DER TEGERNSEE

JAHRESBERICHT 2015

Tegernseer Tal Tourismus GmbH

DER TEGERNSEE

JAHRESBERICHT 2015

6 | GRUßWORT

8 | ORGANISATIONSSTRUKTUR

10 | MARKETING

14 | PRODUKTENTWICKLUNG

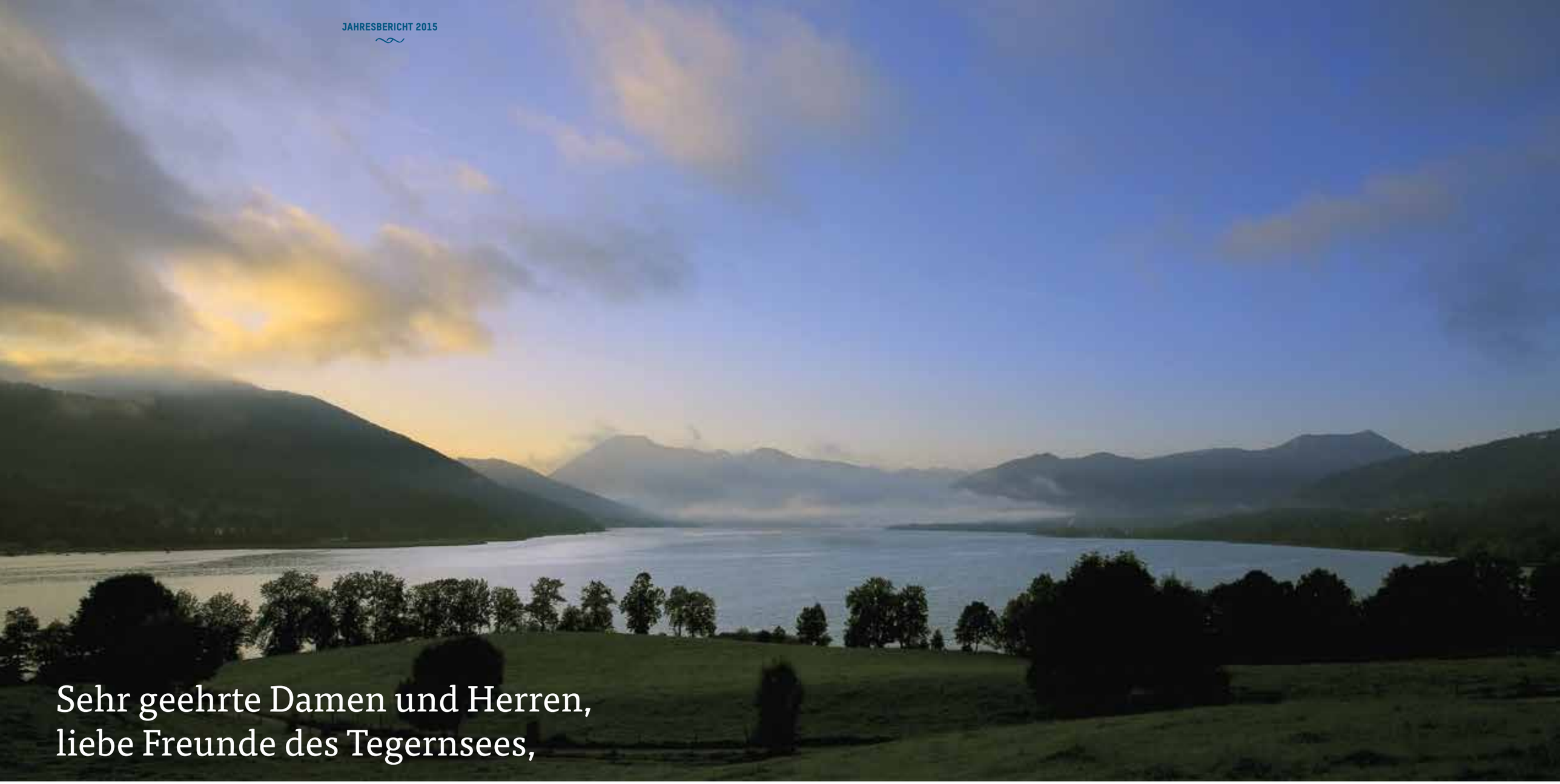
22 | VERANSTALTUNGEN

28 | GÄSTE UND ANBIETERWESEN

34 | DER TOURISMUS IM LANDKREIS IN ZAHLEN

38 | GESCHÄFTSZAHLEN

HERAUSGEBER Tegernseer Tal Tourismus GmbH • Hauptstr. 2 • 83684 Tegernsee • Tel. +49 8022 92738-0
Fax. +49 8022 92738-22 • info@tegernsee.com • www.tegernsee.com



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Freunde des Tegernsees,

im Jahr 2015 beruhigte sich die durch den ATS-Masterplan angestoßene Strukturdebatte im Landkreis-Tourismus endlich, so dass sich die Tegernseer Tal Tourismus GmbH wieder mehr ihren Hauptaufgaben widmen konnte. Die Schnittstellen zur ATS wurden genauer definiert und zum Teil wieder getrennt. Dadurch wurde ein effektiveres Arbeiten möglich. Im Budget machte sich positiv bemerkbar, dass die Synergien im Bereich Zentrale Services erhalten blieben. Um neue EU-Vorgaben im Vergaberecht zu erfüllen, sind seit 01.04.2015 nur noch die fünf Talgemeinden die Gesellschafter der Tegernseer Tal Tourismus GmbH. Dies ist sehr ärgerlich, da die bewährte Zusammenarbeit aufgrund überregionaler Gesetzgebung nicht mehr möglich ist. Deshalb wurde der neue Tourismusbeirat mit Vertretern der ehemaligen privaten Gesellschafter und weiterer touristisch relevanter Bereiche gegründet. Nach dem Weggang des langjährigen Geschäftsführers Georg Overs ist es wichtig, die strategische Ausrichtung der Tegernseer Tal Tourismus GmbH schnellstmöglich zu aktualisieren, um internen und externen Herausforderungen leichter zu begegnen sowie die Innovationskraft zu erhalten. Im fünften Jahr nach der Vollintegration wurden weitere Synergien geschaffen, insbesondere im flexiblen Austausch des Personals in den Tourist-Informationen z.B. im Vertretungsfall, der zentralisierten Kurbeitragsabrechnung und der qualitativen Verbesserung des Services. Die Herausforderungen für das Tegernseer Tal bleiben vielfältig, insbesondere die Digitalisierung des Tourismus und die gleichwertig bedeutende Pflege der bestehenden kleinen und großen Betriebe. Die Auslösung von Investitionen in neue Beherbergungsbetriebe werden uns auch nach 2015 weiter beschäftigen, damit die Region für die Zukunft weiter gut aufgestellt ist. Eine der Wurzeln hierfür ist die gemeindeübergreifende Zusammenarbeit im Tourismus, wozu die Tegernseer Tal Tourismus GmbH einen guten Beitrag leistet.

Digitalisierung und Pflege kleiner Betriebe werden Herausforderungen bleiben

Herzlichst
Ihr

Christian Kausch
Geschäftsführer, Tegernseer Tal Tourismus GmbH

Die Gesellschafter der Tegernseer Tal Tourismus GmbH:

Gemeinde Bad Wiessee
1. Bürgermeister
Peter Höß

29%

Gemeinde Rottach-Egern
1. Bürgermeister
Christian Köck

28%

Stadt Tegernsee
1. Bürgermeister
Johannes Hagn

20%

Gemeinde Kreuth
1. Bürgermeister
Josef Bierschneider

12,3%

Gemeinde Gmund
1. Bürgermeister
Georg v. Preysing

10,7%

Bis 31.3.2015 waren folgende private Gesellschafter beteiligt:

Offensive Tegernseer Tal e. V., Verkehrsverein Rottach-Egern, Kur- und Verkehrsverein Bad Wiessee, Bund der Selbständigen – Deutscher Gewerbeverband, Kreissparkasse Miesbach-Tegernsee, Brauneck- und Wallbergbahnen GmbH

Geschäftsführung

Georg Overs
1. Januar bis 31. Oktober 2015

Christian Kausch
c.kausch@tegernsee.com
1. November bis 31. Dezember 2015

Tourismusbeirat – neu gegründet in 2015

Der Tourismusbeirat berät die Gesellschaft insbesondere in Fragen der Tourismusentwicklung der Region sowie des Tourismusmanagements. Die Mitglieder werden von der Gesellschafterversammlung persönlich berufen. Die Amtsdauer beträgt drei Jahre. Eine Stellvertretung ist mit Einverständnis der Gesellschafterversammlung möglich. Ersatzmitglieder treten in die Amtsdauer ihres Vorgängers oder ihrer Vorgängerin ein. Der Beirat fasst seine Beschlüsse mit einfacher Mehrheit. Der Tourismusbeirat hat Antragsrecht und der Vorsitzende einen Sitz in der Gesellschafterversammlung. Weiteres regelt die Geschäftsordnung.

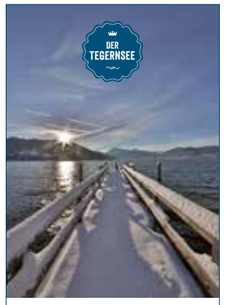
Die Mitglieder des Tourismusbeirats

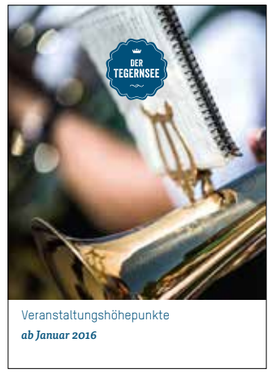
- Bernhard Kaiser, 1. Vorsitzender (Kur- und Verkehrsverein Bad Wiessee)
- Peter Lorenz, stellv. Vorsitzender (Brauneck- und Wallbergbahnen GmbH)
- Brigitte Jennerwein (Bund der Selbständigen)
- Christoph Graf v. Preysing (Fischerei Bistro Bad Wiessee)
- Judith Winkler (Gästehaus Winkler)
- Renate Zinser (Gesundheitszentrum Jod-Schwefelbad GmbH)
- Korbinian Kohler (Hotel Bachmair Weissach GmbH & Co. KG)
- Niels van Meerwijk (Hotel Der Westerhof)
- Christian Gores (Medical Park Bad Wiessee GmbH & Co. KG)
- Elisabeth Bichler (Naturkäserei Tegernseer Land e.G.)
- Heino Seeger (Tegernsee-Bahn Betriebsgesellschaft mbH)
- Katharina Riecke (Urlaub auf dem Bauernhof)
- Anastasia Stadler (Verkehrsverein Rottach-Egern e.V.)

Marketing - Printprodukte

Was findet wo im Tal statt? Darüber informieren unsere vielfältigen Printprodukte, die zugleich Inspiration sein sollen. Wie wichtig sowohl die jährliche Ausgabe des Gastgeberverzeichnisses als auch der monatlich veröffentlichte Veranstaltungskalender sind, auch im Zeitalter der Digitalisierung, zeigt die hohe Nachfrage unserer Gäste.

EIN AUSZUG UNSERER PRINTPRODUKTE





Online Marketing

Das Online Marketing der Tegernseer Tal Tourismus GmbH dreht sich rund um die Vermarktung und Präsenz der Region in der digitalen Welt. Neben unserer Portalseite tegernsee.com und den touristischen Internetauftritten der Talgemeinden ist das Online Marketing für die Kommunikation in den sozialen Netzwerken und Betreuung der Webschnittstellen verantwortlich. Hinzu kommt die Koordination der Onlinewerbemaßnahmen.

Social Media
Bei den sozialen Netzwerken wurde insbesondere die Kommunikation über Facebook fokussiert. So konnten im Jahr 2015 eine Reichweite von 6.163.755 erziehlt werden, die Interaktionen mit Inhalten stiegen auf 101.470 und die Zahl der Fans wurde auf knapp 20.000 gesteigert. Der Schwerpunkt der Facebook-Nutzung lag darauf, Fans über aktuelle Veranstaltungen zu informieren, sie auf den Tegernsee aufmerksam zu machen und Fragen rund um das Urlaubserlaubnis am Tegernsee zu beantworten.

Zu diesem Zweck wurde in der zweiten Jahreshälfte begonnen, mit Instagram ein zusätzliches soziales Netzwerk zu nutzen. Hier konnten bis zum Jahresende bereits knapp 1000 Follower gewonnen werden.

Newsletterversand
Der Newsletter konnte im Jahr 2015 auf über 13.000 Adressen vergrößert werden. Die TTT versendet mit diesem Werkzeug monatlich Informationen über Veranstaltungen, Angebote und Neuigkeiten.

Werbemöglichkeiten
Die Startseiten von tegernsee.com, tegernsee.de, bad-wieseee.de, rottach-egern.de, gmund.de und kreuth.de bieten Gastgebern und Einzelhändlern die Möglichkeit, Werbeanzeigen zu platzieren und so stärker in den Fokus der Seitenbesucher zu rücken.

Landingpage Advent
Im Rahmen der Kampagne „Adventszauber am Tegernsee“ wurde im Haus eine Landingpage erstellt, welche 51.216 mal aufgerufen worden ist und mit 40.020 Einstiegen 22% mehr Zugriffe über Suchfragen erzielen konnte als die Vorjahresversion. Hervorzuheben ist die hohe Nutzungsdauer von mehreren Minuten und die geringe Absprungrate von 22%.

Landingpage Winter
Die Landingpage „Winterurlaub am Tegernsee“ konnte 10.555 Seitenaufrufe und 7.620 Einstiege verbuchen. Sie begleitete die Broschüre „Wintermomente“ und wurde mit einem Gewinnspiel auf Facebook unterstützt, das 13.532 Klicks erreichte und 3.300 Mal ausgefüllt wurde. Hinzu kamen 1.329 Anmeldungen für Informationsmaterial und 1.309 Anmeldungen zum TTT-Newsletter.

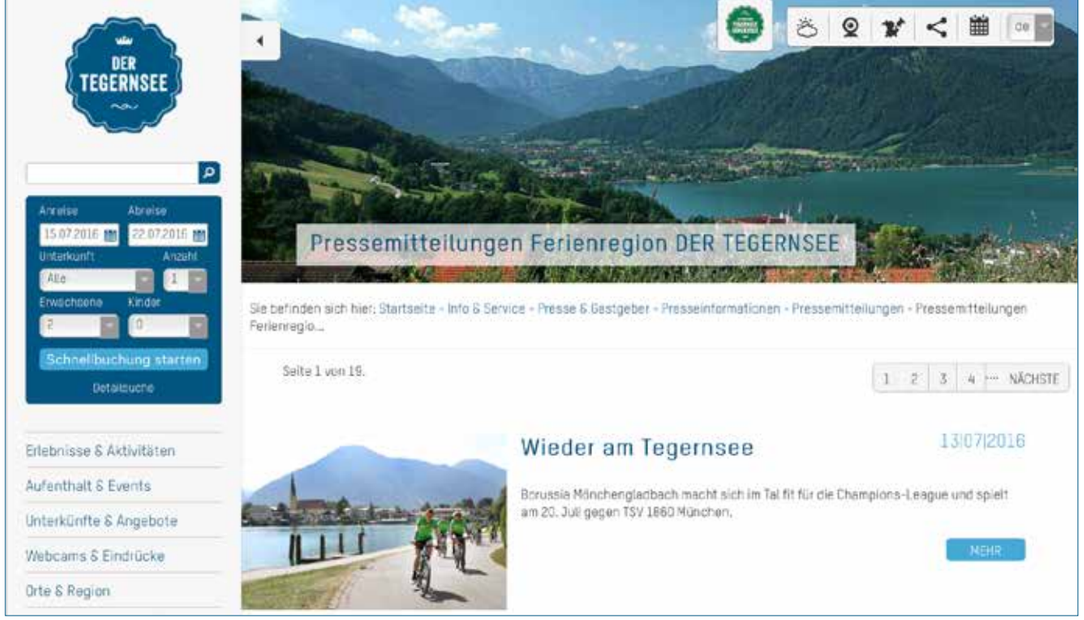
Neue Webseiten
Tagungserlebnis-tegernsee.de wurde im Jahr 2015 an das Design von tegernsee.com angepasst, Direkt über die Seite können nun Anfragen an die Hotel- und Gastronomiebetrieb sowie Veranstalter rund um das Tagungsangebot gestellt werden. Ebenso wurden geniesserland-tegernsee.de und gesundesland-tegernsee.com technisch wie optisch erneuert.

BEISPIELE UNSERER PROJEKTE 2015

Insbesondere die Landingpages entstanden in diesem Jahr vollständig im Haus

Ansprechpartner
Christoph Schempershofe
c.schempershofe@tegernsee.com

Thomas Müller
t.müller@tegernsee.com



PR und Medienarbeit

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH ist regional, national und international in den Bereichen Public Relations und Medienarbeit für die Region Tegernsee tätig und fungiert vor Ort als zentrale Koordinationsplattform für internationale Medienanfragen. Diese integrierte Dienstleistung beinhaltet unter anderem: Vermittlung von Unterkünften, Programmgestaltung, Koordination und Organisation von Interviews oder aber das Einholen von Bewilligungen für Film- und Dreharbeiten. Im Rahmen der nationalen Öffentlichkeitsarbeit ist die Tegernseer Tal Tourismus GmbH bestrebt, stets aktiv und transparent zu kommunizieren und damit medial in Erscheinung zu treten. Ziel ist es, das Tourismusbewusstsein in Wirtschaft, Politik sowie bei der breiten Öffentlichkeit nachhaltig zu fördern und die Interessen der Tourismuswirtschaft entsprechend zu vertreten.

Überregional und regional gingen rund 50 Pressemitteilungen an TV, Print, Hörfunk und Onlinemedien, im Schnitt eine Pressemitteilung pro Woche. Wir hatten 2015 zudem mehrere Hundert Bild-, Text- und Rechercheanfragen, auch international (New York, Italien, Schweiz, Slowakei), Buchrecherchen, eine Instagram-Pressereise im September 2015, ein großes Medien-Kochevent (Hubert Burda, Mai 2015 in München), eine Presse-Roadshow in Hamburg, Berlin, Wien (November 2015), mehrere Radio- und TV-Produktionen, diverse Pressekonferenzen und Pressegespräche und übers ganze Jahr verteilt jede Menge individuelle Recherchereisen – u.a. GEO SAISON, Sehnsucht Deutschland, BILD, BLICK (Schweiz), BUNTE, Bergwelten, Welt am Sonntag, SZ, ZDF, BR, Radio Brandenburg.

Winterkampagne – Medientournee in Hamburg, Berlin und Wien
Um mehr Berichte zu generieren und somit mehr Gäste in den kalten Monaten ins Tal zu locken, entwickelten wir 2015 eine Kampagne zum Thema „Wintertourismus am Tegernsee“. Wir organisierten eine Städtetour im November, bei der wir in Hamburg, Berlin und Wien ausgewählten Medienvertretern die Schönheiten unseres Tals präsentierten. Im Anschluss an die Medien-Gespräche entwickelten wir im Januar Einzelrecherchereisen, um den Tegernsee noch besser als Ganzjahresdestination zu positionieren.

Die Winterkampagne wurde in Hamburg, Berlin und Wien Journalisten präsentiert

Wintersportkongress „Dein Winter. Dein Sport“
Von 19. bis 20. November 2015 diskutierten hochkarätige Experten und Branchenvertreter aus Sport, Tourismus, Wirtschaft sowie rund 80 Medienvertreter bei uns im Tal über aktuelle Entwicklungen und Trends im Wintersport. Für zwei Tage stand in spannenden Vorträgen und Diskussionen der Winter in all seinen Facetten im Mittelpunkt. Im Seeforum Rottach-Egern konnten Kontakte geknüpft werden und jede Menge Tegernsee-Beiträge entstehen.

Medienberichterstattung aus dem Jahr 2015

Süddeutsche Zeitung

1. Offene Deutsche Luftschiff-Meisterschaft
Riesiges Medienaufgebot an unserem PR-Event am 30.1.15. Es kamen 25 Medienvertreter ins Tal – darunter ZDF, BR, RTL/ntv, Sat 1, SZ, dpa, BILD München und Fachmedien. Wir hatten hierzu über 90 Berichterstattungen im gesamten Bundesgebiet.

Unsere Top 5 TV-Berichte

- ZDF Mittagsmagazin 2.1.2015 – 1, 73 Mio. Zuschauer/Sendung. Thema: Luftschiffmeisterschaft
- ZDF heute Nacht 30.1.2015 – 0,73 Mio. Zuschauer/Sendung. Thema: Luftschiffmeisterschaft
- ZDF Länderspiegel 16. Mai 2015 – –1, 23 Mio. Zuschauer/Sendung. Thema: Vatertag am Tegernsee
- BR Abendschau 30.1.2015 – 0,37 Mio. Zuschauer/Sendung. Thema: Luftschiffmeisterschaft
- BR Rundschau 30.1.2015 - – 0,37 Mio. Zuschauer/Sendung. Thema: Luftschiffmeisterschaft

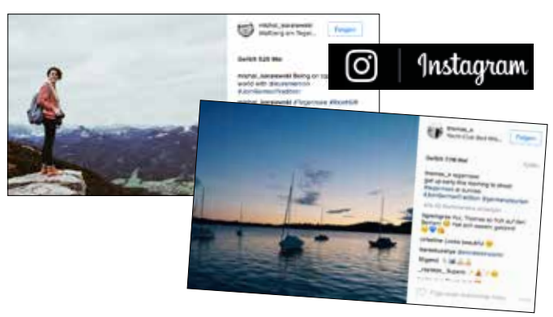
GEO SAISON

Hier geblieben!
Sommer am Tegernsee im GEO SAISON Reisemagazin, Ausgabe August 2015

Brigitte

Am Beispiel Brigitte Spezial – Reisen mit Kindern: „Wandern oder Watt“ 16-seitige Reisereportage über Föhr und den Tegernsee; Ausgabe Februar 2015, gedruckte Auflage 100.000

Instagram-Reise 2015 Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) organisierte für ihre Themenkampagne „Tradition und Brauchtum“ 2015 mehrere Instagram-Touren, eine speziell zum Oktoberfest. Vom 18.09. bis 22.09.2015 kamen zehn Foto-Reporter aus USA, Asien, Russland, Polen, Italien und Niederlande nach Bayern. Neben München haben sie auch zwei Tage den Tegernsee bereist (18./19.09.15) und über das Tal berichtet.



Ansprechpartnerin
Claudia Mach
c.mach@tegernsee.com

Produktentwickung – Kulinarik Das Genießerland

Unter der Marke „Genießerland DER TEGERNSEE“ schließen sich jedes Jahr ausgewählte Gastronomiebetriebe, die auf Regionalität und beste Qualität setzen mit der TTT zu einer Kooperation zusammen. Zielsetzung der Marke ist es, die Genussregion, v.a. unter dem Aspekt höchster Ansprüche bekannter zu machen. Zu den Maßnahmen gehören die Anzeigenschaltungen in einschlägigen Printmedien, ebenso die Pressearbeit und online Marketing, z.B. über Facebook und die eigene Genießerland-Website.

Ein Highlight im Jahr war die Social Media Kampagne „Der Tegernsee sucht das Hobbykoch-Duo 2015“. Zwei Gewinner-Paare kochten am Ende um den Sieg. Eine besondere Presseveranstaltung fand am 21. Mai statt, das „BURDA-Kochevent: Der Tegernsee tischt auf“. Im Kochstudio in München bereiteten, in Anwesenheit von Prof. Hubert Burda, Küchenchef Michael Fell von den Egerner Höfen und Wirt Georg Ertl vom Almgasthof Aibl als Vertreter aller Genießerland-Partner ein Flying Buffet aus regionalen Produkten vor. Im lockeren Rahmen wurde die Region präsentiert. Ein kleiner „Hofladen“ mit Probierständen regionaler Partner rundete die Veranstaltung ab. 11 Betriebe im Tegernseer Tal hatten sich der Genießerland-Initiative angeschlossen und luden auf eine Genuss-Reise ein:

Das Genießerland lädt zu einer Genuss-Reise rund um den See

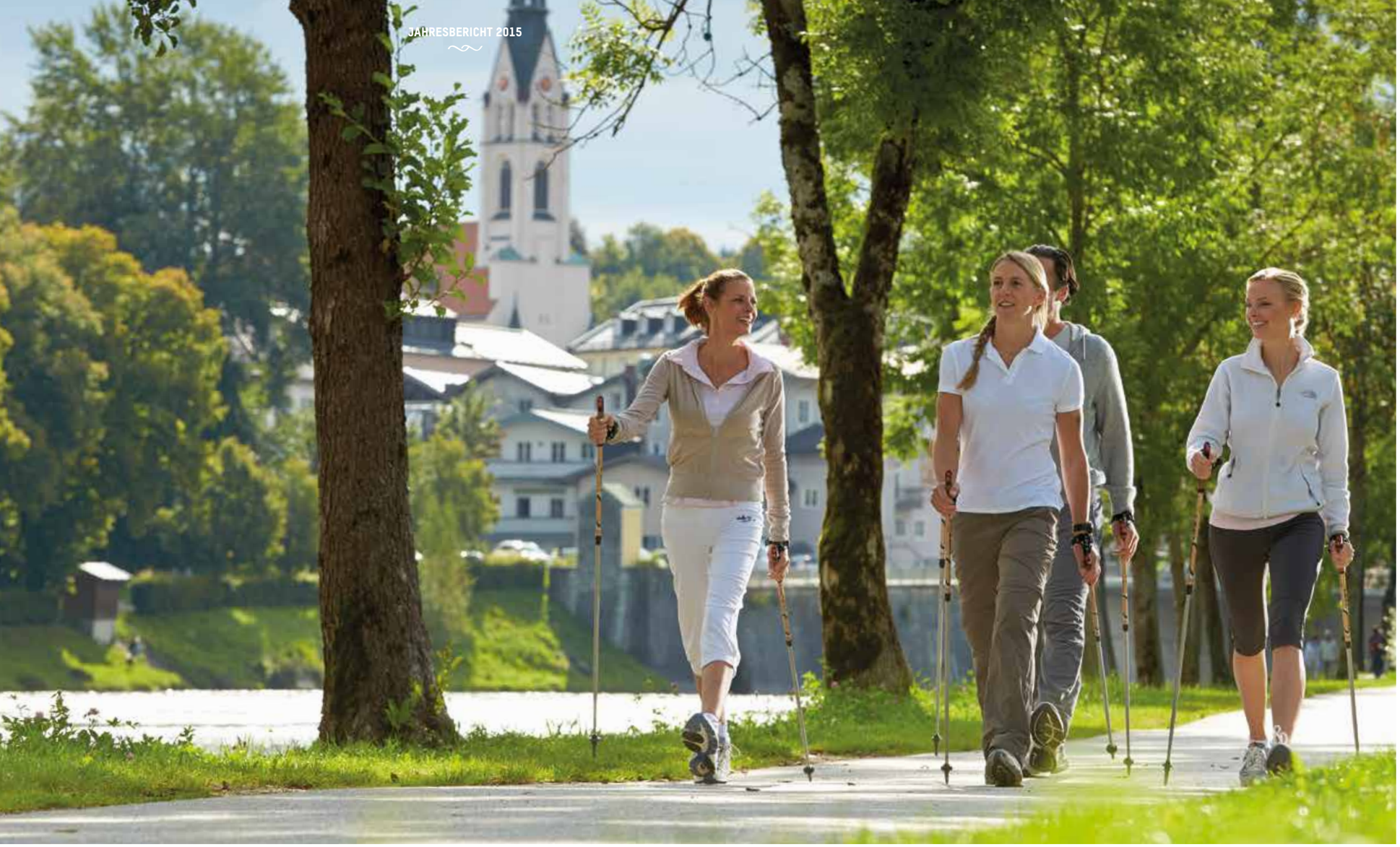
Das Althoff-Seehotel Überfahrt, DAS TEGERNSEE, der Margarethenhof-Golf & Hotel am Tegernsee, das Hotel Bachmair Weissach, das Relais & Chateaux Park-Hotel Egerner Höfe, und die Schwingshackl Esskultur in der Villa am See, das Restaurant Seepferdchen, der Almgasthof Café Aibl, das Freihaus Brenner, die Naturkäserei Tegernseer Land e.G. und Denkinger Wine and More.

BEISPIELHAFTE MEDIENBERICHTERSTATTUNGEN IM BEREICH FOOD

EATSMARTER, 06/15, Auflage 161.915, 8 seitige Reportage inklusive 1/1 Anzeige

Falstaff, 07/15, Auflage 58.000, 4-seitige Promotion mit einseitiger Anzeige in weiterer Ausgabe

Ansprechpartnerin
Sandra Kern
s.kern@tegernsee.com



Produktentwicklung – Gesundheit

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH ist Beratungs- und Marketinginstanz für Gesundheitstourismus am Tegernsee. Sie bündelt und vermarktet die Angebote touristisch relevanter Gesundheitsanbieter der Region über die Produktlinie GESUNDES LAND.

Das Thema Gesundheit hat Tradition am Tegernsee. Schon vor gut 500 Jahren kamen erste Pilger, die um die Heilkraft des St. Quirinus-Öls wussten, zum Kloster Tegernsee. Im 19. Jahrhundert fand sich der Hochadel regelmäßig zu Badekuren in Kreuth ein. Anfang des 20. Jahrhunderts stieß man dann in Bad Wiessee auf die stärksten Jod-Schwefelquellen Deutschlands, welche seitdem zu Heilzwecken genutzt werden. Heute werden im Gesundheitszentrum Jod-Schwefelbad Wannen- und Sprühbäder, Augenbäder und Inhalationen bei Erkrankungen der Augen, der Haut, der Atemwege, des Bewegungsapparates und des Herz-Kreislaufsystems zur Linderung und Heilung eingesetzt.

DER TEGERNSEE
GESUNDES LAND

In der Region befinden sich viele renommierte Rehabilitations-Kliniken, wie drei Medical Park Kliniken, die Privatklinik im Jägerwinkel, die Klinik im Alpenpark oder die Orthopädische Klinik Tegernsee.

Vielfältige entspannende und wohltuende Angebote – von der klassischen Massage bis hin zu Schilfsauna und Ayurveda – stehen Ihnen in der gesamten Region zur Verfügung. Für all diejenigen, die sich und ihrem Körper einmal wieder etwas ganz Besonderes gönnen wollen, bietet DER TEGERNSEE gleich drei Schmankerl – die monte mare Seesauna und Europas erste Schönheitsfarm sowie sein modernstes Gesundheitsresort.

Es ist die Mischung aus einem wohltuenden Klima, gezielter Bewegung und einer Bilderbuchlandschaft, die das Heilklimawandern zu einem wahren Erlebnis macht und neue Lebensenergie weckt. Rund um den See finden sich zahlreiche Wanderwege und Nordic-Walking-Strecken, zusammengefasst im Heilklimapark Tegernsee. Ob Sie lieber geführt dort wandern oder allein auf Erkundungstour gehen, bleibt Ihnen selbst überlassen.

Genussvoll, gesund, bewegt: Mit Gesundheitsangeboten für Körper und Seele und kompetenter Beratung sorgt das Team der Tegernseer Tal Tourismus GmbH bereits vor dem Urlaub für eine entspannte und erholsame Atmosphäre.

Medienkooperation mit „natürlich, gesund und munter“

- Auflage: 155.110, davon 97.150 in Apotheken
- 5-seitige Redaktion zum Thema Gesundheit am Tegernsee mit weiteren Partnern und Angeboten im Oktober 2016
- Thema Rücken: Nordic Walking, Heilklima, Heimatführer, gesunde Gastgeber, Sport-Rehabilitation, Naturkäserei, Seesauna, Rückendiagnostik, SkiReha

Heilklimapark

- Ganzjahres-Konzeptidee: DSV nordic aktiv Region
- Pro Ort 3 zertifizierte Nordic-Walking-Strecken
- Modernes Kartenmaterial
- Neue, sinnvolle Ausschilderung
- Planung > Umsetzung in 2016

Trail for Health Nord – die Jungbrunnenstudie

- In-Wert-Setzung von Natur- und Kulturgütern
- Nachweis über die Wirkungsweise von Jod-Schwefelbädern und Nordic Walking/Wandern durch die Jungbrunnen-BERG-Studie
- darauf aufbauende evidenz- und indikationsorientierte Produktentwicklung
- Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit der Region
- Vorbereitung für 2016

Wichtige Bestandteile in diesem Prozess:

- Marketing- und Vertriebsstrategie für den „Gesundheitstouristen 50 plus“
- Schaffung eines „Kompetenzzentrums“ für Einheimische und Gäste
- Praktische Qualifizierung von Leistungsträgern

Ansprechpartnerin
Susanne Kundmüller
ab 2016 Stefanie Pfeiler

Radltraum der Voralpen

Die Region bietet Radlern vom knackigen Anstieg bis zum traumhaften Ausblick über den Tegernsee ein abwechslungsreiches Programm rund um das Thema Radfahren. Egal ob Mountainbike oder eBike, der Genuss kommt auf unseren Radtouren nie zu kurz.

Produktentwicklung Aktiv-Themen

Die Produktentwicklung rund um unsere Aktiv-Themen macht den Tegernsee für Besucher erlebbar. Rund um das Wander- und Radwegenetz koordiniert die Tegernseer Tal Tourismus GmbH so touristische Dienstleistungen und Produkte, welche spezifisch auf die jeweiligen Zielgruppen des Freizeitstoiurismus angepasst worden sind.

Nordic Aktiv
Begleitung, Betreuung und Organisation des Themas „Langlaufregion Tegernsee“, mit regelmäßigen Aktualisierungen des Nordic Aktiv-Produktes

- Vor- und Nachbesprechungen mit Loipenspurern sowie regelmäßige Besprechungen mit der Nordic Aktiv-Arbeitsgruppe
- Produktentwicklung im Bereich Qualität des Angebotes (Aufstellen und Betreuen von Himmelsliegen)
- Aktualisierung der Homologierungen sowie Beschilderungen der Loipen (Verbindungsloipe Hirschberglift zur Sonnenloipe Scharling Oberhof, Verbindungsloipe Lanserhof zur Runde Hainzenhöhe)
- Betreuung und Aktualisierung der Online Portale DSV und Interaktive Regionskarte

Skitty World Nordic Parcours am Sonnenbichl
Hinter „Skitty World Nordic“ verbirgt sich ein hochqualitatives, variantenreiches und spielerisches Techniktraining in einem extra dafür hergerichteten Gelände. Dieses befindet sich in Bad Wiessee am Fuße des Sonnenbichl. Ziel ist es, auf den 11 Stationen umfassenden Parcours vor allem technische und koordinative Elemente der Bewegungsformen zu schulen. Anfänger, Fortgeschrittene und Profis können Bewegungserfahrungen sammeln und sich an den Stationen ausprobieren.
Geöffnet ist der Parcours bei entsprechender Schneelage in der Wintersaison 2015/2016 täglich, die Nutzung ist kostenlos.

Ansprechpartnerin
Christine Miller
c.miller@tegernsee.com

Produktentwicklung Kinder & Familien

Im Rahmen des Destinationsmarketings koordiniert und bündelt die Tegernseer Tal Tourismus GmbH in Zusammenarbeit mit allen geeigneten Leistungsträgern marktgerechte touristische Dienstleistungen und Produkte, welche spezifisch auf die jeweiligen Zielgruppen des Freizeit-, und Gesundheitstourismus ausgerichtet sind. Im Bereich der Produkt- und Angebotsentwicklung lagen die Schwerpunkte 2015 in den Bereichen Kinder & Familien, Nordic Aktiv (Langlauf) & Mountainbike, Gesundheit und Kulinarik.

Eigens für unser Familienprodukt wurde das Maskottchen „Kraxl Maxl“ entwickelt und steht seither stellvertretend für alle weiteren Familienprodukte. Seit Sommer 2015 begeistert der „Kraxl Maxl“ in Lebensgröße auch als Walking-Act auf Veranstaltungen wie z.B. den Seefesten die Kinder sowie Eltern und ist ein beliebtes Fotomotiv.

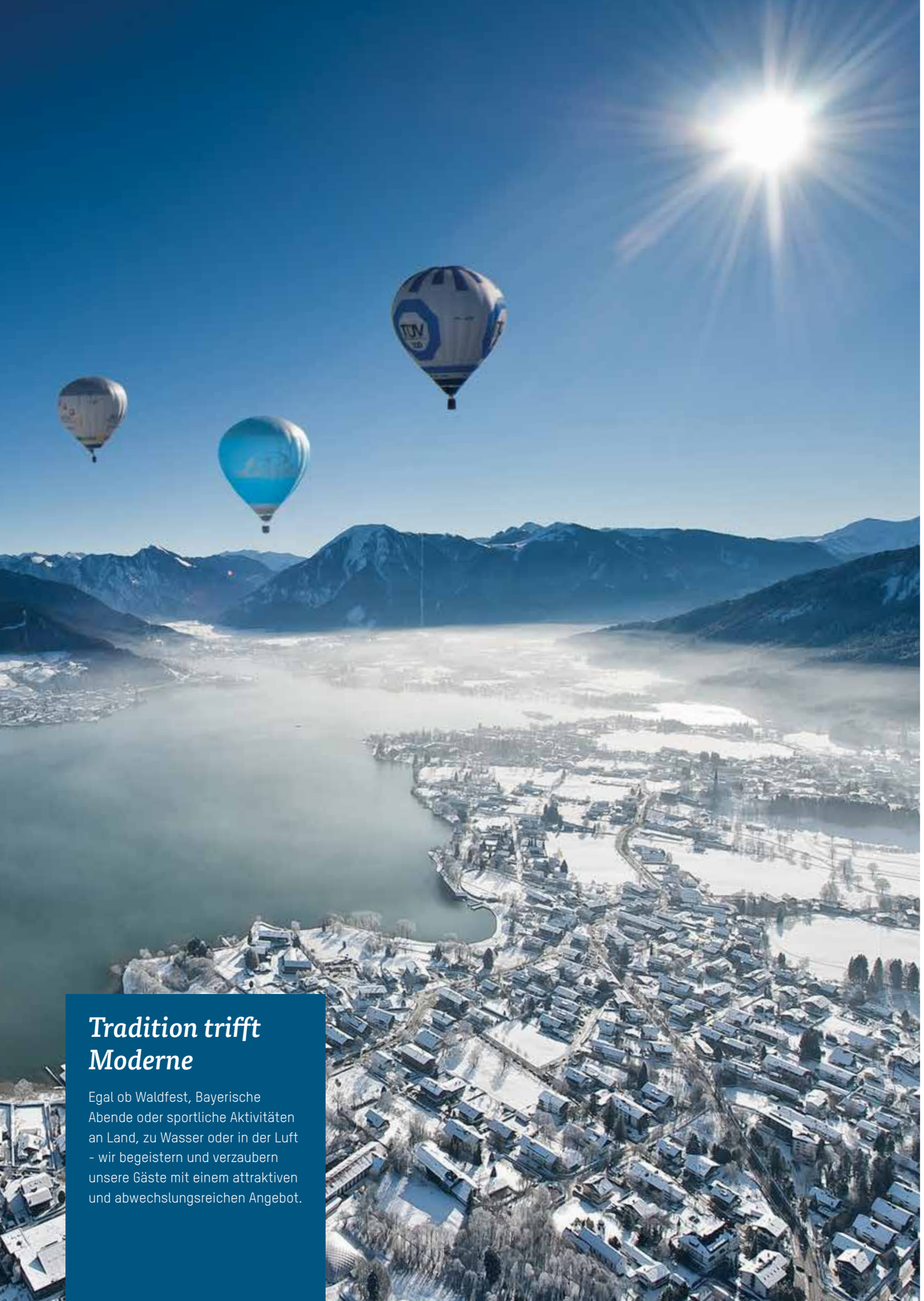
Kinderferienprogramm
Wiederkehrende Organisation und Planung des TTT eigenen Erlebnis-, und Betreuungsangebotes für Kinder im Alter von 4 - 12 Jahren. 2015 mit teilweise neuen Inhalten wie Pferdekutschenfahrten oder Minigolf. Rücklauf 2015 mehr als 450 Kinder.

Tegernseer Spürnasen
Wiederkehrende Umsetzung und Betreuung des Kinderwanderprojektes Tegernseer Spürnasen. Teilnehmende Kinder erhalten je nach Rückmeldungen Preise bzw. Freileistungen in Form von Gutscheinen. Aktualisierung Flyer, Beschilderung, Online usw. und Zusammenarbeit mit Berg- und Wanderhütten sowie weiteren Freizeiteinrichtungen für Kinder im Landkreis.

Tegernseer „Radldetektive“
Initiierung, Betreuung und Begleitung des Projektes. Die „Radrallye“ für Kinder um den See. An Stationen müssen Fragen beantwortet werden, bei mehreren richtigen Antworten erhalten die Kinder einen Preis in den örtlichen Tourist-Informationen.

Ansprechpartnerin
Nicola Erhardt
n.erhardt@tegernsee.com

Ansprechpartnerin
Christine Miller
c.miller@tegernsee.com



Tradition trifft Moderne

Egal ob Waldfest, Bayerische Abende oder sportliche Aktivitäten an Land, zu Wasser oder in der Luft - wir begeistern und verzaubern unsere Gäste mit einem attraktiven und abwechslungsreichen Angebot.

Veranstaltungen

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH organisiert im Auftrag der Gemeinden des Tegernseer Tals Veranstaltungen und unterstützt externe Veranstalter durch Marketing- und Sponsoringpakete, wenn diese zur Strategie der TTT bzw. des Tegernseer Tals passen und eine ausreichende Strahlkraft für den Tourismus der Region erreicht wird. Sie fördert die Koordination und Vernetzung von Veranstaltern und geeigneten Leistungspartnern mit dem Ziel der Profilierung des Tegernseer Tals als herausragende Veranstaltungsdestination und Erhöhung der Erlebnisqualität. Als allgemeiner Service wird die Bearbeitung und Durchführung des einheitlichen Ticketsystems und der dazugehörigen Servicestellen angeboten.

Folgend nur ein Auszug aus den vielfältigen Aufgaben:

Tegernseer Tal Montgolfiade
Koordination, Organisation und verantwortliche Umsetzung der Montgolfiade 2015, Organisation Workshop und Hüttenabend mit den Teams
- Veranstaltung erstmalig über zwei Wochenenden
- ca. 24 Teams
- Kunsthandwerkermarkt an beiden Wochenenden
- Live-Bands an allen Tagen
- Ballonglühen an beiden Wochenenden

Seefeste
Koordination, Organisation und verantwortliche Umsetzung aller Seefeste am Tegernsee. Abstimmung und Koordination Werbemittel, Organisation in Absprachen mit den betroffenen Gemeinden bzw. Stadt

Bayer. Offene Internationale Schachmeisterschaft
Koordination, Personalplanung und verantwortliche Umsetzung für die Gemeinde Bad Wiessee.
Ausschreibung weltweit, Kalkulation und Endabrechnung, Erstellung Bulletin
Absprache und Koordination mit beteiligten Partnern
1997: 253 Teilnehmer, 169 Übernachtungsgäste
2007: 417 Teilnehmer, 278 Übernachtungsgäste
2015: 453 Teilnehmer, 304 Übernachtungsgäste
Wertschöpfung ca. 363.000 Euro

INTERSPORT Langlaufskitest
- Koordination, Personaleinsatzplanung und verantwortliche Umsetzung

Willkommensfahrten
- Koordination, Personaleinsatzplanung und verantwortliche Umsetzung
- Abstimmung und Verhandlungen mit der Bayerischen Seenschifffahrt
- Abstimmung mit Heimatführern und Musikgruppen

Bayerische Abende
- Koordination und Jahresplanung
- Terminjahresplanung mit den Heimat- und Volkstrachtenvereinen
- Einheitliche Preisregelung

München Ticket
- Koordination und verantwortliche Umsetzung
- Bearbeitung und Organisation des einheitlichen Ticketmoduls zur Vermarktung, Organisation und zum Verkauf von Eigen- und Fremdveranstaltungen
- Einführung neuer VVK-Stellen in der Winner's Lounge und musica! Laden

Verkehrsleitsystem – Veranstaltungshinweistafeln
- Abstimmung der jährlichen Veranstaltungshinweise
- Koordination und verantwortliche Umsetzung
- Aushang der jahreszeitlichen Begrüßungsschilder (z. B. Adventszauber am Tegernsee)

Seebühne Tegernsee
- Erstellung Konzept
- Ortsbesichtigung mit beteiligten Behörden (Landratsamt, Bayrische Schlösser- und Seenverwaltung, Gemeinden, Seenschifffahrt etc.)
- Erstellung eines Standortgutachtens
- Leader-Förderantrag erarbeitet und eingereicht
- Kosten- und Finanzierungskalkulation
- Betreiberkonzept (Lagerung, Verlegung, Auf- und Abbau) Vorgespräche mit Regierung von Oberbayern zwecks Genehmigung und Fördermitteln Ablehnung durch die Gemeindegremien im Herbst 2015

Audi FIS Ski Cross World Cup Tegernsee 2015
- Sponsoring seitens der TTT
- Über 300 Athleten und Betreuer
- Unterbringung bei den Gastgebern über die TTT

- TV-Live-Übertragung im ARD am kompletten Rennwochenende
- Informationsstand am Veranstaltungsgelände an allen Tagen
- Ticketing (Vorverkauf und Tageskasse) komplett über die TTT
- TTT mit ständigem Sitz im OK-Ausschuß
- Begleitende Marketingmaßnahmen durch die TTT

Erstellung eines einheitlichen Sicherheitskonzeptes für alle Seefeste am Tegernsee

- Grundlage Versammlungsstättenverordnung
- Abstimmung mit allen notwendigen Behörden und Rettungskräften
- Einheitliche Regelung Kommunikation, Absage, Verschiebung etc.
- Definierung Meeting-Points
- Rettungskräfte nach Maurer-Berechnungsschema
- Einheitlicher Einsatz Security
- Vereinheitlichung Pendelschiffe und Shuttle-Busse
- Beschallungsanlagen

10 Jahre Winner‘s Lounge im Spielcasino:

- Erstes Spielcasino Bayerns, welches ein Kulturprogramm eingeführt hat.
- Buchung von hochwertigen und bekannten Künstlern
- Seit Einführung (2006) über 120 Auftritte im Bereich Kabarett, Comedy, Musik u. v. m.
- Anbindung Spielcasino an Ticketsystem der Tegernseer Tal Tourismus GmbH (München Ticket)
- Auswahl Künstler und Abstimmung mit Spielbank und Lotterieverwaltung, Abrechnung, Ticketing

Ansprechpartner
Peter Rie
p.rie@tegernsee.com

Nicola Erhardt
n.erhardt@tegernsee.com

Beate Lang
b.lang@tegernsee.com

Sponsoring

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH unterstützt im Auftrag der Gemeinden des Tegernseer Tals externe Veranstalter u.a. durch Marketing- und Sponsoringpakete, wenn diese zur Strategie der TTT bzw. des Tegernseer Tals passen und eine ausreichende Strahlkraft für den Tourismus der Region erreicht wird.

Unterstützende Maßnahmen Veranstaltungen
In Form unterschiedlicher Maßnahmen und Kooperationen wurden Veranstaltungen mit überregionalem Charakter seitens der TTT unterstützt:

- Tegernseer Tal Montgolfiade (Januar)
- Langlauffestival Tegernseer Tal (Januar)
- Tegernseer Mountainbike Festival (Juni)
- Internationales Springer-Meeting (Juni)
- Int. Musikfest Kreuth (Juli)
- Tegernseer Tal Triathlon (Juli)
- Internationales Bergfilm-Festival (Oktober)

Formen der Unterstützung & Kooperation:

- PR-Teilnahme an der Pressekonferenz, bzw. Organisation und Durchführung eines Pressegespräches, Presseversand
- Printmedien- Bewerbung der Veranstaltung in Broschüren o. ä.
- Schaltung/Gestaltung von Imageanzeigen zur Veranstaltung, Flyer bei Gästeanfragen
- Online Bereich- Redaktionelle Darstellung auf Internet-Portal, Verlinkung, Bannerwerbung
- Werbemitte, Logointegration auf bestehenden Werbemitteln
- Finanzielle Partner- bzw. Sponsoring-Beiträge zur Unterstützung der Veranstaltung

Ansprechpartner
Peter Rie
p.rie@tegernsee.com

Veranstaltungen Adventszauber

Zwei Märkte auf eine Streich: Als besonderen Service des Tegernseer Adventszaubers gibt es das Schiff, das zwischen mehreren Orten hin- und herpendelt. So können mit einer Fahrt über den See die unterschiedlichen Stimmungen und Eindrücke verschiedener Adventsmärkte eingefangen werden.

- Planung, Koordination und Umsetzung eines talweiten Konzeptes zu allen Adventsveranstaltungen unter der Marke „Adventszauber am Tegernsee“
- Im vierten Jahr weiterhin steigend
- Attraktivität durch Pendelschiff - Charters TTT
- gemeinsame Vermarktung über TTT (vorher jede Gemeinde/Veranstalter selbst)
- Beteiligungsmöglichkeiten für Gastgeber
- hochwertige regionale Produkte
- einheitliche Öffnungszeiten

Bewerbung des Events

- Gruppenreisenveranstalter
- Anzeigen in allen großen Tageszeitungen rund um München
- Kooperation mit Merkur/tz
- Radiowerbung auf Radio Arabella

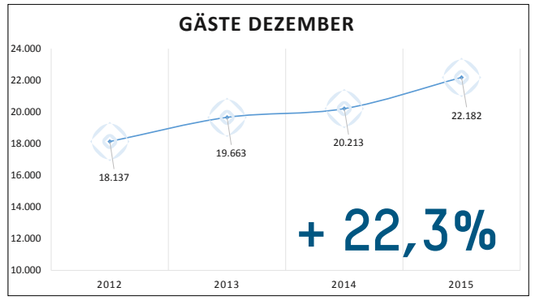
Online-Marketing:

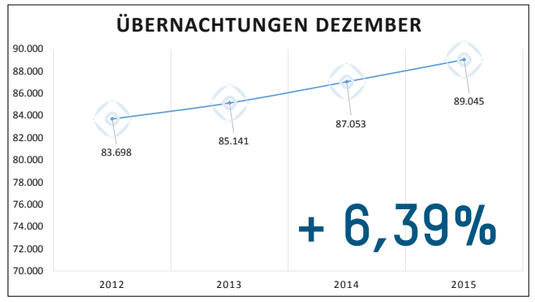
- Im Haus erstellte Landingpage
- 51.216 Seitenaufrufe
- 40.020 Einstiege
- 22% mehr Zugriffe über Websuchen als im Vorjahr
- Onlinekampagne: 180.000 Facebook Nutzer erreicht, 5.200 Interaktionen mit den Beiträgen
- 493.000 Einblendungen auf Drittseiten (Plista Werbenetzwerk)

Steigerung der Pendelfahrten/Pendeltage

- 2012: 3 Pendeltage, 2013: 5 Pendeltage
- 2014 und 2015 jeweils 7 Pendeltage
- Zielsetzung: 8 Pendeltage
- Seit 2015 großes Schiff, dadurch Kapazitätssteigerung und Anerkennung der Schifftickets beim RVO
- Marketing + PR-Paket, DINA5 Broschüre (16 Seiten)

STEIGERUNG DER GÄSTE UND ÜBERNACHTUNGS-ZAHLEN SEIT EINFÜHRUNG DES ADVENTSZAUBERS





Erfreut sich großer Beliebtheit: Immer mehr Gäste nutzen während der vier Adventswochenenden die Pendelschiffe auf dem Tegernsee

Noch mehr Zusatzinformationen in der 16-seitigen DIN A5 Broschüre mit Informationen zu allen Märkten und Veranstaltungen

Ansprechpartner
Peter Rie
p.rie@tegernsee.com

Gäste- und Anbieterwesen inkl. Tourist-Informationen

in den Orten Bad Wiessee, Rottach-Egern, Stadt Tegernsee, Kreuth und Gmund

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH betreibt einen zertifizierten Gästeservice mit Auskunfts- und Vermittlungsdienstleistungen in den fünf Talorten. In diesem Zusammen-hang werden bedürfnisgerechte Informationen in Print- und E-Medien vor Ort z.T. rund um die Uhr angeboten. Den aktiven Verkauf touristischer Produkte und Dienstleistungen an Direktkunden wird mit einem eigenen Online-Buchungssystem sowie einem zentralen Gäste- und Buchungsservice.
Gleichzeitig ist die Tegernseer Tal Tourismus GmbH das Kompetenzzentrum für Gästeführungen und Ausflüge in die Region, betreibt aktive Verkaufsförderung und unterstützt die Gastgeber der Region in Qualität, Preisermittlung und Vertrieb.

Die wichtigsten Neuerungen im Jahr 2015

- Aufgrund erforderlicher Anpassungen an das Bundesdatenschutzgesetz wurde 2015 im Rahmen des talweiten Konzeptes „Gästeehrungen im Tegernseer Tal“ der „Stammgastpass“ eingeführt.
- Die App „DER TEGERNSEE Preisfinder“, eine Initiative der Abteilung Gäste-und Anbieterwesen, mit Projektbegleitung durch Peter Heimkreiter, IT-Beauftragter der Gemeinde Rottach-Egern, wurde wesentlich weiterentwickelt - Fertigstellung Mitte 2016.
- Die Bereiche „Gruppenreisen und Tegernseer Heimatführer“ und „Tagungen, Kongresse, Incentives (MICE)“ wurden im Januar 2015 in die Abteilung Gäste - und Anbieterwesen integriert.
- Die Tourist-Informationen wurden im Rahmen einer landkreisweiten Aktion erfolgreich mit der i-Marke zertifiziert, dem bundesweiten Qualitätssiegel für Tourist-Informationen nach den Richtlinien des Deutschen Tourismusverbands e.V..
- Auch in 2015 wurden die regelmäßigen Gastgebertreffen in allen fünf Talgemeinden mit guter Beteiligung organisiert.
- Die TTT unterstützte das Projekt „Zu Gast in der Heimat“ unter Leitung der SMG/UVM, welches über Coupon-Future, Regensburg vertrieben und durch die Tegernseer Zeitung und Radio Alpenwelle unterstützt wurde.
- Die Tourist-Informationen organisieren und unterstützen maßgeblich Veranstaltungen wie z.B. Winterseefest Rottach-Egern, Musikfest Kreuth, Märkte und Schachmeisterschaft in Bad Wiessee. Außerdem zeichnen sich die Tourist-Information Rottach-Egern für den Betrieb und die Organisation des Seeforums Rottach-Egern und die Tourist-Information Tegernsee des Ludwig Thoma-Saals in Tegernsee verantwortlich.

Technik & Statistiken

- Die TTT hat einen Abo-Service „Monatliche Betriebsauslastung“ als kostenfreie Leistung für Gastgeber in allen kurbeitragerhebenden Gemeinden eingeführt.
- Als weiterer neuer Standard gelten die detaillierten Saisonabschlussberichte für alle Gemeinden inklusive aller Zahlen, Daten und Fakten rund um die Gäste im Tegernseer Tal.
- Die einheitliche Kurbeitragssoftware feratel Deskline 3.0 wurde weiter optimiert, insbesondere die Statistiken in den kurbeitragerhebenden Gemeinden inkl. Fischbachau und Bayrischzell. Damit wurden auch automatisierte Orts-, Tal- und Landkreisstatistiken erfolgreich umgesetzt (flankierende Begleitung durch Peter Heimkreiter, IT-Beauftragter Rottach-Egern) sowie die Zentralisierung der Abrechnung.

Buchungssystem

- In gemeinsamen Sitzungen mit der ATS, den Gesllschaftern und jeweiligen Tourismusbeiräten wurde die neue im-web Strategie 2015 ausgearbeitet, die 2016 zusammen mit der neuen Gastgebermaßnahme „Einfach Buchen“ gestartet wird. Die im-web-Paten arbeiten demnach systematisch unter Leitung der „im-web“ Expertin an der Erweiterung der Online-Buchbarkeit im Rahmen einer landkreisweiten Initiative, flankiert durch Gastgeberschulungen. Durch die konsequente Betreuung und Überwachung der Datenpflege, Ratenparität und insbesondere der Verfügbarkeiten werden messbare Steigerungen der Übernachtungszahlen erreicht.

Ansprechpartnerin
Petra Berger
p.berger@tegernsee.com

T-Card – Gästekarten – Elektronischer Meldeschein
2015 wurde der elektronische Meldeschein durch Updates weiter optimiert und verfeinert. Die hohe Zahl an erfassten Meldescheinen und die seltener werdenden Supportanfragen signalisieren deutlich, dass ein solides Niveau an technischer Stabilität und menschlicher Akzeptanz erreicht ist. Neu eröffnende Betriebe benötigen in der Regel auch keine Schulungen, da das Programm durch die eigene Nutzung einfach erlernt werden kann. Die Neuaufnahme von zwei weiteren Orten (Bayrischzell und Fischbachau) zeigt, dass die Nutzung einer Chipkarte den Orten, Gastgebern und Gästen vielfältige, neue Möglichkeiten bietet, Leistungen zu erschließen und den Urlaub damit attraktiver und abwechslungsreicher zu machen. So ist z. B. eine landkreisweite Nutzung des ÖPNV ein möglicher weiterer Schritt der Anwendung.

TegernseeCard

Die TegernseeCard hat während des Jahres weitere neue Partnerbetriebe dazubekommen, so dass zum 01.12.2015 rund 175 Betriebe die TegernseeCard exklusiv an ihre Gäste ausgeben. Zum Jahr 2015 traten unter anderem Slyrs und Lantenhammer der TegernseeCard bei. Um das Leistungspaket weiter auszudehnen, wird laufend mit Partnern verhandelt.

Ansprechpartner
Florian Kausch
f.kausch@tegernsee.com

Free Tegernsee WiFi
Neben öffentlichen Plätzen, nutzen bereits über 50 Unternehmen im Tal das System! Es ist eine kostengünstige Alternative insbesondere für kleine Gastgeber im Haus risikofrei Wifi/WLAN anbieten zu können. Das Free-Tegernsee-WiFi wird im Auftrag der TTT von der Firma aobis, Rottach-Egern, angeboten.

An folgenden Plätzen können Sie ins Free Tegernsee WiFi Netz

Vertrieb & Gruppenreisen

Im Bereich Vertrieb und Gruppenreisen werden Angebote und Programme für Gruppen erstellt, die nicht im Rahmen von Tagungen stattfinden. Ein wichtiger Baustein der Arbeit dieser Abteilung ist zudem die Ausbildung der „Zertifizierten Tegernseer Heimatführer“, die von uns vermittelt und beworben werden. Zwischen November 2014 und April 2015 wurden in sechs Modulen zehn neue Heimatführer ausgebildet.

Ansprechpartnerin
Sandra Kraft
s.kraft@tegernsee.com

JAHRESBERICHT 2015

Gruppenreisegeschäft

- Rahmenprogramm-, Angebotserstellung und Buchungen von Gruppenanfragen (ohne Tagung!)
- 2015 ca. 185 Anfragen, fixe Buchungen ca.66
- Vorüberlegungen Gruppengeschäft weiter zu automatisieren
- Angebot Adventszauber für Gruppen- und Individual-Gäste
- Gruppenreiseangebot wurde an ca. 1.300 Kontakte versandt
- Individual-Angebot über im-web-buchbar gemacht
- Bus-Ziele, Club-Ziele und Gruppen-Ziele über A. Scherzer
- Anzeigenschaltung in Katalogen für 2 Jahre

Tag des Tourismus für Gastgeber und touristische Leistungspartner

- am 27. April 2015 erstmalig im Seeforum Rottach-Egern
- Schwerpunktthemen „Die Macht der Buchungsportale“ und der „DER TEGERNSEE Preisfinder“ sowie z.B. Postbus, Tegernsee Card und Adventszauber
- Organisation und Koordination inklusive Einladungsmanagement, Akquise, vor Ort Betreuung
- 35 Aussteller präsentierten sich bei der Hausmesse

Aktivveranstaltungen

- Im Zeitraum Mai-Oktober fanden immer mittwochs 2-stündige Führungen von 10 – 12 Uhr statt
- Gesamt 26 Termine,
- davon haben 19 stattgefunden, 105 Teilnehmer Willkommensfahrten
- Beteiligung der Heimatführer an 14 Willkommensfahrten von Juni bis September, Teilnehmer knapp 1000

Adventsführungen

- 4 Adventsführungen an den Adventssamstagen
- Einbindung in Adventspauschale

Messen

- Teilnahme auf der F.re.e. in Zusammenarbeit mit der Spielbank.
- Weitere Messen in Zusammenarbeit mit ATS
- ITB (Internationale Tourismus Börse)

Osteuropa Workshop

- am 18. Juni 2015, mit 56 Teilnehmern, in Begleitung von 2 Heimatführern
- 20 Märkte aus Zentral-und Osteuropa

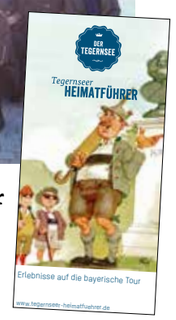
Tegernseer Heimatführer

- Ausbildung „Zertifizierter Tegernsee Heimatführer“ in Zusammenarbeit mit der VHS Tegernsee
- Zeitraum: November 2014 bis April 2015, 6 Module
- Ausgebildet wurden 10 neue Tegernseer Heimatführer, unter denen sich nun eine englischsprachige - und ein russisch sprachiger Heimatführer befindet.
- www.tegernseer-heimatfuehrer.de

Die Tegernseer Heimatführer:

- monatliches Treffen, Absprachen, Protokolle, Organisation und Fortbildungen, Begleitungen Pressereisen

Die Tegernseer Heimatführer und die neue Tegernseer Heimatführer Broschüre



Auflage der Tegernseer Heimatführer Broschüre und Einbindung online

- mit neuen Touren und 10 neuen Tegernseer Heimatführern

Hier einige Highlights:

- Das Tegernseer Tal – eine Künstlerkolonie – aus der Sicht einer Malerin.
- Auf den Spuren der weißblauen Kumpel: E-Bike-Tour mit Kaffeepause zum Thema Kohlebergbau im Oberland.
- Spezielle Touren für Kinder, etwa die Tour „Fluss-Wald-Lagerfeuer“. Leichte Wanderung auch für Kinder ab 6 Jahren zum Thema Geschichte, Natur und Geschichten im Leitzachtal.
- Burn out Prävention: „Ruhe finden – Kraft tanken. Eine entspannende Walking-Tour am Tegernsee. Entspannung pur! Auszeit und Regeneration für Körper, Geist und Seele.
- Das ist der Gipfel: Alpine Bergtouren um den Tegernsee (von Hütte zu Hütte). Gipfelerlebnis in der Tegernseer Bergwelt.
- Einheimische führen durch Ihre Kindheit. „Mein Schulweg. Erinnerung an die Kindheit. Ein Stück Heimatkunde verbunden mit der Freiheit auf einem Schulweg.“

Tagungs- und Geschäftstourismus

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH ist die zentrale Plattform der Tagungswirtschaft am Tegernsee. Sie bündelt und vermarktet die Angebote der MICE-Anbieter (Meetings Incentives Conventions Events) der Region unter anderem über das Netzwerk Tagungserlebnis Tegernsee e.V. im In- und Ausland.

Das Netzwerk Tagungserlebnis Tegernsee ist Ansprechpartner für die Zielgruppe Tagungen, Kongresse sowie Incentives und Rahmenprogramme am Tegernsee. Der TTT obliegt dabei als Partner die Gesamtorganisation (Bearbeitung und Vermarktung) der Produktlinie.
Die Aufgaben sind unter anderem:

Marketing/Verkauf

- Erstellung von Werbe- und Druckerzeugnissen (Verkaufshandbuch, Flyer, Roll Ups)
- Vorbereitung, Teilnahme und Nachbereitung von internationalen Tagungsmessen oder Workshops
Beispiel: IMEX Frankfurt am Main.
Die IMEX ist die wichtigste Messe für Meetings und Incentive-Reisen in Europa: Die jährlich stattfindende, internationale Fachmesse in Frankfurt richtet sich an Entscheider im Bereich Tagungs- und Geschäftstourismus.
- Bearbeitung der Webseite www.tagungserlebnis-tegernsee.de und Umsetzung eines Online Marketing im Bereich SEO (Content Marketing, Landing Pages) und SEA (Google Adwords Kampagnen) Social Media (YouTube, Facebook).
- Versand eines monatlichen E-Mail-Newsletters an 1.500 Tagungs- und Geschäftskundenadressen.
- Beantwortung und Bearbeitung aller Tagungsanfragen an die Region, sowie Kundenpflege (Nachfassaktionen, Wiedervorlagen, Adressaktualisierungen usw.).
- Planung und Durchführung von Maßnahmen zur Kundenbindung wie beispielsweise Roadshows oder Studienreisen.
- Einstellung und Abrufbarkeit von Pressetexten auf der Webseite der Tagungsregion Tegernsee, sowie Öffentlichkeitsarbeit für die Tagungsregion Tegernsee.

Repräsentanz/Kooperationen

- Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern wie dem German Convention Bureau (GCB), der Stadt München oder der Bayern Tourismus Marketing GmbH.
- Planung, Organisation und Moderation von regelmäßigen Verkaufs- und Marketing-Treffen mit den entsprechenden Leistungsträgern in der Region.
- Präsentation und Repräsentation der Tagungsregion Tegernsee sowie Lobbyarbeit hierfür.

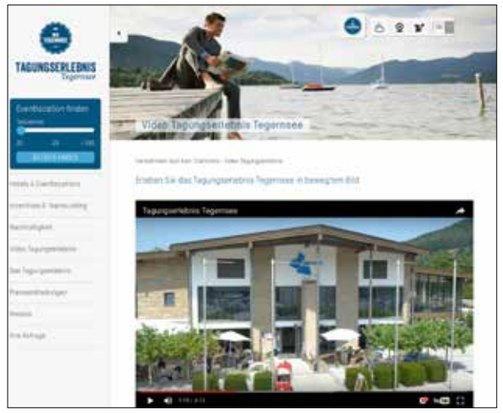
Sonstiges

- Bearbeitung und Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitskodex „Natürlich Tagen am Tegernsee“ in Zusammenarbeit mit dem bundesweiten Kodex „fairpflichtet“.

fairpflichtet
Nachhaltigkeitskodex der Veranstaltungswirtschaft

NATÜRLICH TAGEN AM TEGERNSEE

- Planung, Erstellung und Kontrolle eines jährlichen Budget- und Marketingplans für den Tagungs- und Geschäftstourismus.
- Tagungsfilm Tegernsee auf www.tagungserlebnis-tegernsee.de



Ansprechpartner
Michael Götz
m.goetz@tegernsee.com

Warum ist der Tagungs- und Geschäftstourismus so wichtig für die Region Tegernsee?

Die meisten Geschäftsreisen finden außerhalb der Kernsaison (Urlaubszeit) in sonst buchungsschwachen Zeiten statt. Darüber hinaus besucht ein großer Anteil der Tagungsgäste die Region nach der Veranstaltung gerne wieder als Urlaubsgast und wohnt dann auch in Ferienwohnungen oder kleineren Gästehäusern.

Zahlen und Fakten - Tourismus

Der Tourismus ist die wirtschaftlich bedeutenste Branche der Region. Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH prägt die Art und Weise, wie der Tegernsee in der ganzen Welt wahrgenommen wird. Verschiedene Studien und Statistiken befassen sich mit dem Tourismus am Tegernsee.

354.297
Gästeankünfte insg. 2015

1.537.299
Übernachtungen insg. 2015

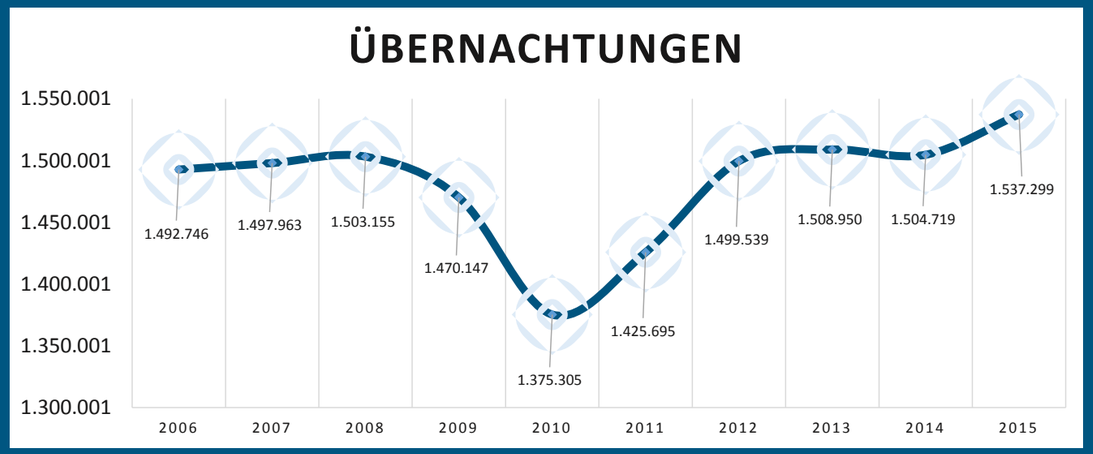
6,41%
Mehr Gäste als 2014

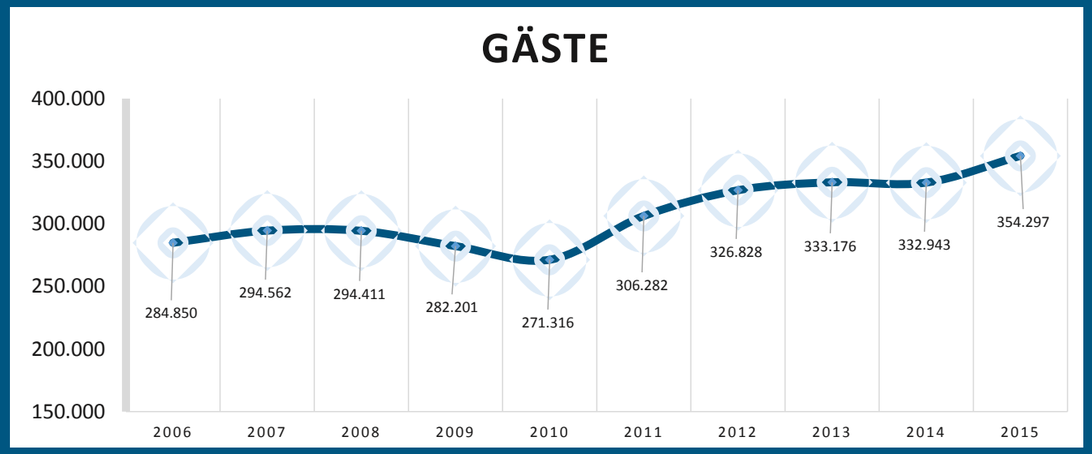
2,17%
Mehr Übernachtungen als 2014

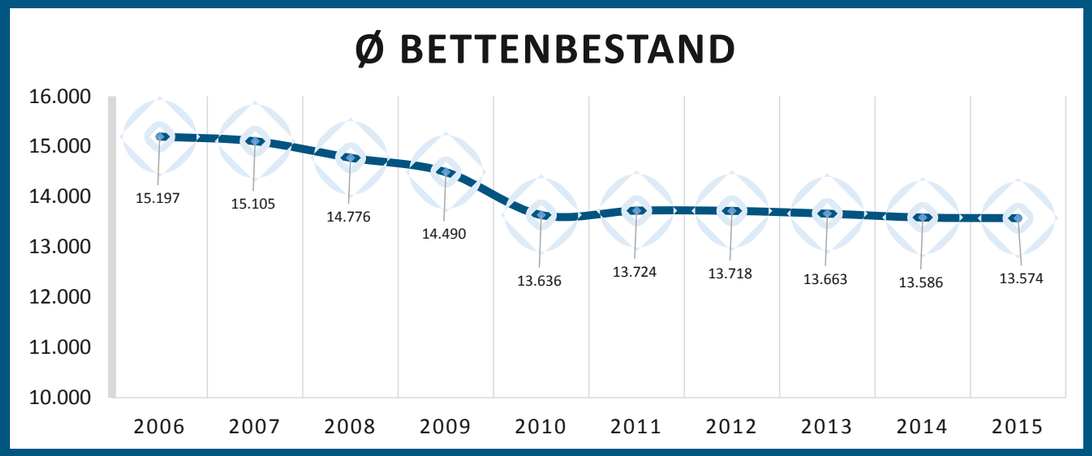
93,85%
Gästeankünfte aus Deutschland

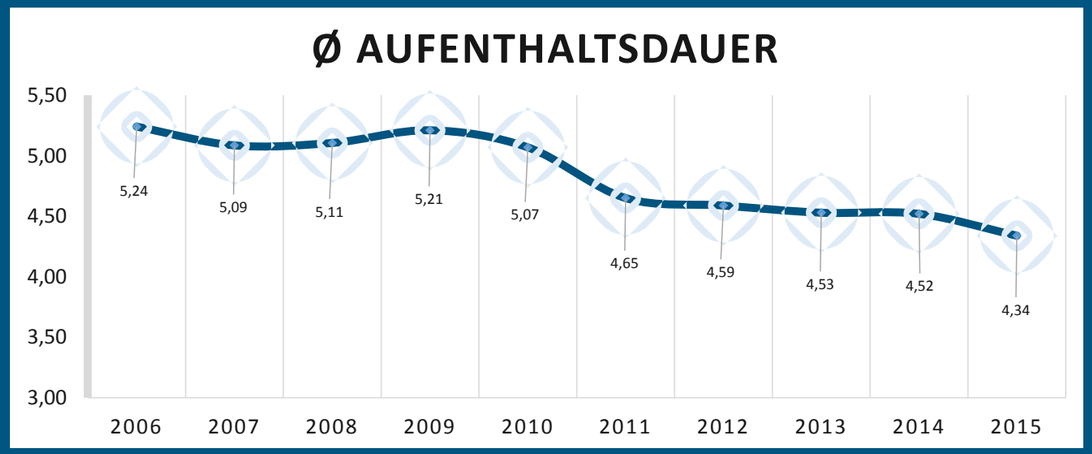
4,3 Tage
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

10-JAHRES-STATISTIK (2006-2015)









Zahlen und Fakten - Unternehmenszahlen

Die Finanzquellen der TTT sind Erträge aus kommerzieller Tätigkeit. Die TTT übernimmt gegenüber den Talgemeinden neben dem Tourismusmarketing Aufgaben aus dem Integrationsvertrag:

- Gäste- und Anbieterwesen
- Angebotsentwicklung
- Veranstaltungsmanagement
- Kommunikation und Vertrieb
- Meldescheinwesen mit Vorbereitung der Kurbeitragsrechnung

Diese Aufträge werden über das folgende Schema an die Gemeinden abgerechnet:

- Grundbeitrag: 250 TEUR verteilt nach Wirtschaftskraft (Kreisumlage)
- Marketingumlage: Verteilung nach Gästeübernachtungen
- TI-Umlage: Nach individuellem Auftrag
- Individuelle Aufträge (z.B. Veranstaltungen): Nach Einzelvereinbarung

TTT-BUDGET 2015 IM ÜBERBLICK

100%

4.152.940€
Gesamtbudget

48%

1.978.100€
Marketing

(Inkl. Veranstaltungen, Produktentwicklung und TegernseeCard)

30%

1.248.200€
Gäste-/Anbieterwesen

(inkl. der Tourist-Informationen Bad Wiessee, Rottach-Egern, Tegernsee, Kreuth und Gmund

22%

926.640€
Verwaltung

MITARBEITER ZUM 31.12.2015

40,73 VZÄ*
47 Mitarbeiter gesamt (Köpfe)

1 VZÄ*
Geschäftsführer

5 VZÄ*
5 Mitarbeiter Verwaltung

9,3 VZÄ*
10 Mitarbeiter Marketing
(Inkl. Veranstaltungen, Produktentwicklung)

23,93 VZÄ*
28 Mitarbeiter Gäste-/Anbieterwesen
(inkl. der Tourist-Informationen Bad Wiessee, Rottach-Egern, Tegernsee, Kreuth und Gmund)

1,5 VZÄ*
3 Auszubildende

*Vollzeitäquivalent

Weitere Dienstleistungen:

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH erledigt für das Alpenregion Tegernsee Schliersee Kommunalunternehmen Dienstleistungen für die Bereiche Rechnungswesen, Fakturierung, Personalabrechnung, Lager & Versand, IT, im-web Vertrieb und Entwicklung Gästekartenkonzepte für den Landkreis Miesbach und übernahm in 2015 in wesentlichen Teilen die Umsetzung der Gründung des Kommunalunternehmens und der Auflösung des vorhergehenden e.V..

Die Tegernseer Tal Tourismus GmbH erledigt im Auftrag des DTV die Klassifizierung der Gastgeberbetriebe im Tegernseer Tal.

Bilanz zum 31.12.2015

A K T I V A				
	31.12.2015		**31.12.2014**	
	EUR	**EUR**	**EUR**	**EUR**
A. Anlagevermögen				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		87.000,00		109.075,00
II. Sachanlagen				
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		355.956,00		384.485,00
III. Finanzanlagen				
1. Beteiligungen	12.988,10		12.988,10	
2. Genossenschaftsanteile	1.000,00	13.988,10	1.000,00	13.988,10
		456.944,10		**507.548,10**
B. Umlaufvermögen				
I. Vorräte				
Waren		62.750,91		108.064,13
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	120.066,70		118.865,84	
2. Sonstige Vermögensgegenstände	37.389,92	157.456,62	84.434,58	203.300,42
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		203.888,09		143.909,56
		424.095,62		455.274,11
C. Rechnungsabgrenzungsposten		22.782,60		35.930,70
		903.822,32		**998.752,91**

PASSIVA				
	31.12.2015		**31.12.2014**	
	EUR	**EUR**	**EUR**	**EUR**
A. Eigenkapital				
I. Gezeichnetes Kapital		63.000,00		63.000,00
II. Kapitalrücklage		173.491,60		173.491,60
III. Gewinnvortrag		206.998,14		158.042,40
IV. Jahresüberschuss		37.258,90		48.955,74
		480.748,64		**443.489,74**
B. Rückstellungen				
Sonstige Rückstellungen		138.375,00		145.040,00
		138.375,00		**145.040,00**
C. Verbindlichkeiten				
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		153,79		111,50
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		233.786,01		372.857,26
3. Sonstige Verbindlichkeiten		36.708,88		36.504,41
– davon aus Steuern				
EUR 33.057,66 (i. Vj. EUR 33.287,51) –				
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit				
EUR 2.492,82 (i. Vj. EUR 2.744,76) –				
		270.648,68		409.473,17
D. Rechnungsabgrenzungsposten		14.050,00		750,00
		903.822,32		**998.752,91**

Gewinn- und Verlustrechnung zum 31.12.2015

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015				
	2015		**2014**	
	EUR	**EUR**	**EUR**	**EUR**
1. Umsatzerlöse		4.327.920,12		4.261.084,69
2. Sonstige betriebliche Erträge		87.615,00		45.862,85
3. Materialaufwand				
Aufwendungen für bezogene Waren		-70.974,04		-64.352,83
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	-1.682.405,53		-1.617.346,82	
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	-396.447,72	-2.078.853,25	-375.393,53	-1.992.740,35
– davon für Altersversorgung EUR 62.869,42 (i. Vj. EUR 64.342,45) –				
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-145.593,77		-130.512,22
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		-2.074.041,35		-2.070.418,56
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		52,54		836,85
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-347,85		-73,69
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		45.777,40		49.686,74
10. Sonstige Steuern		-8.518,50		-731,00
11. Jahresüberschuss		**37.258,90**		**48.955,74**