
Tourismusverband Wilder Kaiser

Der Jahresbericht 2017

Eine Information für alle Mitglieder.





Johannes Adelsberger
Obmann des Tourismusverbandes Wilder Kaiser

Liebe Verbandsmitglieder!

Die Goldenen Zeiten sind jetzt!

Auch wenn das Tourismusjahr 2016/17 keine neuen Rekorde brachte, geht es der Wirtschaft am Wilden Kaiser und insbesondere der Tourismuswirtschaft ausgezeichnet. Auch wenn das Verhältnis Nachfrage zu Angebot in den 80ern und 90ern vielleicht besser war, dürfen wir uns auch heute nicht über mangelnde Begehrlichkeit beklagen. Selten waren Angebotsqualität, Nachfragetrends und Rahmenbedingungen (politische, klimatische, soziale) so im Einklang wie heute. Es liegt an uns, diese günstige Konstellation zu nützen und den Tourismus so weiterzuentwickeln, dass er noch lange zu unserem Einkommen und zu unserer Lebensqualität beiträgt. Im Namen aller Funktionäre und Mitarbeiter darf ich mich für Eure tolle Arbeit 2017 bedanken. Ich wünsche Euch und uns viele weitere spannende und erfolgreiche Jahre.

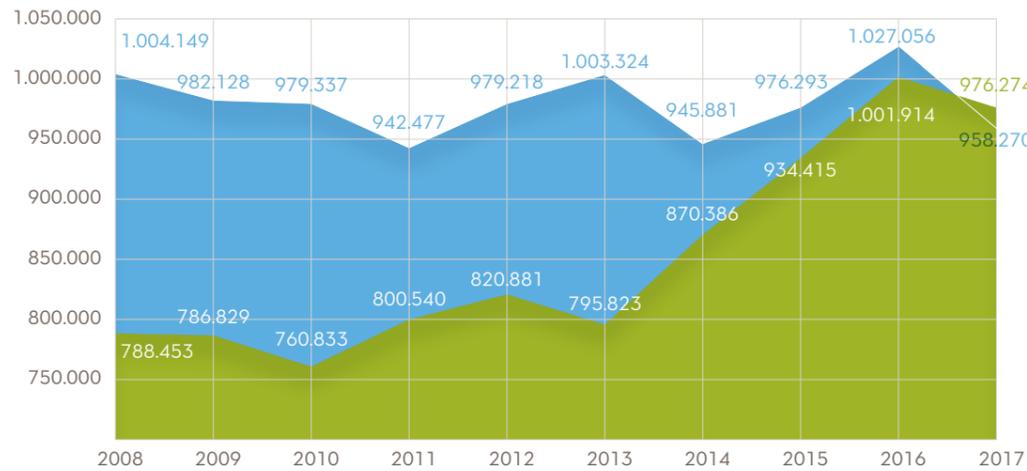
INHALT		
Vorwort des Obmanns	3	Gestalten 15
Berichten	4	Erzählen 16
Organisieren	6	Kommunizieren 18
Vermieten	7	Digitales 19
Lebensqualität am Wilden Kaiser	8	In den Orten arbeiten 20
Mobilität	10	Im Überblick 22
Vermarkten	12	Kurz notiert 24
Aktionszeiträume	14	Finanzieren 26
		Kommentieren 27

Berichten.

Im Tourismusjahr 2016/17 wurden 1.934.544 Übernachtungen gezählt. Nach drei Rekord Sommern mit in Summe 26% mehr Nächtigungen, gab es erstmals einen Nächtigungsrückgang, der hoffentlich in höheren Preisen begründet ist. Späte Ostern und ein frühes Ende der Skisaison ließen im Winter kein anderes Ergebnis erwarten und bestätigen die feiertagesabhängige Seitwärtsbewegung der letzten Dekade.

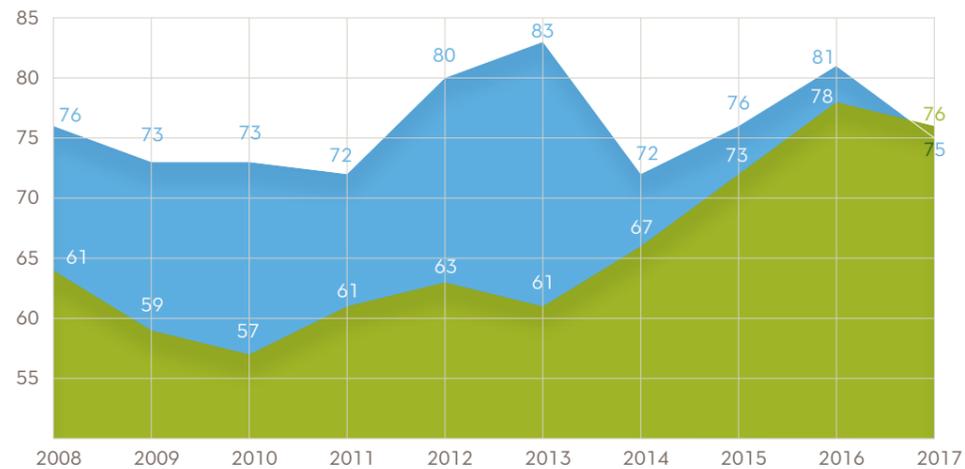
10-Jahres-Vergleich Nächtigungen pro Saison

WINTER
SOMMER



10-Jahres-Vergleich Vollbelegstage pro Saison

WINTER
SOMMER



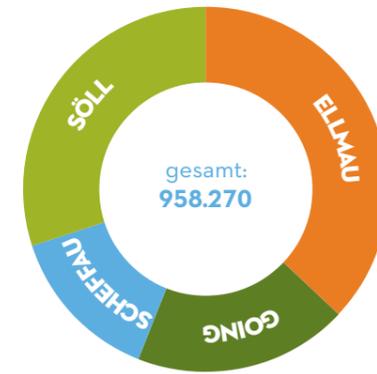
10-Jahres-Vergleich Bettenanzahl (Winter)

GEWERBLICH
PRIVAT & SONSTIGE



Winter 2016/17

Die Nächtigungszahlen sanken im Winter 2016/17 um 68.786 Übernachtungen auf 958.270, das entspricht einem Minus von -6,7% (Tirol -1,3%).



Übernachtungen nach Ort Winter	%
ELLMAU	351.384 36,7 %
GOING	178.560 18,6 %
SCHEFFAU	138.814 14,5 %
SÖLL	289.512 30,2 %

Es gab 42.885 Übernachtungen weniger aus Deutschland (-7,5%), fast ausschließlich aus Nordrhein-Westfalen und Mitteldeutschland. Aus den Niederlanden waren es 10% weniger. Nächtigungszuwächse gab es in Polen (+23%) und Tschechien (+17%).

Herkunftsland ÜN Winter	Differenz	2016/17
DEUTSCHLAND	-42.885	526.442
NIEDERLANDE	-1.242	52.032
UK/IRLAND	-16.754	149.466
ÖSTERREICH	-6.157	107.509
BELGIEN	-754	25.724
DÄNEMARK	-2.500	10.058
SCHWEIZ	-283	14.385
TSCHECHIEN	+2.012	13.561
SONSTIGE	-223	59.093

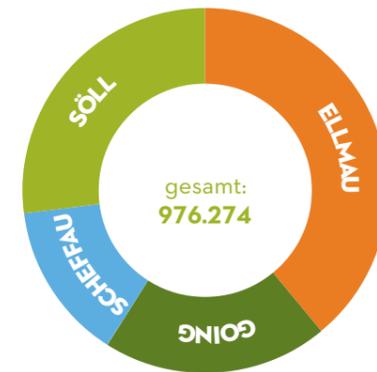
Die gewerblichen Ferienwohnungen (+3,8%) und die Privatzimmervermieter (+2%) konnten sogar an Nächtigungen zulegen, besonders stark verloren vor allem die 3-Stern-Hotels (-12%).

Kategorie ÜN Winter	Differenz	2016/17
4/5 STERN	-23.106	280.494
3 STERN	-19.950	150.502
2/1 STERN	-10.515	92.972
FEWO GEWERBL.	+4.401	120.949
FEWO PRIVAT	-18.503	213.955
PRIVATQUARTIER	+733	37.052
BAUERNHOF	-582	58.107
SONSTIGE	-1.264	4.239

Sommer 2017

Im Sommer 2017 wurden 976.274 Übernachtungen gezählt. Das sind zwar mehr als im Winter, aber 2,5% weniger als im Vorjahr. Etliche Beherbergungsbetriebe waren wegen Umbauten nicht oder nur eingeschränkt

geöffnet. Wie auch in den Vorjahren ist der wichtige Markt Niederlande stark rückläufig (-21,9%), ebenso Frankreich (-17,9%), Italien (-15,5%), Großbritannien (-12,5%) und Österreich (-9,3%). Den stärksten Nächtigungsrückgang gab es bei den 4/5-Stern-Hotels, auch wegen zahlreicher Baustellen. Die Auslastung der Privatvermieter stieg hingegen um +4,3%.



Übernachtungen nach Ort Sommer	%
ELLMAU	382.817 39,2 %
GOING	199.563 20,4 %
SCHEFFAU	129.765 13,3 %
SÖLL	264.129 27,1 %

Herkunftsland ÜN Sommer	Differenz	2017
DEUTSCHLAND	-2.316	754.073
NIEDERLANDE	-10.060	35.938
ÖSTERREICH	-5.839	56.812
UK/IRLAND	-4.029	30.257
SCHWEIZ	-2.986	31.216
BELGIEN	+107	14.695
FRANKREICH	-2.188	10.045
SONSTIGE	+1.671	43.238

Kategorie ÜN Sommer	Differenz	2017
4/5 STERN	-25.987	351.918
3 STERN	-6.469	141.884
2/1 STERN	-1.512	88.102
FEWO GEWERBL.	+2.090	113.476
FEWO PRIVAT	+7.260	175.877
PRIVATQUARTIER	-1.198	28.187
BAUERNHOF	+4.543	61.268
CAMPING/SONSTIGE	-4.367	15.562

Organisieren.

Gute Arbeit braucht gute Struktur und diese ist laufend den aktuellen Erfordernissen anzupassen. So wurde 2017 eine mittlere Managementebene mit vier Abteilungen in der Zentrale eingeführt. Mit den vier Orten gibt es nun acht Abteilungen im TVB, die mittelfristig alle einen eigenen Abteilungsleiter haben sollen.



Vermieten.

2017 wurden die beiden Abteilungen Mitgliederservice (Vermietercoaching) und Gästeservice (Anfragenbeantwortung) zusammengelegt. Christian Haselsberger übernahm die Leitung dieser neuen Abteilung, bleibt aber auch im Coaching aktiv. Seit Juli 2017 unterstützt ihn Johanna Leitner in der Betreuung der Vermieter und Hoteliers.

Neuer Vermietercoach Johanna Leitner. Einfache Anfragenbeantwortung mit dem neuen Angebotsassistenten. Bereits 70% der Vermieter sind online buchbar.

Dank des immer besseren Online-Auftritts der Vermieter stieg Zahl der Buchungen auf der wilderkaiser.info 2017 wieder stark an:

Bereits 11.000 Buchungen für Unterkünfte konnten verzeichnet werden; inklusive Zusatzleistungen waren es sogar 19.500 Buchungen.

Der neue Angebotsassistent wurde für die Vermieter zum Herzstück der Kommunikation mit dem Gast. Jede Zimmeranfrage kann nun einfach, schnell und hoch-profes-

sionell beantwortet werden. Mit wenigen Klicks kann der Vermieter aktuelle Angebote aus seinem Verfügbarkeitskalender erstellen. Der Gast kann rund um die Uhr direkt online buchen und die Buchung wird automatisch in den Zimmerplan eingetragen.

Gemeinschaft

Der Vermieterausflug führte uns heuer auf den Großglockner und bot allen einen atemberaubenden Ausblick auf die höchsten Gipfel der Hohen Tauern. Zahlreiche „Manggei“, tolle Eindrücke und vor allem die gute Gemeinschaft stärkten für die Saison.

Vermietercoach Ausbildung

Professionelle Beratung braucht professionelle Ausbildung. Das Land Tirol organisiert über den Verband der Tiroler Tourismusverbände eine fundierte Ausbildung für werdende Vermietercoaches. Bereits aktive Vermietercoaches halfen bei der Erstellung des Lehrplans. Johanna Leitner hat die Ausbildung bereits erfolgreich absolviert.



Christian Haselsberger



Vermieterausflug zum Großglockner 2017



Johanna Leitner

Lebensqualität am Wilden Kaiser.

Der Tourismusverband Wilder Kaiser und die vier Kaiser-Gemeinden Going, Ellmau, Scheffau und Söll schauten 2017 über den ökonomischen Tellerrand und stellten sich und ihren Bürgern folgende Frage: **Wie gestalten wir gemeinsam unseren Tourismus für eine höhere Lebensqualität aller?**

Es gab mehrere Auslöser für das Projekt. Der Nächtigungszuwachs im Sommer führten zu mehr (gefühltem) Druck und Belastung. Für den Umgang mit Widmungsanfragen externer Hotelbetreiber bedurfte es einer Strategie. Die begrenzten Ressourcen Grund & Boden sowie Arbeitskräfte verlangten eine Alternative zur aktuellen Wachstumsstrategie. Was die Frage aufwarf, wie sich touristischer Erfolg einer Region jenseits von Übernachtungen und Umsatz definiert.

Touristiker, Gemeindevertreter und viele „ganz normale Bürger“ diskutierten im Prozess darüber, wie Tourismus ihre persönliche Lebensqualität positiv wie negativ beeinflusst. In acht Dialoggruppen und einem offenen Diskussionsforum konnte Verständnis für die Sicht der/s jeweils anderen auf- und Informationsdefizite abgebaut werden. Die zufällig ausgewählten Bürger stellen den Tourismus per se nie in Frage (über das Wie wurde leidenschaftlich diskutiert) und waren sehr dankbar, ihre Meinung als gefühlt „Betroffene“ einbringen zu können.

Vier Kernthemen

- 1. Nachhaltiger Qualitätstourismus durch Stärkung regionaler Kooperationen**
Das Zusammenspiel von Landwirtschaft und Tourismus steht hier im Vordergrund.
- 2. Sensibilisierung für eine intakte Umwelt und schonender Umgang mit unseren Ressourcen**
Ein Bewusstsein für den Wert der Natur und die Knappheit wertvoller Ressourcen soll vermittelt werden.
- 3. Der Jugend Perspektiven in der Heimat geben und leistbares Wohnen ermöglichen**
Die nächste Generation soll bei der Existenzgründung vor Ort unterstützt werden.
- 4. Stellenwert und Rahmenbedingungen touristischer Arbeitsplätze verbessern.**
Die Attraktivierung touristischer Arbeitsplätze für Einheimische und Saisonmitarbeiter steht im Fokus

Vier Folgeprojekte

- 1. Projekt „Tiroler Almwind“ (Gabriel Eder, TVB Wilder Kaiser-Söll)**
Ziel ist, mehr heimisches Qualitätsrindfleisch in der heimischen Gastronomie. Ein Qualitätscoach unterstützt Bauern bei der Umstellung von Milch- auf Fleischwirtschaft. Ein Regionalitätscoach berät Gastronomen beim Einkauf, Menüplan und der Zubereitung. Geschichten und Bilder der Herkunftsalmen machen das Kulinarische Erlebnis für den Gast wertvoll.
- 2. Projekt „Umweltschule/ Naturparkhaus“ (Wolfgang Knabl, Vizebgm. Söll)**
Die Umweltschule/ Naturhaus ist die kleine Schwester des Nationalparkzentrums. Derzeit werden mögliche Standorte geprüft und der inhaltliche Fokus diskutiert. Parallel läuft das kleinere Projekt „Bewusstseinsbildung für Hundebesitzer“.
- 3. Jährlicher Informationstag für junge Wohnungssuchende (Christian Tschugg, Bgm. Scheffau)**
An einem jährlichen Informationstag aller vier Gemeinden erfahren junge Wohnungs-suchende und potentielle Häuslbauer mehr über ihre Möglichkeiten, sich am Wilden Kaiser niederzulassen. Auch wird geprüft, wie gegen illegale Zweitwohnsitze besser vorgegangen werden kann.
- 4. Projekt „Personal Regional“ (Katie Tropper für den TVB Wilder Kaiser)**
Ziel ist, den Einheimischen attraktive Arbeitsplätze vor Ort zu bieten und den touristischen Betrieben die Mitarbeiterfindung und -bindung zu erleichtern. Marktforschung, regionale Bonusprogramme und neue Arbeitsmodelle stehen hier im Fokus.

Vier Ziele

- 1. Einheimische für die Branche Tourismus begeistern**
Tourismusgesinnung und -verständnis steigen, je mehr Bürger als Unternehmer, Privatvermieter oder Mitarbeiter direkt an der touristischen Wertschöpfung partizipieren. Weniger Unterkünfte für Saisonarbeiter und weniger Auspendlerverkehr sind die Folge. Arbeitgeber und Gäste freuen sich gleichermaßen über loyale einheimische Mitarbeiter.
- 2. Eine bessere Auslastung in der Nebensaison, aber keine neuen Kapazitäten**
Das Nebensaison-Angebot für Einheimische wird besser („geöffnetes Dorfgasthaus“), ohne dass der Druck in der Hochsaison zunimmt. Es entstehen Ganzjahresarbeitsplätze und die Auslastungsspitzen der (Freizeit)infrastruktur werden abgeflacht.
- 3. Vermeidung bzw. Verlagerung von (touristischem) Individualverkehr**
Weniger Verkehr bedeutet weniger Lärm, Abgase, Stau oder Parkplatzsuche. Außerdem werden die Ortskerne für Gäste und Bürger, für Fußgänger und Radfahrer attraktiver und das „Naturerlebnis Wilder Kaiser“ dadurch authentischer.
- 4. Den Mehrwert pro Gast erhöhen**
Ausgabefreudige Gäste ermöglichen steigenden Wohlstand ohne quantitatives Wachstum. Der ideale Gast bereichert uns aber auch sozial (indem er z.B. dankbar und höflich ist), ökologisch (er ist rücksichtsvoll und forciert Nachhaltigkeit) und kulturell (er ist inspirierend und interessant).

Vier Erkenntnisse

- 1. Entwicklung entlang knapper Ressourcen**
Die knappen Ressourcen (Personal, Grund & Boden) erschweren quantitatives Wachstum und forcieren eine nachhaltige Entwicklung. Zusätzliche Arbeitsplätze sind kein Argument mehr für Wachstum.
- 2. Produktqualität vor Dienstleistung**
Wertschöpfungssteigerung ist vor allem durch mehr Produktqualität ohne viel zusätzliche Dienstleistung möglich, da gutes Personal fehlt oder sehr teuer ist.
- 3. Mit Gleichgewicht zur Lebensqualität**
Ökonomischen, ökologischen und sozialen Faktoren sind für die Gemeinschaft ins Gleichgewicht zu bringen. Erfolgsmaßstab ist die Lebensqualität, nicht (nur) die Ökonomie.
- 4. Next Generation**
Die nächste Bürger- und Unternehmergegeneration hat weniger ökonomische und mehr persönliche Ziele (Sinn-Arbeit, Work-Life-Balance). Dies gilt es für die Destinationsentwicklung zu nützen.



Mobilität.

Das Thema „Urlaub ohne Auto“ hat am Wilden Kaiser einen hohen Stellenwert. 2017 wurde die Vor-Ort-Mobilität um einige neue Angebote erweitert. Insgesamt investierte der Tourismusverband 2017 über € 600.000 in Mobilität, dazu kamen noch einmal je € 300.000 von den Bergbahnen und den Gemeinden.

Kaiserjet, Seebus & Wandertaxi



Der Kaiserjet war letztes Jahr 156 Tage im Einsatz, davon 86 Tage mit vier Bussen im Halbstundentakt. Erstmals wurden die Kaiserjet-Fahrplandaten auch in die offizielle VVT-Auskunft aufgenommen. Premiere hatte auch der KaiserJet-Nightliner, der von Dienstag bis Freitagabend Gäste zu den wöchentlichen Dorfabenden und vom/ zum Kaiserbad brachte.

Um die große Nachfrage zu befriedigen waren 2017 in der Hauptsaison (30. Juni bis 23. Sept.) zwei Seebusse für je rund 30 Personen im Einsatz. Das ergab 28 Fahrten pro Tag, acht davon bis zum Westufer des Sees.

Neu war auch das kostenlose Wandertaxi von Ellmau auf die Wochenbrunner Alm in der gesamten Saison. Die Bergfahrt startete um 9:30 am Ellmauer Dorfplatz, die Talfahrt um 17:30 Wochenbrunn.

Bus- und Taxitickets



In allen Infobüros und bei ausgewählten Vermietern erhielten Gäste ganzjährig die „Wilder Kaiser Bustickets“ um € 1,50, mit denen die Linienbusse nach Wörgl, Kufstein, St. Johann und Kitzbühel genutzt werden konnten. Unsere Gäste erreichen so die nahe gelegenen Ballungszentren, was ihnen speziell an Regentagen, für Kulturveranstaltungen und in der Nebensaison einen Mehrwert bietet.

Für Gäste die mit dem Zug zum Bahnhof Kufstein, Wörgl oder St. Johann anreisen, gab es einen kostenlosen Onlinevoucher für die einmalige Benützung der Linienbusse in die Region.

In den Zwischensaisonen, wenn weder der Kaiserjet noch der Skibus fährt, konnten Gäste mit speziellen Taxitickets für € 1,50 pro Person direkt von der Unterkunft zu den Ausflugszielen Hartkaiserbahn, Kaiserbad, Hintersteiner See oder Wochenbrunner Alm fahren. Das Angebot wurde leider kaum angenommen.

E-Mobilität



Der Trend zum E-Bike ist ungebrochen, die lokalen Sportgeschäfte verdoppeln auf Grund der großen Nachfrage fast jährlich ihr Verleihkontingent. Verbesserte Akkus und damit höhere Reichweiten machen Akkuwechsel- und Ladestationen überflüssig.

Auch das E-Car hält langsam Einzug am Wilden Kaiser. Ende 2017 gab es vier öffentliche Tankstellen für Elektroautos in der Region, 2018 sollten deutlich mehr dazukommen. Außerdem wurde vereinbart, dass die Gemeinden über den gemeinsamen Planungsverband ein E-Car-Sharing in der Region etablieren. Damit soll der lokalen Bevölkerung und den Gästen eine einfache Möglichkeit geboten werden, Elektromobilität auszuprobieren.

Bahnhof- und Flughafenshuttle



Zu den Flughäfen Innsbruck, Salzburg und München sowie zu den Bahnhöfen Kufstein und Wörgl gab es wieder die günstigen Shuttleverbindungen in die Region Wilder Kaiser zum Fixpreis pro Person von verschiedenen Anbietern. Dank der guten Flugverbindungen wurde dieses Service oft und gerne gebucht.

Neben dem Bahnhof Kufstein können Gäste seit 2017 auch von den Bahnhöfen Wörgl und St. Johann in Tirol per Bahnhofshuttle bequem und günstig ihre Unterkunft am Wilden Kaiser erreichen. Der Umbau des Bahnhofs Kufstein wurde endlich abgeschlossen und die Abholsituation verbessert. Das Wilder Kaiser Bahnhofshuttle wird mittlerweile Österreichweit kopiert. Für 2018 ist ein Ausbau der Kooperation mit der Deutschen Bahn geplant.

Ski- und Winterbusse



Im Winter 2016/17 waren bis zu 18 Skibusse gleichzeitig in der Region Wilder Kaiser unterwegs. In Ellmau ergab das bsw. eine Skibustaktung von unter 15 Minuten, tlw. sogar nur 6 Minuten.

Der Hintersteiner Seebus Winter wurde auf Grund des Vorjahreserfolges erneut angeboten. Er brachte Übernachtungsgäste vom See zum Skigebiet und Winterwanderer von Scheffau zum See. Auch die Schüler nützen in gerne.

Der Après Ski Bus von Söll nach Going und zurück wurde hingegen auch im zweiten Jahr nicht angenommen und wegen mangelnder Frequenz im Winter 2017/18 nicht mehr auf die Reise geschickt. Für den Winter 2018/19 ist eventuell ein ganztägiger Winterkaiserjet geplant.

Neuausschreibung des Linienverkehrs



Der VVT schreibt den Betrieb des Linienverkehrs in den Bezirken Kufstein und Kitzbühel per 2020 turnusmäßig neu aus. Der Tourismusverband ist in die Planungen eingebunden und versucht beispielsweise eine stündliche Direktverbindung von Ellmau nach Kufstein zu erwirken.

Die Eingliederung des Kaiserjets in die Linie wurde ebenfalls geprüft. Das hätte jedoch ein Umsteigen in Ellmau in einen Ellmauer-Goinger-Ortsbus erfordert und eine kostenlose Mitnahme der einheimischen Bevölkerung wäre dann nicht mehr möglich gewesen. Aus diesem Grund hat man sich entschieden, den Kaiserjet weiterhin parallel zur Linie zu führen.

Vermarkten.

2017 wurden rund 1 Mio. Euro zur Bewerbung der Kernthemen Ski, Wandern, Familie und Bergdokter eingesetzt. Erstmals wurde unter dem Dach der SkiWelt eine gemeinsame Winterkampagne mit den Tourismusverbänden Wilder Kaiser, Brixental, Hohe Salve, Kufsteinerland umgesetzt und das unter Federführung des TVB Wilder Kaiser.

Winter 2016/17

Gesamt standen dem TVB für das Wintermarketing € 750.000 zur Verfügung. Für die gemeinsame SkiWelt-Kampagne (gesamt auch € 500.000) wurden rund € 130.000 eingesetzt. Hauptaugenmerk lag auf Imagewerbung On- und Offline, ein Teil wurde aber auch in Responsemaßnahmen investiert. Abgewickelt wurde ein Großteil der Kampagne von der Agentur Prodingler GFB. Google Adwords Werbung wurde inhouse gemacht. Rund € 30.000 flossen in Kooperationen mit Tirol Werbung und Österreich Werbung. Auch die Kooperation des TVBs mit Hollands größter Skihalle wurde weiter ausgebaut und verbessert.



Messestand Neu



Auf 45m² präsentiert sich der Wilder Kaiser auf ausgewählten Messen im DACH-Raum



Messestand light für Vermieter – schnell & einfach aufzubauen

Sommer 2017

In das Sommermarketing wurden rund € 750.000 investiert. Der Fokus wurde erstmals auf den Oktober – den Kaiserherbst – gelegt. Hierzu wurde eine Online-Kampagne mit einem Mix aus Image- und Responsewerbemitteln durchgeführt, sowie Google Adwords zu Sommer- und Herbstthemen geschaltet. Im Print Bereich wurde der Bergdokter in den Fokus gerückt. Eine Straßenbahn-Beklebung konnte in Frankfurt mit der Deutschen Bahn realisiert werden, sowie mit der Tirol Werbung in Den Haag. Ein Schwerpunkt in der Außenwerbung wurde zudem mit digitalen Bildschirmen in Ostdeutschland gesetzt.



Aktionszeiträume.

Spezielle Angebote, Veranstaltungen und Aktionen sollen die Aufmerksamkeit spezieller Zielgruppen erregen und die Saisonrandzeiten beleben. Der hohe Aufwand für die Abwicklung und auch die Bewerbung wird mit hoher Nachfrage und zufriedenen Gästen belohnt.

Aktionszeiträume Winter 2016/17

SuperSkiWochen	08.-22.12.16 11.03.-02.04.17	Super sparen beim Skiurlaub zum Spezialpreis auf Unterkunft, Skipass und Skischule.
FamilienSkiWochen	08.-22.12.16 11.03.-02.04.17	Gratis Skipass für Kinder und Jugendliche bis 15 Jahren.
KinderZauber	08.12.16-02.04.17	Viel mehr als Skifahren: Jede Menge Spaß im „Spielplatz Schnee“.
KaiserWochen	07.-28.01.17	Kaiserlicher Urlaub mit tollen Bonusangeboten.
SkiWelt Pistenparty Wochen	07.-22.01.17	Zwei Wochen Party in der SkiWelt Wilder Kaiser-Brixental.
Skihütten Gaudi im März	04.-26.03.17	Sonne, Schnee und irrsinnig viel Spaß.

Aktionszeiträume Sommer 2017

BergdoktorWochen	20.-27.05.17 09.-16.09.17 07.-14.10.17	Die Bergdoktor-Schauspieler hautnah bei den Fanwochen erleben.
Bergsportwoche	24.06.-01.07.17	Sechs Bergsportarten in sechs Tagen erleben.
KaiserHerbst	19.07.-10.09.17	Herbsturlaub am Wilden Kaiser entdecken.
FamilienHerbstWochen	30.09.-22.10.17	Volles Familienangebot bis Ende Oktober.
Almabtriebswoche in Söll	16.-24.09.17	Eine der schönsten Tiroler Traditionen hautnah miterleben.
Alpenländischer Musikherbst	27.09.-01.10.17 04.-08.10.17	Zwei Wochen am Wilden Kaiser mit den Stars der Volksmusik.
Blasmusikfestival	12.-14.10.17	Der jährliche Fix-Termin für alle Freunde der Blasmusik.



Gestalten.

2017 standen wieder viele neue Projekte an. Auch bereits altbewährte Drucksorten wurden erweitert und optimiert. Wie auch in den vergangenen Jahren legte der Tourismusverband Wilder Kaiser 2017 viel Wert auf die Übersichtlichkeit und die Benutzerfreundlichkeit der Folder und Flyer. Auch im Bereich Merchandise Artikel wurden fleißig neue Produkte wie die Bergdoktor Jausenbox produziert.

Auszug neuer und überarbeiteter **DRUCKSORTEN** 2017



Auszug neuer **MERCHANDISE ARTIKEL** 2017



Erzählen.

Pressearbeit zählt zu den wirkungsvollsten Marketingmethoden, besonders wenn man so spannende Geschichten zu erzählen hat wie der Wilde Kaiser. Printjournalismus wird immer häufiger von TV-, Radio- und Online-Reportagen ergänzt. Neben Reise-PR kommunizieren wir auch Events, Themen und Unternehmenserfolge.

Die Zusammenarbeit mit der Presseagentur Angelika Hermann-Meier, die auch St. Anton am Arlberg seit mehr als 20 Jahren betreut, erweist sich weiterhin als sehr erfolgreich. Auch die Österreich Werbung zeigt sich nach wie vor als kompetentester Partner in europäischen Märkten mit dem höchsten Wachstumspotenzial. In sechs Gruppen- und ca. 50 Einzelpressereisen konnten viele neue Journalisten und Blogger die Region kennenlernen und aus ungewöhnlichen Blickwinkeln darüber berichten. Insgesamt wurden im Jahr 2017 etwas über € 100.000,- für Pressearbeit ausgegeben und damit konnte ein Vielfaches an Medienwert generiert werden. Alleine die Veröffentlichungen der zwei deutschsprachigen Gruppenpressereisen zum Thema „Bergdoktor“ erreichten einen Medienwert von ca. 2,4 Mio. Euro.

Märkte & Themen

Neben unserem wichtigsten Herkunftsmarkt Deutschland wurde ebenso in den Märkten Österreich, Niederlande, Großbritannien und Slowenien Pressearbeit betrieben. In Kooperation mit der Österreich Werbung und anderen externen Partnern konnten nicht nur gute Kontakte geknüpft, sondern relevante Meinungsbildner der Medienwelt an den Wilden Kaiser geholt werden. Neben dem Dauerbrenner „Bergdoktor“ standen vor allem die Themen „Familienurlaub“ Sommer wie Winter, „Kulinarik“, und „Wandern“ bzw. „Wandern von Hütte zu Hütte“ und im Winter „Alpin Ski“ im Vordergrund.



TV & Reportagen (Auszug) 2017

- Toggo Ferienspaß (Wandern, Klettern, Bergrettung, Alm, Käserei)
- Toggo - Wozzle Goozle die Weltentdecker (Entstehung der Alpen)
- VOX Sing meinen Song Oktober 2017
- Sat.1 Gold Winterzauber Oktober 2017

Gruppenpressereisen & Recherchen 2017

- "Ski- und Hüttentour in der SkiWelt" 10.-13.01.2017
- CZ "Skifahren, wo der Bergdoktor ordnet" 16.-19.03.2017
- "Bergdoktor-Fanwoche am Wilden Kaiser" 25.-27.05.2017 & 10.-12.10.2017
- Golf-Pressereise 26.-28.07.2017
- Bloggerreise zur Bergsportwoche (24.-29.06.2017) 24.-29.06.2017
- Tagesexkursion im Rahmen der Junioren Kletter WM 30.08.2017
- 52 individuelle Recherchen (inkl. Blogger)

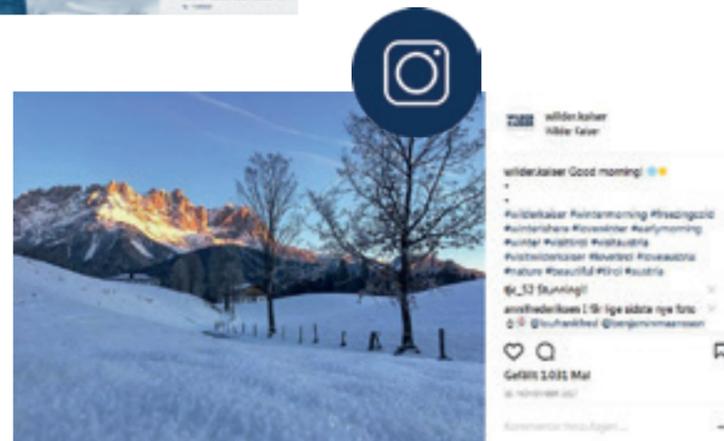
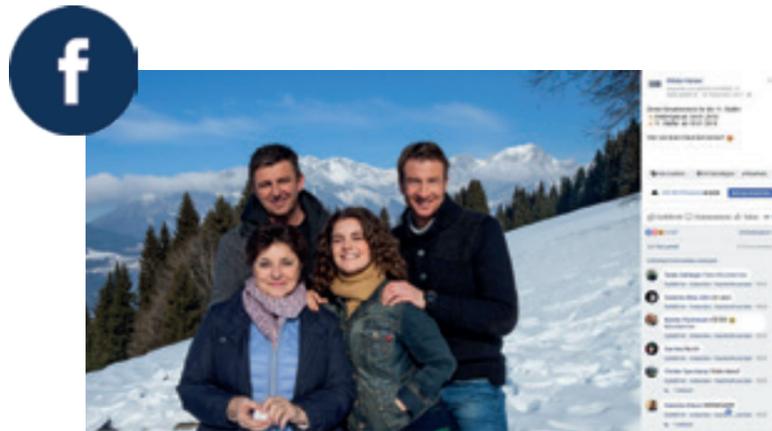
Presseausendungen & -events DE/AT 2017

- 12 Aussendungen mit Presseagentur HM PR
- 28 eigene Presseausendungen (v.a. an lokale Medien)
- Neujahrsempfang Hamburg 31.01.2017
- Neujahrsempfang München 01.02.2017
- ITB-Medientreff 2017 10.03.2017
- Kaiserstern für Sigi Rauch 19.06.2017
- Bergdoktor-Pressekonferenz 26.05.2017
- Pressekonferenz mit den ÖWD in Köln 20.03.2017
- Koasaklatterfestl inkl. Pressekonferenz zu „40 Jahre Pumprisse“ 10.06.2017



Kommunizieren.

Um für Urlaub am Wilden Kaiser zu begeistern und die Botschaft an die Zielgruppen heranzutragen, setzt der TVB Wilder Kaiser auf ein kreatives Word-of-Mouth Prinzip. Deswegen wird bewusst auf soziale Medien wie Facebook, Instagram und Co. gesetzt.



Digitales.

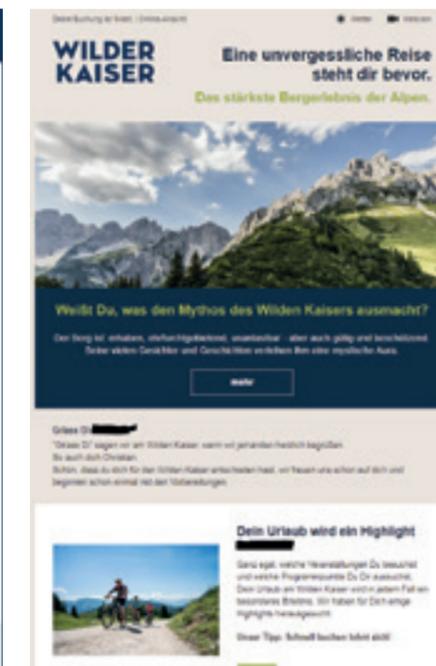
Eine der Hauptaufgaben des TVBs ist das sammeln, ordnen, kuratieren und verteilen von Informationen. Die Digitalisierung birgt dafür enormes Potential, kostet aber auch viel Kraft und Zeit. Aus diesem Grund gibt es im TVB seit Ende 2016 einen eigenen Digital Expert, der die digitale Transformation des TVBs steuert und allen Mitarbeitern beratend zur Seite steht.

Chatbot



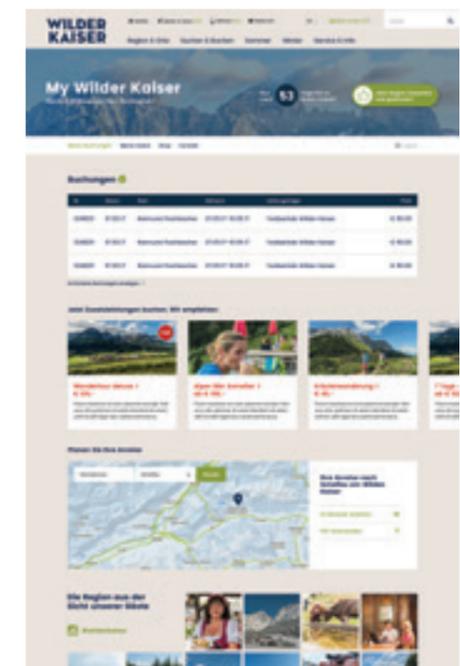
Der Chat hat sich als schnelle und unkomplizierte Ergänzung zum Email in den letzten Jahren etabliert. Vor allem Besucher der Website nutzen den Chat, um sich bei der Informationssuche helfen zu lassen. Um die Ressourcen des Infoteams zu schonen und um den Chat-Service 24h anbieten zu können, hat der TVB 2017 den Chatbot „Kaisa“ installiert. Ein Chatbot ist ein Programm das menschliche Fragen versteht und auf Basis seiner Datenbank (=Websiteinhalte) in ganzen Sätzen antwortet. In weitere Folge soll der Chatbot auch für Sprachanfragen (Stichwort Siri & Alexa) funktionieren, doch vorerst sind noch etliche Kinderkrankheiten zu überwinden, bis der Bot erwachsen ist.

Eye Pin



Wie gelingt es uns, mit dem Gast in Verbindung zu bleiben, ihm für ihn relevante Informationen zum richtigen Zeitpunkt zu übermitteln, den Umsatz mit dem Verkauf von Zusatzleistungen zu steigern ohne laufenden personellen Aufwand? Dies Frage stand am Anfang und die Antwort wurde mit der Software der Firma Eye Pin gefunden. Damit können dem Gast der über den TVB gebucht hat automatisch und individuell Angebote gemacht werden (z.B. Skipass), Informationen übermittelt werden (z.B. Wetter) oder neue Angebote (z.B. für den nächsten Skiurlaub) gemacht werden. 2018 wird das System inhaltlich weiterentwickelt werden.

Mein Kaiser



Im passwortgeschützten Bereich „Mein Kaiser“ können Zimmerbuchungen, Merklisten, Veranstaltungen und Gästeprogrammreservierungen einfach gespeichert und verwaltet werden. Nach einer Buchung via www.wilderkaiser.info erhält der Gast eine Mail, dass unter „Mein Kaiser“ seine Buchungen abgelegt sind und geräteunabhängig eingesehen werden können. Natürlich wird auch dieser Bereich genutzt, um dem Gast passende Zusatzleistungen schmackhaft zu machen. Auch Reminderfunktionen für gebuchte Programme sind enthalten. Bereits jeder zweite Gast nutzt diesen Bereich für seinen persönlichen Urlaub!

In den Orten arbeiten.

Mit Wegen, Loipen, Veranstaltungen, Gästeprogrammen und Festen tragen die Orte wesentlich zum Urlaubserlebnis am Wilden Kaiser bei. Die Mitarbeiter in den Ortsbüros geben nicht nur Informationen weiter, sondern beraten jeden Gast individuell.

ELLMAU begeistert!



In Ellmau wurde viel investiert

Im Frühjahr 2017 fuhren in Ellmau die Bagger auf. Das Hotel Christoph, Hotel Der Bär, Sporthotel, Hotel Kaiserblick, der Ellmauer Hof und auch viele Kleinvermieter investierten in neue Zimmer und großzügige Renovierungen.

Die Sommersaison startete mit dem Ferrari Treffen in Ellmau. Im Juni erhielt Siegfried Rauch einen Kaiserstern im Kapellenpark. Beim Sommereinläuten, dem Abend der Volksmusik und beim 4. Kaiserschmarrnfest lachte die Sonne. Die Ellmauer Sommernächte fanden 2017 bis Mitte September statt und im Anschluss folgten wieder der Musikherbst und das Blasmusikfestival. Die Familienherbstwochen und die verlängerte Öffnungszeit der Hartkaiserbahn brachten einen Übernachtungsrekord im Oktober.

Im Herbst 2017 wurde der neue Informatoren in Betrieb genommen. Per Touchscreen können Gäste dort 24h Zimmer buchen, sich über Veranstaltungen, Wanderrouten uvm informieren. In Zusammenarbeit mit GoingSoft wurde das dorfumspannende Infotainmentprogramm „Elli“ gestartet. Elli - „Die Digitale Dorfratschn“ - versorgt Gäste und Einheimische über Handy, Tablet oder Fernseher mit ihren Infos und Tipps.

Im Dezember wurde bereits zum vierten Mal „Sing meinen Song – das Weihnachtskonzert“ aus Ellmau gesendet.

GOING stärkt!



Die Umsetzung von „Going stärkt“ wurde 2017 konsequent fortgesetzt.

Als Pilotregion haben wir gemeinsam mit der FA Locandy die Bergdoktor App entwickelt. Der digitale Guide führt über den Dorfplatz in Going und informiert über den Drehort am Kirchplatz. Mit dabei sind amüsante Hintergrundgeschichten, Informationen rund um den Dreh und die Schauspieler.

Beim beliebten Ausflugsziel Moor & More wurden die Spielstationen erneuert und ein neuer Flying Fox errichtet. Die zwei neu errichteten Wanderkarten-Automaten am Parkplatz Hüttling und beim Wanderstartplatz Infobüro Going wurden sehr gut angenommen.

Im Mai 2017 erfuhr der Goinger Dorfplatz durch die Eismanufaktur „kEiSer“ eine kulinarische Aufwertung erlebt. „kEiSer“ Eis verwöhnt mit hausgemachten Eisspezialitäten und Kuchen.

Die Veranstaltungsreihe „Going Live“ und die Platzkonzerte erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit und werden sowohl von Gästen als auch von Einheimischen gerne besucht. Der Weihnachtsmarkt im Dezember war dank perfekter Schneelage 2017 ein besonderes Erlebnis. Die beleuchtete Kirche und die stimmungsvolle Atmosphäre am Dorfplatz haben Jung und Alt in festliche Weihnachtsstimmung versetzt.

Unsere Website going.at wurde im Layout neu gestaltet um somit der Regionsseite angepasst. Personell unterstützt uns seit Oktober Jessica Adelsberger (ehemals Weiland) im Infobüro.

SCHEFFAU belebt!



2017 stand in Scheffau ganz im Zeichen des Bergdoktors.

Im Mai und im Oktober konnten am Bergdoktor Fantag bei Kaiserwetter über 2400 Besucher begrüßt werden. Schauspieler und Zuschauer waren gleichermaßen von der herrlichen Kulisse begeistert.

Ein weiteres Highlight ist war das erste Gourmetfestival, organisiert in Zusammenarbeit mit den Kaisergourmets, einem Zusammenschluss von Gastronomiebetrieben in Scheffau. Trotz Schlechtwetter war das Festzelt bis zum letzten Platz gefüllt, und die Besucher ließen sich bei Livemusik mit feinsten Kochkreationen und den passenden Weinen der anwesenden Winzer verwöhnen. Die zweite Auflage 2018 findet am 31. August statt, und wird wieder einige Überraschungen bereithalten.

Auch zum ersten Mal fand 2017 der Kaiserkrone Jolsport Elite Run, ein Ultralauf rund um den Wilden Kaiser statt. 45 Starter stellten sich der Herausforderung von 58 Kilometern und 3500 Höhenmetern, und die Schlüsselstelle, der Jubiläumssteig stellte auch den Mut der Läufer und Läuferinnen auf die Probe. O-Ton der späteren Siegerin: „Hätte ich gewusst was mir da bevorsteht, wäre ich Zuhause geblieben“. Zur Verbesserung der Erreichbarkeit des Hintersteiner Sees wurde die Anzahl der Fahrten des Seebusses auf 27 pro Tag erhöht. Das neue Hotel die „Kaiserlodge“ sowie das umgestaltete Gemeindehauses geben dem Ort ein neues Gesicht. Das Jahr ließ Scheffau schon traditionell beim Vorsilvester mit Livemusik und großem Feuerwerk ausklingen.

SÖLL erfrischt!



Jahresbericht 2017 Söll

Das neue Jahr startete in Söll mit der Tirolpremiere eines Live-Klangfeuerwerks mit der Band i.Xact. Der Januar ist neuerlich von recht spärlichem Naturschnee geprägt, der Skibetrieb jedoch dank neuer Beschneidungsanlage gesichert.

In der Zwischensaison wird mit dem Projektteam Krismer/Egger weiter fleißig am Projekt „Insa-DorfMittn“ gearbeitet. Im Juni wird im Rahmen der 800 Jahr Feierlichkeiten „Der Traum eines österreichischen Reservisten“ aufgeführt. Das Mittelalter-Z’sammkemma ist ein voller Erfolg und soll 2018 wiederholt werden.

Die neue mobile Bühne leistet hervorragende Dienste und ist im ersten Jahr bereits 8-mal im Einsatz. Am Ahornsee begeistert eine neue Trampolin-Attraktion vor allem Jugendliche.

Erstmals ist eine irische Radiostation im Sommer in Söll zu Gast. Nur wenige Wochen später sendet der deutsche Privatradiosender RPR1 live aus dem Hexenwasser für rund eine ½ Mio. Zuhörer. Im August sehen 220 Besuchern den Film „Wie Brüder im Wind“ beim „Silent Cinema“ am Ahornsee.

Erfreulicher Weise sind die Schafbauern wieder beim Almabtrieb mit dabei. Die temporäre Zeltinfrastruktur am Alten Bauhofareal bei der Tour de Tirol, mit mehr als 1900 Aktiven, funktioniert bestens.

2018 wird vom Cordial Cup Finale und den Lebensraum-Projekten „InsaDorfMittn“ und „Tiroler Almwind“ geprägt sein.

Im Überblick.

Gute Mitarbeiter sind das Kapital eines jeden Unternehmens, besonders in der Dienstleistungsbranche. Der TVB Wilder Kaiser hat die besten Mitarbeiter die sich hier in neuem Outfit präsentieren dürfen.



Johannes Adelsberger
Obmann



Klaus Exenberger
Vorstand



Alexander Edinger
Vorstand



Manfred Hautz
Vorstand



MMag. Lukas Krösslhuber
Geschäftsführung



Mag. Renate Hermann
Meldewesen



Marina Oberleitner
Meldewesen



Peter Moser
TourismusManager Ellmau



Lydia Neumayer
Infobüro Ellmau



Birgit Hong
Infobüro Ellmau



Tanja Riegler
Infobüro Ellmau



Claudia Bichler
Infobüro Ellmau



Christian Haselsberger
TourismusManager
Service & Vertrieb



Kathrin Hochfilzer
Gästeservice &
Social Media



Tanja Feger
Gästeservice &
Warenwirtschaft



Sandra Pirchmoser
Urlaubsberatung &
Gästeservice



Johanna Leitner
Vermietercoach



Magdalena Winkler
TourismusManager Going



Nicole Mair
Infobüro Going



Sandra Bliem
Infobüro Going



Jessica Adelsberger
Infobüro Going



Mag. Viktoria Gruber
Presse & Kommunikation



Bettina Erber
Marketing



Julia Stadler
Grafik



Madeleine Ager
Grafik & Website



Raimund Fischbacher
Digital Expert



Marcus Sappl
TourismusManager Scheffau



Verena Entholzer
Infobüro Scheffau



Sabrina Brandauer
Infobüro Scheffau



Maria Luise Handl
Produktbetreuerin



Christine Mitterer
Personal- & Projektmanager



Klaus Niedmoser
Buchhaltung & Personal



Eva Sonntagbauer
Lehrling Buchhaltung



Anna-Maria Fuchs
Buchhaltung



Mag. Gabriel Eder
TourismusManager Söll



Elisabeth Strasser
Infobüro Söll



Katharina Schörghofer
Infobüro Söll



Andrea Mauracher
Infobüro Söll

Kurz notiert.

Nicht alles was 2017 im TVB Wilder Kaiser passiert ist lässt sich in das Raster dieses Jahresberichts pressen. Deshalb haben wir hier einige ungewöhnliche Daten und Fakten bunt gemischt zusammengefasst.

18

TourismusManagerSitzung mit insgesamt 67 Stunden fanden statt

Zum Jubiläum „40 Jahre Pumprisse – weltweit erste Klettertour im 7. Grad“ fand im Juni ein Kletterfest¹ auf der Wochenbunner Alm statt.

Der Kaiserkrone, einem 5-Tages-Wanderweg um den Wilden Kaiser, wurde das Österreichische Wandergütesiegel verliehen.

3.355

neue Wanderwegschilder in der Region montiert

„Sing meinen Song – das Weihnachtskonzert“ wurde bereits zum vierten Mal in der Ellmauer Alm gedreht.

Im Juli wurde erstmals der KaiserKrone JOLsport EliteRun, ein Lauf rund um den Wilden Kaiser mit 58 km und 3.500 Hm, durchgeführt. Nach 7:07h waren die ersten Herren und nach 9h die ersten Damen im Ziel in Scheffau.

800
Jahre Söll

400.000

Personen für den beliebtesten Facebook-Beitrag 2017

Mit der Kampagne „Kaiserherbst“ wurden Sommergäste in der Region gezielt auf Urlaub im Oktober aufmerksam gemacht.

Die Gruttenhütte war 2017 wegen Umbau geschlossen und wird 2018 mit neuem Pächter wiedereröffnet.

2 STUNDEN 4 MINUTEN
dauerte das längste Beratungsgespräch mit einem Gast am Telefon

Beim Scheffauer Dorfabend EXTRA wird traditioneller Blasmusik mit Rock & Pop ergänzt.

20.000
neue Facebook- und Instagram Fans

Scheffau feiert ein erfolgreiches erstes Gourmet-Festival als der Startschuss zu den Kulinarik Wochen.

15.815
Prospektbriefe wurden verschickt

2017

845
Gäste wurden 2017 in Ellmau geehrt

Bei der 1. Ellmauer Vermieter-Messe erfuhren Vermieter und Rezeptionisten alle Infos zum Sommer.

971 STUNDEN
(= 40 Tage) wurde in Summe telefoniert

Im Oktober eröffnet in Scheffau mitten im Ort das neue Hotel „Kaiserlodge“ mit eigenem Badeteich und patentierten Tirolls.

6.300
transportierte Bergdortfans zum „Gruberhof“

36.342
Angebote per Email verschickt

Bei der 1. Ellmauer Vermieter-Messe erfuhren Vermieter und Rezeptionisten alle Infos zum Sommer.

Mit den Kaisertalern wird eine neue lokale Währung für Gäste und Einheimische ins Leben gerufen.

Ein besonderes Kinoerlebnis ist das Silent Cinema am Ahornsee.

3.901
Rechnungen wurden gescannt

Ab September gibt es beim Söller Markttag in der Fußgängerzone immer am Freitagvormittag regionale und selbstgemachte Produkte zu kaufen und verkosten.

513
erstellte Flyer, Folder, Inserate und Postwürfe

13.696
Gäste haben sich online für das Gästeprogramm Sommer angemeldet

19.511
Online-Buchungen von Unterkünften und Zusatzleistungen

Die Salvenradrunde mit 62 km rund um die Hohe Salve wurde neu ausgeschildert.

85
verschiedene Gästeprogrammpunkte werden wöchentlich im Sommer geboten

Der neue Messestand feiert im November bei der Touristik & Caravan in Leipzig seine Premiere.

Finanzieren.

	Erlös 2017	Aufwand 2017	Saldo 2017	Budget 2017	Budget 2018
Verbandsorgane/ Interessensvertretung	0	-54.619	-54.619	-50.360	-47.010
Meldewesen	74.855	-123.321	-48.467	-46.000	-40.000
Buchhaltung	0	-6.100	-6.100	0	-8.000
Grafik	0	-16.488	-16.488	0	-15.000
Wanderwege	5.604	-208.186	-202.582	-214.500	-209.167
Ortspflege	9.950	-163.852	-153.902	-149.300	-199.020
Gästemobilität	35.224	-575.772	-540.548	-486.500	-536.800
Loipen/ Winterwanderwege	8	-28.234	-28.226	-45.400	-78.168
Rodelbahnen	0	-51.290	-51.290	-50.350	-50.350
Radwege	32.513	-47.628	-15.115	-199.000	-155.360
Kletterinfrastruktur	0	-7.931	-7.931	-10.000	-15.000
Mitgliederbetreuung	6.584	-46.058	-39.474	-36.200	-69.200
Gästecard/ Destinationskaufhaus	8.255	-40.535	-32.280	-53.000	-48.000
Drucksorten	10.901	-158.314	-147.414	-128.500	-87.500
Gästeprogramm	21.803	-89.541	-67.738	-44.350	-44.350
Veranstaltungen laufend	25.949	-265.254	-239.305	-217.900	-217.900
Veranstaltungen jährlich	99.107	-323.817	-224.710	-185.750	-288.350
Presse	0	-116.835	-116.835	-107.600	-119.700
Social Media	0	-38.749	-38.749	0	-28.300
Marketing	146.144	-1.310.786	-1.164.642	-1.455.900	-1.222.550
Gästeehrung/ Stammgäste	0	-83.555	-83.555	-45.645	-51.150
Merchandising	88.496	-96.922	-8.426	-2.120	-7.950
Werbemittel/ Werbeschenke	0	-22.874	-22.874	-24.620	-21.800
Fotos/ Videoproduktion/ Filme	4.000	-55.282	-51.282	-67.000	-73.400
Tennisplatz	8.182	-17.516	-9.334	-15.150	-9.860
Sport- und Freizeiteinrichtungen	0	-53.244	-53.244	-85.500	-36.000
Eislaufplatz	7.743	-13.463	-5.720	400	-8.208
Bergdokter	3.845	-189.430	-185.585	-174.975	-201.600
Vertrieb	40.858	-95.449	-54.591	-70.000	-85.000
Moor & More	10.922	-22.105	-11.183	-21.730	-24.440
Website & Digitale Info	23.503	-278.284	-254.781	-135.700	-152.700
Unternehmensführung & Strategie	80	-61.338	-61.258	-49.200	-50.000
Postpartner Kundenkarten	18.091	-22.486	-4.395	2.000	0
Postpartner Vertrieb	15.070	0	15.070	17.500	23.000
Personalkosten	17.078	-1.433.363	-1.416.285	-1.201.590	-1.375.874
Verwaltung	26.104	-381.577	-355.473	-385.598	-323.485
Angebots- und Produktentwicklung	0	-7.291	-7.291	-1.000	-20.000
Zuwendung Vereine ohne dir. Gegenleistung	0	-21.622	-21.622	-4.500	-11.550
Fuhrpark	0	-6.265	-6.265	0	-10.000
AfA Anlagegüter	0	-180.263	-180.263	-169.162	-186.115
Inventurbuchungen	0	-49.858	-49.858	0	0
Aufenthaltsabgaben	3.627.310	0	3.627.310	3.888.000	3.752.000
Pflichtbeiträge	2.909.513	-8.589	2.900.924	2.210.000	2.478.700
Betriebsmittelrücklagen/ -auflösung	1.557.900	-403.770	1.154.131	-49.500	-124.843
gesamt	8.835.590	-7.177.854	1.657.736	134.300	0

Budget und Erfolgsrechnung 2017

Für 2017 lagen die Einnahmen bei € 8,84 Mio, die Ausgaben bei 7,18 Mio. Darin enthalten ist eine saldierte Betriebsmittelrücklagenauflösung von € 1.154.131, resultierend aus einer vorzeitigen und kompletten Tilgung des Kaiserbadkredits in Höhe von € 1.613.511. Die Betriebsmittelrücklage verringerte sich dadurch von € 1,5 Mio auf rund € 350.000.

Budget 2018

Für 2018 sind Einnahmen von € 6,99 Mio. budgetiert, das sind rund € 260.000 mehr als im Vorjahr. Marketing/ Presse/ Bergdokter/ Vertrieb (1,66 Mio) und Personal (1,38 Mio) sind die größten Posten, gefolgt von Gästeservice und Infrastruktur (je rund 1 Mio). Besonders für Ortspflege, Mobilität, Mitgliederbetreuung, Veranstaltungen und Personal wurde mehr budgetiert, weniger für klassisches Marketing.

Kommentieren.

Das Jahr 2017 stand ganz im Zeichen des einzigartigen Projektes „Lebensqualität am Wilden Kaiser“: Bürger, Unternehmer, Mitarbeiter - mit und ohne Tourismusbezug - haben gemeinsam an der Frage gearbeitet „Wie gestalten wir gemeinsam den Tourismus in unserer Region für eine höhere Lebensqualität aller?“ und sich damit die so spannende Frage nach dem WARUM gestellt.



Lukas Krösslhuber
Geschäftsführer Tourismusverband Wilder Kaiser

In der Nachkriegszeit haben die Menschen am Wilden Kaiser viele Entbehrungen auf sich genommen um mit den Zusatzeinnahmen aus dem Fremdenverkehr die eigene finanzielle Lebenssituation in kleinen Schritten zu verbessern. Da schiefen schon mal die Kinder für ein paar Wochen am Dachboden um ein Zimmer mehr vermieten zu können. Dem Gast begegnete man sehr unterwürfig, wollte man doch auf keinen Fall das Geschäft verlieren. Mit Mitarbeitern ging man dafür oft umso rauer um, gab es doch genügend Ersatz, wenn einer mal das Weite suchte. Das politische Argument „Neue Arbeitsplätze“ wischte meist alle Umweltbedenken beim Bau neuer Hotels oder Lifte hinweg. Es waren andere, harte Zeiten, in denen die Basis für unseren heutigen Wohlstand gelegt wurde.

Heute gibt es in Tirol Vollbeschäftigung und gerade im Tourismus mehr Arbeitsplätze als besetzt werden können. Die öffentliche Infrastruktur (Straßen, Schulen, Wanderwege) ist ebenso top, wie die private (Handel, Gastronomie, Freizeitangebote). Das macht die Region für viele Menschen so attraktiv, als Urlaubsziel, Zweit- oder Hauptwohnsitz. Das knappe Gut „Grund und Boden“ wird dadurch weiter verknappt, Einheimische verdrängt, Ressourcen (über)beansprucht – ein Teufelskreis?

Das Projekt „Lebensqualität am Wilden Kaiser“ hat aufgezeigt, dass es an der Zeit ist, das Verhältnis von ökonomischen, ökologischen und sozialen Effekten des Tourismus neu zu bewerten. Tourismus soll nicht nur Geld bringen, sondern muss auch dazu beitragen unsere Lebensqualität ganzheitlich zu verbessern - das gilt es bei allen strategischen Entscheidungen im Blick zu haben.

Machen Sie folgenden kleinen Test: Würden Sie lieber
a) 10% mehr arbeiten und 10% mehr verdienen,
b) gleich viel arbeiten und 5% mehr verdienen oder
c) 10% weniger arbeiten und gleich viel verdienen?

Die meisten von uns leben und arbeiten derzeit nach Schema a. Ich bin überzeugt, dass die Lebensqualität von jedem einzelnen, aber auch von unseren Mitmenschen, schneller steigen würde, wenn wir mehr

nach Schema b und c arbeiten würden. Dazu gilt es die eigenen Prioritäten zu hinterfragen und die eigene Strategie danach auszurichten. Die Region Wilder Kaiser hat dies im Projekt „Lebensqualität am Wilden Kaiser“ getan und sich folgende vier Ziele jenseits von Übernachtungszahlen gesetzt:

- Die Menschen für den Tourismus begeistern
- Eine gleichmäßigere Auslastung übers Jahr
- Verringerung des touristischen Verkehrs
- Den Wert unseres Angebots erhöhen

2018 und 2019 werden wir im Verband daran arbeiten diese und die weiteren Erkenntnisse aus dem Lebensqualitätsprozess in die Struktur, Organisation, Strategie und Maßnahmen des Tourismusverbandes zu übertragen.* Das wird von den Mitarbeitern, Funktionären und Mitglieder viel Flexibilität im Denken und Handeln erfordern und ich bedanke mich jetzt schon bei jedem einzelnen, der sich auf diese spannende Transformation einlässt.

Lukas Krösslhuber
Geschäftsführer

* Die Kernaufgaben des TVBs (Marketing, Information, Veranstaltungen, Infrastruktur etc) werden dadurch nicht vernachlässigt, sondern nur neu gedacht.

Herausgeber:

Tourismusverband Wilder Kaiser

Bilder:

Tourismusverband Wilder Kaiser, Archiv Partner, Presse und Marketing, Peter von Felbert/Reiter, rolart images, shutterstock, Simon Oberleitner, Sternmanufaktur, Viktoria Gruber

Grafische Gestaltung:

Tourismusverband Wilder Kaiser

Grafisches Konzept:

hoeretzeder grafische gestaltung, Scheffau / Tirol

Druck:

RB Druck GmbH, Saalfelden

Änderungen, Druck- und Satzfehler vorbehalten.

© 06.2018

**Tourismusverband
WILDER KAISER**

6352 Ellmau · Dorf 35
Tirol · Austria
T: +43 (0) 50509
F: +43 (0) 50509 190

office@wilderkaiser.info
www.wilderkaiser.info