des familieneigenen Brauereigasthofes Hotel Aying. 2002 wurde die Mutter von drei Kindern Geschäftsführerin der Brauerei Ayinger Franz Inselkammer KG. Als überzeugte Bayerin engagierte sie sich bereits früh für Bildung und Wirtschaft auf politischer Ebene. Die stellvertretende Vorsitzende des Berufsbildungs-Ausschusses BHG ist Mitglied der CSU Wirtschaftskommission sowie im Gesamtpräsidium des Wirtschaftsbeirats der Union. Ihr besonderes Augenmerk gilt dem Bereich Tourismus. 2010 ist Angela Inselkammer zusätzlich in den Wirtschaftsbeirat der Versicherungskammer Bayern berufen worden.

Stellv. Hauptgeschäftsführer der IHK München und Oberbayern

○ Peter Kammerer ○

VETRITT DIE IHK MÜNCHEN OBERBAYERN

Der stellvertretende Hauptgeschäftsführer der IHK München und Oberbayern ist ein führender Fachmann für Wirtschaft, Handel und Dienstleistung in München und Oberbayern. Der in Dachau geborene Diplom-Geograph hat seine Karriere in der Stadtentwicklungsplanung und Wirtschaftsförderung der Stadt Kempten im Allgäu begonnen. Nach seinem Wechsel zur Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern verantwortete er dort den Bereich Volkswirtschaft, Handel und Dienstleistungen. Heute engagiert sich der Vater von 3 Kindern in den DIHK Ausschüssen für Gesundheit, Mittelstand und Tourismus. Zusätzlich ist der Aufsichtsrat der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH als Prokurist für die MGH Münchner Gewerbehof- und Technologiezentrumsgesellschaft mbH tätig.

Präsident Handelsverband Bayern

○ Ernst Läuger ○

VERTRITT DEN HANDELSVERBAND BAYERN

Der Präsident des Handelsverband Bayern ist ein erfahrener Finanzexperte. Als Gesellschafter der Benno Marstaller KG und Geschäftsführender Gesellschafter der Fratelli GBR Läugerische Grundstücks- und Vermögensverwaltungsgesellschaft verfügt der geborene Münchner über mehr als 27 Jahre Berufserfahrung. Neben seinem großen Engagement für den Bayerischen Handel ist das Beiratsmitglied der Deutschen Bundesbank im Banken und Versicherungswesen auf Verbandsebene tätig. Der Vizepräsident der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft ist Vorstandsvorsitzender des Versorgungswerks sowie der Glasversicherung a.G. des Bayerischen Einzelhandels. Darüber hinaus ist er Vorstandsmitglied der Tourismus Initiative München, Beiratsmitglied der Signal Iduna Gruppe sowie Verwaltungsrat der Bürgschaftsbank Bayern.

Präsident des Berzirkverbandes Oberbayern im Genossenschaftsverband Bayern e.V.

○ Wolfgang Altmüller ○

VERTRITT DIE HANDWERKSKAMMER GENOSSENSCHAFTEN

Der Vorstandsvorsitzende der „VR meine Raiffeisenbank Altötting-Mühldorf“ verfügt nicht nur über hervorragende Wirtschafts- und Finanzkenntnisse, sondern ist als Geschäftsführer der Raiffeisen Touristik Group auch mit der Tourismusbranche bestens vertraut. Seine Karriere begann der geborene Altöttinger nach erfolgreichem Studium der Betriebswirtschaftslehre und abgeschlossener Ausbildung zum Bankkaufmann als Verbandsrevisor beim Genossenschaftsverband Bayern e.V. Der Familienvater ist heute zusätzlich als Träger zahlreicher Mandate im genossenschaftlichen Finanzverbund der Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie in der Touristik überregional engagiert.

Organisation, Gremien und Mitglieder des TOM e.V.

Mitgliederversammlung des TOM e.V. in Bad Tölz am 28.03.2014

MITGLIEDERVERSAMMLUNG

PRÄSIDIUM

FINANZAUSSCHUSS

PERSONALAUSSCHUSS

STRATEGIEAUSSCHUSS

Beschlüsse *Beratung*

GESCHÄFTSFÜHRER

TEAM

Beratung

Beratung

FACHBEIRAT

ARBEITSGRUPPE

Strategie-, Finanz-, Personalausschuss

– Finanzausschuss –

Wolfgang Altmüller | Geschäftsführer, RT/ Raiffeisen Touristik Group GmbH

Peter Kammerer | Stellv. Hauptgeschäftsführer, IHK München Oberbayern seit 2010

Josef Niedermaier | Landrat, Landkreises Bad Tölz– Wolfratshausen

Robert Salzl | Vorsitzender, Tourismusausschusses im Wirtschaftsbeirat Bayern

– Personalausschuss –

Geraldine Knduson | Leitung, München Tourismus seit April 2013

Angela Inselkammer | Geschäftsführung, Brauereigasthof Hotel Aying seit 1993

Martin Wolf | Landrat, Landkreises Pfaffenhofen

Robert Salzl | Vorsitzender, Tourismusausschusses im Wirtschaftsbeirat Bayern

– Strategieausschuss –

Angela Inselkammer | Geschäftsführung, Brauereigasthof Hotel Aying seit 1993

Geraldine Knduson | Leitung, München Tourismus seit April 2013

Stephan Köhl | Geschäftsführer, Berchtesgadener Land Tourismus GmbH seit 2009

Dr. Sigrid Meierhofer | 1. Bürgermeisterin, Garmisch-Partenkirchen

Fachbeirat

– Vorsitzende –

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

– Mitglieder –

Georg Ansmann | Leiter der Abteilung Marketing, München Tourismus

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

Klaus Götzl | Geschäftsführer, Tourismusverband Starnberger Fünf-Seen-Land

Jens Huwald | Geschäftsführer, Bayern Tourismus Marketing GmbH

Thomas Kube | Marketing & Traffic Support, Flughafen München GmbH

Georg Overs | Geschäftsführer, Tegernseer Tal Tourismus GmbH

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

Peter Ries | Tourismusdirektor, Garmisch-Partenkirchen

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

Stephan Semmelmayr | Geschäftsführer, Chiemgau Tourismus e.V.

Simone Streller | Geschäftsführerin, Handelsverband Oberbayern e.V.

Günther Pech | Stadt Marketing, Große Kreisstadt Erding

Dr. Andreas Wüstefeld | Fachbereichsleiter Tourismus, Tölzer Land Tourismus

Mitglieder

(Mitgliederstand 09.03.2015)

Plusmitglieder

– Stadt –

Bad Tölz

Fürstenfeldbruck

Große Kreisstadt Erding

Landeshauptstadt München - München Tourismus

– Landkreis –

Altötting

Bad Tölz-Wolfratshausen

Ebersberg

Freising

Mühldorf am Inn

München

Pfaffenhofen

Erding

Neuburg-Schrobenhausen

– DMO –

Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V.

Berchtesgadener Land Tourismus GmbH

Chiemgau Tourismus e.V.

Garmisch-Partenkirchen Tourismus

Tourismusverband Pfaffenwinkel

Tourismusverband Starnberger Fünf-Seen-Land

– Verband, Verein, Institution –

Bezirk Oberbayern

Basismitglieder

– Stadt –

Altötting

Dachau

Geretsried

Neuburg an der Donau

Tegernsee

Wolfratshausen

– Gemeinde –

Bad Wiessee

Gmund

Jachenau

Kochel am See

Kreuth

Lenggries

Münsing

Rottach-Egern

Ruhpolding

Sachsenkam

Markt Indersdorf

Verkehrsverein Gaißach

– Landkreis –

Dachau

Miesbach

Fürstenfeldbruck

– DMO –

Burghauser Touristik GmbH

Erlebnisregion Rupertiwinkel e.V.

Ingolstadt Tourismus und Kongress GmbH

Inzeller Touristik GmbH

Tourist-Information-Waginger See

Zugspitz-Region c/o Kreisentwicklungsgesellschaft GAP mbH

Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee

– Verband, Verein, Institution –

ADAC Südbayern e.V.

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V. - Bezirk Oberbayern

Handelsverband Bayern e.V.

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Kur GmbH Bad Reichenhall/Bayerisch Gmain

Landesverband Bauernhof- und Landurlaub Bayern e.V.

Private Brauereien Bayern e.V.

VDS Verband Deutscher Seilbahnen und Schlepplifte e.V.

VR meine Raiffeisenbank eG, stellv. für RT Raiffeisen Touristik Group GmbH

– Einzelbetrieb –

Brauereigasthof Hotel Aying

Predigtstuhlbahn Josef & Marga Posch GmbH & Co. KG

Unternehmensberatung Robert Salzl

Fördermitglieder

Alpin Consult

Flughafen München GmbH

Allgäu Airport GmbH & Co. KG

Impressum

Herausgeber:
Tourismus Oberbayern München e.V.
Balanstraße 57 | 81541 München |
Telefon 089. 90 77 82 70 | info@oberbayern.de
www.oberbayern.de

Redaktion: Astrid Juppe, Tourismus Oberbayern München e.V.
Gestaltung: Valerie Wolf Grafikdesign, www.valerie-wolf.de
Druck: Alpha-Teamdruck GmbH, Haager Straße 9, 81671 München

Bildnachweise: S. 01 (Titel), S. 03 (o li), GaPa Tourismus / S. 02 Starnberger Fünf-Seen-Land (Roseninsel) / S. 03 (o re + u li), S. 04, S. 07, S. 14, S. 15, S. 21, S. 26-29, S. 31 TOM e.V. / S. 03 (u mi), S. 08, Thomas Kujat / S. 03 (u re), Nik Bauer / S. 03 (mi li), Berchtesgadener Land Tourismus GmbH(BGLT) / S. 05, Chiemgau Tourismus / S. 10 (o re + u re), S. 12, S. 18, Marika Hildebrandt © Berchtesgadener Land Tourismus GmbH (BGLT)/ S. 10 (o re), Judith Kunz © Berchtesgadener Land Tourismus GmbH (BGLT) / S. 11, Brauereigasthof Aying / S. 24 iStock, © Nikada

Tourismus Oberbayern München