



Bewegende Begegnungen

Geschäftsbericht 2012 Chiemgau Tourismus e.V.





**Es sind die Begegnungen mit Menschen,
die das Leben lebenswert machen.**

(Guy de Maupassant, französischer Schriftsteller)



Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	05
Gremien und Mitglieder	06
Finanzen	09
100 Jahre Chiemgau Tourismus	12
Kommunikation 2012	16
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	20
Jahresmarketing 2012	24
Wandern	34
Radfahren	38
Winter	42
Kultur und Genuss	46
Reisetrends und Vorschau 2013	48
Team Chiemgau Tourismus e.V.	50
Impressum	51





Landrat Hermann Steinmaßl (links) und Geschäftsführer Michael Lücke eröffnen am 9. September 2012 im Beisein von Staatsministerin Emilia Müller den 3. Chiemgauer Almumtrieb.





Geleitwort

So sehr wie ein Dirigent auf erstklassige Musiker für ein gelungenes Konzert angewiesen ist, so sehr benötigt eine touristische Destination starke Orte und Leistungsträger zur Inszenierung des Gesamterlebnisses Reise. Aus diesem Zusammenspiel, auf Basis zukunftsweisender und nachfragegerechter Strategie, entwickelt sich Erfolg. Dieser Erfolg scheint sich nun nach vier Jahren intensiver Arbeit seit Neuformierung des Chiemgau Tourismus e.V. einzustellen. Legt man die wichtige Messlatte der Übernachtungszahlen zugrunde, geht es wieder aufwärts. Erstmals seit rund zwanzig Jahren schleichender Rückgänge gab es wieder ein kleines Plus. So stiegen die Übernachtungen 2011 um rund ein Prozent. Für das erste Dreivierteljahr 2012 weist das Statistische Landesamt für den Chiemgau sogar ein Plus von rund sechs Prozent auf, ein wichtiges Signal im großen Jubiläumsjahr des Verbandes.

Gemeinsamkeit aller Kommunen und vieler Leistungsträger war dabei bereits vor hundert Jahren die Grundlage für den Erfolg, auf den wir heute schauen können.

Der Tradition verpflichtet, der Zukunft zugewandt, so stellt sich der Verband auch hundert Jahre nach seiner Gründung den aktuellen Herausforderungen und Trends, die sich in diesem Geschäftsbericht in neuer Gliederung widerspiegeln. Dazu gehört ein verbindliches Leitbild als Basis der weiteren touristischen Entwicklung im Chiemgau. Dieses befindet sich im Erstellungs- und Abstimmungsprozess und soll für den Ausgleich von ökologischen, ökonomischen und sozialen Belangen stehen. Die Marke CHIEMGAU.Bayerns Lächeln kommt an und verbindet. Der Chiemgau hat nicht nur einen hohen Bekanntheitsgrad, sondern ist bei den Urlaubern auch wieder sehr begehrt. Unsere Region entwickelt sich für viele Menschen zunehmend zum „Sehnsuchtsort“ als Gegenentwurf einer oft hektischen und kräftezehrenden Alltagswelt. An diesem Erfolg haben viele Akteure engagiert mitgewirkt, das sind die Orte, das sind die Leistungsträger. Diese gemeinsame Arbeit zugunsten des Tourismusstandortes Chiemgau wollen wir kraftvoll fortsetzen. Das geht nur zusammen mit Ihnen, unseren Mitgliedern und Partnern. Ihnen danken wir sehr herzlich und sehen den nächsten Jahren zuversichtlich entgegen.

Hermann Steinmaßl
1. Vorsitzender

Michael Lücke
Geschäftsführer



„Wenn einer allein träumt, bleibt es ein Traum. Träumen viele gemeinsam, ist es der Anfang einer neuen Wirklichkeit.“

(Dom Helder Pessoa Camara, Erzbischof von Olinda und Recife)

Gremien des Chiemgau Tourismus e.V.

DER CHIEMGAU TOURISMUS E.V. SETZT SICH AUS NACHFOLGENDEN GREMIEN ZUSAMMEN, DIE DURCH DIE AM 2. APRIL 2009 BESCHLOSSENE SATZUNG LEGITIMIERT WURDEN.

Vorstand

1. Vorsitzender Landrat Hermann Steinmaßl
2. Vorsitzender stellv. Landrat Josef Konhäuser
3. Vorsitzender Bürgermeister Herbert Häußl

Vertreter der Kreisgremien:

- Bürgermeister Bernd Gietl, Bergen
- Bürgermeister Konrad Glück, Seon-Seebruck
- Bürgermeister Johann Schild, Fridolfing
- Kreisrat Alfons Baumgartner, Grassau
- Kreisrat Willi Geistanger, Siegsdorf
- Kreisrätin Franziska Mayer, Obing
- Kreisrat Heinrich Wallner, Chieming

Vertreter der Gemeinden:

- Bürgermeister Benno Graf, Chieming
- Bürgermeister Josef Heigenhauser, Reit im Winkl
- Bürgermeister Martin Hobmaier, Inzell
- Oberbürgermeister Manfred Kösterke, Traunstein
- Bürgermeister Marc Nitschke, Übersee
- Bürgermeister Franz Parzinger, Traunreut
- Bürgermeister Claus Pichler, Ruhpolding

Marketing-Beirat

Der Marketing-Beirat tagt etwa vier bis fünfmal im Jahr und bringt das touristische Wissen der Mitgliedsorte und der Leistungsträger ein. Es werden die Marketingaktivitäten des Chiemgau Tourismus e.V. erörtert, weiterentwickelt und Abstimmungen zwischen örtlichen und regionalen Aktivitäten vorgenommen.

Mitglieder des Marketing-Beirats:

- Martin Haßlberger, 1. Vorsitzender, Tourist-Information Ruhpolding
- Oswald Pehel, stellv. Vorsitzender, Tourist-Information Waging am See
- Dirk Haase, Hotel Adersberg, Rottau
- Wolfgang Helldobler, Tourist-Information Bergen
- Fritz Irlacher, Ökomodell Achental e.V., Schleching
- Bartholomäus Irlinger, 2. Vorsitzender Verkehrsverein Oberwössen
- Ludwig Mörner, Gemeinde Obing
- Gerhard Steinbacher, Inzeller Touristik GmbH
- Peter Stocker, SeeHotel Wassermann, Seebruck
- Irene Träger, Tourist-Information Seebruck
- Florian Weindl, Tourist-Information Reit im Winkl
- Pit Zuckowski, Tourist-Information Siegsdorf
- bis April 2012: Gabi Buchöster, Urlaub auf dem Bauernhof
- bis August 2012: Sabine Bader, Tourist-Information Grassau
- seit Oktober 2012: Ludwig Aigner, Erlebniswelt Chiemgau; Andreas Barnbichler, Standcamping, Waging a. See; Matthias Untermayer, Urlaub auf dem Bauernhof, Truchtlaching
- Gast: Christina Pfaffinger, Chiemsee-Alpenland Tourismus GmbH & Co. KG, Bernau a. Chiemsee



Mitglieder des Chiemgau Tourismus e.V.

Ordentliche Mitglieder

ALLE 35 STÄDTE UND GEMEINDEN DES LANDKREISES TRAUNSTEIN UND DER LANDKREIS TRAUNSTEIN SELBST GEHÖREN DEM VERBAND ALS ORDENTLICHES MITGLIED AN. IM EINZELNEN SIND DIES:

- Gemeinde Altenmarkt
- Gemeinde Bergen
- Gemeinde Chieming
- Gemeinde Engelsberg
- Gemeinde Fridolfing
- Gemeinde Grabenstätt
- Markt Grassau
- Gemeinde Inzell
- Gemeinde Kienberg
- Gemeinde Kirchanschöring
- Gemeinde Marquartstein
- Gemeinde Nußdorf
- Gemeinde Obing
- Gemeinde Palling
- Gemeinde Petting
- Gemeinde Pittenhart
- Gemeinde Reit im Winkl
- Gemeinde Ruhpolding
- Gemeinde Schleching
- Gemeinde Schnaitsee
- Gemeinde Seeon-Seebruck
- Gemeinde Siegsdorf
- Gem. Staudach-Egerndach
- Gemeinde Surberg
- Gemeinde Tacherting
- Gemeinde Taching am See
- Stadt Tittmoning
- Stadt Traunreut
- Stadt Traunstein
- Stadt Trostberg
- Gemeinde Übersee
- Gemeinde Unterwössen
- Gemeinde Vachendorf
- Markt Waging am See
- Gemeinde Wonneberg
- Landkreis Traunstein

MIT DEN FOLGENDEN INSTITUTIONEN VERBINDET DEN CHIEMGAU TOURISMUS E.V. EINE ZUSAMMENARBEIT:

- Verkehrsverein Bergen
- Verkehrsverein Chieming
- Fremdenverkehrsverein Eisenärzt
- Verkehrsverein Fridolfing e.V.
- Verkehrsverein Grabenstätt
- Verkehrsverein Hammer
- Verkehrsverein Inzell
- Inzeller Touristik GmbH
- Verkehrsverein Kirchanschöring
- Fremdenverkehrs- und Kulturverein Marquartstein
- Verkehrsverein Oberwössen e.V.
- Fremdenverkehrsverein Obing-Pittenhart
- Verkehrsverein Petting
- Verkehrsverein Reit im Winkl e.V.
- Verkehrsverein Rottau
- Ruhpolding Tourismus GmbH
- Verkehrs- und Kulturverein Ruhpolding
- Verkehrsverein Schleching
- Verkehrsverein Schnaitsee
- Kur- und Verkehrsverein Seebruck am Chiemsee e.V.
- Verkehrsverein Seeon e.V.
- Fremdenverkehrsverein Siegsdorf
- Verkehrs- und Verschönerungsverein Staudach-Egerndach
- Fremdenverkehrsverein Taching-Tengling
- Verkehrsverein Stein an der Traun
- Verkehrsverein Traunreut e.V.
- Verkehrsverein Trostberg e.V.
- Fremdenverkehrsverein Truchtlaching e.V.
- Tourismusverein Übersee-Feldwies e.V.
- Fremdenverkehrsverein Vachendorf

Ehrenvorsitzende

- Altlandrat Leonhard Schmucker, Ruhpolding
- Altlandrat Jakob Strobl, Reit im Winkl

Ehrenmitglieder

- Alf Gall, Ruhpolding
- Hans Träg, Chieming





Filmreifer Auftritt: Auftakt zur 100-Jahrfeier des Chiemgau Tourismus e.V. am 13. Juli 2012 auf der MS Edeltraud am Anlegesteg in Seebruck.



Die Finanzen

Der Chiemgau Tourismus e.V. ist gemäß § 267 HGB eine kleine Kapitalgesellschaft und wäre als solche nicht prüfungspflichtig. Aufgrund des hohen Finanzierungsanteils aus öffentlichen Mitteln des Landkreises Traunstein und seiner Kommunen ist der Verein dennoch nach den für große Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften prüfungspflichtig. Daher ist jährlich eine Bilanz, eine Gewinn- und Verlustrechnung, ein Anhang sowie ein Lagebericht zu erstellen. Die Prüfung dieser Unterlagen erfolgt turnusgemäß durch den auf der letzten Mitgliederversammlung am 2. Dezember 2011 in Bergen gewählten Abschlussprüfer Dr. Johann Pentenrieder vom Bayerischen Kommunalen Prüfungsverband (BKPV).

In diesem Zusammenhang hat die Mitgliederversammlung bei der letzten Zusammenkunft eine neue Beitragsordnung nebst Stimmverteilung beschlossen. Die modifizierte und an das EU-Recht angepasste Satzung, die unter anderem als Mitglieder nur Kommunen bzw. mehrheitlich kommunale Unternehmen vorsieht, wurde ebenfalls angepasst. Im Prüfbericht, der jederzeit nach vorheriger Anfrage eingesehen werden kann, heißt es:

„... Die Buchführung und die weiteren geprüften Unterlagen entsprechen den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Vereinssatzung. Die Bücher werden nach dem System der kaufmännischen doppelten Buchführung ordnungsgemäß geführt. Der Jahresabschluss wurde von der Steuerberatungskanzlei Pape & Co. GmbH unter Zuhilfenahme von DATEV ordnungsgemäß erstellt. Der verwendete Kontenplan ist so zweckmäßig und tief gegliedert, dass eine zufriedenstellende Übersichtlichkeit gewährleistet ist. Das Belegwesen ist geordnet.

Die Salden der Bilanzkonten zum 31.12.2010 waren richtig auf neue Rechnung vorgetragen. Das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem (einschließlich IT-System) gewährleistet eine vollständige, richtige und zeitnahe Erfassung, Verarbeitung und Aufzeichnung der Rechnungslegungsdaten. Der Jahresabschluss entspricht den gesetzlichen Vorschriften einschließlich der Grundsätze zur ordnungsgemäßen Buchführung. Der Lagebericht vermittelt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Unternehmens und entspricht den gesetzlichen Vorschriften. Der Jahresabschluss vermittelt insgesamt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens. Meine Prüfung hat zu keinen Einwänden geführt.“

Alle Angaben in Euro	2011	2010
Bilanzsumme	788.177,27	518.049,28
Erträge	1.706.074,84	1.567.073,62
Aufwendungen	1.482.852,11	1.498.147,03
Jahresüberschuss	228.384,93	73.098,18

(einschl. Zinsen und sonstiger Erträge)

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wird als gut angesehen. Zum Jahresüberschuss ist anzumerken, dass durch die zeitliche Verzögerung zweier Großprojekte Teile des Werbebudgets – und somit des Haushaltes – von 2011 auf 2012 übertragen wurden. Darüber hinaus musste der Verband Sorge tragen, dass für das Jubiläumsjahr 2012 – das eine Vielzahl von Aktivitäten beinhaltet – ausreichend Finanzmittel zur Verfügung standen. Des Weiteren musste die Liquidität in den ersten drei Monaten des Folgejahres sicher gestellt werden.



Birgit Faaß hat die Finanzen des Chiemgau Tourismus e.V. fest im Griff.



Grund zur Freude: Der Haushalt des Chiemgau Tourismus e.V. steht auf solider Basis.

Der Haushalt 2013

Der Haushaltsplan 2013 wurde am 22.10.2012 dem Vorstand Chiemgau Tourismus e.V. vorgestellt, welcher den Haushalt der Mitgliederversammlung zur Zustimmung empfiehlt.

Auf der Einnahmeseite ist ein Landkreiszuschuss in Höhe von 1.000.000 Euro angesetzt. Hierin enthalten sind auch Tourismusausgaben, die früher direkt vom Landkreis getragen wurden. Die angesetzten Mitgliedsbeiträge seitens aller Gemeinden im Landkreis belaufen sich, auf Basis einer Umlage von 12,5 Cent pro Übernachtung bezogen auf 2010, auf 506.555 Euro. Zusammen mit den geschätzten Überträgen aus 2012 ergibt sich somit ein Haushaltsvolumen von 1.820.000 Euro für 2013.

Auf der Ausgabenseite summieren sich die Personalkosten mit 520.000 Euro und die Verwaltungs- und Sachkosten mit 100.000 Euro auf insgesamt 620.000 Euro. Somit ergibt sich ein Marketingetat von 1.200.000 Euro.

Haushalt 2013

Alle Angaben in Euro

Einnahmen	Plan 2013
Übertrag aus dem Vorjahr	313.445
Landkreiszuschuss	1.000.000
Mitgliedsbeiträge der Gemeinden	506.555
Summe	1.820.000
Ausgaben	Plan 2013
Personal	520.000
Verwaltung / Sachkosten	100.000
Marketing	1.200.000
Summe	1.820.000



Das Marketingbudget

Das Kerngeschäft des Chiemgau Tourismus e.V. ist die Vermarktung der Region unter der gemeinsamen Marke CHIEMGAU.Bayerns Lächeln. Diese Botschaft nach außen zu transportieren und eine positive und nachhaltige Wahrnehmung zu erzeugen war und bleibt die Hauptaufgabe.

Dies geschieht vornehmlich durch die Bewerbung des Chiemgaus mit den Themenfeldern Rad, Wandern und Winter. Die themenbezogene Kampagnenwerbung wurde bisher in einer engen Verzahnung aus Angebots- und Imagewerbung umgesetzt. Über die Kernthemen werden die Bereiche Familie, Kultur/Genuss, Seen, Berge und Aktiv mitgetragen.

Neben einer breiten Budgetposition von 490.000 Euro für das Grundlagenmarketing und den Imageausbau werden die Themenfelder Rad, Wandern und Winter jeweils mit einem Budget von 200.000 Euro ausgestattet, das für Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen sowie für die jeweilige Produktentwicklungen eingesetzt wird.

Je 30.000 Euro fließen in Projekte aus den Bereichen Kultur und Genuss sowie in das Sommer-Eventmarketing. Als Reserve für kurzfristige Maßnahmen verbleiben 50.000 Euro. Insgesamt summieren sich die Marketingausgaben für 2013 somit auf 1.200.000 Millionen Euro.

Das Marketingbudget 2013

Alle Angaben in Euro

Thema	Plan-Budget
Rad	200.000
Wandern	200.000
Winter	200.000
Kultur/Genuss	30.000
Sommer/Eventmarketing Wasser	30.000
Grundlagenwerbung/Image	490.000
Reserve	50.000
Summe	1.200.000



**„Der beste Weg, die Zukunft vorauszusagen,
ist sie zu gestalten.“**

(Willy Brandt, Politiker und Friedensnobelpreisträger)



Almleben vor hundert Jahren



Almleben heute

100 Jahre Chiemgau Tourismus e.V.

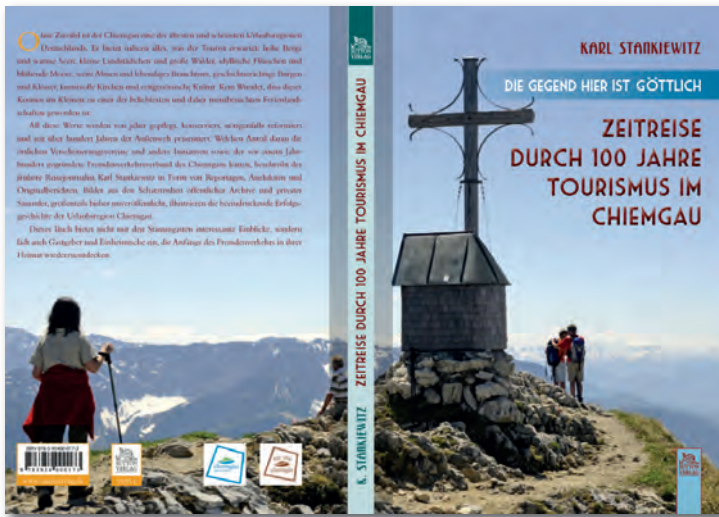
Der Tradition verpflichtet, der Zukunft zugewandt

DAS GROSSE VERBANDSJUBILÄUM WAR FÜR DEN CHIEMGAU TOURISMUS E.V. ANLASS FÜR ZAHLREICHE VERANSTALTUNGEN UND AKTIVITÄTEN, DIE HIER NÄHER BESCHRIEBEN WERDEN. ZUNÄCHST ABER EIN BLICK IN DIE VERGANGENHEIT.

Im Mai 1912 gründeten visionäre Touristiker und Politiker den „Verkehrsverband Chiemgau“ als regionalen Zusammenschluss örtlicher Organisationen zur Förderung des Fremdenverkehrs, wie der Tourismus damals landläufig hieß. Hundert Jahre bewegte Geschichte, angetrieben von tatkräftigen und ideenreichen Pionieren und vorausschauenden Lokalpolitikern, unterbrochen von zwei Weltkriegen, liegen hinter ihm. Im Chiemgau wurde Tourismusgeschichte geschrieben und von wagemutigen Unternehmern das Fundament der Pauschalreise gelegt, lange bevor diese Reiseform ihren weltweiten Höhenflug antrat. Aus mühevollen Anfängen entwickelte man im Chiemgau aber auch Sportarten und -stätten im Weltformat, insbesondere im Biathlon und Eisschnelllauf, die das Bild der Region bis heute wirkungsvoll um den Globus tragen.

Chronik

In einer Chronik, geschrieben von dem erfahrenen und regionsverbundenen Journalisten Karl Stankewitz in seinem 84. Lebensjahr, wird ein Blick zurückgeworfen und dies häufig aus Sicht von Zeitzeugen. Dabei wurden Archive genauso konsultiert wie längst aus dem Berufsleben ausgeschiedene „touristische Urgesteine“, fachkundig, aber nicht dokumentarisch, vielfältig aber nicht vollständig, thematisch aber nicht chronologisch, manchmal anekdotenreich, manchmal augenzwinkernd. Exemplarisch beschriebene Persönlichkeiten prägten den Tourismus ihrer Zeit und gaben ihm ein Gesicht. Von vielen Geschichten kann man auch heute noch lernen, besonders wenn es um Engagement, Gastfreundschaft und Herzlichkeit geht. Und deutlich wird immer wieder, den nachhaltigen Erfolg gibt es nur gemeinsam. Für die Erstellung und Herausgabe des rund hundertseitigen Werkes konnte der Sutton Verlag gewonnen werden, der das Buch auch über den Buchhandel bundesweit vertreibt. Es erscheint unter dem Titel „Zeitreise durch 100 Jahre Tourismus im Chiemgau“.



Film-Zeitreise

Nicht nur gedruckt, sondern auch als Film wurde die Entwicklung des Tourismus im Chiemgau festgehalten. Eine hervorragende Resonanz und die Wiederbelebung vieler schon fast verlorengegangener Erinnerungen erzielte bei den Zuschauern ein 16-minütiger Film, der professionell von dem Filmproduzenten und Touristiker Pit Zuckowski aus Siegsdorf mit viel Recherchearbeit erstellt wurde. Wunderbar authentische Szenen zeigen die Ankunft des Liegewagen-Sonderzuges des großen Reisebüro-pioniers Dr. Karl Degener in Ruhpolding, die vielfältigen Badefreuden am Waginger See, den Bau der Rauschbergseilbahn oder die Legende des volkstümlichen Schlagers Maria Hellwig bei der Gästebegrüßung in Reit im Winkel in den fünfziger Jahren. Zwei kenntnisreiche, originale Kommentatoren aus dem Chiemgau stellen mit Witz und Charme immer wieder den Bezug zur Gegenwart her. Der Film kann auf Anfrage als DVD über den Chiemgau Tourismus e.V. bezogen werden.

Historischer Kalender

Schon im vergangenen Jahr hat der Chiemgau Tourismus e.V. einen historischen Kalender 2012 herausgebracht, der mit historischen Motiven Monat für Monat durch das Jahr führt und großen Anklang bei Orten, Gastgebern, Gästen sowie Einheimischen fand.

100 Jahre - 100 Euro

Unter das Motto 100 Jahre – 100 Euro hat der Chiemgau Tourismus e.V. spezielle Angebote mit interessierten Gastgebern zusammengestellt, die überwiegend in Nebensaisonzeiten Gültigkeit hatten und attraktive Zusatzleistungen wie Kräuterwanderungen oder Grillabende beinhalteten.

Merian Chiemgau

Besonders an die wichtige Gruppe der Kulturreisenden wendet sich das neue MERIAN-Heft Chiemgau, das pünktlich zum Zukunftskongress im Mai als Monatsheft des Hamburger Verlages erschienen ist. Das 140-seitige Heft, das in einer Auflage von 130.000 Exemplaren bundesweit über den Buchhandel und im Abonnement vertrieben wird, beschreibt authentisch und lebendig den Chiemgau, seine Landschaften, Menschen, Traditionen und Kulturgüter.



Bürgermeister Franz Parzinger, Landrat Hermann Steinmaßl, Wirtschaftsminister Martin Zeil und Geschäftsführer Michael Lücke beim Zukunftskongress am 4. Mai 2012 in Traunreut.



Kommunikationsplattform und Diskussionsforum Zukunftskongress im Traunreuter k1.



Zukunftskongress

Am 4. Mai hat der Chiemgau Tourismus e.V. zu einem großen Zukunftskongress in das k1 nach Traunreut eingeladen. Unter dem Motto „Aufbruch in die Zukunft“ ging es um die weitere gemeinsame Gestaltung des Tourismusstandortes Chiemgau. Top-Referenten aus anderen Tourismusdestinationen erläuterten eindrucksvoll ihre individuellen Erfolgsrezepte im Marketing. Dazu gehörten der Tourismusdirektor von Südtirol, Dr. Christoph Engl sowie die Geschäftsführer aus dem Allgäu, Bernhard Joachim und dem Hochschwarzwald, Thorsten Rudolph.

Rund zweihundert Teilnehmer aus nah und fern konnten von Landrat Steinmaßl zur Tagung begrüßt werden. Gratulationen der bayerischen Staatsregierung und wichtige politische Impulse überbrachte Martin Zeil, Staatsminister für Wirtschaft, Verkehr und Technologie.

Er hob insbesondere die wichtige Weichenstellung zur Bündelung der Ressourcen im Chiemgau Tourismus e.V. vor vier Jahren hervor und betonte ihren Vorbildcharakter. Moderiert wurde die Tagung vom Geschäftsführer des DWIF München, Dr. Manfred Zeiner.

Eine intensiv geführte Podiumsdiskussion gab weitere Signale für erfolgversprechende Wege in die Zukunft in einer demographisch sich nachhaltig verändernden Gesellschaft. Alpenkulinarische Genüsse und ein musikalischer Abschluss trugen zu der sehr positiven, schon fast heiteren Grundstimmung bei. Die Ergebnisse flossen in eine Strategieklausur ein, die am 20. und 21. Juli im Kloster Seon stattfand und über die an anderer Stelle berichtet wird.

Jubiläums-Schiffahrt

180 geladene Gäste feierten am 13. Juli auf der „MS Edeltraud“, dem größten Schiff der Feßler-Flotte das 100-jährige Bestehen des Chiemgau Tourismusverbandes. Ein attraktives Festprogramm, stimmungsvolle Musik und alpenländische Schmankerl sorgten für beste Stimmung bei den Gratulanten. Landrat Hermann Steinmaßl lobte die Arbeit der Chiemgauer Touristiker, die damals wie heute den Tourismus in der Region fördern.





Kommunikation 2012

„MARKEN... MÜSSEN HEUTE MEHR BIETEN ALS CLEVERE LOGOS UND EINE ERLEBNISWELT. ES GEHT UM GESELLSCHAFTLICHE RELEVANZ, UM GEMEINSCHAFTSGEFÜHLE UND UM IDEALE. KURZ - ES GEHT UM BEDEUTUNG.“ (TIM LEBERECHEIT, JOURNALIST UND MARKETER)

CHIEMGAU.Bayerns Lächeln

Der Chiemgau war und ist eine starke Marke. Damit das auch in Zukunft so bleibt, haben sich Politiker, Unternehmer und Tourismusverantwortliche in der Region in diesem Jahr gemeinsam für eine Weiterentwicklung der Marke Chiemgau engagiert.

Grundlage für die Profilschärfung war die Markenstudie von Dr. Trasser, die im Vorfeld der Neuorganisation des Chiemgau Tourismus e.V. 2009 entstanden ist. Mitglieder, Partner und Mitarbeiter des Chiemgau Tourismus e.V. haben in Workshops und Klausuren das Markenversprechen „Chiemgau – die heile Wohlfühlwelt, harmonisch weiß-blau mit gelebter Lebensfreude – sanft und wild,

in intakter Dorfgemeinschaft, wo Gäste Freunde werden“ geschärft und daraus ein Leitbild entwickelt, das zukünftig die Basis für die Vermarktungsstrategie der gesamten Tourismusregion Chiemgau bestimmen soll. Mittelpunkt des Markenversprechens ist der Dreiklang: Mensch, Natur, Lebensart. Im Chiemgau erleben Gäste authentische Begegnungen für unvergessliche Urlaubsmomente

- mit den hier lebenden Menschen, die sie herzlich aufnehmen,
- mit der Natur in ihrer ganzen Vielfalt und Ursprünglichkeit,
- mit der Lebensart der Chiemgauer, die sich in den traditionellen Festen, den hochkarätigen Musikveranstaltungen und der lebendigen Dorfgemeinschaft zeigt.

Starke Marke.





Bayerns Lächeln: authentisch, sympathisch – eben Chiemgau. Goaßlschnalzerin Heidi am Waginger See (Seite 16), Paula aus Ruhpolding (links), Dieter, Schiffführer auf dem Chiemsee und Michi aus Ruhpolding (Seite 19).

Dem gemeinsamen Markenversprechen, das im Leitbild zusammengefasst dargestellt ist, fühlen sich alle Tourismusverantwortlichen im Chiemgau verpflichtet. Dieses Versprechen zukünftig für unsere Gäste erleb- und erfahrbar zu machen, dafür wird sich der Verband auch in den nächsten Jahren intensiv einsetzen. Nach der Profilschärfung wird nun eine langfristige Strategie zur Führung der Marke CHIEMGAU. Bayerns Lächeln erstellt. Dabei geht es zum einen darum, emotionale Markenwerte zu schaffen und zum anderen auch um gesellschaftliche Relevanz, um einen schonenden Umgang mit Ressourcen und um Gemeinschaft – eben um Bedeutung.

Für die Umsetzung braucht es passende Produkte, die zum kulturellen und historischen Kern des Chiemgaus passen und damit die Region authentisch und glaubwürdig widerspiegeln. So sollen neue Gäste für die Urlaubsregion Chiemgau begeistert werden und Stammgäste ihre „Heimat auf Zeit“ noch intensiver kennenlernen.

Ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg liegt in der Angebotschärfung. Sie richtet sich ebenfalls an den tragenden Säulen Mensch, Natur und Lebensart aus. Mit den Aktivthemen Rad und Wandern hat der Verband bereits zwei Markenwelten aufgebaut – Chiemgauer Rückenwind und Chiemgauer Wanderherbst – die helfen, klare Botschaften an eine genau umrissene Zielgruppe heranzutragen.

Markenführung ist ein Prozess. In den letzten Jahren hat der Verband konsequent Aufbauarbeit betrieben. Diese Aufbauarbeit weiter fortzusetzen wird auch in den nächsten Jahren eine der bestimmenden Aufgaben im Verband bleiben, die durch das Zusammenwirken von Marketing und Markenkommunikation umgesetzt wird. Dabei sollen neben Rad und Wandern weitere Markenwelten aufgebaut werden.

Aus dieser Notwendigkeit heraus – nämlich das Angebot zu schärfen und sich auf die Kernkompetenzen zu besinnen – haben sich Vorstand, Marketingbeirat und Geschäftsführung auf eine interne Umstrukturierung des Verbandes verständigt und drei Themenverantwortliche bestellt, die sich auf den nachfolgenden Seiten vorstellen. Der Imageausbau wird zukünftig in der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortet.





Presse und Öffentlichkeitsarbeit



Seit der Neuorganisation des Verbandes konnte die PR-Arbeit Zug um Zug ausgebaut werden. Stand zu Beginn der Beziehungsaufbau im Mittelpunkt, so rückte 2012 die strategische PR-Betreuung zu den Kernkompetenzen Rad, Wandern, Winter und Kultur in den Mittelpunkt. Bestehende Kontakte in die Medienlandschaft wurden dabei intensiviert und das Netzwerk zu Medienvertretern gezielt ausgebaut. Der regelmäßige Austausch mit Journalisten sowie die professionelle Betreuung von Medienanfragen und die Aufbereitung von Informationen haben in diesem Jahr zu einer noch größeren Anfrageflut geführt und in Konsequenz auch zu einer weiteren Steigerung der Medienberichte. So lasen beispielsweise über 15 Millionen Leser mehrseitige Reisereportagen über den Chiemgau. Weitere Zahlen über die Medienberichterstattung zu den Themen Rad, Wandern, Winter und Kultur/Genuss finden Sie ab Seite 34 in unserem Nachrichtenticker.





Journalisten wandern auf den Spuren des Salzheiligen St. Rupert. Zwischenstation bei der Schnapsbrennerei Gramminger am Waginger See.



Drehort Traunsteiner Stadtplatz: Den Kiosk gibt es nur im Film „Die Himmelsstürmer“.

Neben der themenbezogenen PR ist der Image-Aufbau von CHIEMGAU.Bayerns Lächeln ein weiteres Hauptfeld der PR-Arbeit. Die Entwicklung eines Leitbildes für die touristische Region Chiemgau sowie eine neue Fotolinie mit authentischen, sympathischen Chiemgauern führten den Markenaufbau konsequent voran. Die strategische und professionelle Medienarbeit führte 2012 auch zu Schlagzeilen wie „Der Chiemgau ist aufgewacht und lockt nun mit einem Mix aus moderner Kunst, pffiffigen Attraktionen und weiß-blauen Klischees“, wie die Schwäbische Zeitung den Reisetil am 28. September aufmachte. Dieses neue Image basierend auf den drei Säulen Kultur, Natur und weiß-blaue Lebensart, werden wir auch zukünftig in der PR-Arbeit konsequent, ehrlich und glaubwürdig vermitteln.

Auswahl an Maßnahmen

	2012	2011
Pressekonferenzen	7	6
Redaktionstermine	5	3
Einzelrechercheisen	13	10
Medienkooperationen	15	17

u. a. mit Westdeutsche Zeitung, Reisekombi Westfalen, Zeitungskombi Bielefeld-Osnabrück und Illustrierten)

Medienfahrten 2012:

- Pressefahrt Winter: Schneeschuhwandern in Reit im Winkl im Februar.
- „24 Stunden von Bayern“ in Kooperation mit Bayern Tourismus Marketing GmbH, Inzeller Touristik GmbH und Berchtesgadener Land GmbH im Juni.
- Medienfahrt „Urlaub für die Seele“ in Traunstein, Siegsdorf und am Waginger See im September.
- Medienfahrt „Bavarian Alps“ mit englischen Journalisten in Kooperation mit der Bayern Tourismus Marketing GmbH im September.

Chiemgau als Filmstandort

Im Februar 2012 besuchten Landrat Hermann Steinmaßl, Heinrich Wallner aus Chieming und Geschäftsführer Michael Lücke die Bavaria Filmstudios in München, um für den Filmstandort Chiemgau die Werbetrommel zu rühren. Schöne Landschafts- und Stadtbilder aus der Region vor einem Millionen-Publikum im Fernsehen sind schließlich die beste Tourismuswerbung. Bereits einige Monate später zeigten die Gespräche erste Erfolge. Im September und Oktober 2012 drehte die ARD für einen Spielfilm in der Großen Kreisstadt Traunstein. Der Traunsteiner Stadtplatz, die Wirtschaftsschule Dr. Kalscheuer und das Parkhotel waren unter anderem Filmkulisse für den Fernsehfilm „Die Himmelsstürmer“, in dem prominente Schauspieler wie Jule Ronsted, Friedrich von Thun, Günther Maria Halmer, Gerd Lohmeyer und Julia Niegel mitwirken. Der Film soll 2013 zur besten Sendezeit an einem Freitagabend um 20.15 Uhr ausgestrahlt werden.

Bereits im August 2012 drehte das ZDF am Chiemsee. Unter der Regie von Hans Steinbichler („Hierankl“, „Winterreise“), der im Chiemgau aufgewachsen ist, entstand am Chiemsee und in Samerberg der Fernsehfilm „Hattinger – der Chiemseekrimi“ mit Michael Fitz in der Titelrolle. In weiteren Rollen sind die Traunsteinerin Bettina Mittendorfer, Max Schmidt, Edgar Selge, Ursula Kaven und Hanna Plass zu sehen. Das Drehbuch stammt von Ariela Bogenberger nach dem Roman „Chiemsee Blues“ ihres Mannes Thomas Bogenberger, die seit vielen Jahren am Chiemsee leben.



Wallfahrtskirche Maria Eck, Siegsdorf.

Interne Kommunikation

WIR SIND CHIEMGAU. WIR SIND BAYERNS LÄCHELN. SO WICHTIG DAS AUSSENMARKETING IST, SO WICHTIG IST AUCH DIE INTERNE AKZEPTANZ IN DER REGION. DAMIT DIE CHIEMGAUER BAYERNS LÄCHELN MIT LEBEN FÜLLEN, WIRBT DER VERBAND AUF VERSCHIEDENEN VERANSTALTUNGEN UND MIT REGELMÄSSIGEN INFORMATIONSSCHREIBEN UM UNTERSTÜTZUNG. IM JUBILÄUMSJAHR 2012 HAT DER VERBAND FOLGENDE VERANSTALTUNGEN IN DER REGION DURCHGEFÜHRT:

Tourismustag Chiemgau

Das größte Branchentreffen der Region hat sich innerhalb von drei Jahren als der wichtigste Netzwerktage etabliert. Im vergangenen Geschäftsjahr trafen sich die Tourismusexperten im Festsaal in Bergen zum 3. Tourismustag Chiemgau.

Neben den Präsentationen von Landrat Hermann Steinmaßl und Geschäftsführer Michael Lücke, stand der Impulsvortrag über die Chiemgau Card und die anschließende Diskussion über die Einführung im Mittelpunkt des Interesses. Am Ende überwogen die positiven Signale für eine Einführung der Chiemgau Card.



Kultur- und Bildungszentrum Kloster Seeon: Ein guter Ort für große Gedanken.

Strategie-Workshop

Zum ersten Mal seit der Neuorganisation des Verbandes vor rund dreieinhalb Jahren hat der Chiemgau Tourismus e.V. einen Strategie-Workshop mit Touristikern, Bürgermeistern, Leistungsträgern und Unternehmern aus dem Chiemgau durchgeführt. Rund vierzig Teilnehmer trafen sich am 10. Juli 2012 in der Klostersgaststätte in Maria Eck, um unter Leitung von Dr. Wolfgang Berka die Weichen für ein tragfähiges Zukunftskonzept für die Tourismusregion Chiemgau zu erörtern und auf Grundlage der Studie von Dr. Trasser am Leitbild für die Region mitzuwirken. Mit den neuen Erkenntnissen kann sich der Chiemgau Tourismus e.V. zukünftig noch kraftvoller am Markt positionieren.

Klausur im Kloster Seeon

Vorsitzender und Geschäftsführer des Chiemgau Tourismus e.V. haben am 20. und 21. Juli zu einer zweitägigen Strategieklausur in das Kloster Seeon eingeladen. Zielsetzung war dabei im Kreise der wichtigsten Partner und Akteure, insbesondere der Mitglieder von Vorstand und Marketingbeirat, nach rund dreieinhalbjähriger Verbandsarbeit „im neuen Format“ eine Standortbestimmung durchzuführen. Diese soll dabei Grundlage für die Definition der künftigen Ausrichtung und Positionierung des Chiemgau Tourismus e.V. für die kommenden Jahre, auch über die bisher vereinbarte 2014 endende Förderperiode hinaus sein. Wesentliche Ergebnisse werden hier stark zusammengefasst wieder gegeben.

10 Kernpunkte der Klausur

- Grundlegendes Ziel „Mehr Erfolg durch Kooperation“ auf Basis der Ressourcenbündelung und unter der Dachmarke CHIEMGAU.Bayerns Lächeln wird als erreicht angesehen.
- Kernaufgabe des Verbandes ist das Außenmarketing mit der dazugehörigen Markenführung.
- Im Innenmarketing und bei der Produktentwicklung sieht man den Verband in der impulsgebenden, steuernden Funktion, die konkrete Umsetzung bei den Orten und Betrieben. Gleiches gilt analog bei Veranstaltungen.
- Als wichtige Themenbereiche werden folgende Punkte angesehen: Rad, Wandern, Winter, Kultur/Genuss, Familie und Image.
- Für die Themenbereiche werden Verantwortlichkeiten innerhalb des Teams neu festgelegt.
- Der Marketingbeirat nimmt eine Schlüsselrolle ein und soll weitgehend autonom handeln.
- Der Chiemgau Tourismus e.V. entwickelt ein Leitbild als Basis für die weitere touristische Entwicklung und stimmt dieses mit den Gremien und wichtigen Akteuren ab.
- Die Entwicklung des Chiemgaus zu einer der führenden deutschen Radregionen mit zertifizierter Infrastruktur ist ein wichtiges strategisches Ziel.
- Die Einführung einer Chiemgau Card in verschiedenen Ausbaustufen und Varianten ist weiterhin wichtiges Ziel.
- Kleinvermieter sollen – auf Basis der Ergebnisse der durchgeführten Gastgeberbefragung – im Rahmen der Möglichkeiten durch verschiedene Maßnahmen in Schulung und Marketing unterstützt werden.



Auf dem richtigen Kurs: Michael Lücke (links) und Jens Hornung.





Jahresmarketing 2012

JENS HORNING LEITET SEIT ÜBER EINEM JAHR DIE MARKETINGAKTIVITÄTEN DES CHIEMGAU TOURISMUS E.V. GEMEINSAM MIT GESCHÄFTSFÜHRER **MICHAEL LÜCKE**. DIE TRAGENDEN SÄULEN DER MARKETINGARBEIT WAREN IM LAUFENDEN JAHR DIE THEMENBEREICHE AKTIV, WINTER, KULTUR UND GENUSS. WIE SEIN VORGÄNGER **OSWALD PEHEL** SETZT ER DABEI AUF DIE SCHWERPUNKTTHEMEN RAD, WANDERN UND WINTER. DER VERBAND RICHTET SEINE MASSNAHMEN AN DEN ZIELGRUPPEN FAMILIE UND GENERATION 55PLUS IN DEN QUELLMÄRKTEN BAYERN, BADEN-WÜRTTEMBERG, NORDRHEIN-WESTFALEN UND HESSEN AUS.

Schwerpunkte der Marketing-Maßnahmen waren 2012 die Anzeigenkampagnen zu den genannten Themen Winter, Rad und Wandern, die von der Medienagentur Schaible in München realisiert wurden sowie die Medien-Kampagne „Komm auf die Alm“, die von der Agentur Makrohaus umgesetzt wurde.

Die Bewerbung der Chiemgau-Themen erfolgt in einem ausgewogenen Mix in klassischen und Neuen Medien in den relevanten Zielmärkten.

Mit der Kultur- und Genussbroschüre wurde das 2009 erstellte Broschürenkonzept abgeschlossen.

Neben der wichtigsten Publikation „Ihr Urlaub 2012“, dem Urlaubsmagazin der Region, können Interessierte auch Informationen zu den Themen Chiemgau aktiv, Chiemgau Winter, Chiemgau Familie und Chiemgau Kultur und Genuss anfordern. Zu den großen Informationsbroschüren legt der Verband viermal jährlich eine eigene Gästezeitung auf und publiziert diverse Flyer unter anderem zum Chiemgauer Rückenwind oder zum Chiemgau Alm Festival. Zukünftig möchte der Chiemgau Tourismus e.V. die Orte und Betriebe der Region noch stärker in die Marketingaktivitäten einbeziehen und durch attraktive Basis- und Zusatzleistungen weitere Marketingpartner gewinnen und so den Chiemgau vorantreiben.





2011: Talsohle durchschritten

2011 setzte sich der positive Trend bei Übernachtungen und Gästeankünften im Chiemgau fort. Bei der Auswertung der Daten zeigt sich jedoch, dass die Privatvermieter nicht in dem Maße von den Zuwächsen profitieren, wie die gewerblichen Vermieter ab neun Betten.

Erhebung des Statistischen Landesamtes in Bayern (Gewerbliche Betriebe ab neun Betten)

Die Übernachtungen stiegen 2011 in den gewerblichen Betrieben ab neun Betten auf insgesamt 2.657.627. Das bedeutet einen Zuwachs von zwei Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Bei den Gästeankünften stieg die Zahl sogar um knapp sechs Prozent auf insgesamt 569.894.

Erhebungen aus den Orten (alle Betriebe)

In allen Betrieben verzeichnete der Chiemgau 2011 insgesamt 4.067.542 Übernachtungen. Dies bedeutet eine Steigerung der Übernachtungszahlen von knapp einem Prozent. Die Ankünfte legten im Vergleich zum Vorjahr um rund fünf Prozent zu und stiegen auf 742.713.

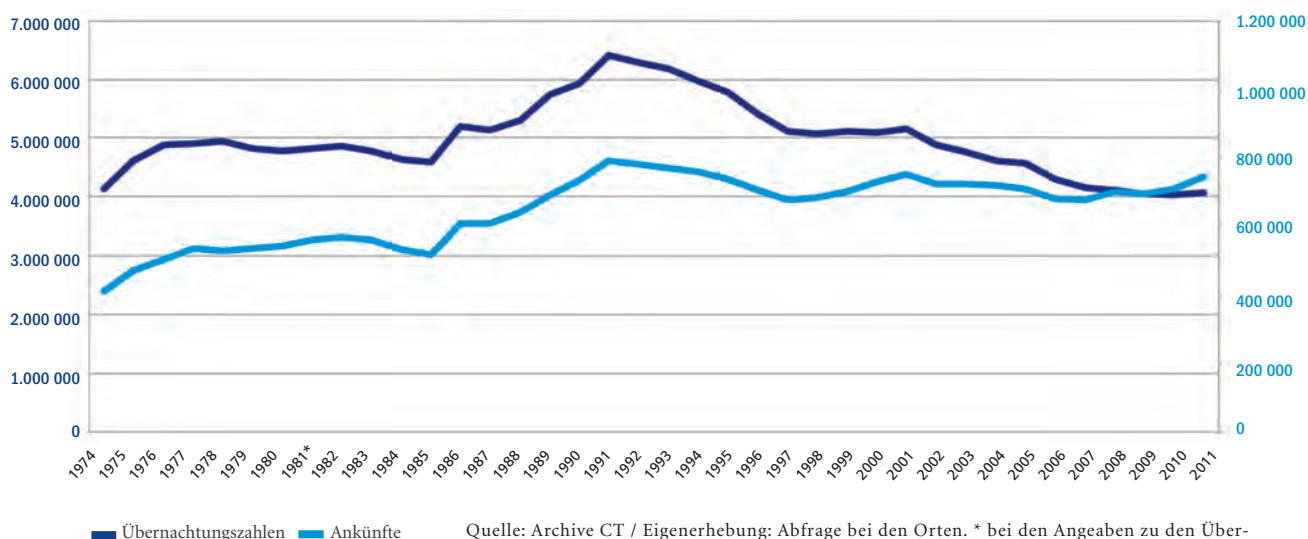
Diese positive Entwicklung verteilt sich ausgewogen auf die Winter- und die Sommersaison.

Die 32.091 gemeldeten Gästebetten für 2011 werden im Durchschnitt 127 Tage vermietet. Dies entspricht einer Bettenauslastung von 34,71 Prozent bei zwölf Monaten Betriebsöffnung.

Insgesamt ist auch hier ein leichter Aufwärtstrend bei der Bettenauslastung zu erkennen.

Ein leichter Rückgang ist nach wie vor bei der Aufenthaltsdauer zu verzeichnen. So blieb der Gast 2011 im Durchschnitt 5,5 Tage im Chiemgau. 2010 waren es noch 5,7 Tage.

Steigende Übernachtungszahlen



Gäste- und Übernachtungszahlen im Chiemgau 2010/2011

WINTER: 01.11.2010 - 30.04.2011; SOMMER: 01.05.2011 - 31.10.2011

Gemeinde/Stadt	ANKÜNFTE				ÜBERNACHTUNGEN				Durchschnittliche Aufenthaltsdauer
	Winter	Sommer	Gesamt	Veränderung zum Vorjahr in %	Winter	Sommer	Gesamt	Veränderung zum Vorjahr in %	
Altenmarkt a. d. Alz	150	1.150	1.300	-7,14	600	6.000	6.600	-1,49	5,08
Bergen	5.052	10.066	15.118	6,46	25.704	79.116	104.820	4,77	6,93
Chieming	12.116	34.665	46.781	1,56	55.257	193.226	248.483	-4,42	5,31
Engelsberg	0	0	0	0,00	900	1.500	2.400	-4,17	
Fridolfing	310	1.440	1.750	21,53	2.200	11.870	14.070	18,84	8,04
Grabenstätt	1.586	7.316	8.902	16,21	7.983	30.987	38.970	3,99	4,38
Grassau/Rottau	8.442	22.520	30.962	-7,53	55.086	97.784	152.870	-3,73	4,94
Inzell	42.728	66.839	109.567	8,44	210.057	385.874	595.931	7,18	5,44
Kirchanschöring	0	6.136	6.136	8,31	0	35.469	38.878	7,16	6,34
Marquartstein	4.015	8.550	12.565	2,11	33.695	58.815	92.510	-3,71	7,36
Nußdorf	38	140	178	-1,66	124	973	1.097	0,18	6,16
Obing/Pittenhart	4.850	13.072	17.922	9,65	12.768	43.164	55.932	2,51	3,12
Palling	3.004	3.296	6.300	1,63	5.796	7.698	13.494	-16,50	2,14
Petting	236	2.288	2.524	3,06	1.064	18.249	19.313	-0,47	7,65
Reit im Winkl	44.113	44.346	88.459	1,73	279.856	282.922	562.778	-0,69	6,36
Ruhpolding	40.632	65.539	106.171	2,77	239.023	425.562	664.585	0,47	6,26
Schlechting	4.495	10.394	14.889	-2,30	24.516	59.620	84.136	-3,64	5,65
Schnaitsee	137	324	461	-10,66	456	1.428	1.884	-7,28	4,09
Seeon-Seebruck	12.028	32.271	44.299	4,32	49.254	146.452	195.706	4,81	4,42
Siegsdorf	14.304	27.246	41.550	23,52	68.949	159.811	228.760	-10,56	5,51
Staudach-Egerndach	1.254	4.045	5.299	4,15	4.390	19.340	23.730	5,87	4,48
Surberg *	0	400	400	0,00	0	6.000	6.000	0,00	15,00
Tacherting *	100	150	250	0,00	1.000	1.500	2.500	0,00	10,00
Taching am See	57	3.720	3.777	28,86	304	24.401	24.705	5,98	6,54
Tittmoning	1.114	4.359	5.473	31,03	3.473	14.036	17.509	32,64	3,20
Traunreut	3.713	7.188	10.901	-3,25	7.635	12.984	20.619	-10,48	1,89
Traunstein	6.545	28.369	34.914	5,43	12.495	129.895	142.390	23,64	4,08
Trostberg	4.210	6.320	10.530	2,28	8.520	15.275	23.795	0,87	2,26
Übersee-Feldwies	3.662	50.351	54.013	14,69	12.658	141.151	153.809	8,68	2,85
Unter-/Oberwössen	7.191	12.791	19.982	-3,87	56.183	103.903	160.086	-2,44	8,01
Vachendorf	28	491	519	13,82	128	1.659	1.787	11,97	3,44
Waging am See	3.096	34.383	37.479	1,05	13.099	349.662	362.761	-2,54	9,68
Wonneberg *	1.327	2.015	3.342	0,00	3.379	4.664	8.043	0,00	2,41
Insgesamt 2010/2011	230.533	512.180	742.713	5,08	1.196.552	2.870.990	4.067.542	0,90	5,48
Vorjahr 2009/2010	219.940	486.860	706.802		1.184.245	2.846.866	4.031.111		
Veränderung (%)	4,82	5,20	5,08		1,04	0,85	0,90		

Anmerkungen: Grundlage dieser Statistik sind die Meldungen aus den einzelnen Städten und Gemeinden. Die Beherbergungsstatistik beinhaltet sowohl gewerbliche als auch private Gastgeberbetriebe.

* Fortschreibung aus dem Vorjahr.

Positive Entwicklung 2012

Gemäß den akuten Meldungen des Statistischen Landesamtes Bayern zeichnet sich für den Chiemgau ein erfreulicher Zuwachs bei den Übernachtungen ab. So konnte der positive Schub der Biathlon-Weltmeisterschaft im März 2012 in Ruhpolding bis in den August fortgeführt werden. Laut der aktuellen Zahlen des Landesamtes weist der

Chiemgau im Zeitraum Januar bis August 2012 einen Anstieg von 6,8 Prozent bei den Übernachtungen auf. Bayernweit liegt der Anstieg bei 4,9 Prozent und für Oberbayern bei 5,9 Prozent. Bundesweit liegen die Zuwächse noch bei 3,9 Prozent. Der Verband hofft, dass die guten Zahlen auch in Herbst und Winter bestehen bleiben.

Gastgeberbefragung

Umfrage bei Gastgebern im Chiemgau

Das Bettenangebot und die Vermieterstruktur im Chiemgau befinden sich in einem gravierenden Wandel, was auch die langfristigen Entwicklungen mit einem Verlust von rund 12.000 Gästebetten in den vergangenen zwanzig Jahren zeigt. Aktuell stehen im Chiemgau knapp 32.000 Gästebetten zur Verfügung.

Um diesem Rückgang zu begegnen und ein neues Kleinvermieter-Förderprogramm anzustoßen, hat der Chiemgau Tourismus e.V. Ende 2011 eine Gastgeberbefragung im Chiemgau durchgeführt.

2.900 Fragebögen wurden an alle Gastgeber versandt und insgesamt 612 Gastgeber beteiligten sich an der Umfrage. Dies entspricht einer sehr guten Rücklaufquote von über 21 Prozent.

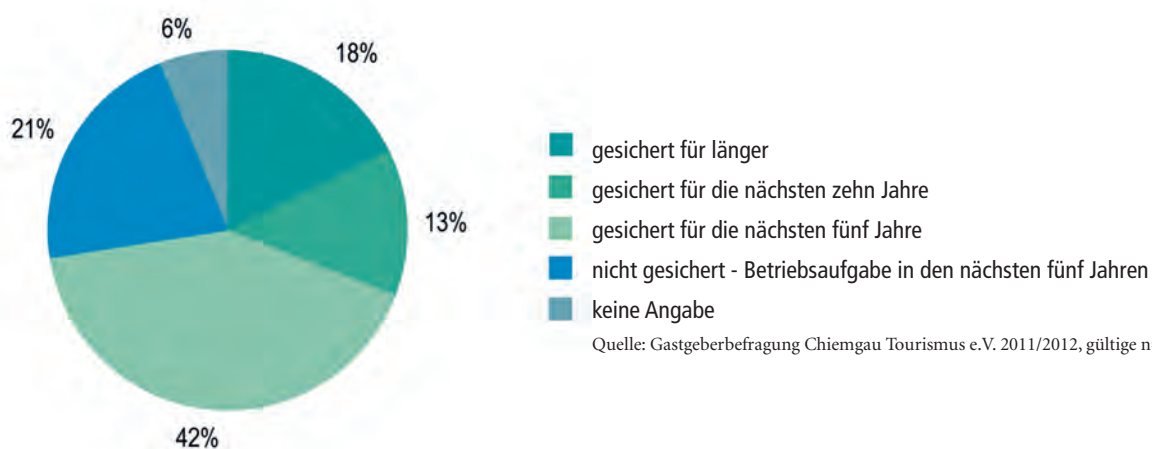
Als wichtigste Erkenntnis aus der Umfrage stellte sich heraus, dass mehr als ein Fünftel der Betriebe, die an der

Befragung teilgenommen haben und hierbei überwiegend Kleinvermieter sind, die Fortführung ihres Beherbergungsbetriebes mittelfristig nicht als gesichert ansieht. Hier ist in den nächsten fünf Jahren mit einer Betriebsaufgabe zu rechnen. Gründe sind in erster Linie Nachfolgeprobleme sowie Investitionsstau und Auslastungsrückgang. Aus diesen alarmierenden Zahlen ergeben sich für den Chiemgau Tourismus e.V. in den nächsten Jahren folgende Schwerpunktaufgaben:

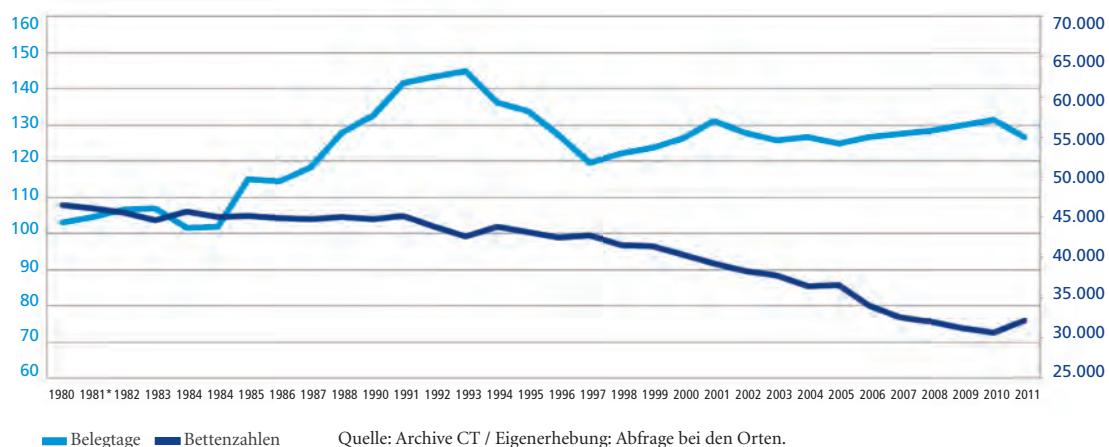
- Initiierung einer Beratungs- und Investitionsoffensive,
- Schulungen und Fortbildungen für Kleinvermieter,
- Vermarktungsmöglichkeiten unter dem Dach des Chiemgau Tourismus e.V.

Erste konkrete Angebote, wie "Betriebsberatungen" für Kleinvermieter (bis zwanzig Betten) werden mit finanzieller Unterstützung des Chiemgau Tourismus e.V. bereits angeboten.

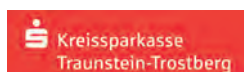
Sicherung der betrieblichen Zukunft



Entwicklung Gästebetten und Belegung



Marketingmaßnahmen



Cross-Marketing

Der Chiemgau Tourismusverband hat seine Kontakte zu potenziellen Cross-Marketing-Partnern 2012 weiter ausgebaut und konnte neue Betriebe von den Vorteilen einer Zusammenarbeit überzeugen. Neben bestehenden Kooperationen mit dem langjährigen Partner, der Kreissparkasse Traunstein-Trostberg und der Siegsdorfer Petrusquelle, die den Verband insbesondere beim Chiemgauer Almmuttrieb unterstützt hat, gab es eine weitere Zusammenarbeit mit Meindl Shoes. Der international bekannte Schuhhersteller aus Kirchanschöring hat auch 2012 wieder 10.000 Familienbroschüren und 20.000 Wanderherbstmagazine über den Schuhversand verteilt. Mit dem Chiemgauer Brauhaus konnte in Berlin eine gemeinsame Plakataktion realisiert werden: In 192 „Getränke Hoffmann“- Filialen wurde im Juni auf den Chiemgau und seine Braukultur aufmerksam gemacht. Flankiert wurde die Anzeigenkampagne mit einem Gewinnspiel, das über die Internetseite der Firma „Getränke Hoffmann“ beworben wurde. Ebenfalls weiter geführt wurde die Kooperation mit dem Priener Radhersteller additive bikes im Rahmen des Chiemgauer Rückenwindes.

Chiemgau Card

Seit gut einem Jahr beschäftigt sich der Verband mit der Umsetzung einer Chiemgau Card und wird dabei von dem Berater Andreas Feustel unterstützt. Feustel, der bereits erfolgreich die Oberstaufen PLUS Card eingeführt hat und 2009 maßgeblich an der Hochschwarzwald Card als erste

Regionskarte mitgewirkt hat, ist im Chiemgau mit der Konzeption, Planung, Kalkulation und Einführung betraut. Die umlagefinanzierte Gästekarte war auch am dritten Tourismustag in Bergen Thema und beschäftigt nach wie vor die Touristiker, Freizeitbetriebe und Gastgeber in der Region. Inzwischen wurde die erste von sechs geplanten Phasen, in der die Möglichkeiten für die Einführung bewertet wurde, positiv abgeschlossen. Im Augenblick arbeiten die Verantwortlichen an einer Chiemgau Card, die im ersten Schritt vor allem den Öffentlichen Personennahverkehr enthalten soll. Eine Einführung wäre 2014 denkbar.

Messen und Werbefahrten

2012 war der Verband wieder auf allen wichtigen Reismessen im Inland und auf ausgewählten Messen im Ausland vertreten. Messen und Werbefahrten sind eine ideale Plattform, um mit den Endverbrauchern ins Gespräch zu kommen und die Urlaubsregion CHIEMGAU. Bayerns Lächeln zu bewerben.

Als wichtigster Werbeträger gelten neben dem Urlaubsmagazin „Ihr Urlaub“, das Kartenmaterial, die Themenbroschüren und Gastgeberverzeichnisse der Region. Dennoch spürt man auch auf Messen den Trend hin zu digitalen Medien, die bei der Reisevorbereitung und Buchung immer wichtiger werden.

Die nachfolgende Aufstellung gibt einen Gesamtüberblick über die Messen und Werbefahrten, bei denen der Chiemgau Tourismus e.V. 2012 alleine oder mit seinen Partnern und Mitgliedern präsent war.

Messen und Werbefahrten	Ort	Datum	Präsentation
Ferien Wien	Wien (AT)	12.01.-15.01.2012	Chiemgau Tourismus, Chiemsee-Alpenland, Altötting
CMT	Stuttgart	14.01.-22.01.2012	Chiemgau Tourismus
Grüne Woche	Berlin	20.01.-29.01.2012	Chiemgau Tourismus bei Urlaub auf dem Bauernhof
Horizont Outdoor	Karlsruhe	03.02.-05.02.2012	Chiemgau Tourismus
Reisen Hamburg	Hamburg	08.02.-12.02.2012	Chiemgau Tourismus, Chiemsee-Alpenland, Berchtesgadener Land
Fiets en Wandelbeurs	Amsterdam (NL)	11.02.-12.02.2012	Chiemgau Tourismus, Chiemsee-Alpenland
BIT	Mailand (I)	16.02.-19.02.2012	Chiemgau Tourismus, Chiemsee-Alpenland, Altötting
f.re.e	München	22.02.-26.02.2012	Chiemgau Tourismus
Freizeit Nürnberg	Nürnberg	29.02.-04.03.2012	Chiemgau Tourismus, Berchtesgadener Land
ITB	Berlin	07.03.-11.03.2012	Chiemgau Tourismus, Chiemsee-Alpenland, Berchtesgadener Land
Die 66	München	20.04.-22.04.2012	Chiemgau Tourismus
IspoBike	München	16.08.-19.08.2012	Chiemgau Tourismus, Chiemsee-Alpenland
TourNatur	Düsseldorf	31.08.-02.09.2012	Chiemgau Tourismus
Truna / Chiemgau-Ausstellung	Trostberg	05.07.-07.10.2012	Chiemgau Tourismus
Oberbayern Buspromotion	Nordbayern	21.05.-26.05.2012	Chiemgau Tourismus, Ruhpolding, Inzell, Reit im Winkl
Alpentouristik Schäfer	bundesweit	24 Termine	Chiemgau Tourismus
Flughafen München	München	ganzjährig	Chiemgau Tourismus, Berchtesgadener Land



chiemgau
Bayerische Ländchen

Komm auf die Alm!

Gewinne 2 Wochen Auszeit vom Alltag

Jetzt mit Deinem schönsten Lächeln bewerben unter:
www.komm-auf-die-alm.de

Informationen und Kontakte: Eine Aktion des Chiemgau-Tourismus e.V. in Zusammenarbeit mit der Programmzeitschrift rrv, Chiemgau Tourismus e.V., Leonrodstraße 7 · D-83278 Traunkirchen
www.chiemgau-tourismus.de



Der Chiemgau Tourismus auf der Münchner Freizeitmesse f.re.e.

Marketing-Kooperationen

Bayern Tourismus Marketing GmbH

2012 hat sich der Chiemgau Tourismus e.V. an den Kampagnen „Lust auf Natur“ und „Schneebayern“ auf dem deutschen Markt beteiligt.

Beim Auslandsmarketing arbeitet der Verband mit vier Mitgliedsorten im Rahmen der Bavarian Alps mit der Bayern Tourismus Marketing GmbH und dem Tourismusverband München-Oberbayern für die Märkte Großbritannien, Niederlande und Italien zusammen. Im September 2012 fand dazu eine Medienfahrt mit acht englischen Journalisten statt, die das Schloss Herrenchiemsee sowie die Urlaubsgemeinde Ruhpolding besuchten.

Auch zukünftig wird sich der Chiemgau Tourismus e.V. an Kampagnen der Bayern Tourismus Marketing GmbH beteiligen, als Nächstes an der neuen Winterkampagne „Mein WinterLichtBlick“, die für die kommende Wintersaison geplant ist.

Tourismusverband München-Oberbayern

Die Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband München-Oberbayern wurde auch 2012 in bewährter Form fortgesetzt. Dazu gehören der gemeinsame Auftritt bei Messen im In- und Ausland sowie eine Prospektaktion am Münchner Flughafen. Der Chiemgau Tourismus e.V. ist darüber hinaus aktiver Partner des EU-Projekts Alpenkulinarik und Mitglied der Alpentourismusakademie.

Auch im Onlinebereich arbeitet der Verband u. a. mit der OberbayernMap mit dem oberbayerischen Verband zusammen. Die im Oktober angemeldete Insolvenz des Tourismusverbandes München-Oberbayern wird bedauert, bricht damit doch eine langjährige, gute Zusammenarbeit ab. Der Chiemgau Tourismus e.V. erwartet jedoch für 2013 eine Neuformation auf Oberbayerebene.

Chiemsee-Alpenland

Die gute Zusammenarbeit mit den Nachbarverbänden Chiemsee-Alpenland und Berchtesgadener Land Tourismus GmbH wurde 2012 vorangetrieben. Mit Chiemsee-Alpenland besteht ein intensiver Austausch über geplante Maßnahmen. Darüber hinaus nehmen Vertreter der Verbände gegenseitig an den regelmäßig stattfindenden Marketingsitzungen teil. 2012 hat der Chiemgau Tourismus e.V. u.a. folgende Projekte mit Chiemsee-Alpenland initiiert und durchgeführt:

- gemeinsame Messeauftritte u.a. bei der ISPO-Bike in München und der ITB in Berlin,
- gemeinsame Radbroschüre,
- Aufbau eines gemeinsamen Internet-Radportals,
- gemeinsames Marketing für die Chiemsee-Ringbuslinie,
- Erstellung eines neuen Merianheftes „Chiemgau“,
- Auslandsmarketing Italien u. a. mit einer Messe in Mailand.



Erster Chiemsee Triathlon im Chiemgau.



Der Chiemgau am Oberbayern-Stand auf der Stuttgarter CMT.



Erster Chiemsee Triathlon im Chiemgau

860 Athleten sind am Sonntag, 1. Juli 2012 beim ersten Chiemsee Triathlon gestartet. Darunter auch der Chiemgauer Biathlet Andi Birnbacher und sein Kollege Simon Schempp. Triathlon erleben, wo andere Urlaub machen, vor der imposanten Kulisse der Chiemgauer Alpen und rund um das „Bayerische Meer“, war das Erfolgsrezept, auf das die Veranstalter der Wechselszene gesetzt hatten. Die Rechnung der Veranstalter ging voll auf. Neben den Athleten fanden sich auch Tausende von Zuschauern im Start- und Zielort Chieming und an der Strecke ein, die der Sportveranstaltung begeistert folgten, darunter auch Landrat Hermann Steinmaßl und Biathlon-Legende Fritz Fischer. Sieger des ersten Chiemsee Triathlon war der Luxemburger Dirk Bockel, der die drei Disziplinen in einer Zeit von 3:45:03 absolvierte. Rund 300 freiwillige Helfer von BRK, Polizei, Feuerwehr, Vereinen und auch vom Chiemgau Tourismus e.V. sorgten für einen reibungslosen Ablauf der Veranstaltung.

Der Chiemgau Tourismus e.V. unterstützte die Veranstaltung von Anfang an und half bei der Vorbereitung und Umsetzung. Auch im nächsten Jahr wird der Verband den Chiemsee Triathlon wieder fördern. Mit diesem Sportereignis erhält die Region einen weiteren wichtigen touristischen Impuls.

EuRegio-Projekte

FAMILIENRADELN

2012 wurde ein neuer EuRegio-Radkatalog aufgelegt und gemeinsam vertrieben. Dazu gibt es eine Online-Plattform www.radwandern.com. Die zukünftige Zusammenarbeit soll im nächsten Jahr neu abgestimmt werden.

INNOVATIVE URLAUBSBAUERNHÖFE

Im September 2012 wurde das INTERREG IV A geförderte EuRegio-Projekt „Innovative Urlaubsbauernhöfe im ländlichen Raum“, unter der Leitung des Chiemgau Tourismus e.V., abgeschlossen. Beteiligte Partner waren Salzburger Land Tourismus GmbH, Berchtesgadener Land Tourismus GmbH, Landesverein Urlaub auf dem Bauernhof im Salzburger Land und die beiden Anbietergemeinschaften Urlaub auf dem Bauernhof Rupertiwinkel-Berchtesgaden und Chiemgau. Die drei Eckpfeiler des Projektes waren intensive Vor-Ort-Beratungen auf 161 Höfen, der Aufbau des länderübergreifenden Internetauftrittes www.traumbauernhof.com und die Realisierung eines dazu maßgeschneiderten Online-Marketingkonzeptes. Dieses Projekt hat einen Vorbildcharakter für den gesamten Kleinvermieterbereich in unserer Region.



Online Marketing & E-Business

Markenstärkung in den Neuen Medien

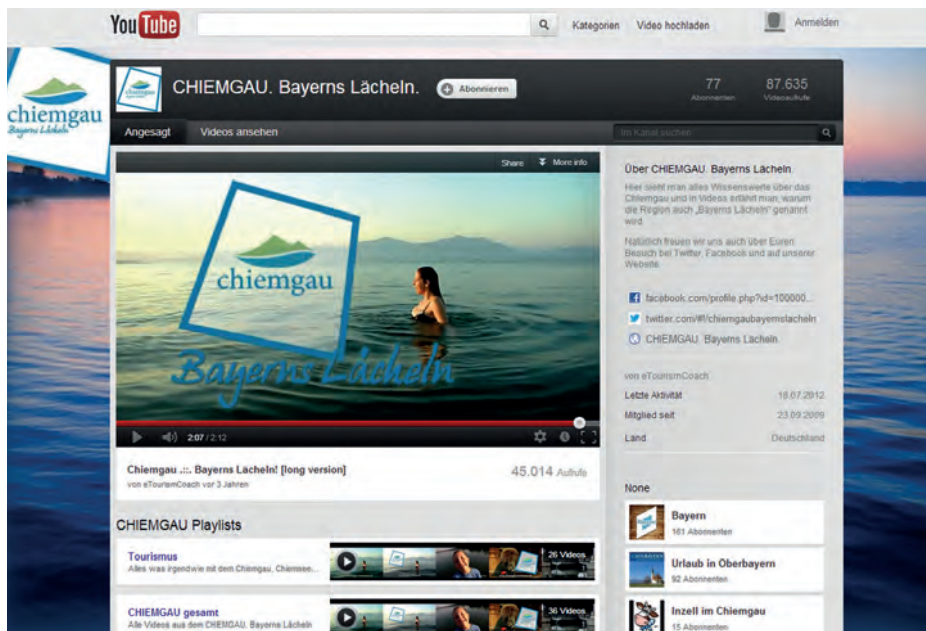
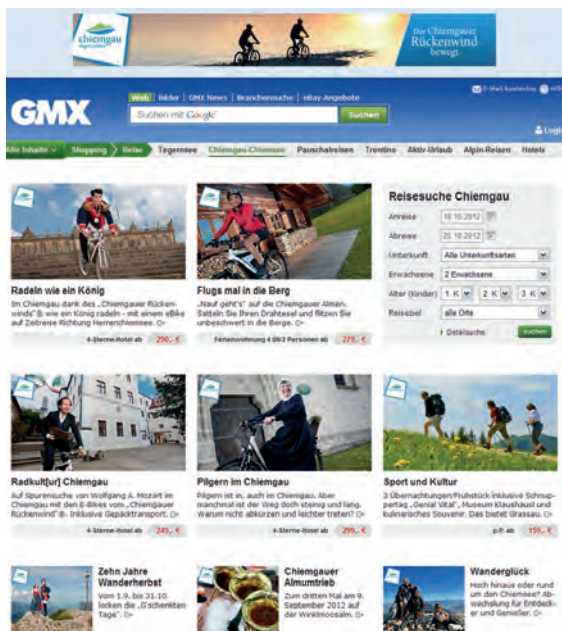
Die Website www.chiemgau-tourismus.de ist das Tor zum Chiemgau und wichtigster Markenträger des Verbandes im World Wide Web. Das Aushängeschild der Region unterstützt die Markenphilosophie, die Mensch, Natur und Lebensart im Chiemgau in den Mittelpunkt rückt. Dabei greift der Internetauftritt Trends wie Regionalität, Heimatgefühl und Genuss konsequent auf und nutzt die Dialogmöglichkeiten, die das Netz bietet. Die Technisierung der Gesellschaft wird auch in den nächsten Jahren weiter vorschreiten. Dies zeigt sich auch in den Trends mobiles Internet und digitale Reiseführer. Ohne technische Hilfsmittel fährt der Gast nicht mehr in den Urlaub. Dazu nutzt er neue Technologien wie „Augmented Reality“, eine Vermischung von Realität und Fiktion, die beispielsweise auch Printprodukte mit dem Internet intelligent verbinden und somit insbesondere bei der Markenführung neue Impulse setzen kann.

Markensichtbarkeit auf Erfolgskurs

Die 2009 erstellte Wort-Bild-Marke wird mit einem Online-Marketing-Mix themenorientiert vermarktet. Hierzu gehören klassische Onlinemaßnahmen wie E-Mail, SEO/SEA-Marketing und SEO-Optimierung, crossmediale Marketingaktionen und das immer wichtiger werdende Social Media Marketing. Durch ein gekonntes Zusammenspiel aller Maßnahmen ist die Marke CHIEMGAU. Bayerns Lächeln im World Wide Web erfolgreich etabliert. Die ständig steigenden Besucher- und Zugriffszahlen (Visits und PageViews) sind messbare Belege:

- 2012: 336.673 Visits und 1.488.808 PageViews (**Quartal I-III**)
- 2011: 397.283 Visits und 1.742.001 PageViews (**Quartal I-IV**)
- 2010: 315.053 Visits und 1.236.194 PageViews (**Quartal I-IV**)

Seit 2010 vollzieht sich ein Wechsel beim Konsumenten. Waren die Jahre zuvor durch hohe Zuwachsraten im Webportal selbst geprägt, informiert sich der Nutzer jetzt auch verstärkt durch das Social Web außerhalb der Chiemgau-Website auf anderen Plattformen (SoM-Netzwerke wie Facebook, Twitter oder Online-Reisecommunities, Bewertungsplattformen, etc.). Als Konsequenz erweitert der Chiemgau Tourismus e.V. kontinuierlich seine Web-Präsenz.



Aktivitäten-Portfolio

E-MAIL MARKETING

Neben der 14-tägigen Chiemgau-Info für Mitglieder und Gastgeber verschickt der Verband auch Gäste-Newsletter zu den Themen Wandern, Rad, Winter und Kultur/Genuss. Die Öffnungsraten sind mit 37 Prozent überdurchschnittlich hoch.

SOCIAL MEDIA

»Facebook« ist mittlerweile das bedeutendste soziale Netzwerk. Für eine direkte Kommunikation und zur Vernetzung mit anderen Facebook-Seiten (Bayern, Oberbayern, Deutschlandtourismus, Mitgliederseiten, ...) sowie zur Ansprache unserer Zielgruppen betreibt der Chiemgau Tourismus e.V. zwei Fanseiten sowie eine Profilseite. Auch auf Google und dem sozialen Netzwerk Google+ betreibt der Verband seit Mitte 2012 einen eigenen Kanal. Der Nachrichten-Dienst »Twitter« dient dem Verband zur schnellen Informationsverbreitung. Hierzu werden zwei Twitter-Kanäle betrieben: Dein_Chiemgau und Dein_Bayern.

ONLINE REISE-COMMUNITIES

Die Präsenz in wichtigen Online-Reisecommunities wird immer wichtiger. Stetig wachsende Nutzerzahlen bestätigen den Trend, dass Informationsfindung, Reisevorbereitung und -entscheidung auf diesen Plattformen stattfinden. CHIEMGAU.Bayerns Lächeln ist auf den für den Verband wichtigen Reisecommunities vertreten. Seit mehreren Jahren betreibt der Verband auf GMX erfolgreich einen eigenen ReiseShop, mit Vollintegration des regionalen Informations- & Reservierungssystems IRS18.

CHIEMGAU MAPS

Die Kartenlösung des Chiemgau Tourismus e.V. basiert auf den Daten der OberbayernMap, der KOMPASS-Karte und des Landesvermessungsamtes. In den Karten werden wichtige Sehenswürdigkeiten, Beherbergungsbetriebe, Veranstaltungsorte, Touren und frei auswählbare Routen angezeigt. Die ChiemgauMap bietet darüber hinaus die Möglichkeit alle genannten Informationen herunterzuladen. Damit findet sich der Gast im Chiemgau gut zurecht.

IRS18

Der Chiemgau Tourismus e.V. setzt voll auf das regionale Informations- & Reservierungssystem IRS18. So wurden in 2012 auch erstmals alle Aktionen mit online buchbaren Angeboten aus dem Buchungssystem versehen. Die Integration der neuen, flexiblen Buchungsmaske (TPortal) wurde im Aussehen der Website angepasst. Die Maßnahmen werden mit einer höheren Konversionsrate unserer Gäste belohnt.

BEWEGTBILD

Ein eigener YouTube-Kanal mit über 87.000 Videoaufrufen bestätigt den Trend zum Bewegtbild. Reisen sind mit Emotionen verbunden, und diese versucht der Verband mit seinen Videos zu vermitteln. Das produzierte Filmmaterial wird parallel für alle Gastgeber auch für die eigene Homepage zur Verfügung gestellt.





Die Top Wanderaktionen 2012

WANDERN, LIEGT IM TREND. ZWEI DRITTEL ALLER INLANDSURLAUBER SIND LAUT ANGABEN DES DEUTSCHEN TOURISMUSVERBANDES MÖGLICHE WANDERGÄSTE UND BRINGEN MIT IHRER BEGEISTERUNG UMFASSENDES POTENZIAL MIT SICH, DAS EINEM PROSPERIERENDEN WANDERMARKT DIENT. ZUNEHMEND FÜHLEN SICH AUCH JÜNGERE GÄSTE ANGESPROCHEN. RUND DIE HÄLFTE DER DEUTSCHEN WANDERURLAUBER IST ZWISCHEN 20 UND 39 JAHRE ALT.

Für viele Gäste ist der Wanderwunsch die Motivation für einen Urlaub im Chiemgau, der aufgrund seiner geografischen Beschaffenheit und seiner geschützten Natur besondere Wandererlebnisse auf drei Ebenen bietet:

- in der Ebene entlang von Seen und Flüssen,
- in moderaten Höhen, zu den mehr als 130 Almen und Berggasthöfen,
- zu den Gipfeln der Chiemgauer Alpen, deren höchster bis 1.961 Meter (Sonntagshorn) reicht.

Die vielfältigen Wandermöglichkeiten den Wanderfreunden in Deutschland bewusst zu machen, war die Aufgabe in diesem Jahr. Mit vielen Top-Aktionen hat der Verband den Themenschwerpunkt „Wandern“ inszeniert und so die Wanderdestination Chiemgau am Markt positioniert. Flankierend zu den diversen Aktionen hat der Verband mit einer Anzeigenkampagne, mit Beilagen im Wandermagazin und gezielter Pressearbeit die Wanderregion Chiemgau vermarktet. Auch im kommenden Jahr wird das Thema Wandern eines der Schwerpunktthemen der Marketingarbeit bleiben, das von **Eva Kulina** verantwortet wird.





**Der Chiemgauer
Wanderherbst
bewegt**

z. B. 2 Personen ab 5 Ü in der FeWo mit Wanderführer, Bergbahn- und Beherbergungsgutschein ab **239** €

Infos und Buchung: www.chiemgau-tourismus.de oder Telefon 0861 9095900

Komm auf die Alm / Sennerin auf Zeit

In Zusammenarbeit mit der auflagenstarken Zeitschrift *rtv* (9 Mio. Auflage) startete der Verband im Mai die Gewinnspielaktion „Komm auf die Alm“, an der sich 182 Kandidaten beteiligten. Mit einem Online- und Telefonabstimmungsverfahren wurden die Finalisten ausgewählt, die einen zweiwöchigen Almaufenthalt gewinnen konnten. Anfang August wählte dann eine Jury die Gewinnerin Marietta Zeller aus Baden-Württemberg alias Mariandl aus. Am 25. August kam Mariandl auf eine Alm bei Ruhpolding, auf der sie zwei Wochen mitarbeitete. Höhepunkt ihres Aufenthaltes waren ein Jodelkurs mit Josef Ecker und die Pflege der Alm-Kälber. Auch 2013 soll die Almlandchaft des Chiemgaus wieder medienwirksam vermarktet werden, indem speziell Alleinstellungsmerkmale einzelner Almen hervorgehoben werden. Kulinarische und musikalische Angebote sowie schöne Wanderwege und das Leben auf der Alm sollen kommuniziert werden und zum Genusswandern anregen.

Chiemgauer Wanderherbst

Zum zehnten Mal jährte sich 2012 der Chiemgauer Wanderherbst, der mittlerweile zur festen Institution im touristischen Jahreskalender geworden ist. Unter dem Motto „Urlaub für die Seele“ lag der Schwerpunkt auf meditativen Wandermöglichkeiten im Chiemgau, die zum einen Bezug auf die historische Entwicklung des Wanderns im Allgemeinen nimmt – die Wurzeln des Wanderns liegen im Pilgern – und zum anderen auch den Pilger-Trend aufgreifen.

Zum diesjährigen Wanderherbst wurde der neue Fernpilgerweg St. Rupert eröffnet, den der Chiemgau Tourismus e.V. mit entwickelt hat und, der von Altötting durch den Chiemgau bis nach Salzburg führt. Zwölf Journalisten nahmen an einer Pressefahrt zu dem Thema teil und wanderten von Traunstein nach Maria Eck und rund um den Tachinger- und Waginger See auf den Spuren des Heiligen Rupert. Darüber hinaus wurde in der Herbstausgabe des Wandermagazins ein Taschenführer beigelegt, der 13 Wandertouren aus dem Chiemgau vorstellte.

Chiemgauer Almuntrieb

Den Auftakt des Chiemgauer Wanderherbstes bildete am 9. September 2012 der Chiemgauer Almuntrieb, der im dritten Jahr rund 6.000 Besucher anlockte. Das sind rund 1.000 Besucher mehr als in den Vorjahren. Das abwechslungsreiche Programm von Schnupperwanderungen, Musikerlebnis und Fachausstellung begeisterte insbesondere Tagesgäste, die bei schönem Wetter das kostenfreie Angebot gerne nutzten. Über zehn Wanderungen zu den Themen Kräuter, Almkultur, Jodeln, Pilgern, Kneipen und Musik wurden angeboten. Dazu kamen spezielle Angebote für Kinder und Bergradler. Die beliebte Wanderveranstaltung auf der Winklmoosalm bei Reit im Winkl wurde auch in diesem Jahr wieder von der Siegsdorfer Petrusquelle und der VR Bank Reit im Winkl sowie den Ausstellern Meindl Shoes, Hausbrennerei Penninger, Mountain Aktiv, additive bikes und der Tourist-Info Reit im Winkl unterstützt.



24 Stunden von Bayern: 500 Wanderer starten am 16. Juni an der Max Aicher Arena in Inzell.



SalzAlpenSteig

Das EU-Projekt SalzAlpenSteig soll bis 2014 realisiert werden. Hier handelt es sich um einen grenzüberschreitenden (bayerisch-österreichischen) Premium-Wanderweg, der auf einer Länge von 230 Kilometern den Chiemsee über den Königssee mit dem Hallstätter See verbinden wird. Neben dem Hauptsteig entstehen mehrere Rundwege, die sogenannten „SalzAlpenTouren“, die ebenfalls mit dem Wandersiegel Premiumweg zertifiziert werden sollen. Diese Rundtouren bieten neben dem grenzüberschreitenden Premiumweg in den Alpen erlebnisorientierte Wanderwege mit hoher regionaler und historischer Strahlkraft. Projektpartner beim SalzAlpenSteig sind: Chiemgau Tourismus e.V., Berchtesgadener Land, Chiemsee-Alpenland, Tennengau und Dachstein-Salzkammergut. Der Kostenumfang des Gesamtprojekts liegt bei 980.700 Euro und wird zu 60 Prozent über Fördermittel finanziert.

24 Stunden von Bayern

Gemeinsam mit dem Berchtesgadener Land und der Inzeller Touristik GmbH holte der Chiemgau Tourismus e.V. die Kultwanderveranstaltung der Bayern Tourismus Marketing GmbH „24 Stunden von Bayern“ in die Region. Am 15. Juni startete das Event mit einem Medienabend in Bad Reichenhall, an dem über 30 Journalisten aus ganz Deutschland teilnahmen. Am darauf folgenden Tag, 16. Juni, starteten die Journalisten mit mehr als 500 Wanderfreunden an der Max Aicher Arena zur 24-Stunden-Wanderung. Vier Wanderschleifen mit mehr als 30 Erlebnisstationen, an denen Chiemgauer Lebensart präsentiert wurde, warteten auf die Wanderer, die von der Organisation der Veranstaltungen und der landschaftlichen Schönheit der Region begeistert waren.





Radfahren

DAS RADFAHREN ALS FREIZEIT- UND URLAUBSVERGNÜGEN IST IM CHIEMGAU EIN ETABLIERTES NACHFRAGESEGMENT MIT EINER SOLVENTEN ZIELGRUPPE. RADELN IST GESUND UND WIRD IMMER MEHR IN PRÄVENTIVE UND KURIERENDE GESUNDHEITSKONZEPTE INTEGRIERT, ES IST KLIMAFREUNDLICH UND HAT BEREITS AUCH IM CHIEMGAU EINE MASSGEBENDE TOURISTISCHE BEDEUTUNG (Z.B. AUSZEICHNUNG MIT DEM ADAC TOURISMUSPREIS BAYERN 2011).

Um den Chiemgau als führende touristische Rad-Destination in Deutschland zu positionieren und den gestiegenen Erwartungen und Anforderungen der radelnden Gäste gerecht zu werden, setzt der Verband seine Radoffensive fort, die 2010 mit dem Chiemgauer Rückenwind begann. 2013 wird unter Federführung von **Wolfgang Kornfeld**, mit einem innovativen Radprodukt ein neues Rad-Natur-Erlebnis im Chiemgau etabliert.

2012 stand daher ganz im Zeichen der strategischen Planungen und Vorbereitungen, die den Weg zur „Premium- Radregion 2020“ ebnen sollen.

In den nächsten Jahren will der Verband dabei mit innovativen Produkten Aufmerksamkeit erzeugen sowie durch Infrastrukturmaßnahmen die Radregion glaubwürdig und nachhaltig ausbauen.

A photograph of several sailboats on a grassy bank. The boats are white with blue covers. The boat in the foreground has the registration number 'TS-3801' on its hull. The background shows more sailboats and greenery.

TS-3801





Schmankerl für Radler: Tee, Retroklingel und Chiemgau-Pin bekommen Radfreunde bei Buchung einer Radpauschale im Chiemgau.



Touristische Radangebote

Das Radwegenetz im Chiemgau bietet zahlreiche touristische Reize und Chancen für Angebote. Daher sollen die touristischen Radwege optimiert werden, um den Gästen ein durchgängiges Produkt von der Unterkunft bis zu begleitenden Angeboten wie beispielsweise Gastronomie zu bieten. Durch eine noch engere Zusammenarbeit mit allen betroffenen Stellen soll dieses Segment weiter verbessert werden.

Fahrradfreundliche Betriebe

„Fahrradfreundliche Gastronomie- bzw. Beherbergungsbetriebe“ des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes sowie „bed + bike“-Häuser des ADFC sind verlässliche Bewertungsmaßstäbe, die Radtouristen Sicherheit bieten. Auch im Chiemgau sollen sich weitere Beherbergungsbetriebe diesem Segment anschließen.

Ausweitung der GPS-Erfassung

GPS für Radfahrer wird immer wichtiger. In einer zentralen Datenbank werden Radfahrer daher über Wege, Touren, Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe sowie Servicestationen informiert. Der Verband führt derzeit die Datenerfassung durch und setzt dabei auf Kartenlösungen wie beispielsweise die OberbayernMap. Darüber hinaus sollen weitere digitale Vermarktungskanäle umgesetzt werden, auf denen sich der Radler während und nach der Tour über touristische Angebote informieren kann. Neben den vorbereitenden Maßnahmen gab es 2012 Radschwerpunkte, die ebenfalls durch eine Anzeigenkampagne in relevanten Medien sowie laufende Pressearbeit flankiert wurden. Auf der nächsten Seite werden die Schwerpunkte vorgestellt.



Vielseitige Radregion Chiemgau: Vom Chiemsee über den Achental-Rundweg nach Schleching.

Rad-Schwerpunkte

Im Rahmen des Jubiläums „100 Jahre Chiemgau Tourismus“ wurde im Zusammenhang mit dem Chiemgauer Rückenwind ein innovatives Produkt in Zusammenarbeit mit additive bikes aus Prien entwickelt. Die ersten tausend Radurlauber erhielten u.a. ein Geschenkpackerl mit einer heimischen Teemischung der Firma Bioteaque aus Traunstein sowie eine speziell angefertigte Zwei-Ton-Retrofahrradklingel. Die Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen aus dem Chiemgau fördert auch die Markenführung und wird 2013 weiter fortgesetzt.

Gemeinsam mit dem Nachbarverband Chiemsee-Alpenland präsentierte sich der Chiemgau im August auf der internationalen Radmesse ISPO-Bike in München.

Neue Rad-Pauschalen

Vier Rad-Pauschalen bewarb der Verband 2012 über das Informations- und Reservierungssystem IRS18. Zum ersten Mal waren die Angebote direkt online buchbar. Die beliebteste Pauschale war in diesem Jahr die „Mozart-Pauschale“, die bereits im Herbst 2011 entwickelt und als medienwirksames Angebot platziert wurde.

Zum Saisonauftakt strahlte das Bayerische Fernsehen im April die Freizeitsendung Schmidt Max auf dem Mozartradweg im Chiemgau aus. Radmagazine wie aktivRadfahren und Tageszeitungen griffen im Reiseteil ebenfalls den Mozartradweg auf.







Winter 2011/2012

DER CHIEMGAU IST EINE GANZJAHRESURLAUBSREGION. KNAPP 1,2 MILLIONEN ÜBERNACHTUNGEN ENTFALLEN AUF DIE WINTERMONATE. DIE GROSSEN SPORTVERANSTALTUNGEN IN RUHPOLDING UND INZELL ZIEHEN JÄHRLICH TAUSENDE VON GÄSTEN IN DEN CHIEMGAU. DANN STRAHLT DER CHIEMGAU DURCH DIE MEDIENBERICHTE IN ALLE WELT. AUCH IN DER KOMMENDEN SAISON SETZT DER VERBAND WEITER AUF DIE WICHTIGEN WINTERTHEMEN WIE SKI ALPIN, LANGLAUF, SCHNEESCHUHWANDERN UND SANFTES SCHNEEEERLEBEN.

Mit der Saison 2011/2012 hat der Verband eine große „Winteroffensive“ gestartet. Im Zentrum der werbe- und medienwirksamen Aktionen rund um den aktiven und romantischen Winterurlaub im Chiemgau standen prominente Chiemgauer Wintersportler wie Tobias Angerer und Evi Mittermaier-Brundobler, die jüngere Schwester von Rosi Mittermaier.

Beide werben nun sympathisch und authentisch für die Wintersportregion Chiemgau. Ergänzt wurden die prominenten Botschafter durch neue Angebote zum Trendsport Schneeschuhwandern und klassische Familienwinterangebote wie Rodeln, Eislaufen oder Pferdeschlittenfahrten. Verantwortet wird der Winter zukünftig von **Catherine Bitzer**.





chiemgau
Zagerte Ländchen

Raus aus dem Alltag,
rein in den Chiemgau!

Tobias' Schneegenuss
5 ÜN mit Langlauflehrer, Ausrüstung und Winterzaubermenü für 2 Pers./Fewo ab **449** €

Tobias Angerer:
Zweifacher Gesamt-Weltcupssieger im Langlauf

Infos und Buchung:
www.chiemgau-tourismus.de oder 0861 9095900

Tobias Angerer wirbt für den Langlaufsport im Chiemgau.



Evi Mittermaier-Brundobler führt den Schmidt Max durch den Chiemgau.

Die Top-Winteraktionen 2011/2012

Große Anzeigenkampagne

Über die Medienagentur Schaible hat der Verband eine Werbeoffensive in Tageszeitungen und im Hörfunk in den wichtigsten Quellmärkten gestartet. Presseaussendungen und Online-Maßnahmen begleiteten die Werbeoffensive.

Schneebayern

Der Chiemgau Tourismus e. V. beteiligt sich seit mehreren Jahren an der Schneebayern-Aktion der Bayern Tourismus Marketing GmbH. Über die Kampagne war der Verband in diesem Jahr im Schneebayern-Magazin, das in einer Auflage von 520.000 Exemplaren erschienen ist und unter anderem als Beilage im DAV Panorama, TV Spielfilm, Focus, Freundin und DSV Aktiv vertrieben wurde. Im Rahmen der Kooperation hat sich der Verband am Adventskalender der Münchner und Nürnberger Abendzeitung beteiligt und neben einer Gewinnvorstellung auch einen redaktionellen Bericht zum Winter im Chiemgau erhalten.

Als weitere Maßnahme wurde Anfang Dezember über die Bayern Tourismus Marketing GmbH ein Postkarten-Mailing an 25.000 potenzielle Winterurlauber verschickt. Zielgruppen waren hier insbesondere Generation 55plus und Familien.

Schmidt Max auf Langlauf-Schlemmer-Tour

Auch 2012 hat das Bayerische Fernsehen mit dem Sendeformat „Freizeit“ wieder im Chiemgau gedreht. Dieses Mal war der Schmidt Max mit Evi Mittermaier-Brundobler auf Langlaufskiern auf der Chiemgau Marathon-Loipe unterwegs und besuchte die Orte Inzell, Ruhpolding, Reit im Winkl und Schleching. Unterwegs traf der beliebte Moderator unter anderem auf den Ruhpoldinger Eberhard Plenk, den Gründer der ersten Skilanglaufschule in Deutschland, und besuchte drei Alpen-Kulinarik-Gasthäuser – das Forsthaus Adlgaß in Inzell, die Traunsteiner Hütte auf der Winklmoosalm und den Steinweidenhof in Schleching. Die Sendung wurde im Februar 2012 ausgestrahlt.

MEDIENBERICHTE Print: 20 Mio. Leser +++ Online: 51 Mio. Page Impressions +++ TV/Radio 4,5 Mio. Zuschauer/Hörer



Evi Mittermaier-Brundobler, eine weitere Sympathieträgerin aus dem Chiemgau, schickt Bayerns Lächeln in die Welt.



Traunsteiner Hip-Hop Mädchen auf der Bühne des Chiemgau Tourismus e.V. bei der Biathlon-Weltmeisterschaft in Ruhpolding.

Der Chiemgau Tourismus e.V. bei der Biathlon-Weltmeisterschaft in Ruhpolding

Mit einer erfrischend authentischen Eröffnungsfeier begann am 29. Februar 2012 die Biathlon-Weltmeisterschaft in Ruhpolding. Mit dabei war auch der Chiemgau Tourismus e.V., der am 5. März auf der Kulturbühne im Ortszentrum von Ruhpolding für die Urlaubsregion Chiemgau mit interessanten Gesprächspartnern, musikalischen und akrobatischen Showeinlagen und kulturellen Glanzlichtern für Stimmung sorgte. Zukünftig sucht der Verband noch mehr Anknüpfungspunkte rund um die Biathlon-Weltcups in Ruhpolding, damit auch diese Großveranstaltung zum Imageaufbau des Chiemgaus genutzt werden kann.

Winter-Medienauftakt

Zum Saisonauftakt Winter 2012/2013 hat der Verband am 23. Oktober 2012 Journalisten in das Ausbildungsrestaurant am Roeckplatz in München eingeladen. Rund 30 Journalisten folgten der Einladung und ließen sich von den Touristikern über die neuen Wintersportangebote im Chiemgau informieren. Darüber hinaus warben drei prominente Chiemgauer Wintersportler – die ehemalige Skirennläuferin Evi Mittermaier-Brundobler, die Biathlon-Legende Fritz Fischer und der Ex-Eisschnellläufer Markus Ried – für die Sportregion Chiemgau.

Günther Wallner, Schreiner aus Truchtlaching, präsentierte an seiner Drechselbank echtes Chiemgauer Holzhandwerk. Ein weiterer Höhepunkt des Medienauftakts war das gemeinsame Abendessen. Franz Karner vom Steinweidenhof in Schleching, der eigens nach München gereist war, bereitete das Vier-Gänge-Menü mit Auszubildenden des Restaurants vor. Das Ausbildungsrestaurant am Roeckplatz ist ein soziales Projekt der Stadt München. Benachteiligte Jugendliche erhalten hier eine Ausbildung in der Gastronomie.

Erste Medienberichte zeigen bereits die Früchte dieser Veranstaltung.



Razvan Popovici und Diana Ketler mit Kollegen beim Chiemgauer Musikfrühling

Kultur und Genuss 2012

DER CHIEMGAU HAT EIN VIELFÄLTIGES KULTURELLES ERBE: KIRCHEN, KLÖSTER, SCHLÖSSER, MUSEEN, TRADITIONELLE BAUERNHÄUSER UND MODERNE INDUSTRIEBAUTEN, ALTE BRÄUCHE, NEUE KONZERTREIHEN UND FESTIVALS. DAZU KOMMT EINE REICHE WIRTSCHAUSKULTUR, EIN DICHTES NETZ AN REGIONALEN BRAUEREIEN SOWIE ERSTKLASSIGE LEBENSMITTELERZEUGER.

MEDIENBERICHTE Print: 10 Mio. Leser +++ Online: 430 Mio. Page Impressions +++ TV/Radio: 11 Mio. Zuschauer/Hörer



Chiemgau Alm Festival

8 Tage · 12 Almen · 14 Konzerte **20.-28.07.12**

Bergen · Grassau · Inzell · Marquartstein · Reit im Winkel
Ruhpolding · Schleching · Unterwössen

www.chiemgau-alm-festival.de

**STEFAN DETTL
PRÄSENTIERT DAS
GROSSE FINALE
AM 28.07.
AUF DER WINKLMOOS-ALM**



Alpen-Kulinarik

Sehlemmerreise durch den Chiemgau

Essen muss nach Essen schmecken! Dieses Qualitätsversprechen geben elf Chiemgauer Wirtshäuser, die sich dem Projekt Alpenkulinarik angeschlossen haben. Hier kommen nur regionale Produkte der Saison auf den Wirtshautisch. Das stärkt Erzeuger und Gastwirte – und schmeckt! Welche Chiemgauer Wirtshäuser beteiligen sich an der Alpenkulinarik:

www.chiemgau-tourismus.de/de/alpen-kulinarik-bayern

Weitere Informationen: Chiemgau Tourismus 0861-9095900
info@chiemgau-tourismus.de www.chiemgau-tourismus.de

Chiemgauer Musikfrühling

Seit zehn Jahren lädt der Traunsteiner Razvan Popovici Musikkollegen aus aller Welt zum Chiemgauer Musikfrühling in die Region ein. Die Weltklasse-Interpreten verzaubern in den Spielorten Traunstein, Traunreut und Kloster Seeon Musikliebhaber aus Nah und Fern. Die einwöchige Konzertreihe ist fester Bestandteil des Chiemgauer Musikkalenders und wird vom Chiemgau Tourismus e.V. finanziell und bei der Medienarbeit unterstützt. Die gute Zusammenarbeit wird auch 2013 fortgesetzt.

Chiemgau Alm Festival

Zum zweiten Mal fand in diesem Jahr das Chiemgau Alm Festival vom 20. bis 28. Juli auf zwölf Almen im Chiemgau statt. Auf höchstem Niveau präsentierten Künstler aus der Region Musik für alle Generationen und für jeden Geschmack, von Brass über Volksmusik bis zur modernen Jugendkultur. Das einzigartige und anspruchsvolle Konzept ist in den Medien – insbesondere den Kulturredaktionen der großen Tageszeitungen – auf überaus positive Resonanz gestoßen.

Chiemsee Reggae Summer

Das Chiemsee Reggae Festival ist das größte Reggae Festival in Europa. 30.000 Besucher kamen zu dem Konzertereignis in den Chiemgau. AMOK Promotion aus Trostberg lud den Chiemgau Tourismus e.V. ein, im Pressezelt des Chiemsee Reggae Festivals mit Roll-ups und Flyern für die Urlaubsregion zu werben.

Alpen-Kulinarik

Seit zwei Jahren wirbt der Chiemgau Tourismus e.V. in der Region für die „Alpen-Kulinarik“. Das EU-Projekt richtet sich an regionale Erzeuger, an Hoteliers und Gastwirte und will flächendeckend regionale Produkte von hoher Qualität (überwiegend biologisch) vom Acker auf den Wirtshautisch bringen. In zahlreichen Workshops, Seminaren und Einzelgesprächen sensibilisierte der Verband für eine authentische Küche im Chiemgau, die sowohl den Einheimischen als auch den Gästen zugutekommt. Im September fand im Landhaus Tanner in Waging dazu eine eigene Alpen-Kulinarik-Veranstaltung statt. Acht Erzeuger präsentierten Journalisten aus ganz Deutschland sowie Landrat Hermann Steinmaßl und Bürgermeister Herbert Häußl ihre Produkte, die Küchenchef Franz Tanner im Anschluss gemeinsam mit der Grünen-Abgeordneten Claudia Stamm zu einem achtgängigen Menü zubereitete.

Reisetrends

Reiseland Deutschland

Rund 90 Prozent der Chiemgau-Urlauber kamen laut Statistischem Landesamt 2011 aus Deutschland. Die Bundesländer Bayern, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg und Hessen stellen hierbei rund 70 Prozent der Gäste. Bei den ausländischen Gästen kamen über ein Drittel aus den Niederlanden, gefolgt von Österreich, der Schweiz und Großbritannien mit gemeinsam ebenfalls knapp einem Drittel. (Quelle: Eigenerhebung Chiemgau Tourismus e.V., Bezugsjahr 2011).

Die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. beschäftigt sich seit über 40 Jahren mit dem deutschen Urlaubsreisemarkt und bietet auch 2012 einige spannende Erkenntnisse:

Deutschland bleibt auch weiterhin das beliebteste Reiseziel der Deutschen, sowohl bei Urlaubs- als auch bei Kurzreisen. Als innerdeutsches Urlaubsreiseziel konnte sich Bayern weiterhin als erste Wahl für die Deutschen, knapp vor Mecklenburg-Vorpommern, behaupten. Der bundesweite Trend zu immer kürzeren Urlaubsreisen, den auch die Statistik des Chiemgau Tourismus e.V. widerspiegelt, setzt sich fort. Im Gegenzug ist eine Steigerung der Urlaubsreiseausgaben auf ein Rekordniveau von 868 Euro pro Person und Reise zu verzeichnen.

Welche Freizeitbeschäftigungen die Bundesbürger gerne häufiger ausüben würden, wurde von der Stiftung für Zukunftsfragen (BAT) für das Jahr 2012 ermittelt: An erster Stelle landet die Aussage „Spontan tun, wozu man Lust hat“, indirekt lässt sich hier eine gesteigerte Flexibilität ableiten, welche sich auch in den immer kurzfristigeren Urlaubsentscheidungen und Buchungen vor allem bei den Zweit-, Dritt- und Kurzreisen zeigt. Die folgenden Spitzenplätze nehmen die Themenbündel „sportlich-aktiv sein“, „gesellige und soziale Aktivitäten“ und „Zeit für sich selbst“ ein. Deutlich geringer hingegen ist der Wunsch nach (noch) häufigerem Medienkonsum in der Freizeit. „Mehr Zeit zur Erholung und für soziale Kontakte“, so lassen sich laut BAT-Stiftung die Freizeitwünsche zusammenfassen.

Trend Radfahren

Laut der Studie „Destination Brand 10“ wurde ermittelt, dass rund 38 Prozent der Deutschen zwischen 17 und 74 Jahren ein großes bzw. sehr großes Interesse am Radfahren im Urlaub haben. Dies entspricht einem Potenzial von insgesamt 22,5 Millionen Personen. Die radbegeistertsten Bundesbürger kommen laut Untersuchung aus Norddeutschland, Nordrhein-Westfalen und den neuen Bundesländern.

Bei Deutschlands beliebtesten Radreisedestinationen findet sich Bayern vor Mecklenburg-Vorpommern auf Rang eins (ADFC-Radreiseanalyse 2012). Als wichtigste Unterkunftsarten für Radler werden laut Radreiseanalyse Campingplätze, Hotels und Pensionen genannt.

Für den deutschlandweiten Radtourismus sind die Niederlande mit 33 Prozent wichtigstes Herkunftsland (ADFC-Radreiseanalyse aus: DZT/IPK International World Travel Monitor 2010).

Trend Wandern

Die Bedeutung des Themas Wandern bezogen auf den deutschen Markt ist unumstritten. Laut der Grundlagenuntersuchung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Verkehr zum Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern, wandern 40 Millionen Deutsche gerne und generieren neben Urlaubsaufenthalten auch 370 Millionen Tagesausflüge. Die Zielgruppe der Wanderer ist somit breit gefächert. Die Studie zeigt jedoch, dass Menschen, die immaterielle Werte wie Natur, Umwelt und Gesellschaft wertschätzen und an Kultur und Bildung interessiert sind, deutlich höhere Wanderneigung aufweisen, als eher traditionell verwurzelte Lebensstilgruppen.

(Vgl. BMWI 2010).



Tourismus für Alle: Unter diesem Motto hat der Chiemgau Tourismus e.V. am 9. September Menschen mit und ohne Behinderung auf die Winklmoosalm geladen. Allen Beteiligten sei an dieser Stelle nochmal herzlich gedankt.

Tourismus für Alle

Die demografische Entwicklung in Deutschland ist für alle eine Herausforderung, auch für den Tourismus. Immer mehr ältere Menschen werden in den kommenden Jahren Urlaubsregionen aufsuchen, die ihren Bedürfnissen gerecht werden. Der Chiemgau, der „Heimat auf Zeit“ für alle Gäste sein möchte, darf sich dieser Entwicklung nicht verschließen und möchte in den nächsten Jahren vermehrt auf das Thema Inklusion hinarbeiten. Damit sich der Chiemgau hier glaubhaft etabliert, bedarf es auch einer fundierten Bestandsaufnahme, einer genauen Kenntnis der Bedürfnisse, Wünsche und Anforderungen von Menschen mit Einschränkungen und Behinderung. Dass dieses Vorhaben kein leichtes ist, zeigt sich vor allem auch an den unterschiedlichen, individuellen Einschränkungen, denen begegnet werden muss. Dazu kommen individuelle Empfindungen der Betroffenen und das Nichtwissen von Menschen ohne Behinderung, das sich auch in Diskriminierung ausdrücken kann. Tourismus für Alle ist ein äußerst sensibles Thema, das mutige und einfühlsame Vermittler braucht, die aufeinander zugehen und Ängste abbauen. 2012 hat der Verband daher immer wieder Gespräche mit den Behindertenbeauftragten im Landkreis Traunstein und mit Betroffenen geführt.

Ein erster Schritt zu mehr Inklusion war in diesem Jahr der 3. Chiemgauer Almumtrieb, zu dem Menschen mit Behinderung, ihre Familien, Freunde und Partner ausdrücklich eingeladen wurden. Auf der Winklmoosalm konnten alle gemeinsam die Chiemgauer Natur genießen und sich erholen. Die Zufahrt mit dem Auto, die asphaltierten Wege und nicht zuletzt die hervorragenden Einrichtungen in den Gaststätten schließen niemanden aus. Bei dieser Veranstaltung ist auch obiges Bild entstanden, das eine Familie mit Freunden beim gemeinsamen Wandern zeigt.

Inklusion ist dann geglückt, wenn solche Fotos nicht mehr auf ihre Wirklichkeit diskutiert werden, sondern ganz selbstverständlich zur Bildsprache des Chiemgaus gehören. Der Verband wird auch im nächsten Jahr an diesen Zielen weiterarbeiten und Zug um Zug die gesamte Servicekette mit entsprechenden Angeboten ausbauen. Ein wichtiger Beitrag können die Oberbayerischen Kulturtage im Juli 2013 im Landkreis Traunstein werden.



Team

Michael Lücke [C]

Geschäftsführung
Telefon 0861 909590-10
E-Mail: luecke@chiemgau-tourismus.de

Jens Hornung [U]

Marketingleitung
Telefon 0861 909590-11
E-Mail: hornung@chiemgau-tourismus.de

Catherine Bitzer [A]

Themenmanager Winter
Marketingassistenz/Messen
Telefon 0861 909590-12
E-Mail: bitzer@chiemgau-tourismus.de

Wolfgang Kornfeld [G]

Themenmanager Rad
Online-Marketing/EDV
Telefon 0861 909590-14
E-Mail: kornfeld@chiemgau-tourismus.de

Eva Kulina [H]

Themenmanager Wandern
Produktentwicklung/Veranstaltungen
Telefon 0861 909590-13
E-Mail: kulina@chiemgau-tourismus.de

Maria Perreiter [E]

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0861 909590-15
E-Mail: perreiter@chiemgau-tourismus.de

Karin Lange (Teilzeit) [M]

Assistenz Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 0861 909590-18
E-mail: lange@chiemgau-tourismus.de

Birgit Faaß (Teilzeit)

Finanzen und Controlling
Telefon 0861 909590-18
E-mail: faas@chiemgau-tourismus.de

Claudia Paulübl [I]

Büroleitung
Telefon 0861 909590-0
E-Mail: pauluebl@chiemgau-tourismus.de

Johanna Meitinger (Teilzeit) [M, li.]

Prospektversand / Anfragen
Telefon 0861 909590-16
E-Mail: meitinger@chiemgau-tourismus.de

Andrea Hiebl (Teilzeit)

Prospektversand / Anfragen
Telefon 0861 909590-0
E-Mail: hiebl@chiemgau-tourismus.de



Claudia Paulübl, die Büroleiterin beim Verband, hat alles fest im Griff.

Chiemgau Tourismus e.V.
Geschäftsstelle:
 Leonrodstraße 7, 83278 Traunstein
 Telefon: 0861 909590-0
 Telefax: 0861 909590-20
 E-Mail: info@chiemgau-tourismus.de
www.chiemgau-tourismus.de

Impressum

Herausgeber:
 Chiemgau Tourismus e.V.
 Leonrodstraße 7, 83278 Traunstein

Redaktion:
 Michael Lücke, Maria Perreiter

Konzept:
 Maria Perreiter

Gestaltung:
 Tagwerk – Mediendesign
 Daniela Niederbuchner
www.tagwerk-mediendesign.de

Fotos:
 Archiv des Chiemgau Tourismus e.V.
 Michael Namberger
 Norbert Eisele-Hein

Druck:
 Druckerei F&W Mediacenter, Kienberg
 gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier
 Stand 11/2012
 Angaben nach bestem Wissen,
 aber ohne Gewähr

