

EIN ECHT EREIGNISREICHES JAHR 2022



Neue Beratungsinitiative für Gastgeber & Privatvermieter in Oberbayern - TOM e.V. bietet Betriebs-SelbstCheck und Coaching an



Relaunch der neuen B2C-Website oberbayern.de



16. Mitgliederversammlung des TOM e.V. im Museum Glentleiten

JANUAR

FEBRUAR

MÄRZ

- streeter streeteralistic er riche

APRIL

MAI

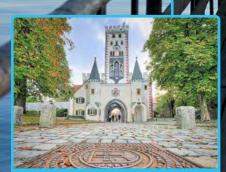
JUNI



TOM e.V. beginnt Kooperation mit Geschwister Zack PR zur Unterstützung der B2C-Pressearbeit



TOM e.V. ist auf den Outdoormessen E-Bike-Festival Dortmund und E-Bike Days in München (inkl. Presseradreise entlang der WRW) präsent



Landsberg am Lech wird neues TOM-Mitglied



Stadtsommerkampagne in Oberbayern



2. Tourismuswoche Oberbayern mit Privatvermietertag und e-Coach Day in Garmisch-Partenkirchen



Der Tourismustag 2022 unter dem Titel "einfach echt: gestern – heute – übermorgen" mit Brennpunktthema "Bettensteuer"

JULI

AUGUST

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DEZEMBER



"Kuratorium für den Bayerischen Tourismus" wird gegründet



Tourismusforum Südwest bildet Abschluss der drei Tourismusforen in 2022



Presse-Kamingespräch: Innovative Konzepte rund um Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Wertschätzung für den Tourismus

ECHT INSPIRIEREND

6

GRUSSWORTE

von Klaus Stöttner (Präsident TOM e.V.) und Oswald Pehel (Geschäftsführer TOM e.V.)

6







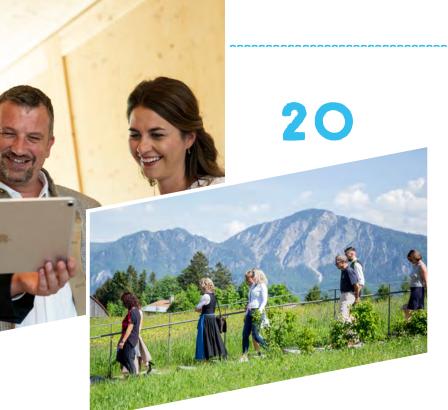
8

ECHT SERVICEORIENTIERT	8
ECHT MEINUNGSSTARK	10
ECHT VERNETZEND	12
ECHT LENKEND	14
ECHT PRIVAT	16
ECHT DIGITAL	12



Gender Hinweis

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit des Geschäftsberichtes wurde in manchen Beiträgen von uns entweder die weibliche oder männliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern gewählt. Diese Formulierungen umfassen gleichermaßen weibliche und männliche Personen sowie alle, die sich nicht mit den verallgemeinernden Geschlechterbegriffen identifizieren möchten. Wir sprechen alle Menschen damit gleichberechtigt an. Die verkürzte Sprachform hat redaktionelle Gründe und ist wertfrei.



ECHT WISSENSWERT

Tourismus Oberbayern	
Partnernetz (TOP)	20
Weiterbildungsprogramm	21
Die Reiselust bleibt hoch,	
die Rahmenbedingungen schlecht	22
Tourismusstatistiken im	
Jahresvergleich	26

ECHT PRODUKTIV

Radln	32
Wandern	34
Kultur	34
Winter	35

36

36

ECHT KOMMUNIKATIV

DER TOM E.V.

Das Team	40
Präsidium	42
Fachbeirat, Personalausschuss &	
Mitglieder	44
Haushaltsjahr 2022	46
Impressum	47





JETZT AUCH ALS DIGITALE VERSION VERFÜGBAR!





geschaeftsbericht.oberbayern.de

LIEBE MITGLIEDER, LIEBE PARTNER,

trotz aller Herausforderungen konnte sich Oberbayern im Tourismusjahr 2022 gut behaupten und zumindest die Corona-Krise gut bewältigen – das war vor einem Jahr so nicht zu erwarten. Das Tourismusvolumen stieg wieder erheblich, der Städtetourismus erholte sich dank der wieder stattfindenden Messen und Tagungen spürbar und auch die zurückliegende Wintersaison verlief sehr positiv. Die Hoffnung, künftig besser mit Corona leben und wirtschaften zu können, erfüllte sich.

2023 jährt sich der Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine zum ersten Mal. Die vielen Schicksale, die dahinterstehen, bewegen uns alle. Die Auswirkungen des Krieges sind allgegenwärtig, auch im Tourismus. Trotz Energiepreisdeckel beschäftigen uns die steigenden Energie- und Rohstoffpreise in allen Tourismusbetrieben und in energieintensiven Bereichen wie Thermen, Wellnessanlagen oder Seilbahnen. Nach wie vor hoffen wir auf einen möglichst baldigen Waffenstillstand und Frieden. Denn Tourismus braucht friedliche und berechenbare Rahmenbedingungen.

Nur wenn wir mit einer Stimme sprechen und die Anliegen und Nöte aus den Regionen effektiv bündeln, werden wir in der Landes- und Bundespolitik Gehör finden. 2022 haben daher alle vier touristischen Regionalverbände in Bayern gemeinsam das Kuratorium für den Bayerischen Tourismus ins Leben gerufen. Themen gibt es genügend: vom Erhalt der Privatvermieterstrukturen über die Verlängerung der Coaching-Angebote im Sonderprogramm, Tourismus in Bayern - Fit für die Zukunft' bis zum Erhalt der Seilbahnförderung. Ebenso wichtig ist es, das Förderniveau bei den Landesmitteln für die Regionalverbände abzusichern. Gerade nach Corona gibt es neben dem Tourismusmarketing viele dringende Themen wie Digitalisierung, Besucherlenkung oder Professionalisierung der Beherbergungsbetriebe. Jährlich geben Touristen in Bayern knapp 34 Mrd.

Euro aus – etwa so viel wie der Gesamtumsatz der Unternehmen BayWa AG, Vodafone Deutschland, MAN und Stihl zusammen. Damit diese starke Branche zukunftsgerecht weiterentwickelt werden kann, brauchen wir auch eine solide Tourismusfinanzierung. Zugleich müssen wir mit allen Verbänden und Destinationen darüber nachdenken, wie wir zu einem schlagkräftigen Tourismusmanagement in Bayern kommen und die Finanzierung besser verteilen. Schließlich profitieren nicht nur das Hotel oder die Seilbahn vom Tourismus, sondern die gesamte Region.

Elementar für den Tourismus in Oberbayern ist eine gute Vernetzung von Stand und Land, so etwa die enge Kooperation der Landeshauptstadt München mit unserem Vizepräsidenten Clemens Baumgärtner und den ländlichen Tourismusregionen z.B. beim gemeinsamen Tourismustag. Wichtig ist aber auch ein gutes Klima in allen Gremien sowie zwischen dem TOM e.V. und seinen Mitgliedern. Danke an unseren Geschäftsführer Herrn Pehel und sein Team der Geschäftsstelle für die engagierte und verlässliche Arbeit, aber auch an Fachbeirat und Präsidium für die konstruktive Zusammenarbeit. Als Präsident des TOM e.V. vertrete ich Ihre Stimme in der Politik und trete aktiv für die Interessen des Tourismus ein.

Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit, auf Ihre Meinungen und Ihre Unterstützung für unseren TOM e.V. Gemeinsam werden wir auch zukünftige Krisen meistern!

Ihr

Klaus Stöttner, Präsident des TOM e.V.



Liebe Partner, liebe Mitglieder,

der Rückblick auf das vergangene Tourismusjahr 2022 fällt zweigeteilt aus. Wir freuen uns darüber, dass wir die harten Lockdown-Zeiten der Corona-Krise 2020 und 2021 hinter uns lassen konnten und dass die Buchungszahlen wieder deutlich angewachsen sind - sowohl in den ländlichen Destinationen als auch spätestens seit Juni 2022 in der Landeshauptstadt München und den oberbayerischen Städten insgesamt. In der Pandemie konnten neue Gästegruppen für Bayern und Oberbayern angesprochen und möglicherweise auch künftig - nach Abflauen eines gewissen Nachholeffektes - dauerhaft gewonnen werden. Insgesamt kann Oberbayern für 2022 mit 15,8 Mio. Gästeankünften (+90,6%) und 40,4 Mio. Übernachtungen (+61,6%) bayernweit die größten Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen.

Alle diese Positivzahlen können jedoch nicht über die negativen Seiten des vergangenen Geschäftsjahres hinwegtäuschen. Der verbrecherische Krieg bewegt und betrifft uns alle. Wir hoffen vor allem aus humanitären Gründen auf baldigen Frieden. Aber auch der Tourismus in Oberbayern ist enorm belastet: Kommunen durch die Unterbringung von Flüchtlingen und Betriebe vor allem durch die massiv gestiegenen Energiepreise.

Immerhin konnte die Corona-Krise rückblickend als Beschleuniger für ein ganzes Bündel von Themen wirken, die auch künftig zu unserer Tourismusarbeit gehören: von der Besucherlenkung über den Digitalisierungsschub bis hin zur Nachhaltigkeit in der gesamten Destinationsentwicklung und der stärkeren Ausrichtung unseres Wirkens insgesamt auf die Lebensräume unserer Bevölkerung. Tourismus hat nicht mehr nur die Funktion, Wertschöpfung in die Region zu holen, sondern soll auch Angebote und Vorteile für die Region generieren, die Wertschätzung und Akzeptanz nach innen absichern und der Region selbst eine attraktive und authentische Identität geben. Mit dem 2022 entwickelten oberbayerischen Nachhaltigkeitskompass konnten wir Betrieben und Leistungsträgern mit konkreten und mehrwertorientierten Maßnahmen Orientierung geben. Dabei geht es nicht nur um die ökologische Dimension und CO2-Einsparung, sondern auch um die soziale mit Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung oder die wirtschaftliche mit Wertschöpfungssteigerung über regionale Produkte. Ich bin mir sicher, dass wir auch mit der Unterstützung aller Destinationen und der aktiven Kommunikation an Hotel-, Gastronomieund Freizeitbetriebe mit dem Nachhaltigkeitskompass hier Weichen stellen und die richtigen Impulse setzen konnten.

In den vergangenen 3 Jahren wurden viele Umbrüche und Veränderungen angestoßen, die auch das Gesicht des Tourismus in Oberbayern verändern. Es liegt an uns, diesen Wandel und die Rahmenbedingungen positiv zu gestalten. Gemeinsam mit der oberbayerischen Tourismusfamilie, mit allen Destinationen, Betrieben und Verbänden können wir unseren Tourismusstandort Oberbayern zukunftsfähig weiterentwickeln und gestalten, Hürden und Krisen gemeinsam meistern.

Rückblickend auf 2022 und die vergangenen Krisenjahre bedanke ich mich bei allen Gremien mit dem Präsidium und unserem Präsidenten Klaus Stöttner, den Ausschüssen, dem neu aufgestellten Fachbeirat mit Harald Gmeiner und Winfried Burger an der Spitze, unserem engagierten und sehr leistungsfähigen Team für die tolle Kooperation, ihren Einsatz und ihre Unterstützung in allen Projekten und Themen.

Ihr

Oswald Pehel, Geschäftsführer des TOM e.V.

On. Pells



ECHT SERVICEORIENTIERT Der TOM e.V. ist Servicepartner für alle oberbayerischen

Tourismuspartner und Mitglieder, aber auch für Politik, Verbände, Tourismusbetriebe und Endkunden. Mit seiner fachlichen Kompetenz erbringt das TOM-Team einen hochwertigen Service im Rahmen der täglichen Beratung und Vermittlung.



Der TOM e.V. steht den Tourismusregionen und den tourismusnahen Organisationen in Oberbayern mit einer Vielzahl an Serviceangeboten unterstützend zur Seite. Besonders in Corona-Zeiten hat die Wegweiser- und Servicefunktion des Vereins stark an Bedeutung gewonnen – als Vernetzungsplattform und starker Partner in touristischen Themen.

Viele Herausforderungen lassen sich nicht von einzelnen Destinationen lösen. Der Zusammenschluss über gemeinsame Projekte, Produkte und Initiativen wird daher immer wichtiger. So erhalten die Partner Unterstützung in der Destinations- und Produktplanung, z.B. im Verbund Münchner Umland, im Netzwerk des Ammer-Amper-Radweges, bei den Bayerischen Fernwegen oder im Aufbau von zertifizierten Radreise-Regionen. Der Verein bündelt die Anliegen der Partner und trägt diese weiter

in Richtung Fachverbände, Bayern Tourismus Marketing GmbH, Wirtschaftsministerium oder sonstige Regierungsstellen.

Der TOM e.V. begleitet die gemeinsame Destinationsentwicklung, setzt entscheidende Impulse oder stellt Kontakte zu Regionen her, die bereits erfolgreiche Lösungen auf den Weg gebracht haben.

Auch nach der Corona-Krise geht es weiter darum, die Partner zu informieren, Rechtsthemen kompetent zu erläutern und Fachwissen zugänglich zu machen. Zu aktuellen Branchenthemen wie Fachkräftemangel oder steigenden Energiekosten bündelt der TOM e.V. Informationen, bietet sachkundige Onlineseminare sowie Schulungen an und stellt den Partnern hilfreiche Checklisten zur Verfügung.

77

"Wir bieten unseren Partnern die Bühne, einzigartige Angebote sichtbar zu machen und gemeinsam Initiativen für Oberbayern voranzutreiben! Zukunftsorientiert – kommunikativ – leidenschaftlich – menschlich."

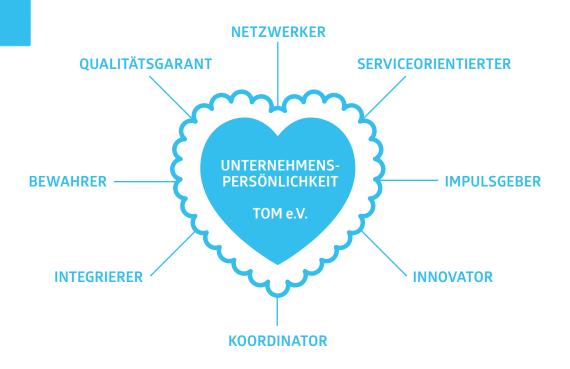
TOMe V

Nutzen für die Mitglieder

- Anfrage-Management für den gesamten Tourismusstandort Oberbayern
- Unterstützung und Hilfe in überregionalen Tourismusfragen
- Wegweiser-Funktion für die oberbayerischen Tourismusakteure
- Stellungnahmen zu überregional bedeutsamen Tourismusprojekten
- Vertretung der Tourismus-Interessen gegenüber Gremien und Organisationen



ANSPRECHPARTNER Oswald Pehel Geschäftsführer oswald.pehel@oberbayern.de Tel.: +49 89 63 89 58 79-11



Serviceorientierte Highlights

- News zu allen wichtigen Themen in der Branche im Tourismus Oberbayern Partnernetz
- stetige Aktualisierung des Tourismus Oberbayern Partnernetzes mit wertvollen Informationen und Serviceangeboten für Mitglieder
- konkrete Beteiligungsmöglichkeiten der Mitglieder in den Bereichen Social Media, Printmedien, Influencer-Kooperationen,
- neue spannende Web-Seminare zu aktuellen Themen
- Entwicklung Factsheet "Das ist der TOM e.V."



ECHT MEINUNGSSTARK

Der TOM e.V. ist das Sprachrohr für seine Mitglieder und Partner. Mit gezielter Pro-Tourismusarbeit vertritt er klare Positionen gegenüber der Bevölkerung, Wirtschaft und Politik – etwa in Bezug auf die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus, Besucherlenkung oder auch Tourismusakzeptanz in Oberbayern.



Der TOM e.V. ist die Plattform für touristische Lobbyarbeit in Oberbayern und erarbeitet in enger Abstimmung mit seinen Gremien und Mitgliedern klare Positionierungen zu Themen wie Tourismusfinanzierung, Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung oder Ausbau der öffentlichen Verkehrsinfrastruktur.

Zudem hat der Verein 2022 wichtige Strukturen geschaffen: Auf Initiative unseres Präsidenten Klaus Stöttner wurde im August das Kuratorium für den Bayerischen Tourismus gegründet. Dieses besteht aus den vier touristischen Regionalverbänden Oberbayern-München, Allgäu-Bayerisch Schwaben, Ostbayern und Franken. Das neue Gremium bündelt und priorisiert zentrale Lobbythemen aus

den bayerischen Destinationen und vertritt diese gegenüber politischen Entscheidungsträgern auf Landes- und Bundesebene sowie gegenüber Multiplikatoren und Medien. So kann der bayerische Tourismus gemeinsam mit einer Stimme auftreten und im Verbund mit wichtigen tourismusnahen Verbänden mehr bewegen.

Wie wichtig es ist, dass der Tourismus in Oberbayern konzertiert auftritt und mit einer Stimme spricht, hat sich auch bei der Diskussion rund um die Bettensteuer für München gezeigt. Wichtig ist aber auch, dass die Tourismusfinanzierung gesichert ist – egal ob in der Stadt oder auf dem Land.

Hier geht's zum Mitgliederbereich:



https://top.oberbayern.de/login/



"

"Wichtig ist, dass jeder Wirtschaftsbereich entlang der touristischen Wertschöpfung zukunftsfähig aufgestellt ist. Wir müssen uns offen austauschen und den Blick über den Tellerrand wagen, damit unser Tourismussektor auch in den nächsten Jahren finanziell auf sicheren Beinen stehen kann."

Oswald Pehel Geschäftsführer



Zu den Zielen des TOM e.V. zählt ebenfalls, die Wettbewerbsbedingungen und die Qualität des Tourismus in Oberbayern zu verbessern. Kontinuierlich werden hierzu Einschätzungen zu gesetzlichen Regelungen, Förderbedingungen und politischen Entscheidungen überprüft und bei Bedarf angepasst und korrigiert. So konnte 2022 der Förderzeitraum des Sonderprogramms "Tourismus in Bayern – Fit für die Zukunft" um ein halbes Jahr zum 30. Juni 2023 verlängert werden, so dass noch nicht abgerufene Privatvermieter-Coachings weiterhin stattfinden können.

Daneben entwickelt der Verein fortlaufend tourismuspolitische Positionspapiere sowie Factsheets zu zentralen Lobby-Themen und stellt diese seinen Partnern zur Verfügung. Damit zeigt sich der TOM e.V. als touristische Interessenvertretung mit einheitlichen Botschaften, was höhere Erfolgschancen bietet. Positionspapiere und Factsheets finden Interessierte zum Download im Mitgliederbereich auf der B2B-Website.

Meinungsstarke Highlights

- Gründung des Kuratoriums für den Bayerischen Tourismus
- Verlängerung des Sonderprogramms "Tourismus in Bayern - Fit für die Zukunft", um mehr Coachings bei Privatvermietern durchführen zu können
- 2G-Regelung in Skiliften im Corona-Winter 2021/2022
- Ablehnung einer Bettensteuer in München
- Erweiterung Fair MTB-Kampagne vom Mountainbike auf den Tourenradbereich



ANSPRECHPARTNER Oswald Pehel Geschäftsführer oswald.pehel@oberbayern.de Tel.: +49 89 63 89 58 79-11







Mitgliedschaften und Kooperationen

Um die Interessen der Mitglieder und zentrale Themen in Oberbayern besser zu platzieren und zu vertreten, ist der TOM e.V. Mitglied verschiedener Verbände und projektbezogener Arbeitsgruppen. Wichtig ist dem TOM auch, Projekte zu unterstützen, die sich durch ihr Engagement positiv auf den Touris-

mus in (Ober-) Bayern auswirken. Der TOM e.V. selbst hat mit der Stadt Landsberg am Lech ein neues Basismitglied gewinnen können. Nach zwei digitalen Jahren konnte im Mai die 16. Mitgliederversammlung des TOM e.V. endlich wieder in Präsenz – im Museum Glentleiten –stattfinden.

Mitglied- und Partnerschaften des TOM e.V.:

- Bayerisches Zentrum für Tourismus (BZT)
- Bayerische Fernwege e.V.
- Deutsche Donau Tourismus e.V.
- Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Münchner Umland
- Bundesverband für Tourismuswirtschaft (BTW)
- Projekt "BayernTourNatur"
- BayTM Gremien und Plattformen

16. Mitgliederversammlung

"

"Die Region **StarnbergAmmersee** ist seit vielen Jahren Partner bei Messen und Veranstaltungen, die vom TOM e.V. organisiert werden. Für uns sind die Messen eine wichtige Plattform, um Neukunden zu gewinnen und bestehende Gästekontakte zu pflegen. Darüber hinaus ist der Austausch mit Kollegen aus Oberbayern ein wichtiger Aspekt. Wir holen uns bei den Messen auch viele Anregungen für das tägliche Geschäft in den Tourist Infor-

Werner Schmid Geschäftsführer gwt Starnberg GmbH

Veranstaltungen & Messen

2022 konnten ab dem zweiten Quartal fast alle Veranstaltungen wieder in Präsenz und ohne Auflagen stattfinden. So konnte der TOM e.V. wieder vermehrt in verschiedenen persönlichen, aber auch hybriden Veranstaltungsformaten über aktuelle Projekte in Oberbayern und den Regionen informieren und das touristische Netzwerk weiter stärken.

Tourismustag München Oberbayern

Unter dem Titel "einfach echt: gestern – heute - übermorgen" hatte der TOM e.V. gemeinsam mit München Tourismus am 24. November 2022 zum Tourismustag ins Hotel The Westin Grand nach München geladen. Aus aktuellem Anlass stand die mögliche Einführung einer Übernachtungssteuer im Fokus des Branchentreffens.

Tourismuswoche Oberbayern

Vom 17. bis 22. Oktober veranstaltete der TOM e.V. die 2. Tourismuswoche Oberbayern. Auf dem Programm standen prominent besetzte Online-Talkrunden zu Zukunftsthemen etwa zum "Tag des nachhaltigen Tourismus", zum "Tag der Mitarbeiter:innen" und zum "Tag der Innovationen". Integriert war auch ein Gastgeber-/Privatvermietertag & eCoach-Day zum "Tag der Digitalisierung & Beherbergung". Zum Abschluss der Themenwoche luden viele oberbayerische TIs zum "Tag der Tourist-Infos" vor Ort.

Outdoormessen

E-Bikes sind wichtiger Motor im Radreise-Tourismus in Deutschland und vor allem in Oberbayern. Um sich gezielt der immer bedeutender werdenden Zielgruppe der E-Bike-Reisenden zu widmen, präsentierte sich der TOM e.V. im April 2022 auf dem E-BIKE Festival in Dortmund und auf den E BIKE DAYS in München

Tourismusforen Oberbayern

Im Rahmen der dreiteiligen Veranstaltungsreihe Tourismusforum Oberbayern (Südost/ Berchtesgaden, Südwest/Königsdorf und Nord/ Beilngries) machten Betriebe und Experten deutlich, wie Investitionen finanziert und gefördert werden können und welche Unterstützungsmöglichkeiten für die Digitalisierung angeboten werden. Die Veranstaltungen fanden in drei Best Practice-Betrieben statt.

Weitere Veranstaltungen von und mit dem TOM e.V. in 2022:

- Freizeit Messe Nürnberg mit rund 42.000 Besuchern
- Erstes Netzwerktreffen "Bayerische Fernwege e.V."
- European Championships
- Dein Winter . Dein Sport Summit in Berchtesgaden
- Nachhaltigkeitskonferenz Miesbach
- Zukunftsklausur des Fachbeirat

ANSPRECHPARTNER Sebastian Thoma Projektmanager Sebastian.thoma@oberbayern.de Tel.: +49 89 63 89 58 79-16

DIE TOURISMUSWOCHE **OBERBAYERN 2022**

HT MITEINAND - ECHT WERTVOLL



ECHT LENKEND Auch nach der Rückkehr in den normalen Reisealltag war das Thema Besucherlenkung 2022 weiter von Bedeutung. Künftig ist ebenfalls wichtig, dass die Erlebnisqualität für die Touristen garantiert wird, ohne dass die Tourismusakzeptanz bei der Bevölkerung darunter leidet.

"

1h

Taubenstein 1692 m

Taubensteinbahn

"Wir wollen die Besucher in Oberbayern so verteilen, dass alle Regionen davon profitieren, Kapazitäten nicht überschritten werden und Besucher und Einheimische dem Tourismus gegenüber positiv gestimmt sind."

Sebastian Thoma Projektmanager TOM e.V.

Digitales Besuchermanagement

In Zeiten der Digitalisierung – und auch nach der Pandemie – ist es immer wichtiger, Gästeströme gezielt zu lenken. Eine zentrale Auf-

- Lenkung zu unbekannten Ausflugszielen in Oberbayern
- Entlastung stark frequentierter Ziele
- Erhalt bzw. Steigerung der Tourismusakzeptanz bei der lokalen Bevölkerung
- Steigerung der Erlebnisqualität für die Besucher

Mit der Kampagne GeHEIMATorte und dem Ausflugsticker gibt es in Oberbayern zwei gabe des TOM e.V. ist es, die Besucher strategisch in Oberbayern zu verteilen. Folgende Einzelaspekte stehen dabei im Fokus:

- Vermeidung von Wildparken und überfüllten Parkplätzen
- Förderung des nachhaltigen Tourismus über Nutzung nachhaltiger Mobilitätsformen

Initiativen, die mit ihrem Angebot konkret auf die oben genannten Ziele hinwirken.

GeHEIMATorte - Kampagne

Bereits seit Sommer 2021 haben sich der TOM e.V., München Tourismus, der Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH (MVV) sowie die Bayerischen Eisenbahngesellschaft (BEG) für die Kampagne "GeHEIMATorte" in Oberbayern zusammengeschlossen – eine für Bayern bisher einmalige Zusammenarbeit von

Tourismus- und Nahverkehrsbranche. Die erfolgreiche Kampagne, die wenig frequentierte, aber mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbare Ausflugsziele in den Fokus rückt, wurde 2022 fortgesetzt. In den Sommermonaten beflügelte das 9-Euro-Ticket das Projekt.

Hier geht's zu den GeHEIMATorten:



www.geheimatorte.de

"Die Kampagne GeHEIMATorte sehen wir als langfristiges Projekt, um nachhaltigen Tourismus, nachhaltige Mobilität und alle Bereiche der Besucherlenkung zu fördern."

> Oswald Pehel Geschäftsführer TOM e.V.

Hier geht's zum Ausflugsticker Oberbavern:



ANSPRECHPARTNER
Sebastian Thoma
Projektmanager
sebastian.thoma@oberbayern.de
Tel.: +49 89 63 89 58 79-16

Zusätzlich zu den genannten Zielen der Besucherlenkung verfolgt die Kampagne noch zwei weitere:

 wirtschaftliche Stärkung von Destinationen /ÖPNV-Strecken, die bisher vom Tourismus und Freizeitverkehr nicht so stark profitieren konnten

Die Kampagne wurde in zwei Zeiträumen mit Radiospots, Großflächenplakaten, Pressemeldung und Social-Media-Beiträgen beworben. In beiden Flights war eine starke Zunahme der Förderung des nachhaltigen Tourismus über Nutzung nachhaltiger Mobilitätsformen

Zugriffszahlen zur Website geheimatorte.de zu spüren: die durchschnittliche Besucherzahl erhöhte sind von rund 400 auf bis zu 5760 am Tag.

Ausflugsticker Bayern

Der Ausflugsticker Oberbayern – im Rahmen der Corona Pandemie von den oberbayerischen Tourismusregionen initiiert und im März 2021 als Ausflugsticker Bayern auf die bayerische Ebene ausgeweitet – wurde 2022 kontinuierlich weiterentwickelt. Meldungen zur aktuellen Auslastung vor Ort werden von touristischen

Leistungsträgern vorgenommen (z.B. manuell oder QR-Code). Mittlerweile werden erste Echtzeitdaten über Parkplatzsensoriken im Ausflugsticker ausgespielt. Um den Ausflugsticker noch bekannter zu machen, hat der TOM e.V. allen DMOs Plakate zur Verfügung gestellt.









150

Meldestellen (TIs.

touristische Leistungs-

träger, Parkplätze, etc)

(Stand Dezember 2022)

~4 Mio.

Zugriffe Ende März 2021 – Ende 2022 Nur circa 50% geben ihre Einstimmung zur Messung via Cookie-Consent.

DAV Bergbus

Nach der erfolgreichen Pilotphase 2021 startete der Münchner Bergbus 2022 mit jeweils vier Bussen pro Wochenende in seine zweite Saison. Mit dem Bergbus können Regionen erreicht werden, die per Zug nicht gut erschlossen sind. Auf dem Weg zur Endhaltestelle fährt der Bus verschiedene Wanderparkplätze an.

Arbeitskreise in der Besucherlenkung

Der Arbeitskreis Besucherlenkung – eine Initiative des Bayerischen Wirtschaftsministeriums – ist ein zentrales Event, bei dem das Thema Besucherlenkung fachübergreifend diskutiert wird. Zu den Teilnehmern zählen nicht nur Tourismusorganisationen, sondern auch weitere Fachministerien (z.B. Verkehr, Umwelt) und Verbände (z.B. Deutscher Alpenverein, Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club/ADFC). Im Vordergrund steht der branchenund ressortübergreifende Austausch über Erfolgsmodelle und Erfahrungen mit dem Ziel, Synergien zu erzeugen und zu nutzen.





Kostenloser digitaler Selbst-Check und Beratung

Um die Privatvermieter nachhaltig zu stärken und dem Rückgang des Unterkunftssegments entgegenzuwirken, entwickelte der TOM e.V. 2020 die Kampagne "Echt Privat". Nach der erfolgreich abgeschlossenen ersten Beratungsphase bot der Verein 2022 digitale Betriebs-Selbst-Checks für oberbayerische Privatver-

mieter und Gastgeber mit bis zu 25 Betten, wobei Potenziale und Schwächen eines Betriebes aufgezeigt werden. Bei weiterführenden Beratungsgesprächen erhalten die Betriebe hilfreiche Impulse und Handlungsempfehlungen. Die Laufzeit des Angebots konnte bis Juni 2023 verlängert werden.

Zukunftsworkshop

Zu einer Zukunftswerkstatt lud der TOM e.V. Gastgeber kleiner Beherbergungsbetriebe, Privatvermieter, Vertreter von Gastgeberorganisationen und Vertreter touristischer Organisationen in das Seeforum Tegernsee ein. Hier entstanden wertvolle Begegnungen, Ideen für weitere Entwicklungen und Vernetzungen zwischen den Akteuren.

Preiswerkstatt & USPs – Stärken erkennen

Im Rahmen des Projektes "Echt Privat" wurden auch individuelle Workshops angeboten. Was die eigene Unterkunft besonders macht und wie dies nach außen kommuniziert werden kann, erfuhren Gastgeber im Web-Seminar "Stärken erkennen". Im Präsenzseminar "Preis-

werkstatt" gab es praxisorientierte Tipps und Empfehlungen zu Preiskalkulation und Wirtschaftlichkeit. Das Seminarkonzept wurde bereits mehrmals zusätzlich von Tourismusstandorten für ihre Gastgeber gebucht. Diese Möglichkeit besteht auch weiterhin.





Ziele und Handlungsfelder

Aufbau einer Organisationsund Vernetzungsstruktur für Privatvermieter

- Koordination von Botschaftern und Vertretern
- Vernetzung, Vertretung der Privatvermieter
- Bündelung, Koordination von Know How



Identität und Wertschätzung der Privatvermieter fördern

- Markenkernwerte "Echt Privat"
- Positionierung
 Maßnahmen zur
 Steigerung der Identität
 und Wertschätzung der
 Privatvermieter

Unterstützung im Bereich Digitalisierung anbieten

- eCoaches
- Web
- Seminare
- Weiterbildungen in Regionen

Wirtschaftlichkeit Qualität Zukunftsfähigkeit fördern

- Förderungen
- Schulungen, Best Practice
- Potenziale entwickeln
- Qualität steigern

Bedeutung und Relevanz der Privatvermieter für den Tourismus steigern

• Öffentlichkeitsarbeit nach innen und außen

"

"Miteinand den Tourismus der Zukunft gestalten. Wenn alle zamhelfen, vom kleinen Vermieter, dem lokalen G'schäft bis zu regionalen Anbietern, dann entstehen für

Gastgeber-/Privatvermietertag & eCoach-Day

Am 18. Oktober 2022 fand in Garmisch-Partenkirchen erstmalig der oberbayerische Gastgeber-/Privatvermietertag in Kombination mit dem eCoach-Day statt. Im Fokus standen die Stärkung der individuellen Gastgeber in ihrer wirtschaftlichen und nachhaltigen Entwicklung

sowie die Unterstützung zum Thema Digitalisierung. In Podiumsgesprächen und Vorträgen teilten Experten, Gastgeber und Vertreter regionaler und überregionaler Verbände ihre wertvollen Erfahrungen und Zukunftseinschätzungen.





Mit dem Projekt "Echt Digital" unterstützt der TOM e.V. gezielt touristische Akteure in ihrer digitalen Entwicklung und hilft, das Wissensniveau in Bezug auf Digitalisierung einheitlich und flächendeckend anzuheben. Neben kosten-

loser Beratung können Betriebe in Workshops und Roadshows ihr Wissen vertiefen und auf digitale Informationsangebote wie Web-Seminare zurückgreifen.

eCoaches und eCoach-Akademie 2.0

Herzstück des Projekts ist das Netzwerk aus mittlerweile 22 eCoaches, die als "Digitale Botschafter" oberbayerische Gastgeber und touristische Partner in den Regionen betreuen, Veranstaltungen organisieren und als Digitalisierungsexperten in den touristischen Organisationen agieren. Die 2021 gestartete Aus- und Weiterbildung der oberbayerischen eCoaches-Akademie 2.0 wurde 2022 fortgesetzt und endete im September.

Digital-Check

Seit Februar 2022 können Betriebe gemeinsam mit den eCoaches aus der Region einen kostenlosen Digital-Check in Anspruch nehmen, der Stärken und Schwächen im Bereich Digitalisierung und Entwicklungspotenzial etwa in

Bezug auf Suchmaschinenoptimierung, Website, Newsletter, Online-Vertrieb oder Social-Media-Marketing aufzeigt und auch die internen Abläufe im Betrieb evaluiert.



Mit der Zertifizierung von 22 eCoaches feierte der TOM e.V. 2022 einen weiteren Meilenstein in der Umsetzung seiner Digitalisierungsstrategie. Die Übergabe der Urkunden war Höhepunkt beim "Tag der Beherbergung und Digitalisierung", der am 18. Oktober mit rund 150 Teilnehmenden im Kongresszentrum Garmisch-Partenkirchen stattfand – erstmals in Kombination mit dem Gastgeber-/ Privatvermieter-Tag.

Weichenstellung für Digitalisierungs-Coaching für Freizeitbetriebe

Aus Mitteln des Förderprojektes "Tourismus in Bayern – Fit für die Zukunft", die der TOM e.V. bei der Bayerischen Staatsregierung beantragt hat, wurde ein Digital-Beratungsan-

gebot gezielt für Freizeit- und Erlebnisbetriebe in Oberbayern entwickelt. Die kostenfreie Beratung über das eCoach-Netzwerk ist bis Juni 2023 möglich.

Hier gehts zu Echt Digital:



https://top.oberbayern.de/echt-digital/

"Echt Digitale" Highlights

- eCoach Akademie 2.0 2. Semester
- Digital-Check für Gastgeber und Leistungsträger
- Digital-Werkstatt am Irschenberg eCoaches Mai 2023
- Mitwirkung Zukunftswerkstatt + Tourismusforum Mai/Juli/September 2022
- Exkursionstermin eCoaches infomax websolutions
- Digital Tourism Lab Digitalisierung Freizeitbetriebe Sept/Nov 2022
- eCoach-Day Oktober 2022
- eCoach Online-Stammtische / eCoach SOKO



77

"Es ist sehr spannend und macht Riesenspaß, als eCoach den Vermietern und Freizeitbetrieben die Möglichkeiten der digitalen Welt zu zeigen und ihnen zu helfen, diese für sich zu nutzen."

> Holger Lortz eCoach Tölzer Land Tourismus





Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP)

Eine zentrale Rolle beim Wissenstransfers spielt die B2B-Website des TOM e.V., das Tourismus Oberbayern Partnernetz (TOP). Das Portal, das 2021 neugestaltet wurde, hat sich im zurückliegenden Geschäftsjahr als eine von allen Partnern geschätzte Wissensplattform bewährt. Die Website informiert über wichtige Entwicklungen in den Destinationen, über Personalia und offene Stellen, und sie stellt neue Konzepte, Kampagnen und Strategien des TOM e.V. vor. Aber nicht nur harte Fakten sind hier zu finden, sondern auch Geschichten

der oberbayerischen Tourismushelden und -heldinnen, die Mut machen und dem oberbayerischen Tourismus ein Gesicht geben sollen. Weiterhin werden Hintergrund- und Service-Infos für die oberbayerischen Touristiker präsentiert, darunter Positionspapiere, Presseinfos, Schulungsangebote, der Referentenpool und vieles mehr. Der Mitgliederbereich zeigt weiterhin die Vorteile einer Mitgliedschaft wie exklusive Daten, Beteiligungsangebote und Sonderkonditionen auf einen Blick.

Hier geht's zur



www.top.oberbayern.de







"Die ersten Ergebnisse unseres ReisePuls Deutschland präsentieren wir im Januar traditionell als erstes immer im Rahmen des Webinar-Angebots beim TOM e.V. Schneller als der TOM e.V. ist keiner bei der Weitergabe gerade einmal vier Wochen alter Marktforschungsdaten."

destinet.de

"Wir wollen möglichst viele Betriebe und Leistungsträger so bald wie möglich vom Stellenwert der Nachhaltigkeit überzeugen, ihnen einen Einblick in nachhaltiges und zukunftsfähiges Wirtschaften geben und sie zu einer schrittweisen Umsetzung motivieren und unterstützen."



Weiterbildungsprogramm

Dem Wissensmanagement kam auch 2022 eine große Bedeutung zu, was sich in zahlreichen Web-Seminaren, Workshops und Infoveranstaltungen widerspiegelte. Viele oberbayerische Tourismuspartner nutzten das Weiterbildungsprogramm des TOM e.V. Speziell für oberbayerische Gastgeberbetriebe wurden Seminare im Rahmen des Projektes "Oberbayern – Echt Digital" veranstaltet. Insgesamt wurden 15 Web- und Präsenz-Seminare mit bis zu 90 Teilnehmern durchgeführt, darunter das Seminar "Preiserhöhungen im

Gastgewerbe - Kalkulation und Kommunikation", der "ReisePuls Deutschland - neue Ergebnisse", "Digitale Produktentwicklung für digitale Märkte" und "Energieversorgung und Tourismus – Preiserhöhungen rechtswirksam umsetzen". Auch im Rahmen der Tourismuswoche Oberbayern 2022 wurden spannende Impulse und Talkrunden zu Themen wie "nachhaltiger Tourismus", "Arbeits- & Fachkräfteentwicklung" sowie "Trends & Innovationen im Tourismus" durchgeführt. Der TOM e.V. bedankt sich für die rege Beteiligung.

Aktuelle Seminare und Veranstaltungen:

www.top.oberbayern.de/events/

Referentenpool

Mit dem Referentenpool will der TOM e.V. einen einheitlichen Wissenstransfer in Oberbayern herstellen und touristische Akteure langfristig qualifizieren. Die Tourismuspartner können dabei kompetente Referenten aus 56 Themengebieten – von Nachhaltigkeit im Tourismus über Digitalisierung bis zu Qualität & Service für Seminare, Schulungen oder Weiterbildungen auswählen und daraus eigene Schulungsprogramme ableiten.

Sie wollen einen Workshop oder eine Schulung buchen?

Nachhaltigkeitskompass für Betriebe

Im Oktober 2022 stellte der TOM e.V. den Nachhaltigkeitskompass vor. Der Leitfaden umfasst die Grundlagen einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Entwicklung im Tourismus und liefert zahlreiche konkrete Tipps und Anregungen, wie sich ein Betrieb auch mit kleinen Schritten auf den Weg machen kann. Der Nachhaltigkeitskompass, der Betrieben und Leistungsträgern aus den Bereichen Unterkünfte, Gastronomie sowie Freizeit und Kultur als Orientierungshilfe dienen soll, wurde mit Hilfe der Agentur Realizing Progress, Vertretern von DMOs und Verbänden (u.a. IHK und DE-HOGA) erstellt. Auf der bayerischen Ebene hat die Bayern Tourismus Marketing GmbH eine Matrix konzipiert, die 20 Aufgabenfelder rund um den Gemeinwohnsatz verfolgt.





Die Reiselust bleibt hoch, die Rahmenbedingungen schlecht

Nach zwei Jahren Pandemie haben wir auf eine Entspannung der Situation gehofft, doch sowohl die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bleiben schwierig als auch die branchenspezifischen "Dauerbrenner"

wie der Fachkräftemangel. Nichtsdestotrotz ist Optimismus angebracht, denn die Menschen wollen weiterhin reisen, gerade auch nach Bayern. Es kann jedoch gut sein, dass sie achtsamer mit ihrem Geld umgehen.

ANSPRECHPARTNER Oswald Pehel Geschäftsführer oswald.pehel@oberbayern.de Tel.: +49 89 63 89 58 79-11

Pfiadi Pandemie. servus Inflation!

Tschüss. Pandemie! Hallo. Inflation! Die Pandemie ist vollkommen raus aus den Köpfen der Menschen. Zwar hat es den ein oder anderen in der Winterwelle noch einmal erwischt, auch unter Touristikern*innen, aber die zunehmend eher milden Verläufe haben die Menschen entspannt. Da ist es nicht verwunderlich, dass die "pandemischen" unter den reiseentscheidenden Faktoren praktisch kaum noch eine Rolle spielen. Der "ausreichende Schutz vor Ansteckung" ist im Ranking nach unten durchgereicht worden. Stattdessen gibt es ein strahlendes Comeback eines anderen reiseentscheidenden Faktors: des Preises! Der "Preis der Reise" hat im ReisePuls Deutschland 2023 (Befragung im Dezember 2022) mit weitem Abstand die erste Stelle eingenommen, vor der "Guten Erreichbarkeit des Reiseziels". dem "Wetter" und den "Erlebnissen/Aktivitäten am Reiseziel". Zwar war der Preis auch im letzten Jahr schon wieder in die Spitzengruppe zurückgekehrt, jetzt jedoch scheint er für viele die Reiseentscheidung besonders stark zu beeinflussen.

Das ist nicht verwunderlich: Die Inflation hinterlässt Spuren, nicht nur bei den Gästen, auch bei den Reiseanbietenden. Höhere Preise sind daher vielerorts Realität und müssen in Teilen an die Gäste weitergegeben werden. Dies trifft auf eine Nachfrage, die hier besonders sensibel reagiert. Gefragt, in welchen Bereichen die Menschen in 2023 Einsparungen planen, sagen 37% der Befragten bei Reisen/Urlaub (mit Übernachtung) und 30% bei Tagesausflügen.

48% wollen gar bei Freizeitausgaben allgemein sparen und 38% beim Besuch von Kulturveranstaltungen. Allesamt sind touristisch relevant, so dass einer behutsamen Preispolitik aktuell eine besondere Bedeutung zufällt.

Ein preisorientiertes Marketing ist dennoch nicht zu empfehlen, sondern Qualität gekoppelt an Preistransparenz. Versteckte Kosten und unklare Kostensituationen sollten alle Anbieter tunlichst vermeiden. Stattdessen lohnt es sich. Preise und gute Leistungen in Kombination angemessen zu würdigen. So kann es sein, dass die Gäste vielleicht seltener reisen oder auch kürzer, dies jedoch nicht ohne Qualitätsanspruch tun. Mutmaßlich reisen sie vielleicht auch weniger weit, was auf dem Quellmarkt Deutschland für Bayern positiv wäre.

Für 2022 haben 24% der repräsentativ Befragten erklärt, dass sie Urlaub in Bayern gemacht hatten. Das war etwas weniger als prognostiziert (27%). Für 2023 haben in der Dezemberbefragung des ReisePuls Deutschland 26% ihre Absicht erklärt, nach Bayern reisen zu wollen. Die Nachfrage bleibt also stabil, wohingegen Küstenreiseziele in Deutschland gegenüber Mittelmeerzielen an Nachfrage einbüßen. Doch die Rahmenbedingungen können auch hier zu einem veränderten Reiseverhalten führen. Vieles bleibt vom Verlauf des Ukraine-Krieges, der Inflation und auch anderen Verwerfungen wie z.B. einer möglichen Bankenkrise abhängig.





Fachkräftemangel und Nachhaltigkeit bleiben die langfristigen Herausforderungen

Zwar kehren die Gäste mit großer Reiselust wieder zurück, besonders auch im stark gebeutelten Städtetourismus, jedoch gilt dies nicht unbedingt für die fehlenden Fachkräfte im Gastgewerbe und anderen Branchensegmenten. Mittlerweile ist die Krise auch in den Tourismusorganisationen und Tourist-Informationen angekommen. Eine von der Akademie destinetCHANGE und dem Deutschen Tourismusverband durchgeführte Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit im Deutschlandtourismus (Befragung im Oktober/November 2023) zeigt: 37% der in diesem Bereich Beschäftigten suchen akut oder mittelfristig einen neuen Job - und nur ein Drittel davon will in der Tourismusbranche bleiben. Gefragt nach den Wechselgründen steht die "mangelnde Wertschätzung" für 53% an erster Stelle vor der "schlechten Bezahlung" (49%) und "fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten" (45%). Dies sollte als Alarmzeichen gedeutet werden.

Zumal viele Befragte auch Probleme mit Führungskräften anmahnen. Zudem deuten sich Verunsicherungen infolge der Auswirkungen Künstlicher Intelligenz wie chatGPT auf viele Aufgaben und Tätigkeiten ab, z.B. in der Tourist-Information. Die Mitarbeitenden und ihre Zufriedenheit bleiben daher im Fokus.

Die zweite große Herausforderung ist die Transformation des Tourismus in eine klimaresiliente Branche und das Thema Nachhaltigkeit in allen Dimensionen. Zwar zeigen die reiseentscheidenden Faktoren hier noch keine substanzielle Trendwende bei den Gästen, jedoch offenbaren die zunehmenden Extremwettererscheinungen und sichtbarer werdenden Folgen des Klimawandels hierzulande, dass es auf Seiten der Branche eines grundlegenden Wandels bedarf. Somit müssen wir die Freude über die Rückkehr der Gäste auch an die Frage koppeln, wie wir Wachstum künftig definieren wollen: Quantitativ oder qualitativ?



Bayerns Stärken bleiben

Für den Sommer 2023 ist weiterhin von einer starken Nachfrage nach Bayernreisen auszugehen. Zwar hat das Interesse an Naturerlebnissen erstmals wieder etwas abgenommen, doch die Breite des Qualitätsangebotes in Oberbayern zwischen Kultur- und Naturlandschaft sowie Metropole sichert die Ausnahmestellung unserer Destination in Deutschland.

Sollten wir uns darauf ausruhen? Natürlich nicht. Die perfekte Adressierung der Zielgruppen mit den richtigen Angeboten bleibt die zentrale Herausforderung. Sie muss jedoch durch die Transformation in eine nachhaltige und gemeinwohlorientierte Wirtschaftsweise begleitet werden.





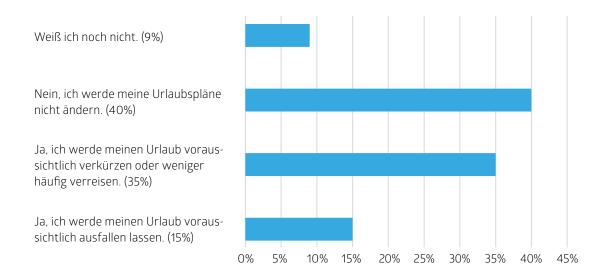
Anteil der Deutschlandreisenden, die nach Bayern reisen woll(t)en und tatsächlich gereist sind



Quelle ReisePuls Deutschland 2022/2023 - destinet.de

Finanzielle Entwicklungen

Haben die aktuellen Entwicklungen (z.B. Inflation, Krisen, steigende Energiepreise) Einfluss auf Ihre Urlaubsplanung?

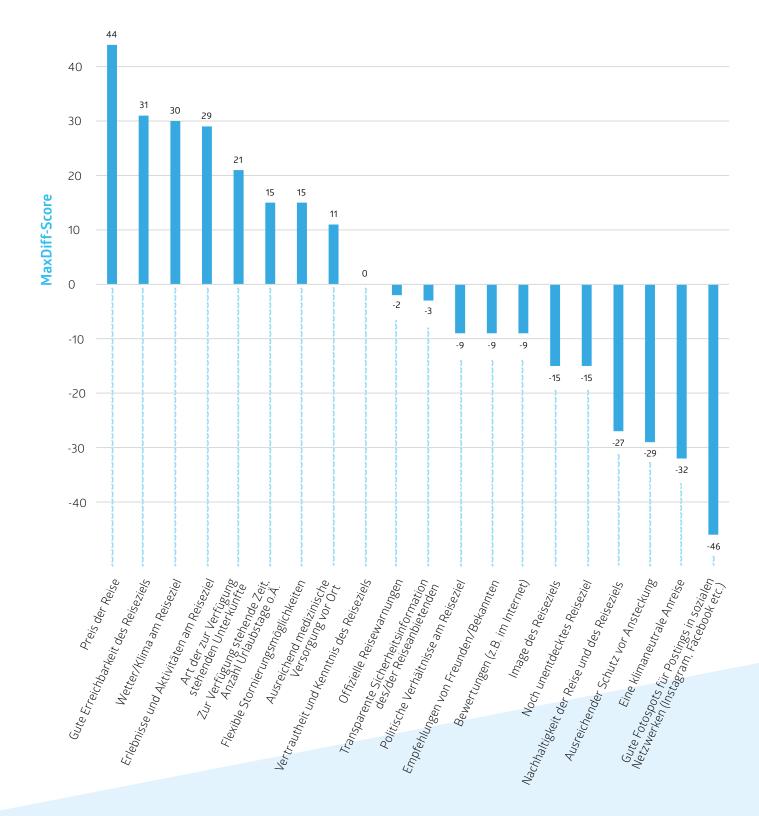


Quelle: ReisePuls Deutschland Kulturtourismus - April 2022. destinet.de. Feldzeit: 25.-28. April 2022.

Bitte wählen Sie immer jeweils den Faktor aus, der den größten und den geringsten Einfluss auf Ihre Reiseentscheidung hat. MaxDiff Score: Prozentsatz, der anzeigt, wie oft ein Faktor als bester Faktor gewählt wird, abzüglich des Prozentsatzes, der anzeigt, wie oft ein Faktor als schlechtester Faktor gewählt wird. Positiver Score: ein Faktor wird öfter als bester Faktor gewählt. Negativer Score: ein Faktor wird öfter als schlechtester Faktor gewählt.

Quelle: ReisePuls Deutschland 2023. destinet.de. Befragung: Dezember 2022.

(Total/N=1005)



Tourismusstatistiken im Jahresvergleich 2019 und 2022



40,5

16,0 davon in der Landeshauptstadt München

Mio. Gästeübernachtungen insgesamt (- 9,0 % zu 2019)





10,1

Mio. Gästeübernachtungen aus dem Ausland (- 24,4 % zu 2019)



9,4 davon in der Landeshauptstadt München

30,4

Mio. Gästeübernachtungen aus Deutschland (-2,4 % zu 2019)



2,6

Tage durchschnittliche Aufenthaltsdauer (2,4 Tage in 2019)



15,8

Mio. Gästeankünfte insgesamt (- 16,3% zu 2019)

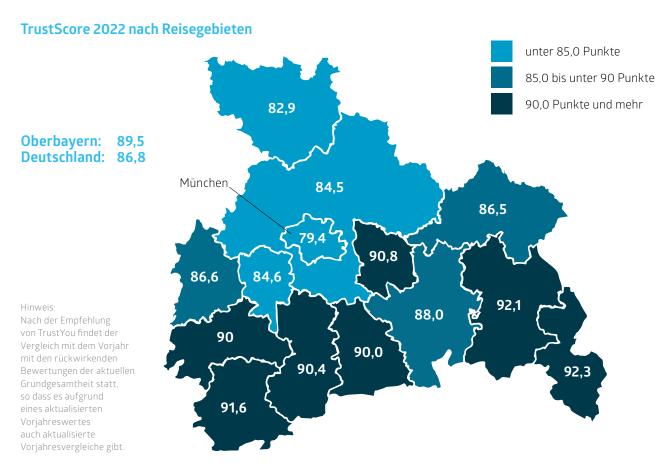


4,3 Mio. Gästeankünfte aus dem Ausland (- 30,5 % zu 2019)

11,5 Mio. Gästeankünfte aus Deutschland (- 9,3 % zu 2019)

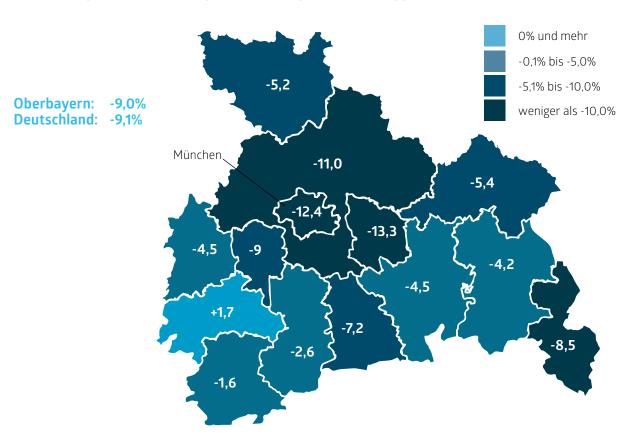


* Es werden die Jahre 2019 und 2022 verglichen, um die Zahlen aus dem Jahr 2022 in Relation zu den Zahlen aus dem Jahr 2019 und damit dem Niveau vor der Pandemie zu setzen



Quelle: dwif 2023, Datenstand: 2021/22, Daten: TrustYou, Kartengrundlage: GfK

Entwicklung der Übernachtungen nach Reisegebieten 2022 ggü. 2019 (in %)



Quelle: dwif 2022, Daten: Destatis, Kartengrundlage: GfK

Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Oberbayern

Gästeankünfte und -übernachtungen Januar bis Dezember 2022

der ange- Auf		Durchschn. Aufent- haltsdauer					
	in %	in Tagen	aus der BRD	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %	Veränderung zu 2019 (vor Corona)
Oberbayern	43,5	2,6	11.473.408	4.312.759	15.786.167	+90,6	-16,3
Bayern	40,9	2,7	27.124.727	7.089.293	34.214.020	+75,0	-14,5
Kreisfreie Städte							
Ingolstadt	37,6	1,7	235.544	85.563	321.107	+99,7	-3,9
München	48,2	2,3	4.258.513	2.681.708	6.940.221	+124,1	-20,7
Rosenheim	49,1	1,7	128.558	30.969	159.527	+88,6	3,1
Landkreise							
Altötting	34,5	2,4	103.688	17.469	121.157	+66,5	-12,4
Berchtesgadener Land	46,8	3,9	606.472	97.557	704.029	+51,4	-10,2
Bad Tölz-Wolfratshausen	38,2	3,1	363.371	29.934	393.305	+49,5	-5,6
Dachau	37,0	2,6	115.564	21.033	136.597	+116,8	-10,2
Ebersberg	39,7	2,2	134.880	38.893	173.773	+77,5	-18,8
Eichstätt	32,2	2,0	320.248	66.690	386.938	+48,1	-16,4
Erding	42,9	1,7	445.692	223.967	669.659	+106,4	-26,9
Freising	38,8	1,8	377.868	207.080	584.948	+136,1	-10,0
Fürstenfeldbruck	38,1	2,4	118.213	29.623	147.836	+83,7	13,7
Garmisch-Partenkirchen	45,2	3,2	929.854	171.046	1.100.900	+70,1	-4,3
Landsberg am Lech	37,0	2,5	102.354	14.518	116.872	+55,5	-10,2
Miesbach	41,5	3,2	608.478	69.331	677.809	+61,5	-10,1
Mühldorf am Inn	31,6	2,5	60.658	9.729	70.387	+66,4	-21,2
München	37,7	2,3	694.586	247.835	942.421	+102,1	-25,7
Neuburg-Schrobenhausen	31,8	2,5	54.108	6.841	60.949	+41,2	-14,6
Pfaffenhofen an der Ilm	31,3	1,9	112.077	36.466	148.543	+70,9	-10,1
Rosenheim	43,5	3,2	656.781	100.731	757.512	+53,1	-8,7
Starnberg	39,1	2,8	228.741	34.058	262.799	+49,2	-18,2
Traunstein	37,5	3,9	666.669	73.047	739.716	+47,8	-6,2
Weilheim-Schongau	47,8	3,6	150.491	18.671	169.162	+54,5	-4,2

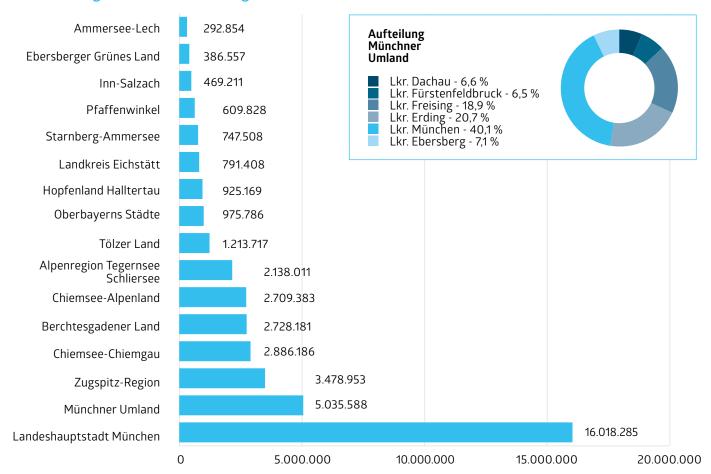
Gästeübernachtungen

aus der BRD	aus dem Ausland	insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %	Veränderung zu 2019 (vor Corona)
30.390.944	10.090.512	40.481.456	+61,6	-9,0
76.066.974	16.200.987	92.267.961	+51,3	-8,6
394.466	144.285	538.751	+82,7	-3,5
9.431.685	6.586.600	16.018.285	+101,5	-12,4
226.786	51.422	278.208	+78,1	14,3
238.808	53.742	292.550	+58,9	-3,5
2.492.415	235.766	2.728.181	+32,7	-8,5
1.139.646	74.071	1.213.717	+33,1	-2,6
301.864	56.416	358.280	+97,3	2,7
304.451	82.106	386.557	+55,9	-13,3
675.193	116.215	791.408	+29,5	-12,9
762.030	363.056	1.125.086	+89,4	-19,6
686.638	338.002	1.024.640	+100,9	-3,9
279.461	71.956	351.417	+48,8	18,0
3.029.395	449.558	3.478.953	+37,9	-1,6
266.038	26.816	292.854	+39,0	-4,5
1.985.015	152.996	2.138.011	+36,6	-7,2
148.379	28.282	176.661	+51,7	-8,4
1.576.034	600.131	2.176.165	+83,3	-14,5
131.764	21.497	153.261	+32,6	-8,4
218.317	65.457	283.774	+46,6	-6,3
2.214.456	216.719	2.431.175	+28,0	-6,3
656.487	91.021	747.508	+37,5	-9,0
2.670.749	215.437	2.886.186	+26,4	-4,2
560.867	48.961	609.828	+27,2	1,7

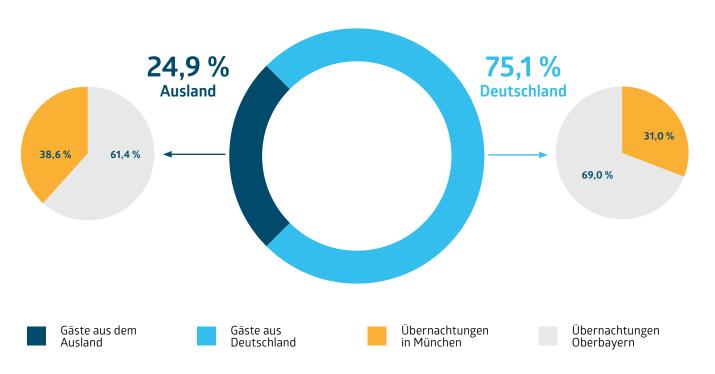
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

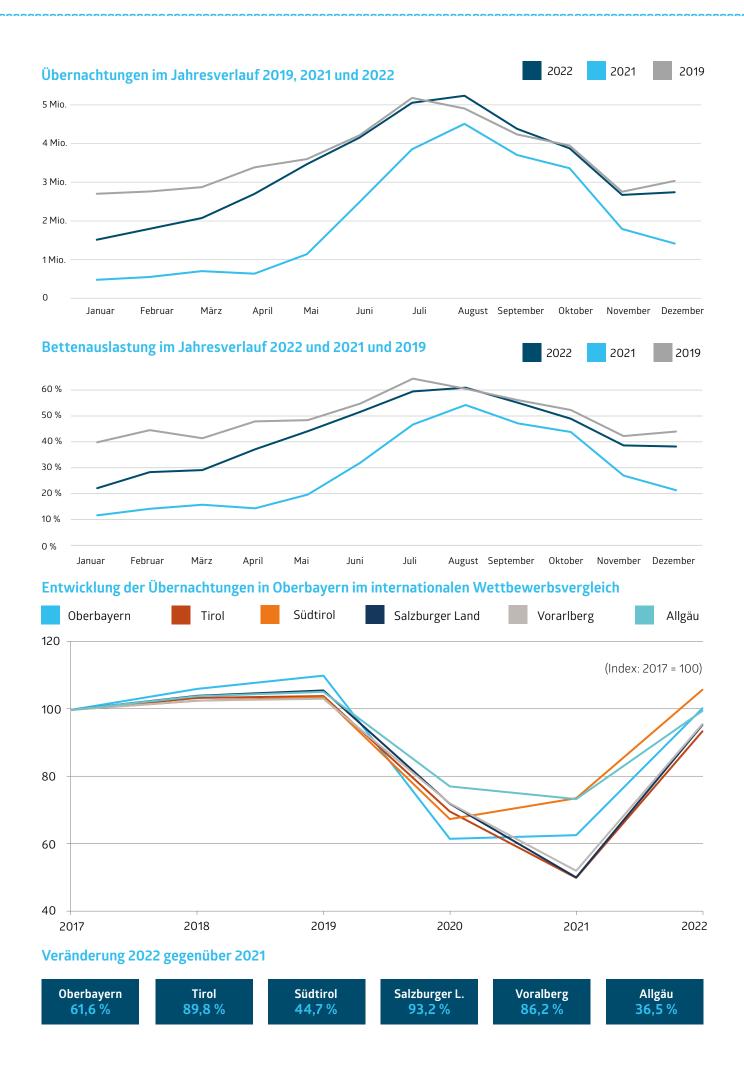


Übernachtungen in den Tourismusregionen 2022



Aufteilung Quellmärkte In- und Ausland bei Übernachtungsgästen 2022







Neben den anderen Kernthemen stand 2022 das Rad als umweltschonendes Fortbewegungsmittel im Fokus. Für den TOM e.V. war Radfahren im Frühjahr, Sommer und Herbst das strategische Hauptthema. Im Mittelpunkt standen die Qualitätssicherung der Wasser-Radlwege Oberbayern sowie kommunikative Maßnahmen. Nach der erneuten Qualitätsbefahrung der Hopfenschleife im Sommer führte der TOM e.V. Gespräche mit den anliegenden Regionen. Hier ging es neben der Mängelbesprechung auch um das Qualitäts-

management der Radinfrastruktur in den einzelnen Landkreisen/Kommunen und darum, wie diese erhalten oder sogar verbessert werden und wie der TOM e.V. und dessen QM-Dienstleister topplan dabei unterstützen können.

Daneben wurden neue Produktbühnen in den Bereichen Wandern, Kultur und Winter geschaffen, um bestehende Angebote gebündelt zu präsentieren. Im Sinne der Pro-Tourismus-Arbeit setzte der TOM e.V. weiterhin gezielt auf Aufklärung und Sensibilisierung.

RadIn

Die Wasser-Radlwege Oberbayern (WRW) – DAS Leitprodukt des TOM e.V.

Mit dem Leitprodukt Wasser-Radlwege setzt der TOM e.V. seit 2019 die einzigartige Dichte an Seen und Flüssen in Oberbayern als USP in Szene. 2022 hat der Verein mit der Weiterentwicklung des Projekts einen weiteren Beitrag dazu geleistet, das Qualitätsniveau der touristischen Radinfrastruktur zu erhöhen, Oberbayern als attraktive Radreiseregion zu positionieren, weitere Anreize für bestehende Gäste zu schaffen und neue Besucher zu

gewinnen. Im Herbst traf sich der WRW-Arbeitskreis wieder, um die Mitglieder über neue Entwicklungen und Trends zu informieren und den Austausch zu aktuellen Radprojekten in Oberbayern zu fördern. Künftig sollen Kernthemen wie Kultur und Wandern – aber auch Themen wie Besucherlenkung, Nachhaltigkeit und Digitalisierung – stärker mit dem Leitprodukt verknüpft werden und zu einer Entzerrung der Gästeströme beitragen.







Oberbayern mit dem Rad erleben

Die Wasser-Radlwege Oberbayern waren auch 2022 wieder im Portfolio des Reiseveranstalters "Feuer und Eis Touristik". Vier Pauschal-

angebote wurden über Website, Katalog, Newsletter und weitere Medien beworben.

Womit der TOM e.V. seine Mitglieder im Bereich Rad unterstützt:

- Impulse setzen für den Service-Ausbau (z.B. Abstellanlagen, Verleihstationen, ÖPNV-Kooperationen)
- Digitalisierung der Infrastruktur (z.B. Buchbarkeit)
- Besucherlenkung
- Sonderkonditionen und -aktionen (z.B. mit dem ADFC oder
- Beratung (z.B. im Bereich Fördergelder und Finanzierung)
- Durchführung regionaler Radlkongresse und -schulungen
- jährlicher WRW-Arbeitskreis
- individuelle Beratungsgespräche in den Regionen zum Qualitätsmanagement zusammen mit topplan





Wandern

Beim Thema Wandern lag der Fokus 2022 auf der strategischen Weiterentwicklung und Überprüfung des historischen Maximiliansweges. In der DAV-Bundesgeschäftsstelle wurden im September 2022 alle Sektionen und Tourismusregionen über Verlauf und Rahmenbedingungen informiert. In der Mitgliederversammlung des Bayerischen Fern-

wege e.V. sprachen sich alle Partner für die Weiterentwicklung und den Erhalt des Fernwanderweges aus. Damit würde ein strahlkräftiger alpiner Weitwanderweg geschaffen werden, der die bayerischen Alpen auf der Ost-West-Achse auf besondere Art und Weise erlebbar macht.



Kultur

Bei dem ernom breit gefächerten Kernthema Kultur hat der TOM e.V. drei Cluster in den Fokus genommen, die mehrere Angebotsthemen umfassen können, in ihrer Gesamtheit jedoch immer bestimmte Gefühle beim Gast ebenso wie beim Anbieter vor Ort auslösen sollen. Diese emotionalen Klammern knüpfen direkt an den Markenwerten Oberbayern-Münchens ("Echt Bayern") an:

Die drei Cluster der Kultur

"ursprünglich"

echt, unverfälscht, urwüchsig, Tradition, Religion und Natur

"warmherzig"

miteinander sein, dazugehören, Kleinode, Gastgeber, Traditionen und Bräuche, sanfte Hügellandschaft, ruhige Gewässer

Im Zuge der Stadtsommer-Kampagne 2022 hat der TOM e.V. zum ersten Mal das Kernthema Kultur im Rahmen einer Kampagne auf

"kantig"

verlässlich, authentisch, urbayrisch, tief verwurzelt, Einheimische, Almwirte, Berglandschaft, Gastgeber, urig und modern Hier geht's zur Stadtsommer-



die Bühne gehoben. Mehr dazu lesen Sie im Bereich Echt Kommunikativ.







Seit 2018 ergänzt die vom TOM e.V. angestoßene Zertifizierung "Ausgezeichnete Bayerische Bierkultur" der oberbayerischen Gastronomiebetriebe die Marke "Ausgezeichnete Bayerische Küche". Der Verein will damit hochwertige Bierspezialitäten noch stärker als Qualitäts- und Erlebnisprodukt in Szene setzen, den Wirtshausbesuch aufwerten und das Image der bayerischen Gastronomie stärken.





Winter

Ende 2022 ist der TOM e.V. in eine sehr hoffnungsvolle Wintersaison ohne jegliche Corona-Auflagen gestartet. Auf Initiative einiger oberbayerischer Alpendestinationen und des AlpenPlus Verbundes initiierte der TOM e.V. die groß angelegte Ski Alpin Kampagne "Echt Ski", um Übernachtungsgäste aus dem deutschsprachigen Raum für die oberbayerischen Wintersportregionen zu gewinnen. Neben dem oberbayerischen Imagerahmen fanden einige weitere gezielte Maßnahmen wie Bergfex- und YouTube-Kooperationen, Podcast-Werbung und Online-Aktionen statt. Erstmals beteiligten sich neben Mitgliedern des TOM e.V. auch oberbayerische Leistungsträger an der Kampagne. Um die sanfteren Winterthemen wie Winterwandern, Langlaufen und winterliche Lichtblicke (kulturelle Highlights etc.) zu bespielen, orchestrierte der Verein daneben die "Echt Winter"-Kampagne.

Weitere Infos

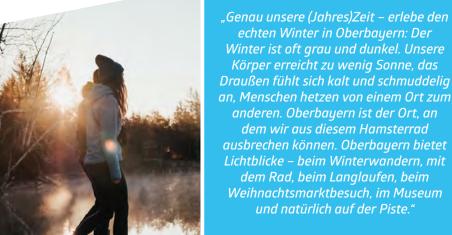


de/2023/03/03/echtwinter-2022-2023-ein-kampagnenrueckblick/

Gestaltung der neuen Winterbroschüre für Oberbayern

Noch in der Wintersaison 2022/2023 konnte der Tourismus Oberbayern München e.V. die erste Winter-Broschüre auf den Markt bringen. Sie wurde zusammen mit den oberbayerischen Regionen und weiteren Partnern erstellt und setzt auf hochwertige Nutzbarkeit, Kompaktheit und Inspiration über Karten, Points of Interest, Regionenseiten und magazinlastige Inhalte. Im Fokus stehen authentische Angebote in Oberbayern, die sowohl für Einheimische als auch für Urlauber einen großen Mehrwert bieten.

,,,



Ein Auszug aus der "Echt Winter" Kampagne







Dank der engen Zusammenarbeit mit den Kommunikationsagenturen desire lines, Geschwister Zack PR (B2C) und projekt2508 (B2B) sowie mit dem TOM-Mitgliedernetzwerk konnte der TOM e.V. zahlreiche Maßnahmen umsetzen und Veröffentlichungen genieren. Gemeinsam wurden neue und innovative Formate entwickelt, die sich in Kampagnen, Kooperationen, Events und einer starken

Pressearbeit widerspiegelten. Der TOM e.V. präsentierte seine Kernthemen und Produkte und verkündete klare Botschaften als Sprachrohr des Tourismus in Oberbayern. Durch den intensivierten Einsatz in der B2B-Kommunikation wurde eine deutlich stärkere Sichtbarkeit auf Lokalebene und in Fachmedien erzielt.

Kommunikative Erfolge des TOM e.V.

- 21 Presseaussendungen (5 B2C, 16 B2B) an überregionale und regionale Redaktionen sowie Fachmedien
- Start mit neuer B2C-Presseagentur Geschwister Zack PR zum Jahresbeginn
- Relaunch www.oberbayern.de
- 8 neue B2C-Pressebasistexte
- B2G-Newsletter (neu, seit April 2022): Versand von 16 Ausgaben an mehr als 500 Kontakte (Öffnungsrate mehr als 49 %)
- Social Media: deutliche Steigerung der Follower und Reichweiten (Facebook RW +144,5 % zum Vorjahr, Instagram +89,9 %)
- GeHEIMATorte-Kampagne mit 106.000 Zugriffen im Zeitraum 11.4 bis 31.12.2022

- "Echt Winter"-Broschüre für Oberbayern Ende 2022 Finalisierung mit einer Erstauflage von 8.000
- "Echt Genussvoll"-Produktion mit Sternekoch Andi Schweiger in Erding https://youtu.be/_6poufoj20g
- B2B-Newsletter: Versand von 12 Ausgaben an mehr als 500 Kontakte (Öffnungsrate im Schnitt mehr als 57%)
- Tourismushelden-Kampagne: Video-Produktion "Zu Besuch bei den oberbayerischen Tourismusheld:innen" https://youtu.be/IGC8v2cAR4o

Hier geht's zur TOM-Presseseite









Sarah Lulay Projektmanagerin sarah.lulay@oberbayern.de Tel.: +49 89 63 89 58 79-13

Tel.: +49 89 63 89 58 79-17

Die Highlights aus 2022

Website-Relaunch oberbayern.de

Mit seiner neu gestalteten Homepage oberbayern.de macht der Tourismus Oberbayern München e.V. den Gästen seit März 2022 noch mehr Lust auf die Reiseregion Oberbayern und die Planung noch einfacher: Nach dem Relaunch finden die Nutzer die Besonderheiten Oberbayerns noch besser und intuitiver. Sie erhalten nicht nur einen Überblick

über besondere Ausflugsziele, sondern auch alle wichtigen Service-Infos in einer interaktiven Karte. Auch das Leitprodukt, die Wasser-Radlwege Oberbayern, ist nun noch sichtbarer. Daneben werden Menschen, Produkte und Landschaften vorgestellt, die die Destination ausmachen.



B2C-Kommunikation: Stadtsommer-Kampagne

Mit der erstmals durchgeführten Stadtsommer-Kampagne hat der TOM e.V. von Juli bis August dem durch Corona gebeutelten Städtetourismus eine Plattform geboten und dabei die umliegenden ländlichen Räume integrieren können. Neun oberbayerische Städte und Stadtregionen beteiligten sich an der Kampagne. Neben kurzen Werbevideos über Meta und Google sowie Beiträgen im

Onlinemagazin MitVergnügen wurden auch Gewinnspiele etwa über Blogs und Social Media ausgespielt. Die Mitglieder konnten sich mit eigenem Content beteiligen und Städte bzw. Stadtregionen ein Onlinemediabudget auf ihre Contents buchen. Der Community-Aufbau ist die vorrangige Aufgabe im Social Media-Bereich für 2023.

Presseradtour zu den E BIKE DAYS

Das E-Bike ist seit Jahren fester Bestandteil neuer Mobilitätskonzepte und gewinnt auch für den oberbayerischen Tourismus zunehmend an Bedeutung. Um die Besonderheiten und Qualitäten der Region für diese Zielgruppe in den Fokus zu rücken, hat der TOM e.V. im April anlässlich der E BIKE DAYS in München eine Presse-Radtour auf den Wasser-Radlwegen Oberbayern unternommen.



Kamingespräch "Ideenschmiede Oberbayern"

Zum Jahresende lud der TOM e.V. zu einem B2B-Hintergrundgespräch in München. Im Fokus stand der Tourismus in Oberbayern, der mit innovativen Ideen und konkreten Maßnahmen etwa in Sachen Nachhaltigkeit, Digi-

Impulsgeber für die ganze Branche ist und als Ideenschmiede des Tourismus deutschlandweit Maßstäbe setzt.

talisierung und Bewusstseinsbildung wichtiger

IDEENSCHMIEDE OBERBAYERN: 12. DEZEMBER 2022, MÜNCHEN

"Oberbayern ist trotz aller Herausforderungen gut aufgestellt, weil wir so nahe der Alpenkette eine der Lebensqualitäten der Erde und unsere Oberbayern eine besonders positive Lebenseinstellung haben. Auch gibt es hier besonders viele "Macher", die Krisen trotzen und handeln."



"Der Tourismus in Oberbayern ist gut aufgestellt, hat durch Fachkompetenz, Engagement, Kreativität und den engen Austausch viele Lösungen entwickelt, die den Betrieben geholfen haben, sich auch in herausfordernden Zeiten zu behaupten."

> Oswald Pehel TOM e.V.





OBERBAYERNS TOURISMUSHELD: INNEN Mit der Kampagne "Tourismushelden" gibt der TOM e.V. dem Tourismus in Oberbayern ein Gesicht.

Präsentiert werden engagierte Menschen die wirhtige Immulse für die 7 Jukunft setzen und für die Präsentiert werden engagierte Menschen

Mit der Kampagne "Tourismushelden" gibt der TOM e.V. dem Tourismus in Oberbayern ein Gesicht.

Mit der Kampagne "Tourismushelden" gibt der TOM e.V. dem Tourismus in Oberbayern ein Gesicht.

Mit der Kampagne "Tourismushelden" gibt der TOM e.V. dem Tourismuse für die Zukunft setzen und für die Präsentiert werden engagierte Menschen, die wichtige Impulse für die Zukunft setzen und für die Präsentiert werden engagierte Menschen, die wichtige Impulse für die Zukunft setzen und für die Präsentiert werden engagierte Menschen, die wichtige Impulse für die Zukunft setzen und für die Impulse für die Impu

tourismushelden.oberbayern.de













Sarah Lulay Projektmanagerin

Marketing und Kommunikation E-Mail: sarah.lulay@oberbayern.de Tel.: + 49 89 63 89 58 79-13



Sebastian Thoma Projektmanager

Messe, Nachhaltigkeit und Besucherlenkung E-Mail: sebastian.thoma@oberbayern.de Tel.: +49 89 63 89 58 79-16



Ingrid Dietl Projektmanagerin

Echt Privat, Echt Digital, Koordination Sonderförderprogramme E-Mail: ingrid.dietl@oberbayern.de Tel.: + 49 89 63 89 58 79-14



Miriam Hördegen PR-Koordinatorin und Strategische Themen

E-Mail: miriam.hoerdegen@oberbayern.de **Tel.:** +49 89 63 89 58 79-17



Klaus Stöttner Präsident

Repräsentanz und Netzwerkaufbau in Politik und Wirtschaft, Vorsitz Finanzausschuss und Personalausschuss E-Mail: klaus.stoettner@oberbayern.de



Cindy Peplinski Themen- und Projektmanagerin

Radln, Wandern, Winter und Kultur E-Mail: cindy.peplinski@oberbayern.de Tel.: + 49 89 63 89 58 79-12

WIR SIND FÜR SIE DA!

Lea Hümmler bis 30.11.2022



Oswald Pehel Geschäftsführer

Geschäftsführung, Interessensvertretung, Finanzen, Unternehmenskommunikation E-Mail: oswald.pehel@oberbayern.de Tel.: +49 89 63 89 58 79-11



Viktoria Krukovska Koordinatorin Buchhaltung

Controlling und Büromanagement **E-Mail:** buchhaltung@oberbayern.de **Tel.:** +49 89 63 89 58 79-15

Präsidium

Viele Menschen beim TOM e.V. setzen sich für den Tourismus in Oberbayern ein – mit ihrer ganzen Persönlichkeit, langjähriger Erfahrung und einer gehörigen Portion Leidenschaft. Intensive Beratung und ständiger Austausch über alle Gremien hinweg helfen uns dabei, die beste Lösung zu finden – für ein echtes Bayern. Zwölf Hochkaräter im Präsidium verleihen dem TOM e.V. eine einzigartige Kompetenz.



Klaus Stöttner Präsident TOM e.V. MdL; Tourismuspolitischer Sprecher der CSU-Fraktion im Baverischen Landtag

"Wenn es unserer Tourismusbranche gut geht, dann geht es auch unserer bayerischen Wirtschaft gut. Mein Ziel ist es. als Schnittstelle zwischen Branche und Politik dafür weiterhin die geeigneten Rahmenbedingungen zu schaffen."



Hannes Rasp Vertritt: Gemeinde I Stadt einer Alpendestination

"Der TOM e. V. bietet ein Netzwerk, in dem wir regionenübergreifende Ziele ergebnisorientiert und nachhaltig anpacken. So stärken wir die Tourismusdestination Bayern und gehen mit innovativen Ideen in die Zukunft."



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

"Als Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes liegt es mir am Herzen, dass unsere gesamte "touristische Familie" Hand in Hand zusammenarbeitet – dafür bringe ich mich mit voller Leidenschaft im TOM e.V. ein."



Vizepräsident TOM e.V. und Referent für Arbeit und Wirtschaft

profitieren davon, wenn München und sein ober-bayerisches Umland gut und erfolgreich zusammenarbeiten. Diese Zusammenarbeit will ich festiaen und ausbauen. Der TOM e.V. bietet dafür die ideale Plattform."



Albert Gürtner Landrat des Landkreises Pfaffenhofen a.d.Ilm Vertritt: Landkreis einer Nicht-Alpen-Destination außerhalb des

"Gemäß dem Motto 'Gemeinsam kann man mehr erreichen' bin ich davon überzeugt, dass man den zahlreichen Herausforderungen im Tourismus am besten mit Kooperationen, vernetzten Angeboten und einer ganzheitlich gedachten Strategie entgegnen muss. Dieser Aufgabe möchte ich mich gemeinsam mit dem TOM e.V. auch in der Zukunft stellen."



Landrat des Landkreises Ebersberg Vertritt: Landkreis eines Umland-Landkreises der Landeshauptstadt München

"Im Hinblick auf den steigenden Tagestourismus und wachsenden Nahverkehr nimmt auch die Vernetzung von Mobilität und Tourismus im ländlichen Raum stetig an Bedeutung zu. Zusammen mit dem TOM e.V. und dem Münchner Umland möchte ich für Besucher und Gäste den ÖPNV attraktiver machen."

Wolfgang Puff
Hauptgeschäftsführer des
Handelsverband Bayern e.V.
"Oberbayern ist eine starke
Urlaubs- und Einkaufsdestination. Diese Attraktivität
ailt es zu bewahren und aus-

wir stärker."

zubauen. Dazu müssen alle Akteure an einem Strang ziehen. Gemeinsam sind



Wolfgang Altmüller Vorstandsvorsitzender der meine Volksbank Raiffeisenbank eG "Gemeinsam mit dem TOM möchte ich die Begeisterung für unsere Heimat in die Welt tragen."





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

"Gerade nach den Corona-Jahren mit ihren Nackenschlägen für Gastronomie und Tourismus hat die Wichtigkeit eines starken Engagements des TOM e. V. herausragende Bedeutung!"



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

"Die Zusammenführung der bedeutendsten touristischen Leistungsträger und regionalen Tourismuspartner unter der Dachmarke "Oberbayern" ist eine Grundvoraussetzung für den zukünftigen Erfolg der Tourismusregion Oberbayern. Der mit dem TOM e.V. eingeschlagene Weg ist gemessen an den Ergebnissen der Richtige."





Michael Gerber
Geschäftsführer der GaPa Tourismus GmbH
Vertritt: Oberbayerische Destinationen
"Neben der Vernetzung der
oberbayerischen Partner und
der Bedeutung als politische
Stimme in ganz Bayern
schätze ich außerordentlich
die praktische Unterstützung
durch TOM e. V. in Form von
praxisrelevanten Fortbildungsangeboten und der

fachlichen Expertise zur Steigerung der Angebotsqualität unserer Destinationen."



Kooptierte Mitglieder



Josef Mederer
Bezirkspräsident Bezirk Oberbayern
"Der Bezirk Oberbayern und
der TOM sind Partner mit
demselben Ziel: Oberbayern
von seiner schönsten Seite
zeigen!"



Karlheinz Jungbeck Schatzmeister und Vorstand für Tourismus, ADAC Südbayern

"Der TOM e.V. ist ein starkes Netzwerk, das sich erfolgreich und nachhaltig für den Tourismusstandort Oberbayern einsetzt und maßgeblich zur Positionierung dieser Region im internationalen Wettbewerb beiträgt."

Fachbeirat VORSITZENDER

Klaus Götzl (bis 04/2022)

Stellv. Geschäftsführer, gwt Starnberg GmbH

Winfried Burger (ab 05/2022)

stellv. Vorsitzender

Harry Gmeiner (ab 05/2022)

Vorsitzender

MITGLIEDER

Julia Kiendl (bis 11/2022)

Tourismusbeauftragte Landkreis Fürstenfeldbruck

Winfried Burger

Leitung Gäste- & Hotelservice, München Tourismus

Markus Pillmayer

Professor für Tourismus, Hochschule für angewandte Wissenschaften, München

Stephanie Fichtl

Leitung Marketing, GaPa Tourismus GmbH

Personalausschuss VORSITZENDER

Klaus Stöttner

Präsident TOM e.V.

MITGLIEDER

Clemens Baumgärtner

Vizepräsident TOM e.V. Referent für Arbeit und Wirtschaft Landeshauptstadt München

Angela Inselkammer

Vizepräsidentin TOM e.V., Präsidentin DEHOGA Bayern

Max Gotz

Oberbürgermeister der Kreisstadt Erding

Harald Gmeiner

Vorstand, Alpenregion Tegernsee Schliersee Kommunalunternehmen

Christina Pfaffinger

Geschäftsführerin, Chiemsee-Alpenland Tourismus GmbH & Co. KG

Barbara Radomski

Geschäftsführerin, Bayern Tourismus Marketing GmbH

Thomas Kube

Marketing & Traffic Support, Flughafen München

Susanne Schmid

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

Susanne Lengger

Geschäftsführerin, Tourismusverband Pfaffenwinkel

Claudia Schlebach

Abteilungsleiterin Unternehmensförderung, Gründung, Gewerberecht Bereich Standort, Mobilität, Handel, Dienstleistungen

Strategieausschuss VORSITZENDE

Angela Inselkammer

Vizepräsidentin TOM e.V., Präsidentin DEHOGA Bayern

MITGLIEDER

Klaus Stöttner

Präsident TOM e.V.

Michael Gerber

Geschäftsführer, GaPa Tourismus GmbH

Andrea Streiter (bis 04/2022)

Geschäftsführerin,

Tourismusverband Inn-Salzach

Stephan Semmelmayr

Geschäftsführer, Chiemgau Tourismus e.V.

Dr. Andreas Wüstefeld

Fachbereichsleiter Tourismus: Tourismusförderung/ Marketing/PR, Tölzer Land Tourismus

Sigrid Resch (ab 05/2022)

Geschäftsführerin Burghauser Touristik GmbH

Dr. Ingo Bartha (ab 12/2022)

Referat für Kultur und Tourismus Stadt Freising

Werner Schmid

Geschäftsführer gwt Starnberg GmbH

Finanzausschuss

Klaus Stöttner

Präsident TOM e.V.

MITGLIEDER

Wolfgang Altmüller

Vorsitzender des Vorstandes der VR meine Raiffeisenbank eG

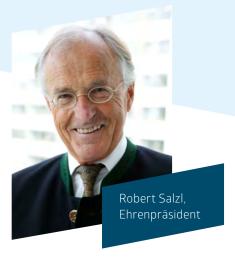
Peter Kammerer

Stellv. Hauptgeschäftsführer, IHK für München und Oberbayern

Josef Niedermaier

Landrat,

Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen



Mitglieder

PLUS-MITGLIEDER

Regionalentwicklung Oberland KU Bad Reichenhall Tourismus & Stadtmarketing GmbH Bezirk Oberbayern Burghauser Touristik GmbH Chiemgau Tourismus e.V. Chiemsee Alpenland Tourismus GmbH GaPa Tourismus GmbH Gemeinde Schliersee Große Kreisstadt Erding gwt - Gesellschaft für Wirtschafts- und

Tourismusentwicklung im Landkreis

Starnberg mbH / Starnberg Ammersee

Landeshauptstadt München / München Tourismus Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen / Tölzer Land Tourismus Landkreis Dachau / Dachau Agil Landkreis Ebersberg Landkreis Erding Landkreis Freising Landkreis Fürstenfeldbruck Landkreis München Landkreis Neuburg Schrobenhausen a.d.llm

Landkreis Pfaffenhofen a.d.Ilm /

KUS Pfaffenhofen

Private Brauereien Bayern e.V. Stadt Bad Tölz Stadt Dachau Stadt Freising Stadt Fürstenfeldbruck TV Ammersee-Lech TV Pfaffenwinkel TV Inn-Salzach Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee

BASIS-MITGLIEDER

ADAC Südbayern e.V. Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V. Bayerisches Staatsbad Bad Reichenhall Brauereigasthof Hotel Aying Brauneck- und Wallbergbahnen GmbH Erlebnisregion Rupertiwinkel Gemeinde Aying Gemeinde Jachenau Gemeinde Kochel am See Gemeinde Lenggries

Handelsverband Bayern e.V. Hopfenland Hallertau Tourismus e.V. Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern Standortmarketing und Tourismus -IFG Ingolstadt Kreisstadt Mühldorf am Inn Landesverband Bauernhof- und Landurlaub Bayern e.V. Landsberg am Lech Markt Indersdorf "Predigtstuhlbahn" Josef & Marga Posch GmbH & Co. KG

RT Touristik Stadt Altötting Stadt Geretsried Stadt Neuburg an der Donau Stadt Wolfratshausen Tourist Information Waging am See Unternehmensberatung Robert Salzl Zugspitz-Region -Kreisentwicklungsgesellschaft GAP mbH

* Stand: 31. Dezember 2022

FÖRDER-MITGLIEDER

Gemeinde Ruhpolding Gemeinde Sachsenkam



Haushaltsjahr 2022

2022 konnten die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Wirtschaft weiter eingedämmt werden, dafür wirkte sich der Ukraine-Krieg in vielen Bereichen auf die Tourismusbranche in Oberbayern aus. Der TOM e.V. konnte seine Leistungen und Aktivitäten trotz vielfältiger Herausforderungen in allen Geschäftsbereichen absichern und weiter ausbauen. Die Themen Wissensmanagement, Vernetzung, Digitalisierung, Privatvermieterstrukturen, aber auch Produktentwicklung, Marketing und Kommunikation konnten entscheidend vorangetrieben und erweitert werden.

Im vergangenen Geschäftsjahr spielte das Sonderprogramm "Tourismus in Bayern – Fit für die Zukunft" eine besondere Rolle, insbesondere die Coaching-Projekte wurden über den Haushalt des TOM e.V. umgesetzt. Ausdrücklicher Dank gilt hier dem Bayerischen Wirtschaftsministerium, das diese

Sondermittel speziell für die Absicherung der kleineren nichtgewerblichen Beherbergungsstrukturen und Zukunftsbereiche wie E-Mobilität und Digitale Erfassung von Gästeströmen zur Verfügung gestellt hat.

Wichtig war und ist dem TOM e.V. eine hohe Effizienz der eingesetzten Mittel, um einen möglichst großen Mehrwert in allen Projekten und Maßnahmen für den Tourismusstandort insgesamt und alle angeschlossenen Destinationen zu bieten. Die Finanzierung des TOM e.V. basiert einerseits auf Eigenmitteln in Form der Mitgliedsbeiträge und erwirtschafteter Beteiligungsmittel. Andererseits profitiert der TOM e.V. ähnlich wie alle anderen touristischen Regionalverbände und die Bayern Tourismus Marketing GmbH von Landesmitteln des Bayerischen Wirtschaftsministeriums.

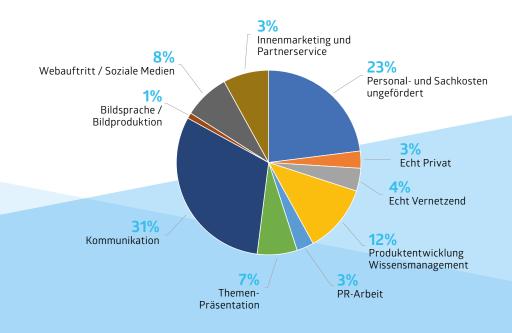
Prüfung der Jahresrechnung 2021

Die Abschlussprüfung für das Geschäftsjahr 2021 wurde dem Präsidium und auf der Mitgliederversammlung vorgelegt. Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Actio attestierte dem TOM e.V. abermals einen uneingeschränkten positiven Prüfvermerk. Somit konnte die Entlastung von Präsidium und Geschäftsführung in der Mitgliederversammlung am 20. Mai 2022 im Museum Glentleiten beantragt werden. Die Mitglieder bestätigten diese einstimmig. Der Bezirk Oberbayern gestaltete nach zwei Jahren digitalen Mitgliederversammlungen einen ausgezeichneten Rahmen mit der Versammlung im Museum und einem anschließenden Rahmenprogramm.

Mittelverwendung 2022

Die folgende Auswertung zeigt, dass 77 % des Vereinshaushalts in konkrete Maßnahmen fließt. Daraus lässt sich eine hohe Effizienz ableiten, was die Unternehmenskosten im Verhältnis zu den Projekt- und Marketingkosten betrifft.

Die wichtigsten Ausgabensegmente waren 2022 die Marktkommunikation, die Produktentwicklung, das Innenmarketing und der Partnerservice sowie die Umsetzung unseres neuen Partnerweb-Auftritts. Ein Großteil dieser Projektkosten konnte durch Landesmittel kofinanziert werden.



Haushaltsplanung 2023

Für das Geschäftsjahr 2023 wurde von der TOM-Geschäftsstelle nachfolgender Haushaltsplan erarbeitet und auch bereits im Finanzausschuss vorgestellt. Die Mittel für das Digital- und Nachhaltigkeitscoaching innerhalb des Sonderförderprogramms

wurden im Dezember 2022 abgerufen, können aber noch bis zum 30.06.2023 für verbleibende Coaching-Aktivitäten eingesetzt werden:

Einnahmen	in EUR 2023	in EUR 2022	Ausgaben	in EUR 2023	in EUR 2022
Saldo aus Vorjahr	20.000,00	20.000,00	Projekte Förderanteil 85%	750.000,00	750.000,00
Mitgliedsbeiträge	480.000,00	480.000,00	Sonderprojekt Digitalcoaching 90%	85.000,00	65.000,00
Fördermittel	980.000,00	980.000,00	Sonderprojekte Nachhaltige DMO 90%	0,00	75.000,00
Sondermittel Digitalcoaching	85.000,00	65.000,00	Projekte Eigenmittel 15%	132.352,94	132.352,94
Sondermittel Nachhaltige DMO	0,00	75.000,00	Projekte Eigenmittel 10%	9.444,44	15.555,56
Sondermittel Privatvermieter	0,00	0,00	Personal- und Sachkosten	300.000,00	250.000,00
Beteiligungen	50.000,00	50.000,00	Steuer und Zuschussabgleich	50.000,00	50.000,00
			Eigene Projektmittel	288.202,61	257.091,50
Summe	1.615.000,00	1.595.000,00	Summe	1.615.000,00	1.595.000,00

Entsprechende Verschiebungen infolge von Änderungen im Gesamtfördervolumen für den TOM e.V. werden eingearbeitet, aktualisiert und in der Mitgliederversammlung 2023 präsentiert.

Impressum

HERAUSGEBER:

Tourismus Oberbayern München (TOM) e.V. Prinzregentenstraße 89 81675 München Tel.: +49 89 63 89 58 79 - 0 E-Mail: info@oberbayern.de www.oberbayern.de

REDAKTION:

Oswald Pehel, Sebastian Thoma, projekt2508 GmbH

GESTALTUNG:

projekt2508 GmbH www.projekt2508.de

DRUCK:

Alpha-Teamdruck GmbH www.onlinedruckerei-muenchen.de

BILDNACHWEISE:

Titel: © Das Kraftbild, Seite 2 Christoph Jorda, Das Kraftbild, Isar vor der Lukaskirche: © München Tourismus, Werner Boehm; Anton Brey; Andreas Gebert; Pressetag Tegernsee: Urs Golling, E BIKE DAYS © Daniele Molineris, Bayertor: Fietz; Klaus Stöttner; Seite 4 u. 5 (v.l.n.r.) © Das Kraftbild; Andreas Gebert; Elisabeth Kellerer; Janina Laszlo, S. 6 u. 7 © Das Kraftbild, Goran Gajanin, S. 8 © Das Kraftbild; ATS; Anton Brey, S. 9 Peter von Felbert, S. 10 Klaus Stöttner; Das Kraftbild, S. 11 © Andreas Gebert, S. 12 © Das Kraftbild; S. 13 Lea Hümmler; © Andreas Gebert; S. 14 © ATS; S. 16 u. 17 Christoph Jorda; Anton Brey; S. 19 u. 20 © Das Kraftbild; Anton Brey; Christoph Jorda; S. 23 unten © Landkreis Freising; S. 29 Tölzer Land, Aline Köhler; Magdalena Lex; S. 32 Tölzer Land, Aline Köhler; S. 33 © Julian Rohn; S. 35 Elisabeth Kellerer; Christa Fredlmeier; Dietmar Denger; unten Mitte © München Tourismus, Sigi Müller; © Stadt Dachau; S. 35 Aline Köhler; S. 36 u. 37 Mattia Rizzi; Norman Bielig; S. 38 Kirsten Lehnert; S. 40 © Das Kraftbild; Peter von Felbert; S. 41 © Das Kraftbild Goran Gajanin; S. 42 oben Mitte © Eleana Hegerich, S. 45 © Das Kraftbild alle nicht genannten Bilder: © Oberbayern.de

