



Aussicht mit Einblick

GESCHÄFTSBERICHT 2014

Chiemgau Tourismus e.V.





HEIMAT entdeckt man erst in der Fremde.

SIEGFRIED LENZ

INHALT

Vorworte	04
Gremien und Mitglieder	06
Finanzen	08
Haushalt 2015	09
Statistik	10
Wirtschaftsfaktor Tourismus	11
Bergbahnen	12
Marketing Themenarbeitskreise	14
Image	16
Kultur	18
Rad	20
Wandern	22
Winter	24
Online	26
Privatvermieter	27
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	28
Kooperationen	30
Gäste-Infrastruktur	31
Weitere Maßnahmen	32
Werbeartikel	33
Team	34
Impressum	35

Vorworte



Der Tourismus hat im Chiemgau eine lange Tradition und eine große Bedeutung. Die lange Tradition haben wir 2012 beim Jubiläum zum 100-jährigen Bestehen besonders gewürdigt und gefeiert. Der Tourismus ist auch heute noch ein wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor. Wenn wir die geringste Arbeitslosigkeit in der Region haben, dann gibt es viele gute Gründe. Einer davon heißt auch „Tourismus“. Er steht für rund 500 Mio. Euro Umsatz und 10 000 Arbeitsplätze. Der Tourismus leistet auch einen wesentlichen Beitrag zu unserer hohen Lebensqualität. Viele Freizeiteinrichtungen gibt es nur oder gerade wegen dem Tourismus. Die touristische Infrastruktur kommt in hohem Maße unserer Bevölkerung zugute und hat zusätzlich eine Bedeutung im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte, bei dem die Lebensqualität einer Region eine Rolle spielt.

Die Bedeutung des Tourismus für den ganzen Landkreis war auch die Triebfeder, den Chiemgau Tourismus e.V. auf ein wirtschaftlich tragfähiges Fundament zu stellen. Mit der großen Unterstützung des Kreistages und aller Städte, Märkte und Gemeinden ist es gelungen, seit 2009 den Chiemgau mit dem Motto „Bayerns Lächeln“ stark in Szene zu setzen und die Bekanntheit deutlich zu erhöhen. Dafür möchte ich mich ganz besonders bei den Kommunen und dem Kreistag besonders bedanken. Die neue Plattform war in der Lage, den Einsatz der Mittel zu bündeln und quasi „die Gießkanne gegen den Feuerwehrschauch“

zu tauschen. Der Aufbau der leistungsstarken Organisation Chiemgau Tourismus war richtungsweisend und notwendig, um im harten Wettbewerb bestehen zu können.

In den ersten fünf Jahren hat Michael Lücke mit dem Aufbau eines neuen Teams, vieler neuer Ideen und Initiativen einen wesentlichen Beitrag für den Erfolg geleistet. Dafür danke ich ihm und dem Team. Den Weg sollten wir im Sinne einer Stärkung des Dachmarke unter Einbindung der Orte und Leistungsträger weiter gehen, um im Wettbewerb zu bestehen. Ich bin auch überzeugt, dass eine intensive Zusammenarbeit, hin zur Vereinigung mit dem Chiemsee-Alpenland die Position unserer Region „Chiemgau-Chiemsee“ nochmals stärken wird. Mit der Übernahme der Geschäftsführung durch Stephan Semmelmayr haben sich zusätzlicher Schwung und neue Tatkraft eingestellt, um die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen.

In der Zukunft setzen wir besonders auf Qualität. Markenzeichen unserer Beherbergungsbetriebe sind vielfältige und individuelle Angebote von privaten Gastgebern, Ferienwohnungen, Bauernhöfen, Pensionen, Gasthöfe und hochklassigen Hotels bis hin zu Campingplätzen. Besonders freut es mich, dass mit dem „Private Gastgeber im Chiemgau e.V.“ ein Verein gegründet wurde. Den Kontakt mit dem Gast als Bereicherung zu sehen, neue Möglichkeiten zu erschließen steht im Mittelpunkt ihrer Angebote. Aber für die Modernisierung wären hier Förderprogramme unbedingt notwendig. Ich wünsche dem Verband, dass er erfolgreich ist. Die Gäste der „Privaten Gastgeber“ sind zudem ein wichtiger Träger der Wirtschaft. Ob Bäcker, Metzger oder Wirte, alle profitieren, und das Leben in den Gemeinden bleibt lebendig und attraktiv.

Aber wir brauchen ganz besonders auch Leuchtturmprojekte, die mit ihren Gästen dem Chiemgau auch Exklusivität vermitteln. Eine Reihe großartiger Investitionen

und Planungen weisen hier eindeutig in die richtige Richtung. Dafür bedanke ich mich für den Mut und den Glauben an die Zukunft des Tourismus im Chiemgau. Sie geben auch gleichzeitig positive Signale für andere.

Ich habe mich auch intensiv um die Senkungen der Mehrwertsteuer bei Beherbergungen und den Seilbahnen bemüht. Denn im Wettbewerb brauchen wir auch gleiche Rahmenbedingungen. Die Förderung des Tourismusstandortes Chiemgau in einem intensiven Wettbewerbsmarkt bleibt weiterhin die Kernaufgabe.

Aber unser größter Schatz sind die Menschen und die herrliche Natur- und Kulturlandschaft. Berge und Täler, Chiemsee, Waginger und Tachinger See, die historischen Städte, unsere Kirchen und Klöster: Sie alle tragen dazu bei, dass bei uns jeder, in jedem Alter, in jeder der vier Jahreszeiten entspannen, aber auch erlebnisreichen Urlaub verbringen kann. Durch gemeinsames Handeln und Kooperation gelingt es sicher, den Chiemgau Tourismus im Sinne seiner Betriebe und unserer Heimat gut in die Zukunft zu führen.

Wenn man Amt und Verantwortung übergibt, ist es schön, dies mit Freude tun zu können: mit Freude darüber, die Nachfolge in guten Händen zu wissen – und mit der Freude, etwas initiiert und mitgestaltet zu haben, das für die Zukunft des Chiemgaus wichtig ist.

Ich sehe ich für den Tourismus im Chiemgau ein gut bestelltes Feld und ich freue mich, meinen Beitrag dazu geleistet zu haben. Ich danke Ihnen allen sehr herzlich für die vielen leidenschaftlichen Gespräche und Diskussionen, für die gemeinsam erreichten Etappenziele und wünsche euch allen viel Erfolg und gutes Gelingen für die Zukunft.

Beste Grüße

Hermann Steinmaßl,
1. Vorsitzender



Herrliche Berge und wunderbare Seen, eindrucksvolle Landschaft und herzliche Menschen – der Chiemgau hat viele Stärken. Diese noch konkreter herauszuarbeiten, unsere Stärken zu stärken, darin sehe ich meine Aufgabe, seit ich die Geschäftsführung des Chiemgau Tourismus vor einem Jahr übernommen habe.

Dabei hatte ich das Glück, eine wirklich gut aufgestellte Organisation mit einem überaus motivierten Team kennenzulernen. Seither sind wir zusammengewachsen. Klare Kompetenzen und hohe Eigenverantwortung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Grundlage dafür, dass wir den Tourismus im Chiemgau zielgerichtet weiterentwickeln können.

Es ist mir ein Anliegen, dass wir uns im Chiemgau unsere Stärken noch mehr bewusst machen - was nicht heißen soll, dass wir uns überschätzen dürfen.

Wenn wir uns andererseits klar machen, dass vieles von dem, was für uns alltäglich ist, für den Gast hohen Wert hat und wenn wir zudem unser Angebot zu einem Erlebnis für den Gast machen – dann sind das genau die Stärken des Chiemgaus, die sich nirgends zu verstecken brauchen.

Daran orientieren sich die Projekte und Vorhaben, die uns auch 2015 beschäftigen werden. So ist der Chiemgau etwa das ideale Kontrastprogramm zur Großstadt

München – deutlich mehr als schnell raus aus der Hektik und trotzdem nah genug für jeden Tag. Denn Tourismus ist mehr als Übernachtungszahlen, Tourismus ist auch ein Almerlebnis mit dem Genuss typischer Chiemgauer Produkte, der Einkauf beim örtlichen Sporthändler vor dem Bike-Trip und der Skitag unter kundiger Führung eines Guides.

Bei Gästen aus der Stadt und aus flachen Gegenden sollten wir das „Bergerlebnis ohne Wadeln“ stärker betonen – viele wollen einfach nur in die Höhe schweben und die unvergleichliche Aussicht genießen, die wir so reichlich anzubieten haben. Deshalb ist die Zusammenarbeit mit den Bergbahnen ein wichtiges Thema, an dem wir arbeiten. Ein typisches Chiemgauer Erlebnis bietet auch unsere Braukultur, wir freuen uns daher, dass wir künftig auch mit unseren Brauereien zusammenarbeiten können.

Unsere aufrichtige Herzlichkeit für den Gast unmittelbar erfahrbar zu machen, darum bemühen sich die Gastgeber jeden Tag. Hier kann es im Chiemgau zunächst nicht genug Leitbetriebe geben, die – weit über ihr unmittelbares Geschäft hinaus – die Aufmerksamkeit auf den Chiemgau lenken und die Region stärken.

Genauso gehören auch die vielen Privatvermieter und die Betriebe vom Urlaub auf dem Bauernhof zu den ersten Adressen für echte Urlaubsstimmung. Auch sie

sorgen für einen wichtigen Teil der Chiemgauer Wertschöpfung, durch die Einkäufe und den Verzehr durch die Gäste genauso wie durch ihre Investitionen. Wir unterstützen daher den im November gegründeten Verband der Privatvermieter „Private Gastgeber im Chiemgau e.V.“. Der Vorstand des Chiemgau Tourismus hat darüber hinaus beschlossen, ihnen einen Sitz im Marketing-Beirat einzuräumen – wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Aus dem Angebot ein Erlebnis zu machen – dafür ist Kommunikation entscheidend, in klassischer Form genauso wie in den neuen Medien. Wir werden daher den Katalog „Heimat“ weiterentwickeln und exemplarische Online-Maßnahmen wie das Blog „Chiemgauer G'schichten“, das Lust auf den Chiemgau macht, weiter ausbauen.

Herzlichst, Ihr

Stephan Semmelmayr
Geschäftsführer

Der Chiemgau Tourismus e. V. | *Gremien und Mitglieder*

Der CT setzt sich aus nachfolgenden Gremien zusammen, welche durch die beschlossene Satzung legitimiert sind.

Vorstand

Der Vorstand setzt sich wie folgt zusammen:

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

Vertreter des Kreisrates:

- Kreisrat Bernd Gietl, Bergen
- Bürgermeister Johann Schild, Fridolfing
- Kreisrätin Franziska Mayer, Obing
- Kreisrat Martin Hobmaier, Inzell
- Kreisrätin Gisela Sengl, Sondermoning
- Kreisrat Heinrich Wallner, Chieming (Gast)
- Oberbürgermeister Manfred Kösterke, Traunstein (Gast)

Vertreter des Gemeindetages:

- Bürgermeister Benno Graf, Chieming
- Bürgermeister Johann Egger, Inzell
- Bürgermeister Josef Heigenhauser, Reit im Winkl
- Bürgermeister Marc Nitschke, Übersee
- Bürgermeister Claus Pichler, Ruhpolding
- Bürgermeister Konrad Schupfner, Tittmoning

Vorsitzender des Marketingbeirats CT

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:

- Oswald Pehel, Vorsitzender, Waging am See (bis 26.11.2014)
- Markus Stuckmann, Vorsitzender, Ruhpolding (ab 26.11.2014)
- Wolfgang Helldobler, stellv. Vorsitz., Bergen (Urlaubswelt Chiemgau)
- Ludwig Aigner, Freizeitpark Ruhpolding (Erlebniswelt Chiemgau)
- Andreas Barmbichler, Strandcamping Waging am See (Camping)
- Dirk Haase, ITR 18 (Hotellerie), bis 12.11.2014
- Klaus Gimpl, Private Gastgeber in Bayern e. V., ab 12.11.2014
- Stephanie Hennes, Ökomodell Achental e.V.
- Bartholomäus Irlinger, Verkehrsvereine
- Christiane Lindlacher, Grassau (6 am Chiemsee)
- Ludwig Mörner, Obing (Chiemgau Stadt-Land-Seen)
- Fritz Schmuck, Siegsdorf (Urlaubswelt Chiemgau)
- Gerhard Steinbacher, Inzell
- Eva Steinberger, Traunstein (Städte)
- Peter Stocker, Seehotel Wassermann (BHG; ITR 18)
- Irene Träger, Seebruck (6 am Chiemsee)
- Matthias Untermayer, Moierhof (Urlaub auf dem Bauernhof)
- Florian Weindl, Reit im Winkl
- Alexandra Wolf, Landratsamt Traunstein (Gast)
- Christina Pfaffinger, Chiemgau Alpenland Tourismus (Gast)
- Sindy Vogel, Chiemgau Alpenland Tourismus (Gast)

Alle 35 Städte und Gemeinden des Landkreises Traunstein und der Landkreis Traunstein selbst gehören dem Verband als ordentliche Mitglieder 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:

- Heimat- und Tourismusverein Bergen e. V.
- Verkehrsverein Chieming e. V.
- Fremdenverkehrsverein Eisenärzt e. V.
- Verkehrsverein Fridolfing e. V.
- Verkehrsverein Grabenstätt e. V.
- Fremdenverkehrsverein Hammer e. V.
- Verkehrsverein Inzell e. V.
- Inzeller Touristik GmbH
- Verkehrsverein Kirchanschöring e. V.
- Kultur- und Verkehrsverein Marquartstein e. V.
- Verkehrsverein Oberwössen e. V.
- Tourismus Obing/Pittenhart e. V.
- Fremdenverkehrsverein Petting e. V.
- Verkehrsverein Reit im Winkl e. V.
- Tourismus- und Heimatverein Rottau e. V.
- Kultur- und Verkehrsverein Ruhpolding e. V.
- Verkehrsverein Schleching e. V.
- Verkehrsverein Seeon e. V.
- Fremdenverkehrsverein Siegsdorf e. V.
- Verkehrsverein Staudach-Egerndach e. V.
- Fremdenverkehrsverein Taching-Tengling e. V.
- Verkehrsverein Traunreut e. V.
- Verkehrsverein Trostberg e. V.
- Fremdenverkehrsverein Truchtlaching e. V.
- Tourismusverein Übersee/Feldwies e. V.
- Fremdenverkehrsverein Vachendorf e. V.
- Fremdenverkehrsverein Vorauf-Vogling
- ITR18
- DEHOGA
- Urlaub auf dem Bauernhof
- Private Gastgeber im Chiemgau e. V.

Ehrenvorsitzende

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

Ehrenmitglieder

- Hans Träg, Chieming

Die Finanzen | Der Chiemgau Tourismus e.V. erhält einen hohen Anteil seiner Finanzierung aus öffentlichen Mitteln des Landkreises Traunstein und seiner Kommunen. Obwohl es sich beim Verband lt. § 267 HGB um eine kleine Kapitalgesellschaft handelt, die nicht prüfungspflichtig ist, erfolgte aufgrund dieser öffentlichen Mittel bis einschließlich 2013 jährlich eine Prüfung nach den für große Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften. Dazu wurde ein Jahresabschluss mit Bilanz, Gewinn- und -Verlust-Rechnung, Anhang und einem Lagebericht erstellt.

Auf Antrag des Landratsamtes Traunstein gewährte die Regierung von Oberbayern in einem Schreiben vom 08.08.2013 dem Chiemgau Tourismus e.V. eine für zwei Jahre zusammengefasste erweiterte Abschlussprüfung nach §53 HGrG nach den für große Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften des HGB. In der Vorstandssitzung vom 19.11.2013 wurde beschlossen, dass von dieser Möglichkeit erstmalig 2016 für die Prüfung der Jahre 2014 und 2015 Gebrauch gemacht wird.

Die Prüfung des Jahresabschlusses 2013 wird durch den in der letzten Mitgliederversammlung am 13.12.2013 in Inzell berufenen Abschlussprüfer Christian Baumann vom Bayerischen Kommunalen Prüfungsverband (BKPV) durchgeführt. Im Bestätigungsvermerk, der nach vorheriger Anfrage eingesehen werden kann, heißt es wie folgt:
 „...Ich habe meine Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung geprüft. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und

Finanzübersicht	2013	2012
<i>(in Euro)</i>		
Bilanzsumme	871.132	659.496
Erträge	1.697.160	1.705.822
Aufwendungen	1.583.875	1.810.263
Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag	113.284	-104.440

durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Vereins sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzung der gesetzlichen Vertreter

sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Ich bin der Auffassung, dass meine Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für meine Beurteilung bildet. **Meine Prüfung hat zu keinen Einwänden geführt.**“

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Chiemgau Tourismus e.V. wird als gut angesehen. Zum Jahresüberschuss ist anzumerken, dass durch die zeitliche Verzögerung einiger Projekte (z.B. Salzalpensteig) Teile des Werbebudgets – und somit des Haushaltes – in das Jahr 2014 übertragen wurden. Um die Liquidität des Verbandes in den ersten Monaten des Folgejahres sicherzustellen, ist es zudem nötig, einen „Puffer“ einzuplanen.



Der Haushalt 2015 | Der geplante Haushalt für 2015 wurde dem Vorstand des Chiemgau Tourismus e. V. am 12.11.2014 vorgestellt. Der Vorstand empfiehlt den Haushalt der Mitgliederversammlung zur Zustimmung.

Der Haushalt 2015

(in Euro)

Einnahmen	Plan 2015
Mitgliedsbeiträge der Gemeinden	513.408
Landkreiszuschuss	1.000.000
Übertrag/Rücklagen nicht realisierte Projekte	17.331
Projekte und Beteiligungen	92.000
Summe	1.622.739

Ausgaben	Plan 2015
Personal (Geschäftsführung und Service)	225.000
Personal (Marketing, Presse, Themenmanagement)	295.000
Verwaltung/Sachkosten	130.000
Marketing	972.739
Summe	1.622.739

Auf der Einnahmenseite wird ein Landkreiszuschuss in Höhe von 1.000.000 Euro angesetzt. Dieser enthält auch die Tourismusausgaben, die früher vom Landkreis direkt getragen wurden. Die geplanten Mitgliedsbeiträge der Landkreisgemeinden in Höhe von 513.408 Euro errechnen sich wie bisher auf Basis

einer Umlage von 12,5 Cent pro Übernachtung, bezogen auf das Jahr 2013 (November 2012 bis Oktober 2013). Zusammen mit den geschätzten Beteiligungen und Rücklagen aus noch nicht realisierten Projekten über gesamt 109.331 Euro errechnet sich ein Haushaltsvolumen von 1.622.739 Euro.

Die geplanten Ausgaben für 2015 belaufen sich mit 520.000 Euro Personalkosten und 130.000 Euro Verwaltungs- und Sachkosten auf 650.000 Euro. Dadurch ergibt sich für 2015 ein Marketingetat in Höhe von 972.739 Euro.

Statistik | Gäste- und Übernachtungszahlen im Chiemgau 2012/2013

Winter: 01.11.2012 - 30.04.2013; Sommer: 01.05.2013 - 31.10.2013

Gemeinde/Stadt	ANKÜNFTE					ÜBERNACHTUNGEN				
	Winter 2012/2013	Sommer 2013	Gesamt	Gesamt Vorjahr	Veränderung zum Vorjahr %	Winter 2012/2013	Sommer 2013	Gesamt	Gesamt Vorjahr	Veränderung zum Vorjahr %
Altenmarkt	1.200	5.850	7.050	5.000	41,00	2.500	9.500	12.000	11.000	9,09
Bergen	5.000	9.520	14.520	15.320	-5,22	24.204	70.007	94.211	101.191	-6,90
Chieming	12.847	37.720	50.567	50.444	0,24	73.074	198.792	271.866	269.160	1,01
Engelsberg 1) 2)						2.290	1.380	3.670	2.500	46,80
Fridolfing 1) 2)	300	1.400	1.700	1.700	0,00	960	11.676	12.636	14.050	-10,06
Grabenstätt	2.187	9.630	11.817	11.317	4,42	9.182	31.723	40.905	41.584	-1,63
Grassau	8.188	21.243	29.431	29.995	-1,88	50.836	85.575	136.411	143.626	-5,02
Inzell	45.452	71.273	116.725	112.743	3,53	211.110	399.617	610.727	608.915	0,30
Kienberg	39	76	115	106	8,49	268	668	936	697	34,29
Kirchanschörling	0	5.296	5.296	5.702	-7,12	0	30.024	30.024	30.914	-2,88
Marquartstein	4.785	9.767	14.552	13.713	6,12	43.811	67.453	111.264	99.134	12,24
Nußdorf 2)	42	128	170	171	-0,58	130	884	1.014	1.014	0,00
Obing	5.994	13.979	19.973	18.609	7,33	14.642	43.131	57.773	57.362	0,72
Palling	3.307	3.611	6.918	6.719	2,96	9.416	11.776	21.192	16.606	27,62
Petting	241	2.798	3.039	2.956	2,81	1.085	20.952	22.037	20.615	6,90
Pittenhart	73	351	424	495	-14,34	262	2.147	2.409	3.526	-31,68
Reit im Winkl	49.252	48.056	97.308	93.039	4,59	295.275	282.610	577.885	591.144	-2,24
Ruhpolding	39.783	66.086	105.869	107.746	-1,74	217.794	407.384	625.178	679.255	-7,96
Schleching	5.457	10.812	16.269	16.371	-0,62	28.295	61.685	89.980	89.461	0,58
Schnaitsee	69	172	241	404	-40,35	259	1.382	1.641	3.000	-45,30
Seeon-Seebruck	12.427	31.735	44.162	46.290	-4,60	47.316	145.945	193.261	204.215	-5,36
Siegsdorf	15.579	28.949	44.528	43.904	1,42	73.564	156.209	229.773	240.263	-4,37
Staudach-Egerndach	1.176	3.490	4.666	5.059	-7,77	5.282	17.083	22.365	23.098	-3,17
Surberg 3)										
Tacherting 1) 2)	100	150	250	250	0,00	1.000	1.500	2.500	2.500	0,00
Taching am See	78	4.034	4.112	4.471	-8,03	303	26.718	27.021	27.046	-0,09
Tittmoning	1.469	4.113	5.582	6.772	-17,57	3.737	13.734	17.471	22.041	-20,73
Traunreut	2.179	4.125	6.304	5.389	16,98	7.954	13.896	21.850	18.742	16,58
Traunstein 3)	8.473	23.831	32.304	33.228	-2,78	17.008	102.517	119.525	122.943	-2,78
Trostberg	4.210	6.620	10.830	10.660	1,59	8.690	15.210	23.900	23.720	0,76
Übersee	3.315	49.476	52.791	61.199	-13,74	11.319	145.261	156.580	168.131	-6,87
Unterwössen	7.946	13.260	21.206	20.102	5,49	57.333	99.333	156.666	158.277	-1,02
Vachendorf	29	510	539	540	-0,19	134	1.745	1.879	1.858	1,13
Waging am See	4.764	42.078	46.842	42.090	11,29	15.125	388.991	404.116	389.257	3,82
Wonneberg 1) 2)	1.327	2.015	3.342	3.342	0,00	0	6.600	6.600	6.600	0,00
Gesamt	247.288	532.154	779.442	775.846	0,46	1.234.158	2.873.108	4.107.266	4.193.445	-2,06
Vorjahr	240.042	535.804	775.846			1.269.835	2.923.610	4.193.445		
Veränderung zum Vorjahr %	3,02	-0,68	0,46			-2,81	-1,73	-2,06		

Anmerkungen:

Grundlagen dieser Statistik sind die Meldungen vom Frühjahr 2014 aus den einzelnen Städten und Gemeinden.

Die Beherbergungsstatistik beinhaltet sowohl gewerbliche als auch private Gastgeberbetriebe.

1) Fortschreibung der Gästezahl aus dem Vorjahr.

2) Eine Vorjahres-Gästezahl 2012 wurde nicht gemeldet, deshalb lt. Meldung im Geschäftsbericht 2013.

3) Keine eigene Meldung mehr von Surberg. Die Meldung erfolgt von Traunstein.

Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Region Chiemgau (Lkr. Traunstein)

Erhebung Statistisches Landesamt

(gewerbliche Betriebe ab zehn Betten einschließlich Camping)

Die Übernachtungszahlen in gewerblichen Betrieben ab zehn Betten verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr um 2,6 % und betragen für 2013 somit 2.705.123. Bei den Gästezahlen (Ankünfte) konnte eine Steigerung um 0,5 % auf 603.102 erzielt werden.

Erhebungen aus den Orten

(alle Betriebe, Meldungen der Orte)

In allen Betrieben der 35 Mitgliedsgemeinden verzeichnete der Chiemgau im Jahr 2013 insgesamt 4.107.266 Übernachtungen, was einem Rückgang von 2,1 % zum Vorjahr entspricht. Bei den Gästen (Ankünften) kann gegenüber 2012 ein Zuwachs von 0,5% auf 779.442 verzeichnet werden. Von den 2945 gemeldeten Beherbergungsbetrieben in den 35 Mitgliedsgemeinden des Chiemgau Tourismus e.V. wurden 2013 rund 28.817 Gästebetten angeboten. Ein leichter Rückgang ist nach wie vor bei der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer zu verzeichnen. So blieb der Gast 2013 im Durchschnitt 5,3 Tage im Chiemgau. 2012 waren es 5,5 Tage.

Positive Entwicklung der touristischen Wertschöpfung

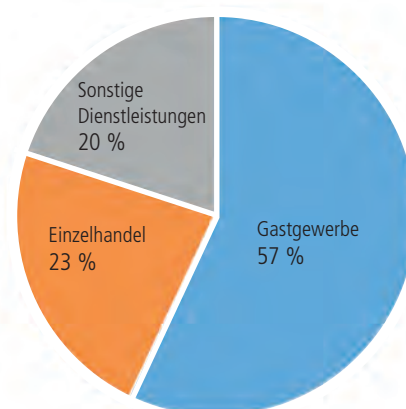
Die geringfügig rückläufigen Übernachtungszahlen können durch die Zunahme der Gästeankünfte und dem damit verbunden Wertschöpfungszuwachs kompensiert werden. Die Gäste bleiben zwar kürzer, sorgen während dieser Zeit jedoch für immer mehr Umsätze.

Der Tourismus im Landkreis Traunstein erwirtschaftet so einen Bruttoumsatz von rund einer halben Milliarde Euro und sichert rund 10.000 Arbeitsplätze. Diese Zahlen ermittelte die dwif-Consulting GmbH in der Studie „Wirtschaftsfaktor in der Region Chiemgau (Landkreis Traunstein)“, welche sich auf das Jahr 2013 bezieht. Da diese Studie auch für die Jahre 2005 und 2009 schon durchgeführt wurde, lassen sich weitere Erkenntnisse ableiten. Der touristische Bruttoumsatz steigerte sich von 397 Mio. Euro im Jahr 2005 um rund 25 % auf 495 Mio. Euro im Jahr 2013.

Bei den Übernachtungen ermittelte die dwif für 2013 rund 4,4 Mio., im Jahr 2005 waren es noch 4,8 Mio. Für die Ermittlung der Übernachtungszahlen wird eine Hochrechnung angesetzt, welche zusätzlich u.a. Wohnmobilstellplätze, etc. einschließt. (Die Mitgliedsorte des Chiemgau Tourismus meldeten für 2013 4,1 Mio. Übernachtungen.) Erfreulich ist die Tatsache, dass insgesamt die Aufenthaltstage von Übernachtungs- und Tagesgästen im Chiemgau um eine halbe Million von 10,1 Mio. (2005) auf 10,6 Mio. (2013) gestiegen sind. Bemerkenswert ist hierbei, dass die rückgängigen Übernachtungen (s.o.) durch einen starken Zuwachs an Tagesgästen von 5,3 Mio. (2005) auf 6,2 Mio. (2013) mehr als nur kompensiert wurden.

Wer profitiert vom touristischen Umsatz?

Im klassischen Gastgewerbe (Übernachtung / Gastronomie) wurden 2013 rund 57 % der touristischen Umsätze getätigt. Dass der Tourismus und die hierdurch erzielte Wertschöpfung jedoch weit über die touristischen Kernbetriebe hinausgehen zeigt die Tatsache, dass 43 % der Wertschöpfung im Einzelhandel und bei „sonstigen“ Dienstleistungsanbietern erfolgt. Nicht nur der Übernachtungsbetrieb, sondern auch Bäcker, Metzger, Lebensmittelhändler etc. und auch das Handwerk profitieren vom Tourismus. *Quelle: „Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Region Chiemgau (Landkreis Traunstein)“, dwif 2006, 2010, 2014*





Bergbahnen | Die dritte Dimension des Chiemgaus

Wandern, Radfahren, Segeln, Land und Leute erleben – eine von vielen Stärken des Chiemgaus ist es, dass er seinen Gästen gleichzeitig auch ein *vielfältiges Bergerlebnis* bietet. Zusätzliche Kraft entsteht dadurch, dass wir diesen Trumpf mit Hilfe der zahlreichen *Bergbahnen* ganzjährig ausspielen können und dass er deshalb bei nahezu jedem Gast sticht: Ob Sommer oder Winter, ob Skifahrer, Höhenwanderer oder Mountainbiker, vom Kind bis zur Großmutter – allen bieten die Bergbahnen *den direkten Draht nach oben*.

Hinzu kommen weitere von den Bergbahnen entwickelte Angebote und Erlebnisse wie der TriassicPark auf der Steinplatte/Winklmoosalm, die Rodelbahn auf der Hochplatte oder die Bergweihnacht der Rauschbergbahn – um nur Beispiele zu nennen. Nicht zuletzt gibt es immer mehr Menschen, die es spannend finden, in diese andere Welt der Höhe, der Felsen und des weiten Blicks kurz einzutauchen. Sie wollen dabei keine Bergtour unternehmen, sehen aber bereits die dritte Dimension, das Schweben in einer Seilbahn über der vertrauten Ebene, als sehr intensives Erlebnis.

Wiederum sollten wir uns also bewusst machen: Was für uns naturgegeben ist, bedeutet für viele Gäste einzigartige Faszination – so wie wir möglicherweise staunend am Meer stehen. Darüber hinaus entstehen für die Natur immer wieder neue „Nutzungsformen“ – hat man die Berge einst nur bestiegen, so sind sie heute genauso Skigebiet, Mountainbike-Areal und Startplatz für Paragleiter. An dieser Schnittstelle zwischen landschaftlichen Ressourcen und neuen Zugängen leisten die Bergbahnen einen wichtigen Beitrag zur touristischen Entwicklung im Chiemgau – auf mittelfristiger strategischer Ebene genauso wie in

aktuellen, konkreten Zahlen. „Wenn ein Gast bei uns 20 Euro ausgibt, werden damit weitere 90 Euro Umsatz im Umfeld ausgelöst“, sagt Wolfgang Helldobler, Marketingleiter der Hochfeln-Seilbahnen. „Rund um die Fahrt mit den Bergbahnen wird eingekehrt, eingekauft, es werden Dienstleistungen und auch das Beherbergungsgewerbe beansprucht. Wenn es also gelingt, das Bergerlebnis mit den Bergbahnen zum Anlass für den Besuch des Chiemgaus zu machen, kann man für die ganze Region viel erreichen.“ Gerade für Tagesgäste, etwa aus dem Großraum München, kann der Chiemgau zur ersten Adresse für vielfältige



Bergerlebnisse werden. Von Skifahren über Wanderungen – im Sommer genauso wie im Winter – bis hin zu Tagungs- und Übernachtungsmöglichkeiten am Berg gibt es hier eine beachtliche Bandbreite. „Wenn man das noch mit den Museen, Märchenparks, der Schifffahrt und anderen touristischen Angeboten verknüpft und anreichert, entsteht für Städter ein ganzer Katalog an Anlässen, um in den Chiemgau zu fahren“, sagt Helldobler. „Ganz abgesehen davon, dass dieses Angebot auch für alle Chiemgauer ein feiner Freizeittipp ist, wenn wir schon dort leben können, wo andere Urlaub machen.“

Damit diese Ideen zu den Zielgruppen durchdringen und das Angebot noch mehr Gewicht bekommt, gilt das Gleiche wie vor Jahren für den Chiemgau: Nur Zusammenarbeit macht stark. Das zeigt auch ein Blick über die Grenze nach Österreich: Ob Zillertal oder Ski Amadé, der Verbund von Bergbahnen führt zur Verbesserung des Angebots für den Gast und zu mehr Durchschlagskraft am Markt. „Unabhängig von der Größe von Kooperationen sehe ich dabei nur Gewinner: Die Gäste sind heute sehr mobil, sie suchen nach Abwechslung und bekommen in einem Verbund die gewünschte Vielfalt.“

Gleichzeitig zeigen uns unsere Erfahrungen als Mitglied von „5 Berge & Co“, dass Bergbahnen in Kooperationen effizienter arbeiten. Vor allem aber kann man durch die gemeinsame Stärke werblich ganz anders auftreten und damit den erwähnten Hebel – von 100 % Gästerausgaben können 86 % im Umfeld der Bergbahnenfahrt erzielt werden – viel offensiver für die Region Chiemgau nutzen.“



Marketing | Themenarbeitskreise

2012 wurde bei einer Klausurtagung des Chiemgau Tourismus e. V. in Kloster Seon die Vertiefung des Themenmarketings beschlossen. Marketingbeirat und Vorstandschaft haben dann bei einer weiteren Sitzung die Themenfelder herausgearbeitet und die Gründung entsprechender Arbeitskreise beschlossen. Anfang des Jahres 2013 haben die Themenarbeitskreise Rad, Wandern, Winter und Image ihre Tätigkeit aufgenommen, der Themenarbeitskreis Kultur

folgte 2014. Der Arbeitskreis „Sommer / Wasser“ konnte zunächst noch nicht besetzt werden, soll aber im Jahr 2015 folgen.

Der Vorsitz der Arbeitskreise wurde mit Vertretern aus dem Marketingbeirat oder einem leitenden Touristiker aus einer unserer Mitgliedsgemeinden besetzt. Ihm wurde ein Themenmanager aus den Kreisen des Chiemgau Tourismus e. V. zur Seite gestellt. Die weiteren Mitglieder der Arbeitskreise sind Fach-

leute aus den einzelnen Bereichen, die in ihren Orten maßgeblich mit dem Thema beschäftigt sind und zum Teil zusätzlich im Tourismus tätig sind.

In den einzelnen Arbeitskreisen werden Profithemen für die einzelnen Bereiche erarbeitet und übergreifende Ziele festgelegt, aus denen konkrete Maßnahmen abgeleitet werden. Diese Maßnahmen werden anschließend mit dem Marketingbeirat abgestimmt.

Themenarbeitskreis | **RAD**

Profilthemen [Genussradeln](#)
[Sportliches Radfahren](#)

Vorsitzender Oswald Pehel
 Themenmanager Nina Glasow
 Mitglieder Stephanie Hennes
 Ludwig Mörner
 Peter Stocker
 Markus Stuckmann
 Irene Träger

Themenarbeitskreis | **WANDERN**

Profilthemen [WANDERN AUF DREI EBENEN:](#)
[Chiemgauer Almen](#)
[Chiemgauer Gipfel](#)
[Chiemgauer Voralpen](#)

Vorsitzender Florian Weindl
 Themenmanager Josef Späth
 Mitglieder Stefan Kattari
 Sebastian Lhomer
 Christiane Lindlacher
 Gerhard Steinbacher
 Peter Stocker

Themenarbeitskreis | **WINTER**

Profilthemen [Genuss-Langlauf](#)
[Ski alpin](#)
[Events](#)
[Familienwinter](#)

Vorsitzender Gerhard Steinbacher
 Themenmanager Andrea Lemak
 Mitglieder Wolfgang Helldobler
 Markus Stuckmann
 Florian Weindl

Themenarbeitskreis | **IMAGE**

Profilthemen [Leitbild als übergeordnete Kernaussage](#)

Vorsitzender Bartholomäus Irlinger
 Themenmanager Stephan Semmelmayr
 Mitglieder Ludwig Aigner
 Matthias Untermayer

Themenarbeitskreis | **KULTUR**

Profilthemen [Vielfältige Musikkultur, Musiktradition](#)
[Wirtschaftsgeschichte](#)
[Brauchtum und Heimatgeschichte](#)

Vorsitzender Monika Pingitzer
 Themenmanager Anja Eder
 Mitglieder Hedwig Amann
 Christian Hußmann
 Thomas Kazianka
 Ernst Schilder
 Eva Schneider
 Susanne Schubert
 Monika Wiedl



Die Sennerinnen von der Rachalm

Datum: 28. April 2014 - Autor: Inge Spöhl - Kategorie: Ausflugsziele - Region: Wandsch



Maria und Franzl bewirtschaften die Rachalm und werden schon bald die Gewinner unseres "Komm auf die Alm"-Gewinnspiels in Empfang nehmen. Ich habe den beiden bereits vorab einen Besuch abgestattet und mich mit ihnen über das Leben und die Arbeit auf der Alm unterhalten.

Familienausflug in den Freizeitpark Ruhpolding

Datum: 6. Oktober 2014 - Autor: Anja Thiel - Kategorie: Ausflugsziele - Region: Bayern



Sommerzeit, Ferienzeit - im Chiemgau bedeutet das Erlebniszeit Neben unzähligen Badeplätzen und herrlichen Almen warten nämlich noch viele weitere Gelegenheiten, die freie Natur gemeinsam zu genießen. Eine Möglichkeit, das mit der ganzen Familie zu tun, finden Sie im Freizeitpark Ruhpolding. Spaß für jung und Alt, interessante Einblicke in die Geschichte und das Handwerk der Region sowie echte bayerische Kulinarik machen diesen Park zu etwas Besonderem.

Leonhardritt zu Ehren des heiligen Leonhard

Datum: 23. Oktober 2014 - Autor: Dorothea Trautwein - Kategorie: Kultur - Region: Bayern



Der heilige Leonhard ist der Schutzpatron der bayerischen Pferde, ihm zu Ehren ziehen um den 6. November, seinen Gedenktag, herum überall in Oberbayern Hunderte von Reitern mit ihren festlich geschmückten Pferden in langen Prozessionen durch die Dörfer. Ein prächtiger traditioneller Leonhardritt im Chiemgau findet alljährlich in Truchtlaching, Gemeinde Seew-Seebruck, statt.

Mörderische Radtour im Chiemgau

Datum: 28. April 2014 - Autor: Inge Spöhl - Kategorie: Kultur - Region: Bayern



Eine „mörderische Radtour im Chiemgau“ - das klingt, als wäre es südlich anstrengend. Ist es aber gar nicht. Eigentlich ist es sogar viel eher lustig - und unheimlich spannend!

Gemeinsam mit Freunden und Familie werden Sie zu Ermittlern im Auftrag der bayerischen Krone. In Kooperation mit zwei Spezialagenten, ihren Guides von Fassen Oudon, erkunden Sie in dieser Rolle die Region zwischen dem Wänginger See und dem Moor der Schönramer Flur. Untenwegs lösen Sie im Team einen der spannendsten Fälle der bayerischen Kriminalgeschichte: den Fall von der Gschwendinger Heidi!

Seebruck: Die Römer sind los

Datum: 28. September 2014 - Autor: Anja Thiel - Kategorie: Kultur - Region: Bayern



Seebruck ist einer der besterforschten Römerorte Bayerns. Immer wieder stößt man bei Ausgrabungen dort auf Fundstücke. Ob auf dem Archäologischen Rundweg oder im Museum, hunderte große und kleine Funde aus dieser Zeit sind Zeugen einer faszinierenden, vergangenen Epoche.

Vom Leben auf der Traunsteiner Hütte: Die Geschichte einer Powerfrau auf der Winklmoos Alm

Datum: 14. November 2014 - Autor: Inge Spöhl - Kategorie: Genuss - Wandsch



Zwar hat sie nie Köchin gelernt, trotzdem kommen die Menschen in Scharen auf die Traunsteiner Hütte um eine ganz besondere Spezialität zu probieren: den g'schmackigen Kaiserschmarrn von Jeannette Lorenz. Hoch oben auf der Winklmoos Alm im Chiemgau - ein idyllisches Almgelände in Oberbayern mit Blick auf die Alpenkulisse - schmeckt die Mehlspeise am besten.

Blog | www.chiemgau-geschichten.de

Profilthemen

- Leitbild als übergeordnete Kernaussage
- Tourismus als Wirtschaftsmotor und Wertschöpfungsfaktor
- Wahrnehmung des Tourismus in der Öffentlichkeit

www.chiemgau-geschichten.de

Das Blog ist die konsequente Weiterentwicklung der Image-Broschüre „Echte Heimat“ und des Leitbildes des Chiemgau Tourismus e. V. Die Idee, ein Blog mit Geschichten aus dem Chiemgau zu entwickeln, entstand Anfang 2014 zusammen mit der Agentur Prodingler GFB. Zentraler Gedanke war dabei, die Menschen im Chiemgau in den Mittelpunkt zu stellen. Mit authentischen Geschichten von und über Menschen aus dem Chiemgau sollte ein umfangreicher und abwechslungsreicher Blick auf die

Region ermöglicht werden. Durch die Vielfalt der Geschichten soll ein möglichst breites Publikum angesprochen werden. Die Besucher der Seite sollen Lust auf einen Chiemgau-Urlaub bekommen und somit als neue Gäste für die Region gewonnen werden. Zunächst wurde für das Blog vom Chiemgau Tourismus e. V. ein Themenplan erstellt, in dem von den Tourist-Informationen eingereichte Vorschläge berücksichtigt wurden. Mit der Umsetzung wurde von Anfang an die Salzburger Agentur Sportalpen betraut. Sie liefert

für das Blog Reportagen, die ein Autor und ein Fotograf vor Ort erstellen. Zusätzlich hat sich schnell ein fester Stamm von freien Autoren gebildet, die in der Region gut vernetzt sind. Sie besitzen häufig Fachkenntnisse auf einem bestimmten Gebiet und können so interessante „Insider-Geschichten“ erzählen. Gäste und Einheimische können sich am Blog mit einem „Gastbeitrag“ beteiligen. Dazu gibt es die Möglichkeit, auf der Seite Texte und Bilder hochzuladen, die vom Team des Chiemgau Tourismus e. V. bearbeitet und veröffentlicht werden.



Erzählen Sie uns Ihre Chiemgau-Geschichte!

Ihr **besonderer Platz** am See, Ihre **schönste Bergtour** oder Ihre Begegnung mit einem ganz speziellen Chiemgauer – erzählen Sie uns Ihre Geschichte auf www.chiemgau-geschichten.de. Lassen Sie uns an Ihrem persönlichen Chiemgau-Erlebnis teilhaben und gewinnen Sie weitere unvergessliche Momente.

www.chiemgau-geschichten.de



Erzählen Sie uns Ihre Chiemgau-Geschichte!

Ihr **besonderer Platz** am See, Ihre **schönste Bergtour** oder Ihre Begegnung mit einem ganz speziellen Chiemgauer – erzählen Sie uns Ihre Geschichte auf www.chiemgau-geschichten.de. Lassen Sie uns an Ihrem persönlichen Chiemgau-Erlebnis teilhaben und gewinnen Sie weitere unvergessliche Momente.

www.chiemgau-geschichten.de

Bei der Themenauswahl für das Blog wurde von Beginn an stets auf die Ausgewogenheit geachtet, was sowohl Regionen und Orte als auch Themenbereiche betrifft. Der Aufbau der Themenbereiche orientiert sich im Prinzip an den Arbeitskreisen des Chiemgau Tourismus e. V. (Wandern, Wasser, Radeln, Winter, Kultur) und wird ergänzt um die Bereiche Region, Ausflugsziele und Genuss.

Die Einführung des Blogs wurde von diversen Marketingmaßnahmen begleitet. Im Internet wurden sowohl Banner- als

auch Googlewerbung und Facebookanzeigen geschaltet. So konnten mit der Sommerkampagne mehr als 70.000 interessierte Besucher auf die Chiemgau-Geschichten gebracht werden. Einzelne Beiträge wurden dabei bis zu 15.000 Mal gelesen.

Zum Onlinegang des Blogs wurde außerdem eine Pressemitteilung an die regionalen Medien versandt. In unserer Gästezeitung Zeit.Reise erschien ebenfalls ein Artikel, auch verbunden mit der Aufforderung, sich mit einer eigenen Geschichte am Blog zu beteiligen.

Zusätzlich wurden an alle Tourist-Informationen Lesezeichen verteilt, die ebenfalls zu einer Teilnahme motivieren sollen.

Auch 2015 wird das Chiemgau-Blog eine wichtige Rolle spielen. Dabei soll es noch einige Verbesserungen geben. So soll für jeden Ort ein Ortsprofil angelegt werden, unter dem alle Beiträge eines Ortes dargestellt werden. Unsere Partner werden wieder die Möglichkeit haben sich darzustellen und mit eigenen Themen zu beteiligen.



Kulturregion | Chiemgau

Profilthemen

- Vielfältige Musikkultur, Musiktradition
- Wirtschaftsgeschichte
- Brauchtum und Heimatgeschichte
- Bildende Kunst

Ziel

In der Region wird ein umfangreiches, vielfältiges und zum Teil hochkarätiges Veranstaltungsprogramm angeboten. Zahlreiche Museen mit den unterschiedlichsten Schwerpunkten und bedeutende Bauwerke sind für die Region und ihren Tourismus einmalige Sehenswürdigkeiten. Auf dieser Basis muss eine stärkere Profilierung als Kulturregion erfolgen. Dazu beitragen kann eine gemeinsame Darstellung und Vermarktung des Angebots, durch die die Region auch ihre Attraktivität für Studienreisen und Reisebüros erhöhen kann.

Arbeitsschwerpunkte

Sehr schnell haben sich bei den Arbeitskreissitzungen zentrale Themen herausgestellt, die gemeinschaftlich als vorrangig festgelegt wurden. So wird die bessere Vernetzung und Zusammenarbeit von allen Teilnehmern als wichtige notwendige Maßnahme erachtet. Dabei muss innerhalb der Kulturszene im Landkreis Traunstein das Bewusstsein wachsen, dass von einer stärkeren Zusammenarbeit alle Betriebe und Orte profitieren können. Diese wäre schon im Stadium der Angebotserstellung wünschenswert und im Weiteren bei der

Kommunikation und im Vertrieb. Maßnahmen hierzu sollen bereits im kommenden Jahr detailliert ausgearbeitet und umgesetzt werden. Als eine konkrete Maßnahme wurde bereits auch eine Pressereise für das kommende Jahr angedacht, die auf den Chiemgau als interessante Kulturregion aufmerksam machen soll.





Rad | Chiemgau

Das große *Radwegeprojekt* im Chiemgau ist kurz vor dem Abschluss.

Nachdem im vergangenen Jahr ein *landkreisweites Radwegenetz* mit einheitlicher Beschilderung gemeinsam beschlossen wurde, folgte nun die Umsetzung.

Bis Mai 2015 werden fast *1400 km Radwege* beschildert sein.

In das Radwegenetzprojekt sind auch 16 Themenradwege integriert, die zum Teil neu entstanden sind. Sie haben eine Länge von je 25 bis 60 Kilometern mit wenig Steigung und reichen von Reit im Winkl bis Engelsberg und von Kirchanschöring bis Seebuck. Fahrradfahrer erleben auf ihrer Tour Sehenswürdigkeiten und kulturelle Eigenheiten. So führt der Klosterweg nach Baumburg, Seon und Frauenwörth, die Eiszeit-Runde durch die ehemalige Gletscherlandschaft der Eiszeitgletscher, zum Siegsdorfer Natur-

kunde- und Mammutmuseum und ins Moor, und die Bauernhofsafari zu ganz besonderen landwirtschaftlichen Betrieben in der Region, Bauernhofmuseen und weiteren Erlebnisstationen.

Die schnelle und erfolgreiche Umsetzung des Projektes ist das Ergebnis der guten Zusammenarbeit aller 35 Gemeinden im Landkreis Traunstein mit dem Landratsamt und allen weiteren zuständigen Behörden, den Nachbarlandkreisen und dem Chiemgau Tourismus e. V. Beim CT lagen die Projektleitung und -planung,

bei denen er von den Planungsbüros green solutions und topplan unterstützt wurde, sowie die Koordinierung aller Maßnahmen. Außerdem übernahm der Verband die Finanzierung der gesamten Planung. Die Finanzierung und die Montage der Schilder lagen bei den Kommunen.

Mit der Beschilderung und den Themenradwegen ist der Grundstein für eine Zertifizierung zu einer der ersten ADFC-RadReiseRegionen gelegt.



Profilthemen

- Genussradeln Sterntourenfahrer/Ausflugsradler
- Genussradeln Tourenradfahrer
- Sportliches Radfahren Mountainbiker
- Sportliches Radfahren Rennradfahrer

Sonderveröffentlichung Trekking Bike

In Kooperation mit dem Chiemsee Alpenland Tourismus wurde 2014 ein Beilagenheft für die Zeitschrift „Trekking Bike“ produziert, die im Februar 2015 erscheinen wird. Das Heft hat einen Umfang von 24 Seiten und beschäftigt sich ausschließlich mit der Radregion. Die vorgestellten Touren drehen sich z. B. um die Themen Wasser, Kultur und Berge. Angesprochen werden sollen mit ihnen vor allem Tourenradler.

Mörderische Radltour

Ab Mai 2014 war erstmals die **“Mörderische Radltour“** buchbar. Die Krimi-Radltour führte die Teilnehmer rund um den Waginger See. Ein Guide trat dabei als Kriminalermittler auf und gab entlang der Strecke immer wieder Hinweise auf den zu lösenden Fall und den möglichen Täter. Am Ende der etwa fünfstündigen Tour sollten die Teilnehmer genügend Informationen gesammelt haben, um den Mörder ermitteln zu können. Entwickelt hatte der

Chiemgau Tourismus dieses neue Angebot in Zusammenarbeit mit dem Überseer Veranstalter parker outdoor und der Münchner Kommunikationsagentur Allmender, die die Geschichte geschrieben und das Konzept erstellt hat. Buchbar war die Krimi-Radltour wöchentlich für die Gäste, aber auch für Firmen, da sie sich besonders gut als Incentive für Mitarbeiter eignet. 2015 soll das Programm weitergeführt werden.



Wandern | im Chiemgau

Profilthemen WANDERN IN DREI EBENEN

- **Chiemgauer Almen:** Erlebnis, Ursprung, Genuss
- **Chiemgauer Gipfel:** Höhe, Ausblick, Natur
- **Chiemgauer Voralpen:** Flora, Fauna, Wasser



Chiemgauer Wanderherbst

Mit mehr als 90 Wanderungen und Veranstaltungen fand im Jahr 2014 bereits zum zwölften Mal der Chiemgauer Wanderherbst statt. In der Zeit von September bis Ende Oktober waren die Gäste eingeladen, bei gemütlichen Almwanderungen, erlebnisreichen Gipfelwanderungen, bei Wanderungen im Alpenvorland oder bei Kultur- und Stadtpaziergängen die ganze Vielfalt der Wanderregion Chiemgau kennenzulernen. Zur Veranstaltung wurde eine umfangreiche Broschüre erstellt. Auch 2015 wird der Chiemgauer Wanderherbst wieder ein fester Bestandteil im touristischen Jahreskalender im Chiemgau.

5. Chiemgauer Almumtrieb

Die Auftaktveranstaltung zum Chiemgauer Wanderherbst fand am 14. September bereits zum fünften Mal statt. Trotz des schlechten Wetters waren viele Besucher auf die Winklmoosalm gekommen und sorgten auch bei den Gastronomen für volle Wirtsstuben.

Wie in den Vorjahren, so standen auch dieses Mal unterschiedlichste Wanderungen auf dem Programm, darunter wieder die beliebten Jodelwanderungen mit Takeo Ishi und Josef Ecker oder die besonders bei den Kindern sehr gefragten Alpakawanderungen. Beim Stand des Biathloncamps Fritz Fischer konnten die Besucher ihre Zielsicherheit testen, Dr. Darga vom Naturkunde- und Mammutmuseum Siegsdorf hatte die Kinder zum Stockbrot backen eingeladen und die Firma Meindl informierte über den passenden Wanderschuh. Neu in diesem Jahr waren die Segways, mit denen die Winklmoosalm auf zwei Rädern entdeckt werden konnte.

Komm auf die Alm – Dein Almerlebnis 2014

Nach 2012 startete der Chiemgau Tourismus e. V. das Gewinnspiel zum zweiten Mal. Als erster Preis winkte ein exklusiver einwöchiger Chiemgauaufenthalt. Die Teilnehmer mussten sich zunächst auf der Internetseite

www.komm-auf-die-alm.de mit einem Foto bewerben und angeben, warum ausgerechnet sie das „Almerlebnis 2014“ gewinnen sollten. Nach einer mehrmonatigen Votingphase, während der die Besucher der Internetseite abstimmen konnten, standen die ersten drei Plätze fest. Unter den Erstplatzierten wurde schließlich die Gewinnerin per Losverfahren ermittelt: Andrea aus Rheinland-Pfalz. Gemeinsam mit ihrem Partner Ralf lernte sie auf der Rachalm bei Marquartstein das Almleben von allen Seiten kennen und absolvierte auch einen Jodelkurs. Mit diesem Gewinnspiel wurden die Chiemgauer Almen erfolgreich kommuniziert. Neben den Bewerbern aus ganz Deutschland und den Nachbarländern Schweiz und Österreich beteiligten sich über 7.000 Personen am Online-Voting. Unter allen Votern wurde ein einwöchiger Aufenthalt im Gut Ising verlost.



ALPIN Extra – Wanderparadies Chiemgau

Mit einer Gesamtauflage von 45.600 Stück wurde die Wanderregion Chiemgau mit einem Extra-Magazin in der Wanderzeitschrift ALPIN (Ausgabe 6/2014) präsentiert. Mit dieser Kooperation wurde die interessante Zielgruppe von Wandergästen direkt erreicht. Die Redaktion von ALPIN stellte in der Sonderbeilage die Wanderregion in ihrer ganzen Vielfalt und auf allen drei Ebenen vor. Die Themen, welche in Zusammenarbeit mit dem Chiemgau Tourismus ausgewählt wurden, umfassten dabei die Chiemgauer Almlandschaft, eine Wanderung auf das Sonntagshorn sowie eine Wanderung an den Seener Seen zum Thema Eiszeit.

Außerdem wurde der grenzüberschreitende Weitwanderweg „SalzAlpenSteig“ vorgestellt. Nicht nur die Abonnenten und Leser der Zeitschrift ALPIN konnten die Sonderbeilage über den Chiemgau lesen. In Kooperation mit Meindl Shoes wurde ein Exemplar bei jeder Schuhbestellung beigelegt - insgesamt 20.000 Exemplare. Weitere 20.000 Stück verteilte der Chiemgau Tourismus e. V. bei allen öffentlichen Auftritten.

Im Rahmen der Kooperation mit ALPIN konnten sich zudem die Gemeinden Reit im Winkl, Ruhpolding und Inzell mit Anzeigen in den Ausgaben 05/2014, 07/2014, 08/2014 und 09/2014 präsentieren. Insgesamt wurden mit der Kampagne ca. 60.000 potentielle Chiemgaugäste direkt erreicht.

5. Auflage der Broschüre Almen und Berggasthöfe

Im Mai dieses Jahres ist die 5. Auflage der erfolgreichen Broschüre „Almen und Berggasthöfe“ erschienen. Darin werden 143 Betriebe aus unserer Region mit Bild und weiteren Informationen vorgestellt. Von der 5. Auflage wurden 12.000 Exemplare gedruckt. In guter Zusammenarbeit mit den Kollegen vom Chiemsee Alpenland Tourismus entstand eine Broschüre im neuen Design, die sich auch inhaltlich stark verändert hat. So werden dem Gast in dieser Ausgabe neue Wandertipps zu jeder Gemeinde gegeben. Außerdem zeigen Ikons dem Gast auf den ersten Blick zum Beispiel, welche der Almen und Berggasthöfe für Familien besonders geeignet ist.



Winter | im Chiemgau

Profilthemen

- Genuss-Langlauf
- Winterwandern
- Ski alpin
- Events
- Familienwinter



Langlauf-Qualitätsgastgeber

Bei der Profilierung des Chiemgaus als herausragende Langlaufdestination wird auf die Einbindung der Gastgeber besonderes Augenmerk gelegt. In diesem Zusammenhang wurde das Qualitätszertifikat Langlauf-Qualitätsgastgeber entwickelt. Das Zertifikat zeichnet seit 2014 Betriebe aus, die sich stark mit dem Produkt Langlauf identifizieren und den Sportler bei der Planung seines Urlaubs im besonderen Maße unterstützen. Neben formalen Grundlagen für eine Anerkennung als Langlauf-Qualitätsgastgeber, wie einer DTV- oder DEHOGA-Qualifizierung, werden vom Gastgeber vor allem Ansprüche an die Kundenbetreuung gestellt. So soll er seinen Gästen ein kompetenter Ansprechpartner zum Loipennetz sein und detaillierte Angaben zu Verlauf und Schwierigkeit machen können, sowie täglich aktualisierte Schneeberichte zur Verfügung stellen und Karten der örtlichen Loipen. Der Chiemgau Tourismus e. V. unterstützt die Langlauf-Qualitätsgastgeber bei themenbezogenen Kommunikations- und

Werbemaßnahmen durch eine herausgehobene Darstellung. Außerdem werden die Betriebe auf der Chiemgau Tourismus-Homepage präsentiert und können dort auch eine Betriebspauschale veröffentlichen. Das Haus erhält eine Qualitätsurkunde und ein Türschild. Bisher haben sich 7 Gastgeber angemeldet (Stand 06.11.2014).

Cross Country Ski Holidays

Die Urlaubsregion Chiemgau ist Mitglied bei der Kooperation Cross Country Ski Holidays. 22 spezialisierte Langlaufhotels befinden sich in 13 zertifizierten Langlauf-Regionen in Österreich, Italien und Deutschland. Dabei erfüllen alle angeschlossenen Hotels und Regionen hohe Mindeststandards. Die Teilnehmer werden durch umfangreiche Marketingmaßnahmen beworben. Das Ziel ist es, das Angebot in der Zielgruppe zu verankern und dadurch die Bekanntheit der Regionen zu steigern. Für die Hotels werden zusätzliche Kunden gewonnen und die Wertschöpfung gesteigert. Erstes Hotelmitglied des Chiemgaus ist das Wohlfühlhotel Ortnerhof in Ruhpolding.



Neue Winterkarte

Im Herbst 2014 entstand eine neue Karte, die das Kernstück der Winterregion Chiemgau abbildet. Es handelt sich dabei um eine große Übersichtskarte, die rückseitig detaillierte Informationen enthält. So werden die vorgestellten Touren in der Kartendarstellung verankert und der Gast gewinnt einen schnellen Überblick über die Chiemgauer Winterangebote. Die Karte enthält von den einzelnen Orten sowie dem Arbeitskreis Winter ausgewählte Informationen zu Langlaufloipen, Winterwanderwegen, Skigebieten, Rodelbahnen, Veranstaltungen und weiteren Highlights, die es im Chiemgau zu erleben und zu entdecken gibt.



Ausblick Chiemgau Team Trophy

Am 25. Januar 2015 wird erstmals die Chiemgau Team Trophy stattfinden. Die Veranstaltung, die von den Orten Inzell, Ruhpolding und Reit im Winkl gemeinsam initiiert wurde, soll sich in den kommenden Jahren zum Fixpunkt im Event-Kalender entwickeln. Den Erlebnislanglaufwettbewerb ohne Zeitnahme unterstützt der Chiemgau Tourismus e.V. mit Marketingleistungen. Die Chiemgau Team Trophy wird außerdem der Abschlusspunkt einer für den Januar geplanten Pressereise sein.



Online-Kampagne

Gegenstand der Online-Sommerkampagne des Chiemgau Tourismus e. V. waren das Blog www.chiemgau-geschichten.de und die Seite www.komm-auf-die-alm.de. Mit ihr sollten möglichst viele Menschen in den Zielmärkten Bayern, Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-westfalen angesprochen werden, um sie zu einem Besuch der entsprechenden Internetseite des CT zu bewegen und schließlich auch zu einem Besuch im Chiemgau. Dazu wurde z. B. Werbung auf hochwertigen Online-Portalen im Zeitschriftenbereich (zeit.de, geo.de,...), auf Reiseseiten (neckermann-reisen.de, fewo-direkt.de,...) und auf weiteren thematisch relevanten und stark frequentierten Seiten (wetter.com, duden.de, outdoorchannel.de,...) geschaltet.

Urlaubsplaner / Regionales Tourenportal

2014 erfolgte die Einbindung einer Online-Karte auf der CT-Homepage. Unter www.chiemgau-tourismus.de/urlaubsplaner ist die Karte zu finden, auf der Touren, Sehenswürdigkeiten, Gastgeber und andere wichtige Informationen für einen Urlaub im Chiemgau eingebunden sind. Die Dateneinpflege erfolgt durch die Orte, die die gesamten Inhalte auch für ihren eigenen Internetauftritt nutzen können. Der CT stellt allen Mitgliedsge-meinden hierzu einen kostenlosen Zugang zum Pflegesystem zur Verfügung. Alle eingepflegten Daten werden, bei Erfüllung gewisser Qualitätsstandards, automatisch in den Urlaubsplaner auf der CT-Homepage übernommen. Entscheidend für den Nutzen des Portals ist das Hinterlegen qualitativ hochwertiger Daten.

Im Februar 2014 fand eine Schulung statt, in der die Funktionsweise des Systems, in das die Informationen eingepflegt werden müssen, erklärt und wichtige Hinweise zur Arbeitsweise mit dem System gegeben wurden.

Weitere Online-Aktivitäten

Durch den enormen Contentaufbau seit April 2013 konnte die organische Sichtbarkeit in Google enorm verbessert werden. Ein stringente Suchmaschinenoptimierung wird auch in Zukunft im Fokus der Online-Aktivitäten stehen. Homepage und Blog sind derzeit für das Online-Marketing die wichtigsten Kanäle. Weitere bedeutende Bestandteile der verfolgten Strategie ist aber auch das E-Mail-Marketing, Facebook, Youtube und Google+. 2014 ging die englischsprachige Seite www.chiemgau-bavaria.com online, auf der sich nun internationale Gäste umfangreich über das Angebot im Chiemgau informieren können.



Privatvermieter | Vereinsgründung

Die Zahl der Privatvermieter im Chiemgau ist seit Jahrzehnten rückläufig. Um diesem Trend entgegenzuwirken wurde mit Unterstützung des Chiemgau Tourismus e. V. der Verein „*Private Gastgeber im Chiemgau*“ gegründet. Zur Gründungsveranstaltung waren dazu am 6. November an die 200 Gäste nach Bergen gekommen.

Die Interessensvertretung der Privatvermieter wird sich künftig u. a. um eine bessere Vermarktung der Mitgliedsbetriebe und einen gemeinsamen Internetauftritt kümmern, Schulungen und Qualifizierungsmaßnahmen anbieten und mit Einkaufsgemeinschaften Wettbewerbsvorteile gegenüber Nichtmitgliedern schaffen.

Der Chiemgau Tourismus e. V. unterstützt den Verein, zu dessen 1. Vorsitzenden der Unterwössener Bartl Irlinger gewählt wurde, in den ersten drei Jahren seines Bestehens mit je 25.000 Euro.

Der Tourismus im Chiemgau ist von jeher von Privatvermietern geprägt. Zwei von drei Gastgebern im Chiemgau sind Privatvermieter, eins von drei Betten wird heute von ihnen angeboten, das ist ein Drittel der rund 29.000 Gästebetten. Vor zwanzig Jahren war es noch ein

Viertel mehr und es wird ein weiterer Rückgang befürchtet, der vor allem auf Nachfolgeprobleme, Investitionsstau und Auslastungsrückgang zurückzuführen ist.

Um diesem Trend entgegenzuwirken bietet der Chiemgau Tourismus e. V. bereits seit dem vergangenen Jahr individuelle Betriebsberatungen für Privatvermieter bis 20 Betten an. Von dem Angebot machten bislang 83 Vermieter Gebrauch.



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit | Maßnahmen

Alle relevanten Ereignisse im Chiemgau Tourismus e. V. wurden auch in diesem Jahr durch Pressemaßnahmen begleitet. Dies betraf sowohl Innen- als auch Außenmarketingmaßnahmen. Dabei wurden Pressemitteilungen erstellt, zu den Veranstaltungen wurden Journalisten eingeladen und diese dann vor Ort betreut. Mit dem Lokalfernsehen (rfo) sowie dem Lokalradio (Bayernwelle) bestand auch 2014 eine Kooperation, die intensiv gelebt wurde. Die Berücksichtigung bei den lokalen Printmedien kann ebenfalls als zufriedenstellend bezeichnet werden. Zu bemerken ist jedoch, dass reine Verbandsmeldungen in Zeitungen und Anzeigenblättern immer noch überwiegend kostenlos abgedruckt werden, während gerade Veranstaltungshinweise bei einigen Medien nur noch in Verbindung mit einer Anzeige oder als Advertorial positioniert werden können. In den Bereich Presse fiel auch 2014 das Erstellen der regelmäßig erscheinenden Newsletter für Touristiker und Gäste sowie des Geschäftsberichtes. Das Recherchieren von Themen und Ge-

sprächspartnern für das Blog sowie die Vorbereitung von Produktionsterminen, die Koordination der freien Autoren und die Korrektur der Beiträge fiel ebenfalls in den Bereich Presse.

Zeit.Reise

2014 erschien die Zeit.Reise vier Mal mit den Ausgaben Frühjahr, Sommer, Herbst und Winter. Dabei wurde jeweils darauf geachtet, dass die Region mit ihren jahreszeitenbezogenen Highlights dargestellt wird und so der Nutzen für den Gast vor Ort besonders hoch ist. Erstmals wurden bei Beiträgen neben Sachthemen auch Personen in den Mittelpunkt gestellt, um auch hier die im Leitbild und mit dem Blog eingeschlagene Richtung weiterzuverfolgen. Während der Verkauf der Anzeigen und der Vertrieb der Zeitung in der Hand des Wittich-Verlags in Marquartstein lag, wurden der redaktionelle Teil und der Veranstaltungskalender komplett vom Chiemgau Tourismus e. V. erstellt. Da dies erhebliche Kapazität band, wurde beschlossen, die Zusammenarbeit zum Ende des Jahres zu beenden.

Agentur

Seit Oktober 2014 arbeitet der Chiemgau Tourismus e. V. mit der Münchner Agentur Wilde & Partner zusammen, die die Pressearbeit des Verbandes unterstützen soll. Erklärtes Ziel der Zusammenarbeit ist es, den Chiemgau weiter bekannt zu machen und die Aufmerksamkeit für die Region zu erhöhen. Zunutze macht sich der Chiemgau Tourismus e. V. vor allem die umfangreichen Pressekontakte der Agentur, die zu einer noch stärkeren Präsenz in den Medien führen sollen. Pressemeldungen mit überregionaler Bedeutung werden künftig über die Agentur versendet, außerdem leistet sie bei der Rekrutierung von Journalisten für Pressereisen Unterstützung. Bereits im Oktober war Stephan Semmelmayr bei von der Agentur organisierten Pressegesprächen in München. Im Januar 2015 ist eine erste Pressereise geplant, für die Wilde & Partner mögliche Teilnehmer vorschlägt. Planung und Durchführung bleiben jedoch beim Chiemgau Tourismus e. V. Im Jahresverlauf sind weitere Pressereisen geplant.



Easy-PR

Um die deutschlandweite Berichterstattung zu fördern, wurde 2014 zum ersten Mal eine Zusammenarbeit mit „Easy-PR“ durchgeführt. „Easy-PR“ stellt Zeitungsredaktionen in ganz Deutschland kostenlosen Content zur Verfügung. An Redakteure wird ein Booklet ausschließlich mit touristischen Themen verschickt. Zudem sind sämtliche Berichte online abrufbar. Dabei können die Redakteure zwischen drei unterschiedlichen Textlängen und aus verschiedenen Bildern wählen. Zusammengearbeitet wurde mit „Easy-PR“ zur Bekanntmachung von „Komm auf die Alm“ und dem neuen Angebot „Mörderische Radltour“. Für beide Themen konnten gute Veröffentlichungszahlen erreicht werden. Eine abschließende Auswertung liegt noch nicht vor, jedoch liegt die vorläufige Gesamtreichweite bereits bei rund 5 Millionen.

Tourismus & Medienrecht

Um der wachsenden Unsicherheit vieler Kollegen vor allem bei der Nutzung von Bildern entgegenzuwirken, wurde im

Mai ein Rechtsseminar veranstaltet.

Dabei informierte Anwalt Oliver Niebler über die wichtigsten Rechtsfragen beim Umgang mit Bildern und der Gestaltung von Webseiten, was auf großes Interesse stieß. Um bei Rechtsfragen weitere Sicherheit zu schaffen, entwarf der Chiemgau Tourismus e. V. außerdem einen Fotografen- und einen Modellvertrag, die von Oliver Niebler auf ihre rechtliche Korrektheit geprüft wurden.

Pressebetreuung vor Ort

Zum Start der „Mörderischen Radltour“ fand eine Pressefahrt statt, in deren Rahmen den Journalisten das Konzept vorgestellt wurde. Das Presseecho auf diese Veranstaltung war ebenso zufriedenstellend wie auf die Pressekonferenz zum „Chiemgau Alm Festival“, das vom Chiemgau Tourismus e. V. u. a. durch die Organisation der Presseveranstaltung, das Verfassen von Pressemeldungen und die Mitarbeit am Programmheft unterstützt wurde.

Eine Reihe von Journalisten wurde 2014 bei ihren Rechercharbeiten im Chiemgau unterstützt. Das Ergebnis ihres Aufenthalts wird zum Teil erst 2015 ver-

öffentlicht werden. Durch Pressegespräche auf der ITB entstanden außerdem neue Kontakte.

Einzelmaßnahmen

Einen erheblichen Aufwand stellten auch in diesem Jahr Rechercheanfragen dar. Neben Einzelanfragen von Journalisten waren es vor allem die zum Teil sehr umfangreichen Anfragen der Kollegen der by.TM und des TOM.

Die Zahl der Gewinnspielkooperationen wurde in diesem Jahr erheblich reduziert. Die größte Maßnahme in diesem Bereich war die Finanzierung eines Gewinnsspiels für das Fußballgewinnspiel auf www.sueddeutsche.de, in dessen Rahmen der Chiemgau mit einer ausführlichen Gewinnbeschreibung mehrere Wochen präsent war.

Der Erfolg der Presseaktivitäten des Chiemgau Tourismus e. V. wird durch die Medienauswertung dokumentiert. Die Ergebnisse eines Clipping-Dienstes werden dabei durch weitere regionale Beiträge ergänzt. Dadurch entsteht ein umfangreicher und weitgehend lückenloser Überblick.



Kooperationen | Reiseveranstalter

An einer Expedientenreise mit DERTOUR nahmen im Mai 13 Reisebüro-mitarbeiter aus ganz Deutschland teil. Die Teilnehmer übernachteten im Hotel Gut Steinbach in Reit im Winkl und besichtigten vier weitere Hotels. Auf dem Programm standen außerdem der Besuch von Herrenchiemsee und der Sundownerbar in Übersee, eine Mountainbike-Tour in Ruhpolding, eine Wan-

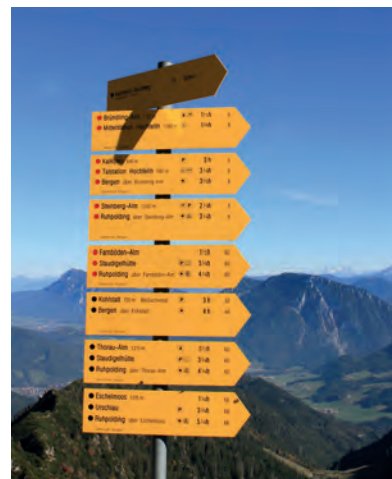
derung in Reit im Winkl und eine Brauereiführung in Traunstein. Ziel der Veranstaltung war es, den Expedienten den Chiemgau besser bekannt zu machen und damit die Buchungen zu erhöhen. Mit DERTOUR und FTI bestehen weiterhin Marketingkooperationen. Im aktuellen DERTOUR-Katalog Rad.Wandern.Outdoor ist der Chiemgau mit Bild und Logo des Verbandes auf der

Titelseite präsent, um die im Innenteil dargestellten Häuser zu unterstützen. Die Kooperation mit FTI beinhaltet unter anderem die gezielte Ansprache der Kunden durch die Nutzung der FTI-Newsletter-Kontakte. Neben dem Marketing werden auch Schulungen für Reisebüro-mitarbeiter durchgeführt, die vertieftes Wissen über die Region Chiemgau vermitteln.

Messen | Werbefahrten

2014 hat sich der Chiemgau Tourismus e. V. , zum Teil gemeinsam mit Partnern und Mitgliedern, an *folgenden Messen und Werbefahrten* beteiligt:

Messen und Werbefahrten	Ort	Datum
Vakantiebeurs	Utrecht (NL)	14.01.-19.01.2014
CMT	Stuttgart	11.01.-19.01.2014
Grüne Woche	Berlin	17.01.-26.01.2014
Reisen Hamburg	Hamburg	05.02.-09.02.2014
f.re.e	München	19.02.-23.02.2014
ITB	Berlin	05.03.-09.03.2014
Die 66	München	04.04.-16.04.2014
Buspromotion	Nordbayern	07.05.-10.05.2014
Bavaria Historic	Maxlrain	19.06.2014
Buspromotion	Rheinland	02.09.-06.09.2014
Chiemgau Ausstellung	Trostberg	10.10.-12.10.2014
Urlaubstruck Aschau	verschiedene	6 Termine
Alpentouristik Schäfer	verschiedene	25 Termine



Gäste-Infrastruktur | das Fundament unseres Erfolgs

Eindrucksvolle Natur, Begegnung mit Menschen und vielfältige Urlaubserlebnisse – damit daraus für den Gast ein gelungener Urlaub wird, braucht es zusätzlich ein Tragwerk, das all das verbindet: Die „Hardware“, alles Gebaute, aber auch die vielen kleinen und großen Dinge, die einen Urlaub erst möglich machen. Zu dieser Gäste-Infrastruktur gehört die Bank im Biergarten genauso wie die Einrichtung eines Zimmers und die Brücke des Rad- und Wanderwegs.

Eine Marke ist Versprechen für ein bestimmtes Erlebnis, an das jeder seine individuellen Erwartungen knüpft, sehr konkret, aber auch unterbewusst. Die Werbung einer Marke ist dann in der Regel eine klare Leistungszusage.

Das gilt auch für uns im Chiemgau: Damit wir Erlebnisse verwirklichen, Erwartungen erfüllen und Leistungen erbringen können, müssen wir uns vorab die Wünsche unserer Gäste bewusst machen und unser Angebot damit abgleichen. Erst wenn es dabei eine Übereinstimmung gibt, kann die Marke wirken und die Werbung Gäste gewinnen. Denn es muss immer zuerst Holz in den Ofen, bevor er Wärme abgeben kann.

Dabei spielt die Infrastruktur, die der Gast vorfindet, eine wesentliche Rolle. Sie ist einerseits unverzichtbar, andererseits ist sie teilweise messbar (etwa bei Zertifizierungen) und zudem vom Gast unmittelbar erfahrbar. Wackelnde Stühle sind unbequem, schlechte Betten rauben den Schlaf und wenn die Brücke fehlt, ist die Freude auf die Radtour gründlich dahin. Hinzu kommt, dass sich die meisten Menschen unangenehme Erfahrungen besonders gut merken und leidenschaftlich weitererzählen.

Es gibt also viele gute Gründe und Notwendigkeiten, neben der Entwicklung der „Software“ in Form von Leistungen und Angeboten auch unsere Gäste-Infrastruktur konsequent auszubauen – um damit Substanz und Qualität aufzubauen. Um dieses Thema in Fahrt zu bringen, arbeitet der Chiemgau Tourismus daran direkt mit. So haben wir bei der Beschilderung der Radwege die Planung übernommen, die Gemeinden die Schilder und das Aufstellen (mehr dazu auf Seite 20). Mit dieser Rad-Infrastruktur wird es jetzt möglich, dass der ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) den Chiemgau als Top-Radregion zertifizieren kann – ein Muss-Kriterium für

viele, die einen Radurlaub buchen. Aufgrund dieser zielstrebigsten und erfolgreichen Zusammenarbeit haben wir zudem vor, auch bei der Beschilderung von Wanderwegen und Langlauf-Loipen vergleichbar vorzugehen.

Es ist uns ein Anliegen, mit diesen Initiativen anzuregen, zu ermutigen und zu überzeugen. Dabei ist es eine große Freude, dass auch seitens vieler Gastgeber in die eigene Zukunft und in die des Chiemgaus investiert wird. Wenn es dabei auch noch gelingt, möglichst viele regionale Betriebe als Lieferanten einzubinden, profitieren wir alle auf vielfältige Weise: Zum einen steigen Substanz und Qualität des touristischen Angebots beim jeweiligen Gastgeber – und in Summe im gesamten Chiemgau. Dann verstehen sich regionale Schreiner, Baumeister und Dachdecker bestens darauf, mit ihren Arbeiten Chiemgauer Atmosphäre zu schaffen, die vom Gast gesucht und geschätzt wird. Schließlich sind Betriebe, die aus dem Tourismus Aufträge erhalten, vom bäuerlichen Imker über den Metzger bis zum Möbelhaus, ebenso Teil unseres Wohlstands und der funktionierenden Struktur in der ganzen Region.



Service Q | Qualitätssiegel

Der Chiemgau Tourismus e. V. setzt konsequent auf Servicequalität. Seine Service-Orientiertheit wurde ihm 2014 durch die Rezertifizierung mit dem ServiceQualität Deutschland-Siegel erneut bescheinigt. Er gehört damit zu den 50 bayerischen Vorzeigeunternehmen, die in München das Qualitätssiegel für hervorragende Dienstleistung erhielten. Überreicht wurde die Auszeichnung durch den bayerischen Wirtschaftsstaatssekretär Franz Josef Pschierer und den Präsidenten des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes Ulrich N. Brandl.

TI-Leiter-Treffen

Zweimal lud der Chiemgau Tourismus e. V. 2014 die Kollegen aus allen Tourist-

Informationen ein, um sie über aktuelle Projekte im CT zu informieren und ihnen Beteiligungsmöglichkeiten vorzustellen. Das erste Treffen fand im März im neuen Bergener Rathaus statt, das zweite Treffen im Oktober im Trostberger Postsaal.

Kooperation Spedition Eberl

In ganz Europa ist zukünftig der „Chiemgau-Truck“ der Spedition Eberl unterwegs. Die Planen des 40-Tonnners sind sowohl seitlich als auch am Heck mit Motiven aus dem Chiemgau bedruckt. Dies ist die erste Tourismus-Kooperation dieser Art in der Region. Die Firma Eberl, der der Bezug zur Region sehr wichtig ist, betont damit ihre Heimatverbunden-

heit. Der Chiemgau Tourismus e. V. freut sich über die innovative Art der Zusammenarbeit, deren Ergebnis zum ersten Mal beim Tourismustag in Tittmoning vorgestellt wurde.

Jodeln im Chiemgau

Wenn Josef Ecker künftig zu einem seiner Jodel-Seminare fährt, hat er auch immer ein Stück Chiemgau mit dabei: Der Jodellehrer, der für seine Kurse in ganz Deutschland unterwegs ist, fährt künftig mit einem „Chiemgau-Mobil“ durch die Lande. Das ist gerade noch rechtzeitig zum Chiemgauer Almumtrieb auf der Winklmoosalm fertig geworden, wo Josef Ecker einen seiner beliebten Kurse gab.



Werbeartikel

Im Laufe des Jahres 2014 entstanden eine Reihe von Werbeartikeln, die auch von unseren Mitgliedern bezogen werden können:

Chiemgau-Haferl	6,50 €
Chiemgau-Brotzeitbrettl	6,50 €
Chiemgau-Strampler	15,90 €

(Alle Preise zzgl. Versand)

Team | Chiemgau Tourismus e.V.**Stephan Semmelmayr**

Geschäftsführer

Telefon: +49 (0)861 909590-0

Telefax: +49 (0)861 909590-20

semmelmayr@chiemgau-tourismus.de

**Jens Hornung**

stv. Geschäftsführer/Marketingleiter

Telefon: +49 (0)861 909590-11

Telefax: +49 (0)861 909590-20

hornung@chiemgau-tourismus.de

**Andrea Lemak**

Assistenz Marketing

Telefon: +49 (0)861 909590-12

Telefax: +49 (0)861 909590-20

lemak@chiemgau-tourismus.de

**Josef Späth**

Produktentwicklung & Events

Telefon: +49 (0)861 909590-13

Telefax: +49 (0)861 909590-20

spaeth@chiemgau-tourismus.de

**Anja Eder**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +49 (0)861 909590-15

Telefax: +49 (0)861 909590-20

eder@chiemgau-tourismus.de

**Karin Lange (Teilzeit)**Assistenz Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +49 (0)861 909590-21

Telefax: +49 (0)861 909590-20

lange@chiemgau-tourismus.de

**Jessica Killinger**

Online Marketing

Telefon: +49 (0)861 909590-14

Telefax: +49 (0)861 909590-20

killinger@chiemgau-tourismus.de

**Nina Glasow (Teilzeit)**

Themenmanagement Rad

Telefon: +49 (0)861 909590-22

Telefax: +49 (0)861 909590-20

glasow@chiemgau-tourismus.de

**Claudia Paulübl**Assistenz Geschäftsführung/Leitung
Gästedienst

Telefon: +49 (0)861 909590-0

Telefax: +49 (0)861 909590-20

pauluebl@chiemgau-tourismus.de

**Birgit Faaß (Teilzeit)**

Finanzen und Controlling

Telefon: +49 (0)861 909590-21

Telefax: +49 (0)861 909590-20

faass@chiemgau-tourismus.de

**Johanna Meitinger (Teilzeit)**

Service/Gästeinfragen

Telefon: +49 (0)861 909590-16

Telefax: +49 (0)861 909590-20

meitinger@chiemgau-tourismus.de

**Andrea Hiebl (Teilzeit)**

Service/Gästeinfragen

Telefon: +49 (0)861 909590-0

Telefax: +49 (0)861 909590-20

hiebl@chiemgau-tourismus.de

Kontakt

Chiemgau Tourismus e.V.

Geschäftsstelle:

Leonrodstraße 7, 83278 Traunstein

Telefon +49 (0)861 — 90 95 90-0

Telefax +49 (0)861 — 90 95 90-20

E-Mail: info@chiemgau-tourismus.de

www.chiemgau-tourismus.de

Impressum

Herausgeber:

Chiemgau Tourismus e. V.

Leonrodstraße 7, 83278 Traunstein

Redaktion:

Anja Eder

Gestaltung:

Tagwerk – Mediendesign

Daniela Niederbuchner

www.tagwerk-mediendesign.de

Fotos:

Archive des Chiemgau Tourismus e. V. und seiner Mitglieder

Druck

Chiemgau Druck, Traunstein

Alle Angaben nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr



