



GESCHÄFTSBERICHT 2015

Chiemgau Tourismus e.V.



Heimat ist Heimweh und Sehnen nach allen Weiten.

Peter Hille

Inhalt

Vorwort.....	04
Chiemgau - Qualität ist Zukunft.....	05
Gremien und Mitglieder.....	06
Finanzen 2014.....	08
Haushalt 2016.....	09
Statistik.....	10
Die Aufgaben des CT.....	13
Themenarbeitskreise Übersicht.....	14
Themenarbeitskreise Vorsitzende.....	16
Arbeitskreis Image.....	18
Arbeitskreis Kultur.....	20
Arbeitskreis Rad.....	22
Arbeitskreis Wandern.....	24
Arbeitskreis Wasser.....	28
Arbeitskreis Winter.....	30
Arbeitskreis Online.....	32
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....	34
Kooperationen.....	36
Druckerzeugnisse.....	40
Team.....	42
Impressum.....	43

Vorwort

Der Chiemgau Tourismus steht für Qualität. Wir haben unseren Gästen Hochwertiges anzubieten. Qualität heißt für uns: Die Natur mit ihren Bergen, Seen und Wäldern für die Menschen zu einem nachhaltigen Erlebnis werden zu lassen, das Echte und Authentische unserer Heimat in den Vordergrund zu stellen und Bewährtes mit Innovation zu verbinden. Vom sorgfältig zubereiteten Frühstück über die aufregende Fahrt mit der Bergbahn bis zum entspannten Ausklang eines ereignisreichen Tages im Biergarten – Gäste jeden Alters erwartet ein Angebot, das rundum ihren Erwartungen entspricht.

Um Urlaubsträume zu erfüllen, arbeiten wir seit Jahren mit vielen Partnern zusammen. Zu ihnen gehören etwa Sport- und Trachtenvereine oder Musikkapellen, vor allem aber unsere Kommunen. So haben Tourismus, Gemeinden, Bike-Anbieter und Bauhöfe in gemeinsamer Arbeit das zertifizierte Chiemgau Radwegenetz fertiggestellt, das bei Kennern als vorbildlich gilt. Gleichzeitig zeigt diese Kooperation, wie Tourismus einen Mehrwert für alle schafft – denn das Radwegenetz ist ein wertvoller Bestandteil unserer Verkehrs-Infrastruktur.

Nur durch solche Formen der Zusammenarbeit schaffen wir unseren Gästen ein begeisterndes Chiemgau-Erlebnis. Dieser Weg erfordert manchmal Ausdauer, aber das Ziel lohnt sich. Wir werden ihn fortsetzen, um den Tourismus als bedeutenden Wirtschaftsfaktor mit positiven Auswirkungen auf viele Branchen weiterzuentwickeln.

Herzliche Grüße aus dem Chiemgau



Siegfried Walch
1. Vorsitzender



Stephan Semmelmayr
Geschäftsführer

Wie in vielen anderen Wirtschaftszweigen, so gibt es heute auch im Tourismus nur mehr zwei Wege zum Kunden: billige Masse oder Qualität. Beides erfüllt genaue Erwartungen der Zielgruppen, für nichtssagendes Mittelmaß gibt es keine Abnehmer mehr.

Der Weg für den Chiemgau ist ganz klar jener der Qualität. Das entspricht einerseits unserem Selbstverständnis, andererseits haben wir dem Gast Hochwertiges anzubieten – um das Zusammenspiel von intakter Landschaft, gastfreundlichen Menschen und guter Erreichbarkeit werden wir benedict.

Außerdem sind Biken, Wandern, Natur- und Kulturgenuss Urlaubsformen mit inhaltlichem Anspruch, für Menschen, die aus ihrer Freizeit bleibende Eindrücke mit nach Hause nehmen wollen. Die Zielgruppe dafür ist groß und vielfältig, wir erreichen sie auch, wenn unser Angebot umfassende Qualität bietet.

Dabei ist Qualität nicht mit Exklusivität zu verwechseln. Qualität ist zunächst einfach ein wettbewerbsfähiger Mindeststandard, wie etwa für Biker ein perfekt beschilderter Radweg. Qualität ist weiters, wie sich das Urlaubserlebnis dem Gast vor Ort erschließt. Beim Urlaub auf dem Bauernhof ist dies der „Streichelzoo“ für die Kinder genauso wie das Miterleben des bäuerlichen Alltags, vom morgendlichen Einsammeln der Frühstückseier im Stall bis zum Kühmelken und Schnapsbrennen. Qualität ist schließlich auch, dass das Bild, das der Gast vom Chiemgau hat, lebendig und authentisch erlebt werden kann – ob Bergbahnen oder Biergarten, mit einem einfachen, guten Tipp können Gastgeber und TI absolute Urlaubshöhepunkte bereiten.

Qualität ist also eine Summe von Einstellungen und Maßnahmen, die dazu führt, dass wir im Wettbewerb mit anderen Destinationen beim Gast positiv auffallen. Und Zusammenarbeit ist eines der Erfolgsgeheimnisse dafür.

Kooperationen machen uns stark. Segel- oder Fliegerclub, Bergrettung oder Trachtenmusikkapelle – sie leben vor, dass vieles nur gemeinsam möglich ist und dass Ziele gemeinsam leichter erreichbar sind. Denn Kooperationen bündeln Wissen, Kräfte und Mittel, nach innen schweißt das zusammen und gemeinsame Anliegen werden erkennbar. Daraus entsteht Stärke nach außen, die den Teilnehmern neue Möglichkeiten eröffnet, ihre Leistung steigert und die Gesamtqualität anhebt.

Aus all diesen Gründen sind Kooperationen eines der Prinzipien des Chiemgau Tourismus. Wir unterstützen und fördern sie bestmöglich – als einen der Wege, um das Urlaubserlebnis für den Gast kontinuierlich auszubauen. So ist es nur mit nachhaltiger Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Gemeinden, Bike-Anbietern und den Bauhöfen als Umsetzern gelungen, dass der Chiemgau heute über ein zertifiziertes Radwegenetz verfügt. Der angenehme Nebeneffekt des im Berichtsjahr fertiggestellten Radwegenetzes: Für alle Anwohner steht eine umweltfreundliche Nahverkehrs-Infrastruktur zur Verfügung, die ohne die touristische Anforderung nicht verwirklicht worden wäre.

Aus einzelnen Angeboten durch Kooperation zum Gesamterlebnis – das ist auch die Idee hinter der Kooperation der Bergbahnen, der inzwischen zehn Betriebe angehören. Die Berge gehören zu unseren wichtigsten natürlichen Attraktionen und die Bergbahnen schaffen den einfachen Zugang – auch deshalb ist diese Kooperation für die Anziehungskraft des Chiemgaus so wichtig.

Gemessen an der Anzahl der Betriebe sind die Privatvermieter die größte Gruppe an Gastgeber im Chiemgau. Ihre Zusammenarbeit bietet ihnen eine Plattform für Erfahrungsaustausch, der sie dabei unterstützen soll, diese Betriebsform wirtschaftlich, attraktiv und zu ihrer Zufriedenheit zu gestalten. Da der persönliche Kontakt zum Gast eines der besonderen Kennzeichen des Urlaubs im Chiemgau ist, kommt den Privatvermietern eine bedeutende Rolle zu. Trotzdem gehören aber auch Leitbetriebe zu einem vollständigen Angebot einer Region, die auf ihre Weise nach innen und außen Zeichen setzen.

Jenseits der Ziele, die verfolgt werden, haben Kooperationen den besonderen Vorteil, dass sie alle Betroffenen an einen Tisch bringen, Betreiber genauso wie Nutzer. Damit wächst die Zusammenarbeit Schritt für Schritt, die Ziele und Maßnahmen werden gemeinsam erarbeitet und die Teilnehmer identifizieren sich mit den verfolgten Anliegen. Darüber hinaus sind Kooperationen offen für die Mitarbeit von Unternehmen, die Know-how, aber auch Mittel einbringen. Bei der Kooperation der Brauereien kommt noch dazu, dass Geselligkeit beim Bier ein überaus typischer Teil des Bayern- und des Chiemgau-Erlebnisses ist – insbesondere, wenn wir hier über traditionelle Brauereien verfügen, die mit ihrer Identität das wieder sehr gefragte, regionale Gegenbild zum internationalen Biergeschmack darstellen.

Außerdem sind Kooperationen – aus Sicht des Gastes – besonders wertvoll, weil sie auch in Bezug auf die Grenzen des Landkreises freier agieren können. Der Gast nimmt diese Grenzen ohnehin nicht wahr und sie sind für ihn auch nicht von Bedeutung. Er erwartet vielmehr ein in jeder Weise grenzenloses Urlaubserlebnis, eine möglichst umfassende Lösung für seinen Freizeitwunsch – je vielfältiger er das Angebot im Chiemgau wahrnimmt, desto eher wird es uns gelingen, ihn für uns zu begeistern.

Qualität ist für unsere Zukunft unverzichtbar: Unsere Zielgruppen erwarten ein Angebot, das in allen Dimensionen ihren – oft unbewussten – Erwartungen entspricht. Je jünger die Zielgruppen sind, umso kaufkräftiger sind sie und umso anspruchsvoller sind sie bei der Wahl ihrer Freizeit- und Urlaubsdestination. Vonseiten des Chiemgau Tourismus werden wir daher den eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen, um damit Ihnen, unseren Mitgliedern, Ihren Unternehmen und Mitarbeitern, aber auch vielen der täglichen Partner – vom Bauern bis zum Bäcker – eine kontinuierliche Entwicklung zu ermöglichen.

Der Chiemgau Tourismus e. V.

Gremien und Mitglieder

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

Vorstand

1. Vorsitzender: Siegfried Walch, Landrat, Traunstein
2. Vorsitzender: Josef Konhäuser, Stellvertretender Landrat, Ruhpolding
3. Vorsitzender: Herbert Häusl, Bürgermeister, Waging am See

Vertreter der Kreisgremien

- Kreisrat Bernd Gietl, Bergen
- Kreisrat Martin Hobmaier, Inzell
- Kreisrätin Franziska Mayer, Obing
- Kreisrat Johann Schild, Fridolfing
- Kreisrätin Gisela Sengl, Sondermoning-Nußdorf
- Gast: Kreisrat Heinz Wallner, Chieming

Vertreter der Gemeinden

- Bürgermeister Benno Graf, Chieming
- Bürgermeister Josef Heigenhauser, Reit im Winkl
- Bürgermeister Marc Nitschke, Übersee
- Bürgermeister Johann Egger, Inzell
- Bürgermeister Claus Pichler, Ruhpolding
- Bürgermeister Konrad Schupfner, Tittmoning
- Gast: Oberbürgermeister Christian Kegel, Stadt Traunstein

Marketingbeirat

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015 tagte der Marketingbeirat insgesamt viermal.

Er integriert das touristische Know-how der Mitgliedsorte und der touristischen Lobbygruppen im Chiemgau. Es werden die Marketingaktivitäten des CT erörtert, weiterentwickelt und Abstimmungen zwischen örtlichen und regionalen Aktivitäten vorgenommen. Darüber hinaus werden Empfehlungen für den Vorstand getroffen.

Die Mitglieder des Marketingbeirats

- Markus Stuckmann, Tourismusdirektor Ruhpolding (Vorsitzender des Marketingbeirats)
- Wolfgang Helldobler, Leiter der Tourist-Information Bergen (stellv. Vorsitzender des Marketingbeirats)
- Ludwig Aigner, Erlebniswelt Chiemgau, Ruhpolding
- Andreas Barmbichler, Strandcamping Waging am See
- Klaus Gimpl, Pension Gimpl, Hammer, 2. Vorsitzender Private Gastgeber im Chiemgau e.V.
- Stephanie Hennes, Ökomodell Achenal e.V., Schleching
- Bartholomäus Irlinger, 2. Vorsitzender Verkehrsverein Oberwössen
- Christiane Lindlacher, Leiterin Tourist-Information Grassau
- Ludwig Mörner, Geschäftsleiter der Gemeinde Obing
- Fritz Schmuck, Leiter Tourist-Information Siegsdorf
- Gerhard Steinbacher, Geschäftsführer der Inzeller Touristik GmbH, Inzell
- Peter Stocker, BHG Kreisverband Traunstein, Hotelier, Seon-Seebruck
- Eva Gruber, Geschäftsführerin der Tourist-Information Waging am See
- Irene Träger, Leiterin der Tourist-Information Seon-Seebruck
- Matthias Untermayer, Urlaub auf dem Bauernhof, Truchtlaching
- Florian Weindl, Leitung Tourist-Information Reit im Winkl
- Eva Steinberger, Leiterin Sachgebiet Tourismus, Veranstaltungen, Kultur, Sport und Städtepartnerschaften
- Gast: Christina Pfaffinger, Geschäftsführerin Chiemsee-Alpenland Tourismus GmbH & Co. KG, Bernau
- Gast: Alexandra Wolf, Leiterin Abteilung 3, Landratsamt Traunstein



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 Seon-Seebruck | Gemeinde Siegsdorf
 Gemeinde Staudach-Egerndach | Gemeinde Surberg
 Gemeinde Tacherting | Gemeinde Taching am See
 Stadt Tittmoning | Stadt Traunreut
 Landkreis Traunstein | Stadt Traunstein
 Stadt Trostberg | Gemeinde Übersee
 Gemeinde Unterwössen | Gemeinde Vachendorf
 Markt Waging am See | Gemeinde Wonneberg

Darüber hinaus haben die folgenden Verkehrsvereine den Status einer außerordentlichen Mitgliedschaft im CT:

Verkehrsverein Traunreut e.V.
 Verkehrs- und Kulturverein Ruhpolding
 Verkehrsverein Inzell
 Inzeller Touristik GmbH
 Ruhpolding Tourismus GmbH
 Verkehrsverein Trostberg e.V.
 Verkehrsverein Reit im Winkl e.V.
 Verkehrsverein Oberwössen e.V.
 Tourismus- und Heimatverein Rottau
 Verkehrsverein Bergen
 Verkehrsverein Kirchanschöring
 Verkehrsverein Seon e.V.
 Fremdenverkehrsverein Truchtlaching e.V.
 Tourismusverein Übersee-Feldwies e.V.
 Verkehrsverein Fridolfing e.V.
 Fremdenverkehrsverein Obing
 Fremdenverkehrs- und Kulturverein Marquartstein
 Verkehrs- und Verschönerungsverein Staudach-Egerndach
 Verkehrsverein Taching am See

Ehrenvorsitzende

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

Ehrenmitglieder

- Hans Träg, Chieming

Auf Grund des hohen Finanzierungsanteils des CT aus öffentlichen Mitteln des Landkreises Traunstein und der Kommunen im Landkreis Traunstein muss der CT jährlich eine Bilanz, eine Gewinn- und Verlustrechnung, einen Anhang und einen Lagebericht erstellen. Die Prüfung der Unterlagen erfolgte bis 2013 jährlich nach den für große Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften. 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 Mitgliederversammlung am 13.12.2013 in Inzell wurde beschlossen, dass von dieser Möglichkeit erstmalig 2016 für die Prüfung der Jahre 2014 und 2015 Gebrauch gemacht wird. Nach Erstellung des Jahresabschlusses 2014 wurde durch den Wirtschaftsprüfer Christian Baumann vom Bayerischen Kommunalen Prüfungsverband (BKPV) bereits eine Kurzdurchsicht getätigt.

Vermögens- und Finanzlage 2014

(Vorjahreswerte in Klammern)

Die Bilanzsumme beträgt **871.043,95 €** (871.132,07 €).

Das Umlaufvermögen beläuft sich auf **815.370,88 €** (809.363,20 €), dies entspricht rund 94 % der Bilanzsumme.

Das Anlagevermögen mit **43.958 €** (49.133 €) entspricht 5 % der Bilanzsumme, auf Rechnungsabgrenzungsposten entfallen mit **11.715,07 €** (12.635,87 €) 1 % der Bilanzsumme.

Das Eigenkapital/Ergebnisvortrag beträgt **747.656,31 €** (698.622,25 €), das entspricht 86% der Bilanzsumme.

Die Position Rückstellungen beläuft sich auf **28.930,97 €** (54.515 €) (3%), die Verbindlichkeiten betragen **94.456,67 €** (117.994,82 €) (11%).

Ertragslage

(Vorjahreswerte in Klammern)

In der GuV-Rechnung enthalten sind Erlöse in Höhe von **1.715.233,72 €** (1.697.160,13 €) und Aufwendungen in Höhe von **1.666.199,66 €** (1.583.875,79 €). Somit ergibt sich ein Jahresüberschuss in Höhe von **49.034,06 €** (113.284,34 €). Die Erlöse werden durch Marketingbeteiligungen, über die Mitgliedsbeiträge (Städte, Gemeinden, Landkreis) und in geringem Umfang über Zinserträge erwirtschaftet. Die Aufwendungen ergeben sich aus Kosten für das Marketing, für Personal und Verwaltung, Steuern sowie Abschreibungen.

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, EUREGIO-Ausflugsziele-Karte, Radbeschilderung) Teile des Werbebudgets – und somit des Haushaltes – in das Jahr 2015 übertragen wurden. Um die Liquidität des Verbandes in den ersten vier bis fünf Monaten des Folgejahres sicherzustellen, ist es zudem nötig, einen „Puffer“ einzuplanen.

Finanzübersicht

	2014	2013
Bilanzsumme	871.044 €	871.132 €
Erlöse	1.715.234 €	1.697.160 €
Aufwendungen (inkl. Abschreibungen)	1.666.200 €	1.583.876 €
Jahresüberschuss	49.034 €	113.284 €



Herrenchiemsee, © Bayerische Schlösserverwaltung www.schloesser.bayern.de

Der Haushalt 2016

Der geplante Haushalt für 2016 wurde dem Vorstand des Chiemgau Tourismus e. V. am 27.10.2015 vorgestellt. Der Vorstand empfiehlt den Haushalt der Mitgliederversammlung zur Zustimmung.

Einnahmen	Plan 2016
Mitgliedsbeiträge	487.250 €
Landkreiszuschuss	1.000.000 €
Beteiligungen Marketing	138.000 €
Summe	1.625.250 €

Ausgaben	Plan 2016
Personal (davon 34% Geschäftsführung, Fibu und Service; 66% Marketing)	581.000 €
Verwaltung/Sachkosten	144.542 €
Marketing	1.033.000 €
Summe	1.758.542 €
Saldo	-133.292 €

Auf der Einnahmenseite wird ein Landkreiszuschuss in Höhe von 1.000.000 € angesetzt. Die geplanten Mitgliedsbeiträge der Landkreismunicipalitäten in Höhe von 487.250 € errechnen sich wie bisher auf Basis einer Umlage von 12,5 Cent pro Übernachtung bezogen auf das Jahr 2014 (November 2013 bis Oktober 2014).

Zusammen mit den geschätzten Beteiligungen über gesamt 138.000 € errechnet sich ein Haushaltsvolumen von 1.625.250 €. Die geplanten Ausgaben für 2016 belaufen sich mit 581.000 € Personalkosten und rund 144.542 € Verwaltungs- und Sachkosten auf 725.542 €. Für das Marketingbudget werden 1.033.000 € angesetzt. Der Ausgleich des Saldos über 133.292 € erfolgt aus den Rücklagen der Vorjahre.

Gäste- und Übernachtungszahlen 2013/2014

Winter: 01.11.2013 - 30.04.2014

Sommer: 01.05.2014 - 31.10.2014

Gemeinde/Stadt	GÄSTE					ÜBERNACHTUNGEN				
	Winter 2013/2014	Sommer 2014	Gesamt	Gesamt Vorjahr	Veränderung zum Vorjahr %	Winter 2013/2014	Sommer 2014	Gesamt	Gesamt Vorjahr	Veränderung zum Vorjahr %
Altenmarkt	2.400	3.800	6.200	7.050	-12,06%	4.300	7.800	12.100	12.000	0,83%
Bergen	4.910	9.500	14.410	14.520	-0,76%	22.319	67.936	90.255	94.211	-4,20%
Chieming	13.142	40.750	53.892	50.567	6,58%	77.109	198.789	275.898	271.866	1,48%
Engelsberg *1	0	0	0	0	0,00%	2.340	1.880	4.220	3.670	14,99%
Fridolfing *2	300	1.400	1.700	1.700	0,00%	1.127	14.974	16.101	12.636	27,42%
Grabenstätt	2.382	9.587	11.969	11.817	1,29%	7.952	30.369	38.321	40.905	-6,32%
Grassau	9.194	24.360	33.554	29.431	14,01%	52.683	89.560	142.243	136.411	4,28%
Inzell	42.324	69.560	111.884	116.738	-4,16%	197.813	375.307	573.120	610.814	-6,17%
Kienberg	8	52	60	115	-47,83%	98	473	571	936	-39,00%
Kirchanschöring	0	5.183	5.183	5.296	-2,13%	0	31.582	31.582	30.024	5,19%
Marquartstein	4.937	9.684	14.621	14.552	0,47%	44.241	64.514	108.755	111.264	-2,25%
Nußdorf	40	97	137	170	0,00%	117	533	650	1.014	-35,90%
Obing	5.390	12.544	17.934	19.973	-10,21%	13.460	43.257	56.717	57.773	-1,83%
Palling	2.739	2.953	5.692	6.918	-17,72%	7.153	9.776	16.929	21.192	-20,12%
Petting	177	3.144	3.321	3.039	9,28%	1.096	21.670	22.766	22.037	3,31%
Pittenhart	91	445	536	424	26,42%	276	2.600	2.876	2.409	19,39%
Reit im Winkl	46.707	51.289	97.996	97.308	0,71%	275.777	286.926	562.703	577.885	-2,63%
Ruhpolding	37.611	63.421	101.032	105.504	-4,24%	209.201	373.290	582.491	614.885	-5,27%
Schleching	4.161	10.299	14.460	16.269	-11,12%	22.155	58.618	80.773	89.980	-10,23%
Schnaitsee	69	236	305	241	26,56%	339	984	1.323	1.641	-19,38%
Seon-Seebruck	13.139	31.202	44.341	44.162	0,41%	42.408	129.772	172.180	193.261	-10,91%
Siegsdorf	16.310	25.233	41.543	44.528	-6,70%	74.265	138.806	213.071	229.773	-7,27%
Staudach-Egerndach	1.362	3.672	5.034	4.666	7,89%	4.472	15.776	20.248	22.365	-9,47%
Surberg	270	975	1.245	400	211,25%	1.360	3.907	5.267	6.000	-12,22%
Tacherting	90	140	230	230	0,00%	800	900	1.700	1.700	0,00%
Taching am See	85	3.807	3.892	4.112	-5,35%	384	24.855	25.239	27.021	-6,59%
Tittmoning	1.499	5.104	6.603	5.582	18,29%	4.287	17.154	21.441	17.471	22,72%
Traunreut	2.828	4.972	7.800	6.304	23,73%	8.726	16.517	25.243	21.850	15,53%
Traunstein	7.679	14.147	21.826	32.304	-32,44%	13.771	23.249	37.020	119.525	-69,03%
Trostberg	4.250	6.650	10.900	10.830	0,65%	8.700	15.250	23.950	23.900	0,21%
Übersee	3.941	63.990	67.931	52.791	28,68%	13.100	161.246	174.346	156.580	11,35%
Unterwössen	7.403	12.302	19.705	21.206	-7,08%	55.301	96.422	151.723	156.666	-3,16%
Vachendorf	33	589	622	539	15,40%	155	2.016	2.171	1.879	15,54%
Waging am See	5.823	39.079	44.902	46.842	-4,14%	53.444	330.466	383.910	404.116	-5,00%
Wonneberg *2	2.155	4.232	6.387	3.342	91,11%	6.555	13.540	20.095	6.600	204,47%
Gesamt	243.449	534.398	777.847	779.470	-0,21%	1.227.284	2.670.714	3.897.998	4.102.260	-4,98%
Vorjahr	245.996	533.474	779.470			1.234.849	2.867.411	4.102.260		
Veränderung zum Vorjahr %	-1,04	0,17	-0,21			-0,61	-6,86	-4,98		

Anmerkungen: Grundlagen dieser Statistik sind die Meldungen vom Frühjahr 2015 aus den einzelnen Städten und Gemeinden. Die Gäste- und Übernachtungsstatistik beinhaltet sowohl gewerbliche als auch private Vermieter.

*1: keine Meldung erhalten

*2: Vorjahreszahl: Fortschreibung aus den Vorjahren

Erläuterung der Zahlen

Bei nahezu gleichbleibender Zahl der Gäste wurde im Berichtsjahr eine Auslastungssteigerung erzielt. Dies ist ein positiver Trend, weil nur gut ausgelastete Betriebe wirtschaftlich arbeiten – das 5-Sterne-Haus genauso wie der Privatzimmervermieter. Das wiederum ist die Grundlage dafür, dass Tourismus mit Freude und Überzeugung betrieben wird und dass in Qualität investiert werden kann. Der Chiemgau Tourismus wird daher das Thema Auslastung auch in Zukunft im Auge behalten.

Die langjährige Konsolidierung der Bettenzahl bei den Privatzimmer-Anbietern verlangsamt sich. Qualitativ hochwertige Angebote werden hier – wie in allen Segmenten – jedoch immer eine Säule der Chiemgau-Positionierung sein. Dies umso mehr, als sie strukturell auch für die regionale Wirtschaft von großer Bedeutung sind.

40 % des Rückgangs bei den Übernachtungen entfallen auf die Umstellung der Erhebung in Traunstein. Die Verweildauer der Gäste liegt aber weiterhin bei über 5 Tagen und damit nahezu doppelt so hoch wie im deutschlandweiten Schnitt.

Ebenso wichtig wie die Auslastung ist die Wertschöpfung. Sie bezieht sich sowohl auf die Preisgestaltung für einzelne Leistungen als auch auf die Möglichkeit, dem Gast Zusatzangebote zu verkaufen. Hier zeigen die Zahlen des Deutschen Wissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (DWIF) im Chiemgau eine leichte Steigerung.

Insgesamt ist die Wertschöpfung immer sehr stark mit der Qualität verknüpft, die der Gast erlebt – für die Einzelleistung genauso wie für das Angebot im Ort und in der Region. Denn dieser Angebots-Qualität gegenüber stehen Zielgruppen, die über Kaufkraft verfügen und die bereit sind, diese für den Urlaub einzusetzen. Gebucht wird immer kurzfristiger und zunehmend online. Hier muss der Gast die Angebots-Qualität als Gesamtlösung für seinen Freizeitwunsch wahrnehmen, die dann auch vor Ort eingelöst wird.

Wiederum beginnt Qualität mit dem Verstehen des Gastes und mit der Überlegung, was er für die Kernleistung benötigt, womit sie logisch ergänzt wird und was darüber hinaus noch Spaß machen könnte. Genau das tun etwa die Qualitätsgastgeber für Wandern, Radfahren und Langlaufen – und dafür ist der Gast dann auch gerne bereit, sein Urlaubsbudget im Chiemgau auszugeben.





Die Aufgaben des Chiemgau Tourismus e. V.

Den Chiemgau als Tourismusregion zu fördern und die Wertschöpfung aus dem Tourismus im Einklang mit Natur und Bevölkerung zu erhalten und zu steigern – das sind die Aufgaben des CT. Ein wesentlicher Schlüssel dafür ist marktkonforme Angebots- und Servicequalität, die heute auch über die gemeinsame Entwicklung von Leistungen und die Vernetzung der Tourismuspartner hergestellt wird.

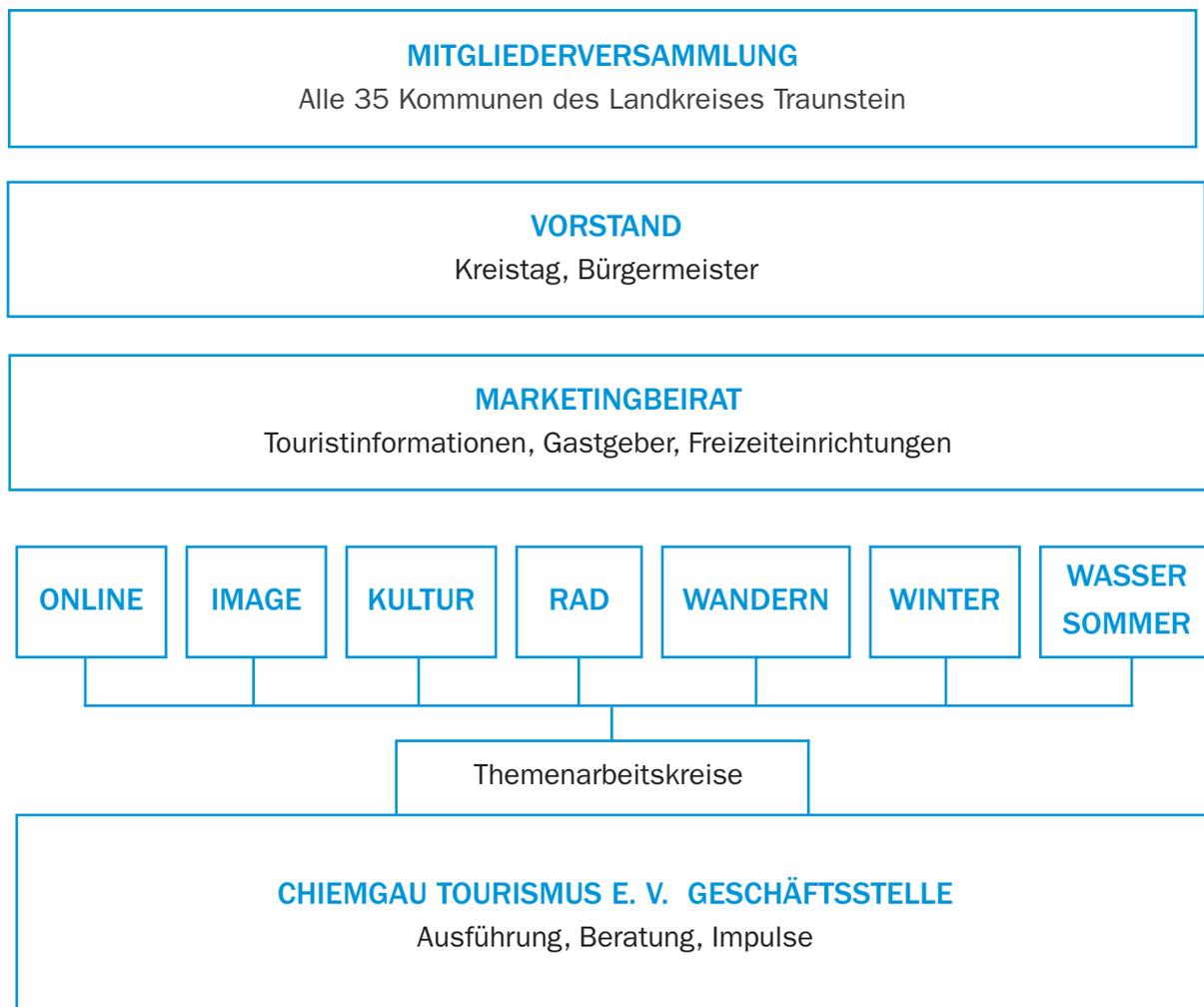
Diese Ziele erreicht der CT, indem er sich zweier zentraler Aufgaben annimmt: einerseits der Entwicklung und Umsetzung klassischer Werbung für die Tourismusregion Chiemgau am Hauptmarkt Deutschland und im angrenzenden Europa. Und andererseits der Koordination und Bündelung der touristischen Leistungsträger und Tourismusverbände in den 35 Gemeinden des Landkreises Traunstein.

Dies entspricht der seit Jahren bewährten Aufteilung der Verantwortlichkeiten, bei der jeder der Akteure dort tätig ist, wo er für die Umsetzung und Weiterentwicklung des Tourismus am wirksamsten ist. Während also die Betreuung der Gäste am Urlaubsort durch die Tourist-Informationen (TI) erfolgt, nimmt der Tourismusverband Oberbayern-München e.V. (TOM) unsere Interessen auf Gesetzgebungsebene wahr. Die Bewerbung Bayerns auf den Fernmärkten erfolgt wiederum durch die Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM), Entwicklung und Unterstützung von Leistungen im Chiemgau, Generieren von Nachfrage für den Chiemgau – für diese Aufgaben setzt der CT verschiedene Methoden und Instrumente ein:

- Zusammenführen und Austausch von strategisch relevanten und für das Tagesgeschäft wichtigen Informationen durch Newsletter und regelmäßige TI-Leiter-Treffen
- Zielgruppen- und Themen-Marketing durch Aufbau und Führen themenspezifischer Arbeitsgruppen für Radfahren, Wandern, Winter, Wasser, Kultur und übergeordnet Online-marketing und Image
- Weiterentwicklung von bestehenden Angebotsgruppen, u.a. durch die gemeinsame Entwicklung und Umsetzung von Konzepten und Weiterentwicklung der Themenarbeitsgruppen zu autonomen Angebotsgruppen, die ihre Ziele in Abstimmung mit den Zielen des CT definieren
- Anregen und Unterstützen von Initiativen zur Bündelung von Kräften, z.B. für eine gemeinsame Marktbearbeitung durch gleichartige Leistungsträger (Brauereikooperation, Bergbahnkooperation)
- finanzielle Unterstützung von Anbieter-Initiativen bei Entwicklung und Vertrieb von marktgängigen Leistungen (Urlaub auf dem Bauernhof, Private Gastgeber)
- Schaffung von Beteiligungsmöglichkeiten an Werbeaktionen für die lokalen Partner des CT

Leitlinie bei allen Aktivitäten ist es immer, FÜR und MIT unseren Partnern zu arbeiten. Denn nur eine möglichst starke Beteiligung und Mitbestimmung seitens der Nutzer der CT-Angebote stellt sicher, dass ihre Kompetenzen, Wünsche und Bedürfnisse optimal eingebunden werden. Gleichzeitig hat sich in den letzten beiden Jahren gezeigt, dass diese Form der Kooperation die Bereitschaft deutlich steigert, mit dem CT zusammenzuarbeiten. Es wird mehr möglich und insgesamt mehr erreicht. So werden wir gemeinsam immer stärker.

Marketing Themenarbeitskreise Überblick

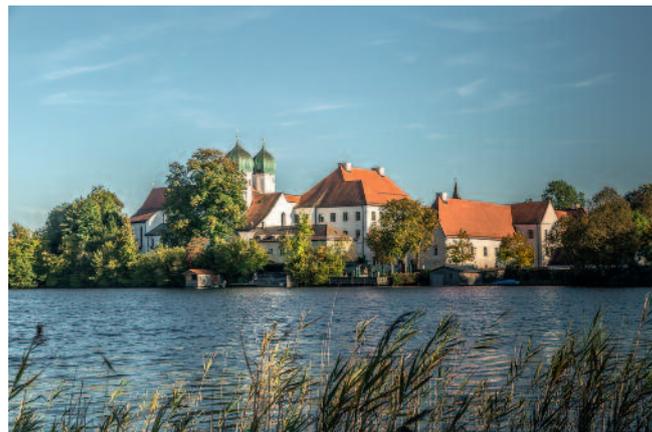


2013 haben im CT die Themenarbeitskreise Rad, Wandern, Winter, Image und Online ihre Tätigkeit aufgenommen. 2014 folgte der Arbeitskreis Kultur, der Arbeitskreis Wasser ist seit 2015 aktiv.

Die Mitglieder der Arbeitskreise sind jeweils Experten im entsprechenden Fachgebiet. Ihre Vorsitzenden sind Mitglieder aus dem Marketingbeirat und leitende Touristiker. Ihnen zur Seite steht jeweils ein Themenmanager, der aus den Reihen des CT stammt und die operativen Aufgaben übernimmt. In den Arbeitskreisen werden Profithemen erarbeitet und übergreifende Ziele definiert, aus denen einzelne Maßnahmen abgeleitet werden. Diese werden anschließend dem Marketingbeirat zur Abstimmung vorgelegt.

Durch dieses Vorgehen möchte der CT seine Arbeit auf eine breite Basis stellen und das Expertenwissen aus der Region so umfassend wie möglich einfließen lassen.

Beschlossen wurde die vertiefende Arbeit in Themenbereichen 2012 von Marketingbeirat und Vorstandschafft während einer Klausurtagung in Kloster Seeon.



THEMENARBEITSKREIS

Vorsitzender
Themenmanager
Mitglieder

IMAGE

Bartholomäus Irlinger
Stephan Semmelmayr
Ludwig Aigner
Matthias Untermayer

THEMENARBEITSKREIS

Vorsitzende
Themenmanagerin
Mitglieder

KULTUR

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

THEMENARBEITSKREIS

Vorsitzender
Themenmanagerin
Mitglieder

RAD

Ludwig Mörner
Nina Glasow
Stephanie Hennes
Peter Stocker
Markus Stuckmann
Irene Träger

THEMENARBEITSKREIS

Vorsitzender
Themenmanager
Mitglieder

WANDERN

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

THEMENARBEITSKREIS

Vorsitzende
Themenmanagerin
Mitglieder

WASSER

Eva Gruber
Tatjana Hahn
Andreas Barmbichler
Josef Kohlpointner
Matthias Ziweis
Michael Wielandner
Oliver Parker

THEMENARBEITSKREIS

Vorsitzender
Themenmanagerin
Mitglieder

WINTER

Gerhard Steinbacher
Andrea Lemak
Wolfgang Helldobler
Markus Stuckmann
Florian Weindl

THEMENARBEITSKREIS

Vorsitzende
Themenmanagerin
Mitglieder

ONLINE

Stephanie Hennes
Jessica Killinger
Christian Fitzner
Anna Bernauer
Elisabeth Rambichler
Mario Kljajic
Theresa Schmid
Peter Stocker
Hans Treziak

Engagement für die Region

Die Vorsitzenden unserer Themenarbeitskreise sind Experten auf ihrem Gebiet und wollen gemeinsam mit den weiteren Arbeitskreismitgliedern den Chiemgau in diesem Bereich voranbringen.



Eva Gruber (*Vorsitzende AK Wasser*)

Geschäftsführerin Tourist-Information Waging am See

„Wasser ist für viele Gäste ein wesentlicher Motivationsgrund, in den Chiemgau zu reisen. Die damit verbundenen Möglichkeiten möchten wir präzisieren, bündeln und als touristisches Produkt auf den Markt bringen.“

Florian Weindl: (*Vorsitzender AK Wandern*)

Teamleiter Tourist-Information Reit im Winkl

„Im AK Wandern arbeiten wir an Ideen und Konzepten für die Entwicklung zum Thema Wandern. Ziel ist es, diese Konzepte in der Region umzusetzen, um damit die Qualität des Wanderangebots stetig zu erhöhen.“



Gerhard Steinbacher: (*Vorsitzender AK-Winter*)

Geschäftsführer der Inzeller Touristik GmbH

„Der Winter im Chiemgau ist vielfältig und abwechslungsreich. Top-Wintersportereignisse locken Tausende Besucher an. Mit der „Chiemgau Team Trophy“ wollen wir die Erlebnislängläufer begeistern. Wenn es um Langlauf geht, gehört der Chiemgau zu den besten Adressen.“



Ludwig Mörner: *(Vorsitzender AK Rad)*
Geschäftsleiter Verwaltungsgemeinschaft Obing
„Ein gut ausgeschilderter Radweg bringt dich schnell und sicher ans Ziel.“



Stephanie Hennes: *(Vorsitzende AK Online)*
Projektleiterin ILE (Integrierte Ländliche Entwicklung)
Ökomodell Achental e. V.

„Da das Internet für die Urlaubssuche stetig wichtiger wird, wollen wir dem Gast durch das Zusammenspiel von Website, Blog und Social-Media-Kanälen die Einzigartigkeit unserer Region mit inspirierenden Inhalten näherbringen und ihn für den Chiemgau gewinnen.“



Monika Pingitzer: *(Vorsitzende AK Kultur)*
Monika Pingitzer, Leitung Tourist-Information Tittmoning
„Wir wollen den Stellenwert, den die Kultur für den Tourismus im Chiemgau hat, weiter erhöhen.“



Bartholomäus Irlacher: *(Vorsitzender AK Image)*
2. Vorsitzender Verkehrsverein Oberwössen
„Im Chiemgau wird der Urlaub wirklich zu den schönsten Wochen des Jahres – davon wollen wir möglichst viele Menschen überzeugen.“



Arbeitskreis Image

Unser höchstes Gut ist unsere Natur, unsere unvergleichliche Berg- und Seenlandschaft. Die Chiemgauer Lebensart steht für einen innigen Zusammenhalt der Menschen, große Kreativität und bodenständige Genussfreude. Wir wollen unsere Heimat und das dazugehörige Lebensgefühl unseren Gästen authentisch vermitteln.

Ihr Ansprechpartner zum Thema Image:
Stephan Semmelmayr



Imagebroschüre

Zwei Jahre nach Erscheinen des beliebten Urlaubsmagazins „Heimat auf Zeit“ erschien im November 2015 die Neuauflage der Chiemgauer Imagebroschüre. Auch in dieser Auflage stehen die Menschen der Region im Vordergrund. Anhand ihrer Geschichten, die von einheimischen Autoren erzählt wurden, bekommt der potentielle Gast einen authentischen Eindruck vom Chiemgau. Im Leser soll die Sehnsucht geweckt werden, in die Region zu reisen. Wie auch die Marketingstrategie des CT enthält die Broschüre Geschichten zu den Themen Radfahren, Wandern, Winter, Wasser, Kultur und Familie. Als Inhalt wurden nur Geschichten gewählt, die vom Gast unkompliziert komplett nacherlebt werden können. Die Infoboxen zu den Geschichten geben noch einen weiteren Einblick in die Urlaubsangebote des Chiemgaus.



Fotoproduktion

Die Reisebranche ist eine emotionale Branche und der erste Eindruck der Destination entsteht durch Bilder, die Lust auf mehr machen müssen. Das hervorragende Wetter dieses Sommers unterstützte die umfangreiche Fotoproduktion des CT in diesem Jahr. Teilweise mit professionellen Models wurden Shootings zu den wichtigsten Marketing-Themen gemacht:

- Badespaß mit Familie
- Themenradtouren nördlicher und südlicher Landkreis
- Mountainbiken
- Familienwandern
- Genusswandern
- Image- und Landschaftsbilder See & Berge



Ortseingangstafeln

Nach drei Jahren wurden in diesem Jahr die Ortseingangstafeln neu gestaltet. Als Aufhänger wählte der CT die Urlaubsblogseite www.chiemgau-geschichten.de. Die beliebte Informationsseite für Chiemgauinteressierte bietet jedem Ort die Möglichkeit, sich kostenfrei darzustellen und will auch Einheimische dazu motivieren, eigene Geschichten zu veröffentlichen und damit Lust auf die Region zu machen. Die Ortseingangstafeln gibt es zu den Themen Radfahren, Wandern, Winter und Badespaß. Zum ersten Mal wurden auch die zwei größten Veranstaltungen im Chiemgau, der IBU Biathlon Weltcup und der Chiemsee Summer, auf den Ortseingangstafeln beworben.

Arbeitskreis Kultur

Für viele Gäste stehen bei ihren Chiemgau-Aufenthalten neben Wanderungen und Radtouren auch Konzert-, Theater- und Museumsbesuche auf dem Programm. Wie das Kulturangebot noch besser von den Touristikern mitgetragen werden kann und kulturelle Angebote für Gäste attraktiver gemacht werden können, ist in diesem Zusammenhang eine wichtige Frage.

Der Chiemgau Tourismus unterstützt seit Jahren Kulturveranstaltungen in der Region, wie z. B. den Chiemgauer Musikfrühling und das Chiemgau Alm Festival. Der Arbeitskreis Kultur hat Veranstaltungen und die vielfältige Musikkultur als Hauptthema für die Region definiert und strebt eine stärkere Profilierung des Chiemgaus als Kulturregion an. Die Mitglieder wünschen sich zudem einen Kulturentwicklungsplan für den Landkreis.

Ihre Ansprechpartnerin zum Thema Kultur:
Anja Eder





Ticketsystem und Periodikum

Ein wichtiger Punkt, ein stärkerer Austausch der Kulturschaffenden im Landkreis, ist bereits durch die Implementierung des Arbeitskreises umgesetzt worden. Eine bessere Vernetzung und Zusammenarbeit ist aus Sicht der AK-Mitglieder vor allem auch bei der Vermarktung von Veranstaltungen nötig. Problematisch ist derzeit der Vertrieb der Tickets über unterschiedlichste Systeme. Hier wird eine einheitliche Lösung angestrebt, deren Vorstellung bei der Bürgermeisterdienstbesprechung im Juli auf große Akzeptanz stieß. Daraufhin folgten eine Bedarfsabfrage bei den Mitgliedern und die Vorstellung des Systems beim TI-Leitertreffen am 19. November.

Begleitend zum Vertrieb der Tickets über eine landkreisweite Plattform ist nach Meinung der AK-Mitglieder auch ein gemeinsames, regelmäßig erscheinendes Print-Produkt anstrebenswert, dessen mögliche Umsetzung der AK ebenfalls vorantreiben möchte. Derzeit ist eine Vielzahl von unterschiedlichsten Flyern und Broschüren einzelner Veranstalter im Umlauf, die durch dieses gemeinsame Produkt ersetzt oder ergänzt werden könnten, so dass für den ganzen Landkreis eine Broschüre mit den wichtigsten Veranstaltungen vorliegt.





Arbeitskreis Rad

Immer mehr Menschen wollen auch im Urlaub auf ihr Fahrrad nicht verzichten. Ob Tages- oder Mehrtagestour, Ausflug mit dem Trekking- oder Mountainbike, mit elektrischer Unterstützung oder ohne – im Chiemgau finden sie unbegrenzte Möglichkeiten vor. Der Radtourismus wird an Bedeutung in den nächsten Jahren weiter gewinnen.

Ihre Ansprechpartnerin zum Thema Rad:
Nina Glasow





Einheitliche FGSV-Radwegweisung im Landkreis Traunstein

Pünktlich zum Saisonauftakt 2015 konnte im Mai der Abschluss des Projekt „Landkreisweites Radnetz und Radwegebeschilderung“ mit einem großen Rad Opening gefeiert werden. Das schnelle Vorankommen – der offizielle Startschuss für das vom CT koordinierte Projekt war erst zwei Jahre zuvor gefallen – ist der guten Zusammenarbeit aller 35 Städte und Gemeinden zu verdanken, die gemeinsam 1400 Kilometer Radwege und 20 touristische Erlebnistouren ausgeschildert haben, darunter z. B. die „Adelholzener Runde“, die „Eiszeit-Runde“ oder die „Bauernhof-Safari“.

Durch die Kombination von routen- und zielorientierter Radwegweisung konnte außerdem eine optimale Verknüpfung zwischen Freizeit- und Alltagsbelangen hergestellt werden. Unser besonderer Dank für ihr Engagement gilt den Gemeinden, Radansprechpartnern und Bauhöfen.

ADFC-RadReiseRegion

Der CT hat die Bewerbung als „ADFC-RadReiseRegion“ auf den Weg gebracht. Nach erfolgreichem Bestehen darf die Region für drei Jahre das Prädikat tragen und wird mit zwölf ausgewählten Radtouren durch den Allgemeinen Deutschen Fahrradclub (ADFC) in dessen Medien präsentiert und empfohlen.

Radkarte und Flyer Qualitätsgastgeber

Zum Start der neuen Radsaison erschien im Mai die neue Radkarte. In ihr sind die regionalen Rundtouren und die Fernwege verzeichnet. Ergänzt wird die Karte durch Mountainbike-Strecken und Rennradtouren.

Im Herbst ist ein Flyer mit den „Qualitätsgastgebern Rad“ im Chiemgau erschienen. Das ist ein Verzeichnis von Radunterkünften, die entweder das Bett+Bike-Siegel des ADFC tragen oder das regionseigene Prädikat Radhotel. Die radfreundlichen Betriebe werden mit Foto, Kontaktdaten und Kurzbeschreibung analog zur Präsentation auf der Chiemgau-Tourismus-Website dargestellt.

Arbeitskreis Wandern

Im Chiemgau kann der Wanderer Gipfel mit traumhafter Fernsicht erklimmen, zu zahlreichen Almen gehen und die heimische Tier- und Pflanzenwelt entdecken. Unsere Wanderwege im Tal führen u. a. zu Mooren und Seen und bieten Familien mit speziellen Themenwegen viel Abwechslung.

Ihr Ansprechpartner zum Thema Wandern:
Sepp Späth





SalzAlpenSteig

Nach erfolgreichem Abschluss des EU-LEADER-Projektes Salz-AlpenSteig wurde der ca. 230 km lange Weg vom Chiemsee bis zum Hallstätter See am 21. Mai 2015 offiziell eröffnet. Im Rahmen der Eröffnungsfeier wurde die Zertifizierungsurkunde des Deutschen Wanderinstituts übergeben. Damit ist der Salz-AlpenSteig der erste alpine Premium-Weiterwanderweg in Deutschland. Im Chiemgau verbindet der Steig die Orte Grassau, Marquartstein, Bergen, Ruhpolding und Inzell. Ein sogenannter SalzAlpenWeg führt von Traunstein über Siegsdorf nach Inzell. Für das künftige Marketing und Wegemanagement ist der neu gegründete Verein SalzAlpenSteig und -Touren e.V. zuständig, bei dem der CT Mitglied und als Kassenwart im Vorstand ist.

Chiemgau Almfestival

„Eine musikalische Reise zu den schönsten Almen“ hieß es auch dieses Jahr wieder beim Chiemgau Almfestival. Vom 26. Juni bis 12. Juli spielten Musikanten aus dem Chiemgau von Volksmusik bis Alm-Rock auf höchstem Niveau vor herrlicher Kulisse. Höhepunkt in diesem Jahr war das 33. Oberbayerische Alphornbläsertreffen in Reit im Winkl.



Wanderherbst

Bereits zum 13. Mal fand, in Zusammenarbeit mit allen Orten, der Chiemgauer Wanderherbst statt. Mit einem großen Angebot an geführten Almwanderungen, Gipfeltouren, Wanderungen zum Entspannen und geführten Kultur- und Stadtspaziergängen wurde dem Gast die Vielfalt an Wanderungen im Chiemgau gezeigt. Zusätzlich zu den Wanderungen wurde in diesem Jahr auf verschiedene Veranstaltungen wie Almfeste und Pferdeumritte aufmerksam gemacht. Mit dem Prospektversand der auflagenstarken Broschüre wurden viele Gäste über den Chiemgauer Wanderherbst informiert.



Almumtrieb

Am 13. September lud der CT bereits zum 6. Chiemgauer Almumtrieb ein. Die jährliche Kultveranstaltung auf der Winklmoosalm begeisterte bei herrlichem Wetter ca. 5.000 Besucher. Neben den bewährten und bei den Gästen sehr beliebten Wanderungen und Jodelkursen war in diesem Jahr eines der Highlights der 7,70 Meter hohe Kletterturm. Gesichert von den Experten der Reit im Winkler Bergwacht, zeigten vor allem Kinder ihre Kletterkünste. Großer Andrang war natürlich wieder bei den Alpakas, die auch in diesem Jahr die Leute in ihren Bann zogen. Beim Bogenschießen und dem Schießen mit einem Biathlon-Lasergewehr konnte man am Stand der Firma SAYAQ die Zielgenauigkeit üben. Das Siegsdorfer Mammut mit seiner Mannschaft aus dem Naturkundemuseum verköstigte die Kinder mit selbstgebackenem Stockbrot und zeigte, wie man schon in der Steinzeit Feuer machte. Über den Hauptpreis, drei Übernachtungen im Hotel Winklmoosalm, freute sich eine Dame aus Ingolstadt. Die Wanderschuhe der Firma Meindl gingen nach Düsseldorf. Ein herzliches Dankeschön an alle Beteiligten.



Wandergewinnspiel

Mehr als 5.000 Teilnehmer machten bei unserem diesjährigen Wandergewinnspiel mit. Die glückliche Gewinnerin und ihr Mann kamen aus Speyer (Rheinland-Pfalz). Die beiden verbachten vom 13. bis 19. September ihren Urlaub bei der Familie Hollweger in Ruhpolding. Die zertifizierten „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ waren die perfekten Gastgeber für den Wanderurlaub. Auf dieses Gewinnspiel, an dem man ausschließlich online teilnehmen konnte, wurde auch die in Speyer heimische Wochenzeitung „Die Rheinpfalz“ aufmerksam.

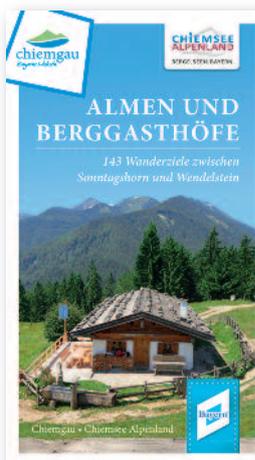


1. Chiemgauer Wandersymposium

Am 13. Oktober fand in Ruhpolding das 1. Chiemgauer Wandersymposium statt. Mehr als 80 Teilnehmer, Experten aus dem Bereich Wandern, waren im Kurhaus dabei. Ziel war es, das Thema Wandern in der Region weiterzuentwickeln und zu gestalten. Dazu gaben drei Experten in ihren Vorträgen interessante Impulse, die in den Workshops am Nachmittag diskutiert wurden. Weitere Schritte sind es jetzt, diese Anregungen in eine für die Region greifende Strategie umzuwandeln.

Chiemgau-Wanderkarte und „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“

Im Frühjahr erschien eine neue Karte, auf der insgesamt 69 Wanderungen mit Angaben zu Distanz, Dauer und Höhenmetern dargestellt sind. Die Broschüre „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ enthält die bis zum Redaktionsschluss zertifizierten 19 Betriebe mit Bild und Kontaktdaten.



Wanderkarte und Broschüre für Qualitätsgastgeber

Arbeitskreis Wasser

Mit dem Chiemsee, dem Bayerischen Meer, und dem Waginger See, dem wärmsten See Oberbayerns, sowie rund 50 weiteren Seen, Flüssen und Mooren verfügt der Chiemgau über eine vielfältige Wasserlandschaft. Die bestehende Vielfalt an Seen und Flüssen und die damit einhergehenden Wassersportangebote und Ausflugsmöglichkeiten bilden die Grundlage für eine stärkere Profilierung im Themenbereich Wasser. Durch eine gemeinsame Darstellung des Angebots sowie eine gemeinsame Vermarktung kann dieses Ziel erreicht werden. Während der ersten Arbeitskreissitzung wurden sehr schnell zentrale Themen ausgearbeitet. So soll vor allen Dingen eine zentrale Bündelung des Angebots erfolgen, um den Gast bestmöglich über die vielfältigen Angebote zu informieren und ihm Inspiration für seinen Urlaub zu liefern. Konkrete Maßnahmen zur Vermarktung sollen im kommenden Jahr ausgearbeitet und umgesetzt werden.

Ihre Ansprechpartnerin zum Thema Wasser:
Tatjana Hahn





Antenne Bayern Tretbootkino

Die erste konkrete Aktion, die bereits in diesem Jahr stattfand, war das erste Tretbootkino auf dem Chiemsee. Veranstaltet wurde es vom Radiosender Antenne Bayern gemeinsam mit der Gemeinde Seebruck und dem CT. Eine Woche lang wurde die Veranstaltung im Radio beworben. Dazu wurden unter anderem 15 Beiträge mit verschiedenen Themen, wie z.B. Wandern, Radfahren und Segeln, gesendet. Zusammen mit den „jungen Wilden“, dem Abendprogramm von Antenne Bayern, wurden insgesamt mehr als drei Millionen Kontakte erreicht, die der Zielgruppe von Tagesgästen und Urlaubern im Chiemgau entspricht.



Chiemsee Triathlon

Am 28. Juni fand der 4. Chiemsee Triathlon in Chieming und Umgebung statt. Neben den vielen Sportlerinnen und Sportlern waren auch zahlreiche Einheimische und Gäste an das Ufer des Chiemsees gekommen. Die Gäste informierte der Chiemgau Tourismus an seinem Stand direkt an der Laufstrecke über die Urlaubsmöglichkeiten in der Region.



Arbeitskreis Winter

Profis und Breitensportler finden im Chiemgau ideale Wintersportbedingungen vor. Ob beim Langlauf, Skifahren oder Rodeln, beim Schlittschuhlaufen, Eisstockschießen oder Schneeschuhgehen – hier finden sie bestens präparierte Loipen, Pisten, Bahnen und Wege vor.

Ihre Ansprechpartnerin zum Thema Winter:
Andrea Lemak





Langlauf-Team-Event Chiemgau Team Trophy

Am 1. März 2015 gingen 230 Teilnehmer bei der ersten Chiemgau Team Trophy in Inzell an den Start.

Keine Zeitnahme, dafür jede Menge Genuss und die Einbeziehung weltbekannter Sportstätten, wie die Eröffnung in der Inzeller Eishalle Max Aicher Arena Inzell, das Durchlaufen des Ruhpoldinger Biathlonstadions Chiemgau Arena und der Ziel-einlauf nach 43 km im Langlaufstadion Reit im Winkl, sorgten für begeisterte Läufer und Läuferinnen.

Die Veranstaltung, die von den Orten Inzell, Ruhpolding und Reit im Winkl gemeinsam initiiert wurde, wird sich in den kommenden Jahren zum Fixpunkt im Event-Kalender entwickeln. Der CT unterstützt den Erlebnislanglauf mit Marketingleistungen.



Radiowerbung Bayerischer Rundfunk

Eine der größten Herausforderungen in der Bewerbung des Winters ist, dass potentielle Gäste denken, dass es keinen Schnee im Chiemgau gibt, wenn dieser nicht auch vor ihrer Haustür liegt. Um dem entgegenzuwirken, entschied sich der Chiemgau Tourismus e.V. zusammen mit dem Winterarbeitskreis für die Bewerbung des Chiemgauer Winters im Radio. Da der Großteil der Gäste im Chiemgau aus Bayern kommt, fiel die Wahl auf den Bayerischen Rundfunk. Die Sender Bayern 3 und Bayern 1 erreichen täglich 46 % der Radiohörer in Bayern und haben damit eine Tagesreichweite von 5 Millionen Menschen. Die Radiospots liefen drei Wochen lang von Ende Dezember bis Mitte Januar 2015.



Arbeitskreis Online

Immer mehr Menschen informieren sich im Internet über ihre potentielle Urlaubsregion. Daher ist unsere Präsenz im Web unsere Visitenkarte. Durch das Zusammenspiel von Website, Blog und Social-Media-Kanälen zeigen wir dem Gast die Einzigartigkeit unserer Region mit inspirierenden Inhalten und können ihn so für den Chiemgau gewinnen.

Ihre Ansprechpartnerin zum Thema Online:
Jessica Killinger



Website-Relaunch

Die Internetseite www.chiemgau-tourismus.de wurde 2011 dem letzten Relaunch unterzogen und entspricht daher nicht mehr den Erwartungen der User an eine moderne Website. Die mobile Nutzung ist in den letzten Jahren stark gestiegen und wird auch noch weiter steigen. Ein full responsive Webdesign, das sich automatisch an alle Endgeräte wie Desktops, Smartphones und Tablets anpasst, ist daher unumgänglich. Ein besonderer Schwerpunkt wird hierbei auf der Sicherstellung einer durchgehend hohen Benutzerfreundlichkeit und intuitiver Bedienkonzepte liegen. Nicht nur der technische Relaunch ist ein wichtiger Erfolgsfaktor, sondern auch die konzeptionelle Neuausrichtung. Mit der neuen Website verknüpft der Chiemgau Tourismus folgende Vision:

„Die Website www.chiemgau-tourismus.de soll bis 2016 als imageprägender digitaler Reiseführer die wichtigste Ressource für Urlaub in der Region Chiemgau sein. Sie bietet dem Gast von zu Hause und vor Ort Inspiration, Orientierung und konkrete Empfehlungen rund um regionsspezifische Urlaubsthemen und befriedigt seine Sehnsucht nach Ruhe und Erholung zwischen Bergen und Seen. Wesentliche Aufgabenstellung der Website ist es, den Chiemgau für die relevanten Themen als ganzjähriges Reiseziel zu profilieren, die Sichtbarkeit in den relevanten digitalen Medien zu erhöhen, vorhandene Nachfrageströme zu kanalisieren und Interessierte zu Gästen zu machen.“

Da die Hauptaufgabe des CT die Neukundengewinnung ist, liegt der Fokus der neuen Website auf der Inspiration potentieller Gäste. Aus diesem Grund spielen Bilder und Videos eine zentrale Rolle, sowie die Hervorhebung der Chiemgau-Highlights in verschiedenen Themen. Diese qualitätsorientierten Inhalte mit Empfehlungscharakter sollen den Gast inspirieren, in den Chiemgau zu reisen.

G'schichten rund ums Wandern

In 40 Minuten auf den Gipfel des Hochfiedls

Über den Wölkern - auf Premiumwanderwegen und mit Hüttenüberwachung

Einzigartiges Erlebnis: Alpaka Trekking in Bayern

Dem Himmel ein Stück näher - Wanderung zum Gipfel des Hochfiedls

Die Knappenkapelle und der Bergbau in Inzell

Stoßbrennerealm: Selbstgemachte Bootzeit und Lamas

Staudacher Alm: Almleben im Wandel der Zeit

Wanderwege Ruhpolding: geführte Touren mit Stiefeln Bismont

Vom Leben auf der Traunsteiner Hütte

Chiemgau - Bayerns Lächeln
 Gepostet von Jessica Kallinger (1) · 29. September um 12:50

Da läuft einem das Wasser im Mund zusammen! 😋
 Wo im Chiemgau könnt ihr diese berühmten Windbeutel probieren?

Zu Besuch bei der... - Chiemgau G'schichten
 14 cm hoch, gefüllt mit Früchten und verziert mit einem Schwanenhals - das sind die berühmten Windbeutel, die Spezialität des Kaffeehauses.

5180 erreichte Personen

Beitrag bewerten

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Christine Stadler, Hildegard Mahrlein, Cornelia Hauff und 71 anderen gefällt das.

13 Mal geteilt

Schreibe einen Kommentar...

Chiemgau - Bayerns Lächeln
 Gepostet von Jessica Kallinger (1) · 25. September um 15:22 · Bearbeitet

Ihr braucht noch Ausflugs-Ideen für's Wochenende?
 Kommt morgen zu uns in den Chiemgau zur Kräuter-, Märchen- oder Stadtwanderung!
 ...weitere nützliche Infos und Details gibt es hier:
 Viel Spaß 😊
<http://www.chiemgau-tourismus.de/wanderherbst-3>

Wandern im Chiemgau, Wanderungen
 Chiemgau Tourismus - Urlaub im Chiemgau/Chiemsee - Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Ferienwohnungen, Bauernhof, Camping

2213 erreichte Personen

Beitrag bewerten

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Apfelkuchen für die Seele, SAOAG Adventures GmbH, Debago Bayern Kreisstelle Traunstein und 17 anderen gefällt das.

7 Mal geteilt

Schreibe einen Kommentar...

Blog

Persönliche Geschichten haben die Kraft, Emotionen zu wecken und wollen nacherlebt werden. Der 2014 neu entwickelte Blog www.chiemgau-geschichten.de wird daher auch in Zukunft den Leser mit authentischen Geschichten über die Menschen und Erlebnisse des Chiemgaus begeistern.

Bislang entstanden bereits 150 Beiträge zu den Themen Region, Wasser, Radeln, Winter, Kultur, Ausflugsziele und Genuss. Auch Gäste und Einheimische erzählen neben festen Autoren von ihren Chiemgau-Highlights.

Um den Gast noch näher an die Geschichten zu bringen, werden zu einigen Blogbeiträgen Videos unter dem Titel „Chiemgau g'filmt“ produziert, die einen Blick hinter die Kulissen geben und authentische Chiemgauer in den Vordergrund stellen.

Die Videos finden Sie alle auf unserem Youtube-Kanal www.youtube.com/bayernslaecheln und Sie dürfen diese gerne für Ihre eigene Website nutzen.

In 2016 wird der Blog noch stärker mit der Website verknüpft werden, indem zu den Inhalten auf passende Geschichten verlinkt wird.

Online-Marketing-Kampagnen

Auch wenn der Hauptfokus des Online-Marketings auf der Erstellung hochwertiger Inhalte liegt, braucht es zusätzlich Kampagnen, um auf diese Inhalte und besonders auch die der Partner aufmerksam zu machen.

So wurden wieder diverse Beteiligungsmöglichkeiten für Orte, Gastgeber und weitere Partner angeboten. Zentrale Maßnahme war dabei die gemeinsame Darstellung von Themen auf einer von der Website unabhängigen Microsite <http://urlaub.chiemgau-tourismus.de>.

Diese wurde auf diversen Kanälen beworben und erreichte hochwertige User, die ein großes Interesse an den Themen zeigen und sich weiter informieren.

Neben dem chiemgaueigenen Newsletter gab es außerdem einen Newsletter an 550.000 reiseaffine Personen, die so auf den Chiemgau als potentielle Urlaubsregion aufmerksam gemacht wurden. Des Weiteren wurden das ganze Jahr Teaser auf der Startseite der Bayern Marketing GmbH geschaltet, sowie einige in deren Newsletter.

Das Gewinnspiel ist beendet: Herzlichen Glückwunsch an die Gewinnerin, Dagmar M. aus Xantten!

Sie sind eingeladen Ihren Wanderurlaub vom 12. bis 19. September bei uns im Chiemgau zu verbringen. Die Natur hat die Blicke in bunte Farben die Luft ist klar und angenehm warm, die perfekte Zeit zum Wandern. Bis in der Chiemgau (Wanderherbst), wandern Sie zu traditionellen Almen, wo die Kühe noch auf fetten Almweiden grasen, steigen Sie auf zu den Gipfeln der Chiemgauer Alpen und genießen Sie den Blick in die Berge oder den Chiemsee.

Wichtig ist auf Ihren Leistungen: Aufgenommen und bereit, Sie zu unterstützen, mit uns, bei Abreise und in Bayern zu. Bei Anwesenheit, Hütten in Aufstellung.

Das ist ihr Urlaub!

- 7 Übernachtungen für zwei Personen in der Ferienwohnung Hüttenberg in Ruhpolding
- Termine: 12. - 19. September 2015
- Inklusive Almurlaub: eine geführte Wanderung und Freizeitanne in der Holzwochenstube Ruhpolding für 2 Personen
- Im Untergang, eine Farnschmuck in einem historischen Bauernhof in Ruhpolding, so ein zertifizierter Wandergastgeber Systems für Ihre Wanderreise planen, Ihre Gastgeber werden Sie gerne mit auf eine Wanderung auf ruhigen Tagen.

Das alles können Sie genießen, wenn Sie uns folgende Frage beantworten:

Chiemgau - Bayerns Lächeln
 Verlinkt von Jessica Kallinger (1) · 4. August

Zwischen Bergen und Seen die Vielfalt des Chiemgauer Sommers entdecken

Wandern im Chiemgau | **Erlebnisradtouren**

Einzigartiger Wandererlebnis

Das Chiemgau erleben

156.379 erreichte Personen

Beitrag bewerten

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Thomas Pleitlich, Cornelia Harbeck, Erna Blessing und 843 anderen gefällt das.

112 Mal geteilt

Schreibe einen Kommentar...

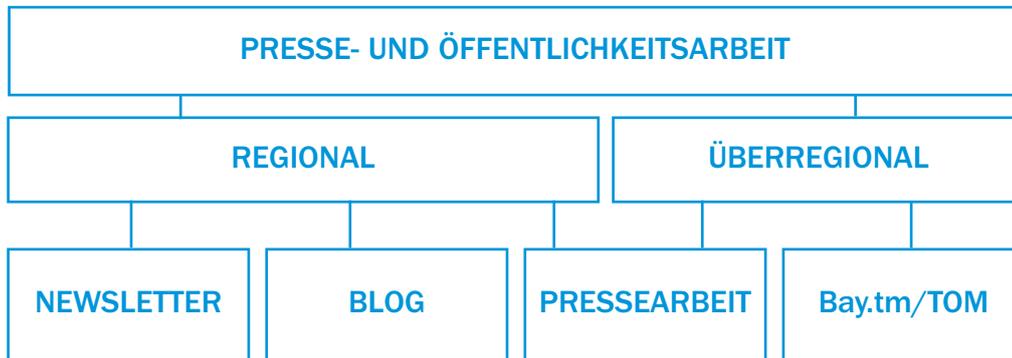
Reif für die Insel oder die Berge? Im Chiemgau finden Sie beides!
 Genusssuchen, Wandern, Musik und Feiern - im Chiemgau ist ganz schön was los in der größten Jahreszeit. Können Sie sich vorstellen, im Chiemgau zu wandern oder die Seele an malerischen Chiemgauer Seen zu lassen. Die Chiemgauer Sommerfest hat für Sie, die Saison bis Ende Oktober verlängert. So können Sie die Fraueninsel und das Schloss Hohenkammer in Ruhe genießen und die herrlichen Sommerausblicke mit Sie genießen.

Für Ihren Ausflug in die Berge haben unsere Bergführer sich etwas ganz Besonderes überlegt: Neben 100 Tümpeln, Jochenbergrücken und Engpassbergrücken sind der Herbst für Groß und Klein ein Erlebnis. Viele weitere Attraktionen und Infos finden Sie hier!

Bergführer - 8 mal Gipfelglück!
 Ganz genau es noch haben. In Bergführer zwischen Produktivität und Innovation bringen Sie immer weiter hoch hinauf? Das bietet Ihnen noch genug Platz zum Staunen und Erleben in der Höhe, welche Ausblicke auf die mächtigen Gipfel der Alpen auf der einen Seite und der Blick in die Ferne auf die ruhigen Seen auf der anderen Seite.

Ich will mit!

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist eine der wesentlichen Aufgaben des Chiemgau Tourismus e. V. Dabei kann generell in zwei große Bereiche unterteilt werden:



Regionale Pressearbeit

Im Jahr 2015 wurden wieder zahlreiche **Pressemeldungen** an die Vertreter der lokalen Medien verschickt, die in der Regel jeweils von mehreren Redaktionen veröffentlicht wurden. Neben Berichten zur **Verbandsarbeit** waren dies vor allem Vor- oder Nachberichte für **Veranstaltungen**, die vom CT unterstützt wurden. So wurde auch in diesem Jahr die Pressearbeit für das Chiemgau Almfestival übernommen.

Im April wurden alle Vertreter der Regionalmedien zu einem Informationsaustausch im Rahmen eines **Pressefrühstücks** ins Parkhotel Traunstein eingeladen, zu dem erfreulicherweise Redaktionsmitglieder aller relevanten Medien begrüßt werden konnten. Neben einer guten Zusammenarbeit mit den Print-Medien in der Region gab es wieder eine Kooperation mit dem Regionalfernsehen rfo und Radio Bayernwelle.

Newsletter

Die Mitglieder des CT und die Gastgeber in der Region erhalten in regelmäßigen Abständen Informationen per E-Mail. Im Schnitt wird über das entsprechende Portal des CT alle 2,5 Wochen ein Newsletter an bis zu ca. 2500 Adressen verschickt. Die Qualität des Verteilers und die Relevanz des Inhaltes zeigt eine Öffnungsrate von bis zu 50 Prozent.

Blog

In den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit fällt auch die Chefredaktion des Blogs www.chiemgau-geschichten.de. Dies beinhaltet das Recherchieren von Themen, die Beauftragung und die komplette Kontaktpflege zu Autoren sowie die Abnahme von Beiträgen und in einigen Fällen auch das Schreiben von neuen Geschichten. Bei der Planung der Blog-Beiträge wird dabei darauf geachtet, dass alle Orte im Chiemgau berücksichtigt werden und bei Aktivitäten, die mehrere Orten anbieten, möglichst die bislang noch nicht so stark vertretenen bevorzugt werden. Mittlerweile waren bereits 30 Autoren für den Blog tätig und es entstanden mehr als 150 Chiemgau-Geschichten.



Überregionale Pressearbeit

Journalistische Anfragen

Die Beantwortung von Anfragen ist eine wichtige und zeitlich sehr aufwendige Serviceleistung. Häufig sind umfangreiche Recherchen für einzelne Pressevertreter durchzuführen. Da die Journalisten die Suche nach Themen damit komplett auf den Verband übertragen, ergibt sich daraus jedoch auch die Möglichkeit, die Aufmerksamkeit auf für die Region wichtige Punkte zu lenken. Sehr aufwendig waren häufig auch die Anfragen von Fernsehredaktionen oder Buchverlagen, die für große Projekte sehr umfassende Informationen benötigten. Auch von den übergeordneten Verbänden Bay.tn und TOM werden regelmäßig umfangreiche Auskünfte benötigt.

Pressereisen

Gruppen-Pressereisen

Im Jahr 2015 wurden zwei mehrtägige Gruppen-Pressereisen durchgeführt. Ende Januar wurden Journalisten eingeladen, die Wintersport-Region Chiemgau besser kennenzulernen. Neben einem Besuch bei Fritz Fischer in der Chiemgau Arena standen u. a. ein Langlaufkurs bei Tobias Angerer und die Besichtigung der Max Aicher Arena auf dem Programm. Anlässlich des 2016 anstehenden Jubiläums „500 Jahre Reinheitsgebot“ drehte sich bei der Sommerpressereise alles ums Bier. Während einer zweitägigen Radltour von Brauerei zu Brauerei lernten die Teilnehmer aber auch die Radregion Chiemgau kennen. Höhepunkt der Reise war eine Chiemseeschiffahrt mit Vertretern aller Chiemgauer Brauereien, an der mehr als zwanzig Journalisten teilnahmen.

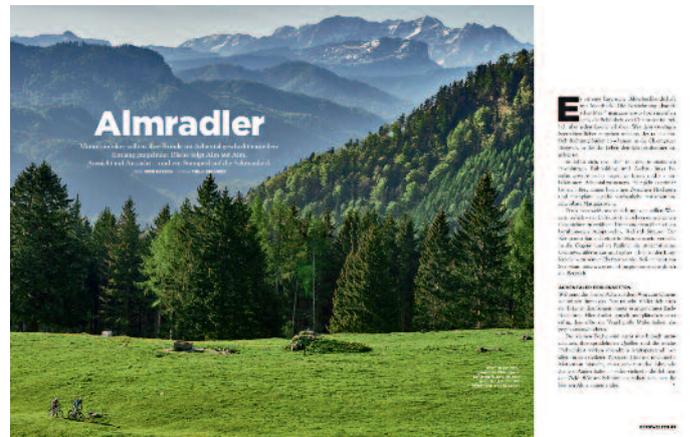
Individuelle Pressebetreuung vor Ort

Zahlreiche Journalisten baten auch in diesem Jahr den CT um Hilfe bei der Planung und Durchführung ihres Chiemgau-Aufenthalts. Die Unterstützung reichte dabei von der Themenplanung für die komplette Reise und der Organisation von Geschäftspartnern bis zur Buchung von Hotels und der Begleitung von Vor-Ort-Terminen.

Informationsabend und Presse Round Table

Im September beteiligte sich der CT an einem Informationsabend, zu dem die Münchner Agentur Wilde & Partner eingeladen hatte, die den CT 2015 bei der Pressearbeit unterstützte. An diesem Abend präsentierten sich neben dem Chiemgau auch vier weitere Alpen-Destinationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz den etwa zwanzig anwesenden Journalisten.

Im November nahm der CT an Pressegesprächen in Düsseldorf, Hamburg, Zürich und München teil, die der TOM organisiert hatte.



Brauerei-Kooperation

Hinter den „Privaten Heimatbrauern“ steht eine Kooperation von privaten Brauereien und den Tourismusverbänden Chiemgau Tourismus e.V. und Berchtesgadener Land Tourismus GmbH, mit dem Ziel der touristischen Inwertsetzung der Bayerischen Brau- und Bierkultur.

Derzeit sind elf Brauereien Mitglied in der Kooperation, die beim Tourismustag im November offiziell vorgestellt wird. Das erste Treffen mit den heimischen Brauereien fand Ende 2014 statt, fünf weitere Sitzungen folgten bislang. Im Hinblick auf das Jahr 2016, in dem das Jubiläum „500 Jahre Reinheitsgebot“ gefeiert wird, ist die gebündelte Darstellung der heimischen Brauer von großem Vorteil.

Die Privaten Heimatbrauer stehen für die Liebe und Begeisterung zu ihrem traditionsreichen Handwerk und für höchste Qualitätsansprüche. Aus zusammen über 3.300 Jahren Brauerfahrung entsteht ein Reichtum von rund 120 handwerklich und innovativ gebrauten Bieren und Biergeschmäcken. Alle Brauereien sind in privatem Besitz und regional verwurzelt. Dies kommt auch der Region zugute und zeigt sich in nachhaltigen Natur-, Landwirtschafts- und Sozialprojekten, die wir unterstützen.

Das größte Lob für die Brauer ist der zufriedene Gast, aber auch die Qualität der Biere, die regelmäßig mit nationalen und internationalen Auszeichnungen belohnt wird, sei es beim European Beer Star, dem World Beer Cup und Award oder durch die DLG.

Die Kooperation hat einen Qualitäts- und Werteanpruch definiert und ist, in diesem Rahmen, offen für interessierte Partner.



Die Privaten Heimatbrauer sind: Baderbräu Schnaitsee, Hofbräuhaus Traunstein, Wochinger Bräu, Klosterbrauerei Baumburg, Privatbrauerei Schnitzlbaumer, Private Landbrauerei Schönram, Schlossbrauerei Stein, Weißbräu Schwendl, Privatbrauerei M.C. Wieninger, Bürgerbräu Bad Reichenhall, Weißbräu Freilassing (Stand Oktober 2015)



Bergbahn-Kooperation

Erfreulicherweise konnte die Mitgliederanzahl der Bergbahnen-Kooperation im Jahr 2015 gesteigert werden. Als neue Mitglieder begrüßen wir die Wendelsteinbahn und die Hocheck-Bahnen. Insgesamt sind es nun zehn Bergbahnen. Zweimal jährlich treffen sich die Kooperationspartner, bei jeweils einer anderen Seilbahn, um über gemeinsame Marketingaktionen zu beratschlagen.

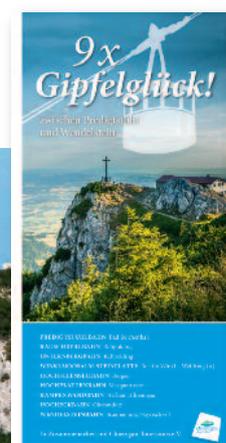
Das gemeinsame Marketingbudget beträgt 38.000 €, wobei der Chiemgau Tourismus 50% des Budgets liefert und die Bergbahnen die restlichen 50% je nach Größe der Bergbahn aufteilen. Dieses Jahr wurden folgende Aktionen durchgeführt:

- Neuauflage des Flyers „Gipfelglück“ in einer Sommer- und Wintervariante mit ansprechender Aufmachung in Broschürenform. Hier sind alle Bergbahnen mit eigenem Imagetext, Öffnungszeiten, Bildern, Preisen und deren Highlights gelistet. Dabei ist es gelungen, die Besonderheit jeder Bergbahn herauszuheben und sie somit individuell darzustellen. Die Auflage der Sommer-Broschüre betrug 7.000 Stück. Aufgrund der hohen Nachfrage wurden 3.000 Stück nachgedruckt.
- Den Wanderherbst bewarb die Bergbahn-Kooperation in heimischen Radiosendern. Dabei gab es einen Hauptspot, der immer ausgespielt wurde, und jede Bergbahn erhielt einen individuellen Abbinder, in welcher das Highlight der Bergbahn bzw. des Bergerlebnisses beworben wurde. Weiterhin wurden verschiedene PR-Aktionen on air gemacht.
- Zusätzlich wurde im beliebtesten Ausflugsmagazin Österreichs, dem Magazin „Weekend“, ein Advertorial geschaltet.



Die Ziele der Kooperation sind:

- Steigerung des Bekanntheitsgrades der Bergbahnen und der Urlaubsregionen
- Bündelung von Budgets
- Nutzung von Synergieeffekten
- Steigerung der Wertschätzung in der Region den Leistungsträgern gegenüber



Kooperationen Reiseveranstalter

Auch 2015 arbeitet der Chiemgau Tourismus mit zwei der größten Reiseveranstalter Deutschlands zusammen.

Mit **DerTour** wurden unter anderem deutschlandweite Expedientenschulungen zum Reisewissen Chiemgau durchgeführt, Kundenmailings verschickt und zehn Großflächenwerbungen in Frankfurt, Köln und Düsseldorf gemacht. Weiterhin wird der Chiemgau im hochwertigen Genussreisebooklet in einer Auflage von 40.000 Stück beworben. Besonders freuen wir uns, dass der Chiemgau sowohl im Jahr 2015 als auch 2016

Premiumpartner im Aktivsegment ist und das Titelbild des DerTour Aktiv-Katalogs „Rad - Wandern - Outdoor“ ziert.

Auch **FTI** ist eine Werbepartner von Chiemgau Tourismus. Neben einem Kundennewsletter mit Chiemgaubeteiligung wurden auch Schulungsmailings an Mitarbeiter versandt.

Messen und Werbefahrten:

2015 hat sich der Chiemgau Tourismus e.V., zum Teil gemeinsam mit Partnern und Mitgliedern, an folgenden Messen beteiligt:

Messen und Werbefahrten	Ort	Datum
Vakantiebeurs	Utrecht (NL)	13.01.-18.01.2015
CMT	Stuttgart	17.01.-25.01.2015
Grüne Woche	Berlin	16.01.-25.01.2015
Reisen Hamburg	Hamburg	04.02.-08.02.2015
f.re.e	München	18.02.-23.02.2015
ITB	Berlin	04.03.-08.03.2015
Buspromotion	Rheinland	21.04.-25.04.2015
Globetrotter	München	25.07.2015
Buspromotion	Franken	23.09.-26.09.2015
Truna	Traunstein	07.10.-11.10.2015
Urlaubstruck Aschau	verschiedene	6 Termine





Chiemgau-Seminare

Sehr erfolgreich waren die Chiemgau-Seminare 2015. Mehr als 120 Kollegen aus den TIs, Hoteliers, Gastgeber und touristische Leistungsträger nahmen an den sieben verschiedenen Seminaren teil. Das Anliegen der Seminare ist es, die Qualität in der Region zu sichern und vor allem weiterzuentwickeln. So konnten sich die Teilnehmer zu verschiedenen Themen wie Preisgestaltung als Marketinginstrument, Schreiben und Fotografieren für Web und Social Media, SEO- und Content Marketing oder Werben im Web 2.0 praxisnah über die aktuellen Trends informieren. Die erfolgreiche Reihe der Chiemgau-Seminare wird auch 2016 fortgeführt.

Service Q Stufe II

Chiemgau Tourismus wurde erfolgreich mit dem Qualitätssiegel Service Q Stufe II ausgezeichnet. Damit setzt er weiter auf den kontinuierlichen Ausbau der Servicequalität. Besonders an der Stufe II ist dabei die externe Bewertung. Der Chiemgau Tourismus wurde in verschiedenen Bereichen mittels Kundenbefragung und Mystery Check geprüft. Das erfolgreiche Ergebnis ist Anlass, diesen Weg weiterzuverfolgen und stetig weiterzuentwickeln.

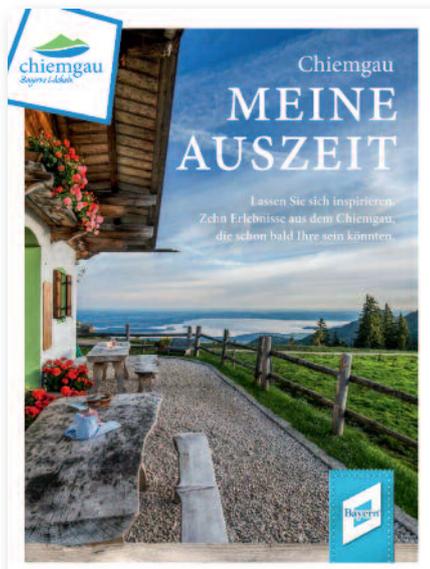
Austausch und Informationsveranstaltung für Qualitätsgastgeber

Am 2. Juli trafen sich auf Einladung des CT über 50 interessierte Gastgeber und Touristinformationen im Brau-Saal des Brauerei-Ausschanks Schnitzlbaumer Traunstein. Der Chiemgau Tourismus berichtete über Leistungen für Qualitätsgastgeber und informierte die Interessenten vielfältig über deren Möglichkeiten, Vorteile und Anforderungen als Qualitätsgastgeber. Ansprechpartner von „Bett + Bike“ sowie von „Wanderbares Deutschland“ und den „Langlauf-Qualitäts-Gastgebern“ standen den Interessierten während und nach der Veranstaltung für individuelle Gespräche zur Verfügung.



Druckerzeugnisse

Übersicht und Auflage



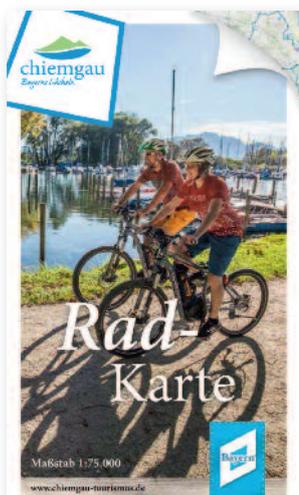
Chiemgau MEINE AUSZEIT
Auflage 30.000 Stück



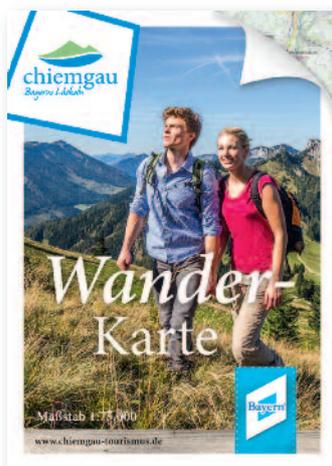
Übernachten & Erleben 2015
Auflage 25.000 Stück



Übernachten & Erleben 2016
Auflage 2.000 Stück



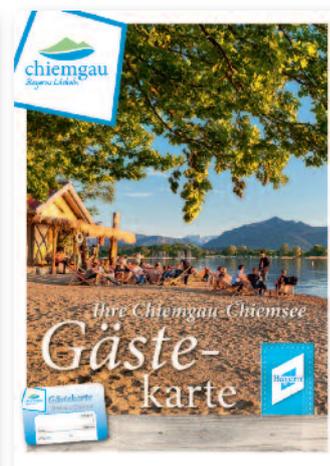
Radkarte 2015
Auflage 30.000 Stück



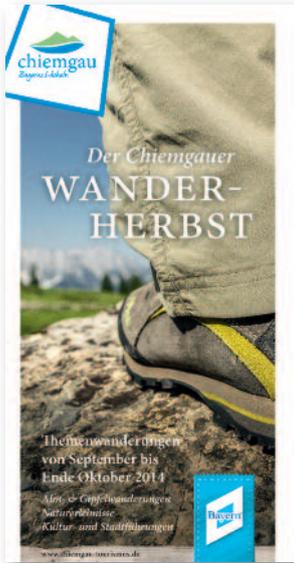
Wanderkarte 2015
Auflage 40.000 Stück



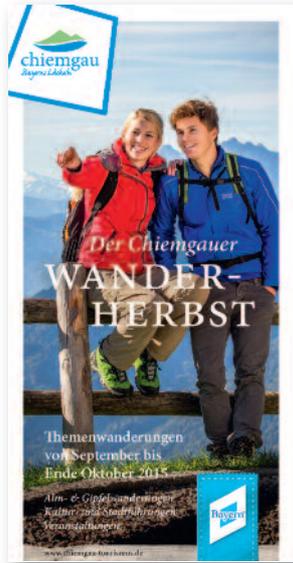
Winterkarte 2014
Auflage 10.000 Stück



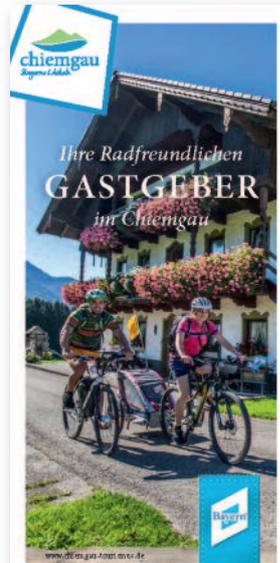
Gästekarte 2015
Auflage 30.000 Stück



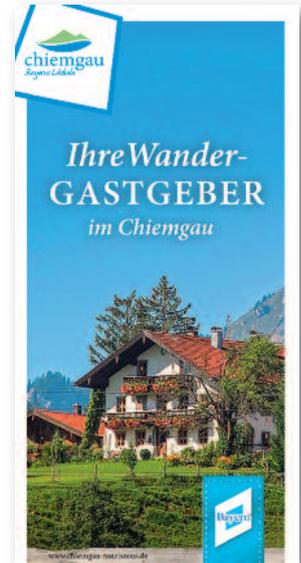
Der Chiemgauer Wanderherbst 2014
Auflage 15.000 Stück



Der Chiemgauer Wanderherbst 2015
Auflage 15.000 Stück



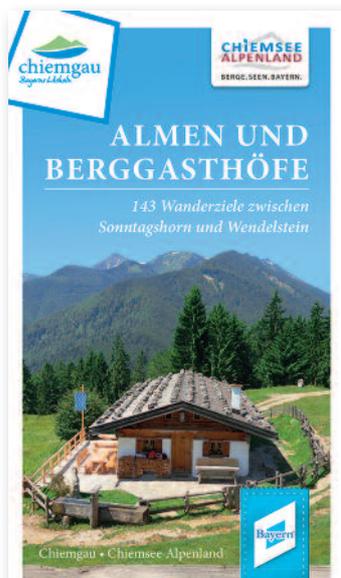
Ihre Radfreundlichen Gastgeber im Chiemgau 2015
Auflage 5.000 Stück



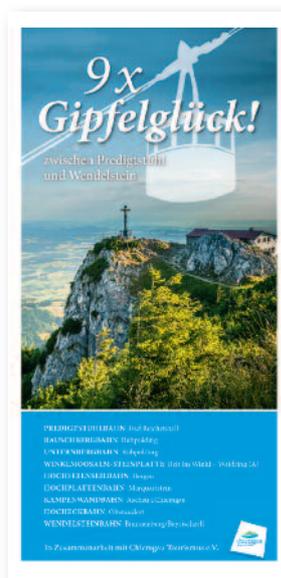
Ihre Wandergastgeber im Chiemgau 2015
Auflage 5.000 Stück



Ihr Chiemgau Urlaub kompakt 2014
Auflage 50.000 Stück



Almen und Berggasthöfe 2014
Auflage 12.000 Stück



9 x Gipfelglück 2015
Auflage 10.000 Stück



EuRegio Ausflugsziele 2015
Auflage 100.000 Stück für vier Destinationen



Stephan Semmelmayr
Geschäftsführer
Telefon: +49 (0)861 909590-0
semmelmayr@chiemgau-tourismus.de

Chiemgau Tourismus e. V. Geschäftsstelle:

Haslacher Straße 30
83278 Traunstein
Telefon: +49 (0)861 909590-0
Telefax: +49 (0)861 909590-20
info@chiemgau-tourismus.de
www.chiemgau-tourismus.de



Jens Hornung
stv. Geschäftsführer/Marketingleiter
Telefon: +49 (0)861 909590-11
hornung@chiemgau-tourismus.de



Anja Eder
Referentin Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49 (0)861 909590-15
eder@chiemgau-tourismus.de



Josef Späth
Produktentwicklung & Events
Telefon: +49 (0)861 909590-13
spaeth@chiemgau-tourismus.de



Karin Lange (Teilzeit)
Assistenz Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49 (0)861 909590-21
lange@chiemgau-tourismus.de



Jessica Killinger
Online Marketing
Telefon: +49 (0)861 909590-14
killinger@chiemgau-tourismus.de



Birgit Faaß (Teilzeit)
Finanzen und Controlling
Telefon: +49 (0)861 909590-21
faass@chiemgau-tourismus.de



Andrea Lemak
Referentin Marketing
Telefon: +49 (0)861 909590-12
lemak@chiemgau-tourismus.de



Veronika Hotovy
Assistenz Geschäftsführung/Leitung
Gästeservice
Telefon: +49 (0)861 909590-0
hotovy@chiemgau-tourismus.de



Nina Glasow (Teilzeit)
Themenmanagement Rad
Telefon: +49 (0)861 909590-22
glasow@chiemgau-tourismus.de



Johanna Meitinger (Teilzeit)
Gästeservice
Telefon: +49 (0)861 909590-16
meitinger@chiemgau-tourismus.de



Tatjana Hahn
Assistentin Marketing
Telefon: +49 (0)861 909590-23
hahn@chiemgau-tourismus.de



Andrea Hiebl (Teilzeit)
Gästeservice
Telefon: +49 (0)861 909590-0
hiebl@chiemgau-tourismus.de

Impressum

Herausgeber: Chiemgau Tourismus e. V.

Haslacher Straße 30, 83278 Traunstein

Redaktion: Anja Eder

Gestaltung: Tagwerk – Mediendesign, Daniela Niederbuchner

www.tagwerk-mediendesign.de

Fotos: Archive des Chiemgau Tourismus e. V. und seiner Mitglieder

Bilder Seite 9, 18, 19 (links oben), 20, 21 (zweites von unten) mit freundlicher Genehmigung der Bayerischen Schlösser- und Seenverwaltung, © Bayerische Schlösserverwaltung

www.schloesser.bayern.de .

Druck: Chiemgau Druck, Traunstein

Alle Angaben nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr.



