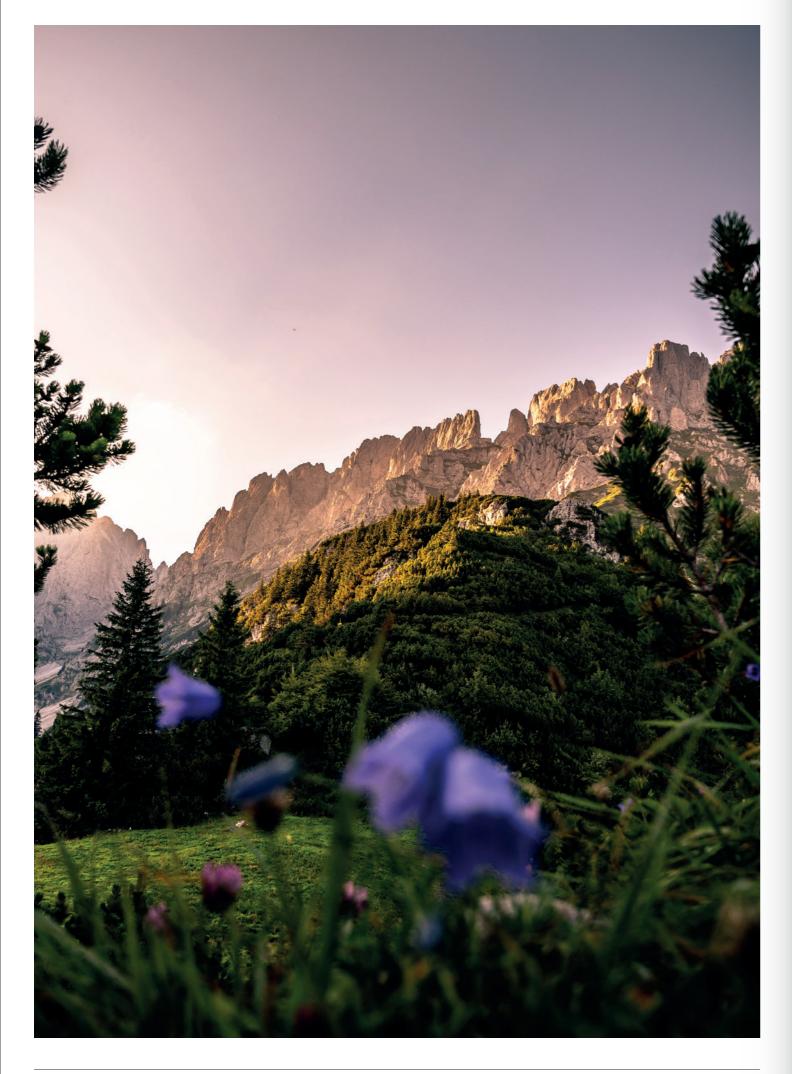


Tourismusverband Wilder Kaiser Der Jahresbericht 2018 Eine Information für alle Mitglieder.









Johannes Adelsberger Obmann des Tourismusverbandes Wilder Kaiser

Liebe Verbandsmitglieder!

Erstmals konnten in unserer Region mehr als 400.000 Ankünfte und mehr als zwei Millionen Übernachtungen in einem Jahr gemessen werden. Die Bettenanzahl ist stabil, die Auslastung hat sich in den letzten 5 Jahren von 139 auf 175 Vollbelegstage erhöht. Aus dieser komfortablen Ausgangsposition gilt es künftig einen besseren, wertschöpfenderen und nicht ein Mehr an Tourismus zu forcieren. 2018 wurden aufbauend auf dem Projekt "Lebensqualität am Wilden Kaiser" die Eckpfeiler für die Regions- und Verbandsstrategie bis 2024 gesetzt, die Qualität, Verträglichkeit und Nachhaltigkeit vor Nächtigungsrekorde stellt. Eine Top-Infrastruktur wie der neue Eiberg-Radweg oder die neue Wanderwegbeschilderung sind dafür Voraussetzung. Im Namen aller Funktionäre und Mitarbeiter darf ich mich für Eure tolle Arbeit 2018 bedanken.

INHALT

Vorwort des Obmanns 3		Vermarkten	14	
Berichten	4	Erzählen	10	
Organisieren	6	Kommunizieren	18	
Unternehmensführung	7	Digitales	19	
Lebensqualität am Wilden Kaiser	8	In den Orten arbeiten	20	
Mobilität	10	Kurz notiert	24	
Vertrieb und Mitgliederservice	11	Finanzieren	20	
Aktionszeiträume 12		Kommentieren	27	
Gestalten	13			

Berichten.

Im Tourismusjahr 2017/18 wurden 2.078.553 Übernachtungen gezählt. Sommer und Winter sind gleich auf und in beiden Saisonen wurden Nächtigungsrekorde erreicht. Der oft beschworene Verlust von privaten Betten ist am Wilden Kaiser (noch) nicht zu spüren, hier konnte das Niveau in den letzten 5 Jahren gehalten werden. Mit der Kaiserlodge in Scheffau kamen etliche gewerbliche Betten dazu.

10-Jahres-Vergleich Nächtigungen pro Saison

WINTER SOMMER



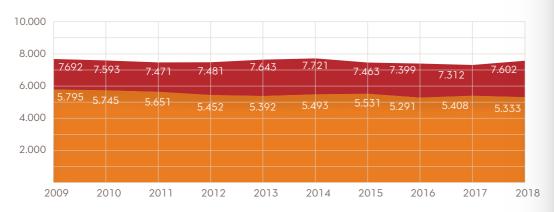
10-Jahres-Vergleich Vollbelegstage pro Saison

WINTER SOMMER



10-Jahres-Vergleich Bettenanzahl (Winter)

GEWERBLICH
PRIVAT & SONSTIGE

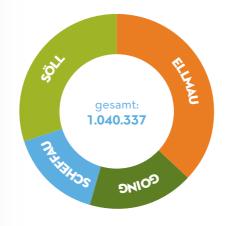


Winter 2017/18

Die Nächtigungszahlen kletterten im Winter 2017/18 auf 1.040.337 Übernachtungen, das entspricht einem Plus von 8,6% (Tirol +4,2%). Besonders stark zeigte sich der Hauptmarkt Deutschland mit einem Plus von 13,3%. Neben Österreich (+5,2%)

performten auch Tschechien und Polen (jeweils +17%) stark.

In absoluten Zahlen besonders stark zulegen konnten im Winter die 4/5-Stern-Hotels (+9,3%) und die privaten Ferienwohnungen (+10%). Aber auch Urlaub am Bauernhof (+20 %) und gewerbliche Ferienwohnungen (+11 %) profitierten von der guten Nachfrage. Erneut rückläufig waren die Übernachtungszahlen bei den 3-Stern-Hotels (-1,2 %), wobei es hier auch weniger zu füllende Betten gab.



Übernachtungen nach	%	
ELLMAU	386.909	37,2 %
GOING	182.521	17,5 %
SCHEFFAU	160.898	15,5 %
SÖLL	310.009	29,8 %

Herkunftsland ÜN Winter	Differenz	2018/19
DEUTSCHLAND	+70.135	596.577
•	+13,3 %	57,3 %
NL/BELGIEN	+5.018	180.208
•	+2,9 %	17,3 %
UK/IRLAND	-2.750	104.759
	-2,6 %	10,1 %
ÖSTERREICH	2.241	54.273
	+4,3 %	5,2 %
DÄNEMARK	-2.500	10.058
•	-19,9 %	1,0 %
SCHWEIZ	-682	13.703
	-4,7 %	1,3 %
TSCHECHIEN	+2.342	15.903
	+17,3 %	1,5 %
SONSTIGE	+4.338	64.858
	+7,2 %	6,2 %

Kategorie ÜN Winter	Differenz	2018/19
4/5 STERN	+26.195	306.689
	+9,3 %	29,5 %
3 STERN	-1.788	148.714
	-1,2 %	14,3 %
2/1 STERN	+7.691	100.663
	+8,3 %	9,7 %
FEWO GEWERBL.	+13.687	134.636
	+11,3 %	12,9 %
FEWO PRIVAT	+21.819	235.774
	+10,2 %	22,7 %
PRIVATQUARTIER	+1.407	38.459
	+3,8 %	3,7 %
BAUERNHOF	+11.871	69.978
	+20,4 %	6,7 %
SONSTIGE	+1.185	5.424
•	+28,0 %	0,5 %

Sommer 2018

Im Sommer 2018 wurden 1.038.216 Übernachtungen gezählt, das um 6,3 % mehr als im Vorjahr und neuer Rekord ist (Tirol +2,9 %). Das gesamte Plus von 61.942 Übernachtungen geht auf das Konto Deutsch-

gesamt: 1.038.216

Übernachtungen nach Ort Sommer		
ELLMAU	423.414	40,8 %
GOING	203.123	19,6 %
SCHEFFAU	142.764	13,8 %
SÖLL	268.915	25,9 %

lands, während sich die Gewinne und Verluste aus den anderen Ländern egalisieren. Der Übernachtungsanteil aus Deutschland ist in den letzten 5 Jahren von 72% auf 79% gestiegen.

Auch im Sommer profitieren gewerbliche und private Vermieter gleichermaßen von der konstant guten Nachfrage.

Herkunftsland ÜN Sommer	Differenz	2018
Herkuntsland UN Sommer	Differenz	
DEUTSCHLAND	+62.019	816.092
	+8,2 %	78,6 %
NL/BELGIEN	+1.228	51.861
	+2,4 %	5,0 %
ÖSTERREICH	+4.275	61.087
	+7,5 %	5,9 %
UK/IRLAND	-1.518	28.739
•	-5,0 %	2,8 %
SCHWEIZ	+283	31.499
●	+0,9 %	3,0 %
TSCHECHIEN	+1.698	5.663
•	+42,8 %	0,5 %
FRANKREICH	-2.780	7.265
•	-27,7 %	0,7 %
SONSTIGE	-3.263	36.010
•	-8,3 %	3,5 %

Kategorie ÜN Sommer	Differenz	2018
4/5 STERN	+23.833	375.625
•	+6,8 %	36,2 %
3 STERN	-1.852	140.020
→	-1,3 %	13,5 %
2/1 STERN	+6.723	94.723
	+7,6 %	9,1 %
FEWO GEWERBL.	+8700	122.422
	+7,7 %	11,8 %
FEWO PRIVAT	+6990	182.545
	+4,0 %	17,6 %
PRIVATQUARTIER	+2.025	30.170
•	+7,2 %	2,9 %
BAUERNHOF	+8.187	69.680
	+13,3 %	6,7 %
CAMPING/SONSTIGE	+7.708	23.031
•	+50,3 %	2,2 %

Organisieren.

Gute Arbeit braucht gute Struktur und diese ist laufend den aktuellen Erfordernissen anzupassen. In der 2017 eingeführten mittleren Managementebene wurde im Herbst eine Marketingleiterin eingestellt. 2019 soll dann auch die Abteilung "Angebot & Lebensraum" eine neue Leitung bekommen. Die Strategie 2024 wird weitere Organisationsanpassungen notwendig machen.



Unternehmensführung.

Wir verstehen uns als Dienstleister für unsere Mitglieder und Gäste. Die Organisation von Erlebnissen, Kooperationen, Mobilität und vor allem Informationen ist unser Hauptgeschäft. Dabei haben wir stets die Bedürfnisse unserer Mitglieder im Fokus und werden für sie auch in neuen Bereichen aktiv (z.B. Vermietercoaching, Staffprogramm).

Mit den neuen, oft selbstgewählten Aufgaben und der gewünschten Professionalisierung steigt auch der Personalbedarf. Hatte der TVB 2012 noch 20 Vollzeit- und 7 Teilzeitmitarbeiter, waren es Anfang 2018 bereits 25 Vollzeit-, 8 Teilzeitmitarbeiter und ein Lehrling. Im Schnitt sind wir also um 1,25 Mitarbeiter pro Jahr gewachsen. Die Personalkosten stiegen um durchschnittlich 7,5 % pro Jahr, der Anteil der Personalkosten liegt aber konstant bei rund 20 % der Gesamtausgaben. Die Personalkosten pro Übernachtung betragen übrigens € 0,68 - das ist der viertniedrigste Wert aller 34 Tiroler Tourismusverbände.

2018 haben wir uns v.a. im Marketing verstärkt, wo die Position der Abteilungsleitung neu geschaffen und besetzt wurde. Auch für Social Media wurden mehr Ressourcen freigespielt. In den Bereichen Personal und Buchhaltung wurde ebenso aufgestockt wie im Infobüro Scheffau.

2019 werden v.a. in den Orten und im Bereich Information/ Website zusätzliche Stunden notwendig werden.

2018 durften wir folgende neue Mitarbeiter im Team begrüßen:



Sabrina Brandauer (neu, Dez 2017) - Infobüro Scheffau/ Kinderprogramm Sommer



Christine Mitterer (neu, tlz.) – Personal/ Projekt Lebensqualität



Renate Widmoser (vormals Sandra Schreder) -Infobüro Scheffau



Sabine Kröll (vormals Sandra Pirchmoser/ Karenz) – Urlaubsberatung/ Sekretariat



Anita Smit (vormals Tanja Feger) – Urlaubsberatung/ Social Media



Lena Krenn (vormals Madeleine Ager/ Karenz) – Urlaubsberatung/ Blogger



Tanja Feger (vormals Eva Sonntagbauer, Lehrling) – Buchhaltung/Einkauf/ Lager



Katharina Muck (neu) - Marketingleitung

Jahresbericht 2018

Tourismusverband WILDER KAISER

Lebensqualität am Wilden Kaiser.

An der Vision "Die Lebensqualität der in der Region lebenden, arbeitenden und urlaubenden Menschen ist ausgezeichnet." wurde auch 2018 intensiv gearbeitet. Die in einem groß angelegten Bürgerbeteiligungsprozess erarbeiteten Themen, Ziele und Projekte für eine bessere Lebensqualität kamen 2018 in die Umsetzung.

Personelle Ressourcen



Die Berücksichtigung der Interessen von Bürgern, Mitarbeitern und Gästen in gleichem Maße ist Teil der Projektphilosophie. Veranstaltungen des Tourismusverbandes sollen sich künftig nicht nur an den Bedürfnissen der Gäste ausrichten, sondern auch denen der Bürger. Mit der kostenlosen BürgerCard oder StaffCard können diese Zielgruppen schon heute die gleichen Inklusivleistungen, Ermäßigungen und Rabatte nutzen wie die Gäste – in manchen Bereichen (z.B. StaffProgramm) sogar noch darüber hinaus.

Gleichzeitig versucht der Tourismusverband sich künftig stärker als "Freizeitpartner" für Einheimische und (Saison)arbeiter zu positionieren. Im Laufe des Lebensqualitätsprojektes wurde festgestellt, dass viele Bewohner wenig Wissen und teilweise sogar falsche Meinungen über das touristische Angebot für sie haben. 2018 wurden die Vorbereitungen getroffen, dem mit Information und Dialog Abhilfe zu schaffen.

Information & Organisation



Information & Organisation

- 23.01. Gut besuchtes Diskussionsforum in Ellmau zur Vorstellung der Lebensqualitäts-Projekte
- 09.05. Dialogabend mit jungen Erwachsenen (16-30 Jahre),
 Bürgermeistern, Touristikern und Bildungsverantwortlichen
- 02.07. Präsentation des Lebensqualitätsprojektes inkl. Projekte und Erkenntnisse in der TVB-Vollversammlung
- 22.10. Dialogabend mit Vertretern von Vereinen, Bürgermeistern und Touristikern
- In allen 4 Gemeinderäten wurde das Projekt und die daraus abgeleitete TVB-Strategie von TVB-Geschäftsführer Lukas Krösslhuber präsentiert
- Gründung einer Facebookgruppe "Lebensqualität am Wilden Kaiser" und Aufbau eines Newsletter-Verteilers
- Erarbeitung der "Strategie 2024" für den Tourismusverband auf Basis der Erkenntnisse aus dem Projekt. Die neue Strategie wird bei der Vollversammlung im Herbst 2019 präsentiert.

Organisation & Betreuung

- Schaffung der personellen Ressourcen im TVB in Form einer neuen Teilzeitstelle Personal/ Lebensqualität (Christine Mitterer) mit 16 Wochenstunden, rund 6 h davon für das Projekt.
- Externe Projektmanagerin Katie Tropper für das Projekt Personal.Regional mit StaffCard, StaffProgramm und Club der attraktivsten Arbeitgeber.

Das Projekt "Lebensqualität am Wilden Kaiser" und die daraus hervorgegangenen Projekte fanden in Tirol und europaweit in der Tourismusbranche große Beachtung.

Projekte





2018 waren die "Hundehaltercoaches" Hedwig Brandauer (Ellmau/Going) und Carla van Adrichem (Söll) im Auftrag des TVBs unterwegs, um Hundebesitzer über die Do's and Dont's aufzuklären und auch mit den Anrainern über Hundeprobleme zu sprechen. In Going zeigten die Informationen per Flugblatt und Gemeindezeitung sowie die zusätzlichen Gassisackerl-Mistkübel einen positiven Effekt. Die Idee, Gäste mit Hunden mittels Gutschein für einen gemeinsamen Pack Walk Termin zu begeistern, floppte allerdings.

Tiroler Almrind

Die Kühe, die auf den Kitzbüheler und Kufsteiner Almen weiden, sollen in der lokalen Gastronomie und Handel zu einem der Qualität entsprechenden Preis erhältlich sein. Das Projekt wurde auf die Tourismusverbände Brixental, Hohe Salve und Wilder Kaiser ausgedehnt und die Agrarmarketing Tirol als Partner ins Boot geholt. Die AMA kontrolliert die Qualitätskriterien (u.a. 30 Monate Alpung), geschlachtet wird lokal von Huber und Obermoser. SPAR Tirol und Eurogast Riedhart organisieren den Vertrieb, der TVB Wilder Kaiser (Gabriel Eder) koordiniert und übernimmt die Kommunikation. 2019 wird das erste Tiroler Almrind zu verkosten sein.

Projekt Umweltschule/ Science Center

Die Sensibilisierung für die Umwelt und ein schonender Umgang mit Ressourcen wurde als einer der wichtigsten Faktoren für die persönliche Lebensqualität genannt. Wolfgang Knabl (Söller Vize-Bürgermeister) arbeitete 2018 zielstrebig und intensiv an der Vorbereitung einer Umweltschule/ Science Center im Söller Ortszentrum. Dank guter Vernetzung und Kontakte zu Wissenschaft und Politik sind die Chancen für eine Umsetzung durchaus realistisch.

Projekt Personal.Regional
Die Verbindung und Teilhabe am Tourismus als Unternehmer, Mitarbeiter oder Privatvermieter hat sich als eines von vier Kernthemen herauskristallisiert. Der "Club der attraktivsten Arbeitgeber" hat sich zum Ziel gesetzt, die Arbeitsbedingungen in den eigenen touristischen Betrieben nachhaltig zu verbessern. Mit der StaffCard (Pendant zur Gäste- bzw. BürgerCard) und dem StaffProgramm wurden regional Anreize gesetzt, um als Einheimischer in der Tourismusbranche bzw. als Saisonarbeiter in der Region Wilder Kaiser zu arbeiten.

Mobilität.

Das Thema "Urlaub ohne Auto" hat am Wilden Kaiser einen hohen Stellenwert. 2018 wurde die Vor-Ort-Mobilität um einige neue Angebote erweitert. Insgesamt investierte der Tourismusverband 2018 € 775.000 in Mobilität, dazu kamen noch einmal je € 300.000 von den Bergbahnen und den Gemeinden.

Sommermobilität



Der KaiserJet war in diesem Jahr 165 Tage im Einsatz, so lange wie noch nie. Der Dorfabendbus drehte 2018 abends bereits drei statt zwei Runden. Der Hintersteinersee Bus hat morgens und abends erstmals je eine zusätzliche Fahrt zur Wochenbrunner Alm eingelegt.

Der Wilde Kaiser ist bei der Vor-OrtMobilität für Gäste bestens aufgestellt. Viele
Gäste lassen deshalb ihr Auto im Urlaub
stehen und erkunden die Region mit den
Öffis. Unser Ziel für die nächsten Jahre ist
es, dass die Gäste ihr Auto bereits zu Haus
lassen und mit dem Zug anreisen.
Außerdem soll die Information und Zugang
zu den vielen (komplizierten) Mobilitätsangeboten in der Region deutlich vereinfacht
werden. So ist der Wilde Kaiser Pilotregion
für die neue Web-Anwendung naturtrip, die
auf öffentliche Freizeitmobilität spezialisiert ist.

€ 1,50 Bustickets



In allen Infobüros und bei engagierten Vermietern erhielten Gäste ganzjährig die "Wilder Kaiser Bustickets" um € 1,50, mit denen die Linienbusse nach Wörgl, Kufstein, St. Johann und Kitzbühel stark ermäßigt genutzt werden konnten. Speziell an Regentagen, für Kulturveranstaltungen und in der Nebensaison waren unsere Gäste auf diese Art unterwegs. Unsere Erwartungen wurden 2018 weit übertroffen und insgesamt 16.000 dieser € 1,50 Tickets verkauft. Für Gäste, die mit dem Zug anreisen, gab es einen kostenlosen Onlinevoucher für die einmalige Benützung der Linienbusse in die Region ab den Bahnhöfen Kufstein, Wörgl und St. Johann.

2019 wird dieses gute, aber doch umständliche Angebot von der Aktion "Gästekarte = Fahrkarte" abgelöst werden.

Skibusse & Winterkaiserjet



Im Winter 2017/18 waren bis zu 20 Skibusse gleichzeitig in der Region unterwegs. Der Hintersteiner See Winterbus wurde auf Grund des Vorjahreserfolges erneut angeboten und ausgebaut. Der Aprés Ski Bus hingegen (einmal abends von Söll nach Going und zurück) wurde wegen mangelnder Akzeptanz nicht mehr auf die Reise geschickt. Für den Winter 2018/19 wurde erstmals ein eigener Winterkaiserjet ins Leben gerufen, der v.a. Nicht-Skifahrer ganztägig von den Ortszentren zu den Bergbahnen, Winterwanderwegen und ins Kaiserbad bringen soll.

2019 steht die Ausschreibung und Vergabe der Skibusse für die nächsten vier Jahre an.

Vertrieb und Mitgliederservice.

Stärkerer Online Vertrieb über booking.com, Profi-Coaching für den Vermietercoach und Datenschutz & Pauschalreiserichtlinie als Herausforderung.

Stärkung des Online Vertriebes

Als erste Ferienregion startete am Wilden Kaiser die Kooperation mittels Direktschnittstelle zu booking.com, dem stärksten der bislang 18 Portale, die alle Vermieter einfach über Feratel verbinden können. Für die direkt verbundenen Portale entfallen der zusätzliche Wartungsaufwand und die Gefahr von Überbuchungen. Durch intelligentes Revenue Management sind sogar Provisionsausgleiche möglich.

Train the Trainer

Um noch professioneller auf die Bedürfnisse der Vermieter eingehen zu können, bilden sich die Mitarbeiter des TVB und vor allem Vermietercoachin Johanna ständig weiter. Ein neues Konzept der Weiterbildung für Vermietercoaches wurde mit unserem Tourismusverband, unterstützt durch das Land Tirol, entwickelt: Train the Trainer

Profi Coaches (Kohl & Partner) schulen die Mitarbeiter und begleiten sie mit Rat und Tat während den Schulungseinheiten mit den Vermietern. Thema GästeCard und regionale Angebotswochen wurde als Erstes Projekt gewählt, 2019 soll ein professionelles Preiscoaching folgen.

Datenschutz und Pauschalreiserichtlinie

Zwei gefürchtete EU-Vorgaben traten 2018 gesetzlich in Kraft und forderten die Vermieter sehr. Anpassungen auf der Buchungsstrecke auf www.wilderkaiser. info und vor allem die Beratung für die Vermieter, welche Änderungen notwendig sind, forderten auch das Team des Tourismusverbandes.



Vermieterausflug Schloss Neuschwanstein 2018

Vermieterausflug und Vermieterwandertag

Auch 2018 wurde für die Gemeinschaft der Vermieter wieder einiges unternommen. Der Vermieterausflug führte die Vermieter auf das Schloss Neuschwanstein in Bayern, ein touristischer Magnet für abertausende von Besuchern jährlich.

Im Sommer erwanderten und "erradelten" die Vermieter die Obere Regalm in Going anlässlich des alljährlichen Vermieterwandertages.

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 2017/18

SuperSkiWochen	0822.12.17 10.0308.04.18	Super sparen beim Skiurlaub zum Spezialpreis auf Unterkunft, Skipass und Skischule.
FamilienSkiWochen	0822.12.17 10.0308.04.18	Gratis Skipass für Kinder und Jugendliche bis 15 Jahren.
KinderZauber	08.12.17-08.04.18	Viel mehr als Skifahren: Jede Menge Spaß im "Spielplatz Schnee".
KaiserWochen	0627.01.18	Kaiserlicher Urlaub mit tollen Bonusangeboten.
SkiWelt Pistenparty Wochen	0621.01.18	Zwei Wochen Party in der SkiWelt Wilder Kaiser-Brixental.
Skihütten Gaudi im März	0324.03.18	Sonne, Schnee und irrsinnig viel Spaß.

Aktionszeiträume Sommer 2018

Bergdoktor Fantage	17.05.18 13.09.18 10.10.18	Die Bergdoktor-Schauspieler hautnah bei den Fantagen erleben.
Bergsportwoche	23.0630.06.18	Sechs Bergsportarten in sechs Tagen erleben.
Gourmetfestival & Kulinarik-Wochen	01.0914.10.18	4 Abende - 16 Gänge
FamilienHerbstWochen	29.0921.10.18	Volles Familienangebot bis Ende Oktober.
Almabtriebswoche in Söll	1523.09.18	Eine der schönsten Tiroler Traditionen hautnah miterleben.
Musikherbst am Wilden Kaiser	26.09.–30.09.18 03.–07.10.18	Zwei Wochen am Wilden Kaiser mit den Stars der Volksmusik.
Blasmusikfestival	1214.10.18	Der jährliche Fix-Termin für alle Freunde der Blasmusik.

13. Tour de Tirol 05.-07.10.18











Jahresbericht 2018

Gestalten.

Im Sommer 2018 wurde ein Soft-Relaunch der Marke im Bereich Drucksorten durchgeführt. Hier wurden die Titelseiten überarbeitet und erweitert, sowie vorallem im Bereich der Kapitelgestaltung wichtige Optimierungen vorgenommen. Wie auch in den vergangenen Jahren legte der Tourismusverband Wilder Kaiser 2018 viel Wert auf die Übersichtlichkeit und die Benutzerfreundlichkeit der Folder und Flyer.

Auszug DRUCKSORTEN 2018













Auszug MERCHANDISE ARTIKEL 2018







Jausenbo

Tourismusverband WILDER KAISER

Vermarkten.

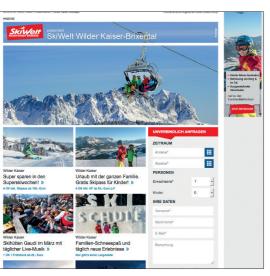
2018 wurden rund 1 Mio. Euro zur Bewerbung der Kernthemen Ski, Wandern, Familie und Bergdoktor eingesetzt. Im Winter wurde bereits im zweiten Jahr unter dem Dach der SkiWelt eine gemeinsame Winterkampagne mit den Tourismusverbänden Wilder Kaiser, Brixental, Hohe Salve, Kufsteinerland umgesetzt – und das unter Federführung des TVB Wilder Kaiser.

Winter 2017/18

Gesamt standen für das Wintermarketing € 550.000 zur Verfügung. Für die gemeinsame SkiWelt-Kampagne wurden rund € 186.000 eingesetzt. Hauptaugenmerk lag auf der Steigerung der Bekanntheit der SkiWelt Wilder Kaiser-Brixental, einer hohen Reichweite in der Zielgruppe sowie der Generierung von Urlaubsanfragen

Google Adwords und Bing Werbung wurde inhouse gemacht. In den Niederlanden wurde die Kooperation des TVBs mit Hollands größter Skihalle weiter ausgebaut sowie wurde begonnen den holländischen Content auf der Website zu verbessern.















Sommer 2018

In das Sommermarketing wurden rund € 450.000 investiert. Der Fokus wurde ganz klar auf den KaiserHerbst gelegt. Hierzu wurde eine Online-Kampagne mit einem Mix aus Image- und Responsewerbemitteln durchgeführt, sowie Google Adwords zu Sommer- und Herbstthemen geschalten.

Im Print Bereich wurde der Bergdoktor mit Bergfest und Show in den Fokus gerückt. Eine Straßenbahn-Beklebung konnte in Frankfurt mit der Deutschen Bahn realisiert werden, mit Karstadt Sports sowie Radio Teddy konnten zwei Aufmerksamkeitsstarke Out of Home Maßnahmen zusätzlich umgesetzt werden.















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.

In sieben Gruppen- und über 30 Einzelpressereisen bzw. Bloggerrecherchen aus sieben Ländern haben viele neue Journalisten und Blogger die Region kennengelernt und aus ungewöhnlichen Blickwinkeln begeistert darüber berichtet.

Damit erweist sich auch die Zusammenarbeit mit der Presseagentur Angelika Hermann-Meier im vierten Jahr, die auch St. Anton am Arlberg seit mehr als 20 Jahren betreut, weiterhin als sehr erfolgreich. Ein weiterer wichtiger Partner ist die Österreich Werbung, die vor allem an europäischen Märkten mit dem höchsten Wachstumspotenzial eine große Unterstützung ist.

Insgesamt wurden im Jahr 2018 etwa € 120.000,- für Pressearbeit ausgegeben und ein Medienwert von ca. 5 Mio. Euro generiert. Alleine die Veröffentlichungen der zwei deutschsprachigen, mit unserer Agentur organsierten, Gruppenpressereisen zu den Themen "Skifahren" und "Bergdoktor" konnten einen Medienwert von über 3 Mio. Euro erreichen.

Märkte & Themen

Neben unserem wichtigsten Herkunftsmarkt Deutschland wurde ebenso in den Märkten Österreich, Niederlande, Tschechien und erstmals auch in der Schweiz 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) 2018

ORF Guten Morgen Österreich Januar 2018

ORF Daheim in Österreich Januar 2018

Servus TV Bergwelten September 2018

ORF 9 Plätze - 9 Schätze Oktober 2018

VOX Sing meinen Song Dezember 2018

Presseaussendungen & -events DE/AT 2018

12 Aussendungen mit Presseagentur AHM PR

14 eigene Presseaussendungen (v.a. an lokale Medien)

Neujahrsempfang Hamburg 06.02.2018

Neujahrsempfang München 07.02.2018

ITB-Medientreff 2018 09.03.2018

Sommer Presseanlass Zürich 13.3.2018

Presseevent Sommer Amsterdam 26.3.2018
Kaiserstern für Marianne & Michael 17.07.2018

Pressekonferenz Musikherbst 06.10.2018

Gruppenpressereisen & Recherchen 2018

"Pistenspaß und Hüttengaudi in der SkiWelt Wilder Kaiser-Brixental" 10.-13.01.2018

Gruppenpressereise in die "Filmregion Wilder Kaiser" 16.-18.5.2018

Internationale Bloggerreise zur Bergsportwoche 25.-29.06.2018

Tagesexkursion im Rahmen der Kletter WM (10.09.2018)

Golf-Pressereise 26.-28.09.2018

Pressereise "Musikherbst" 05.-07.10.2018

"Aktiv- und Genuss-Pressereise im Herbst" 11.-12.10.2018

Bloggerreise "Saisonauftakt in der SkiWelt Wilder Kaiser-Brixental" 14.-16.12.2018

36 individuelle Einzelrecherchen (inkl. Blogger)









Kommunizieren.

Modernes Marketing geht nicht mehr ohne Social Media. Dabei sind zwei Dinge unerlässlich: Guter Content und eine Strategie! Um dies zu verwirklichen, bedarf es umso mehr Kreativität und Einsatz unserer Mitarbeiter.











seit April 2018

23.000 Follower auf Instagram

auf Twitter

450.000 Klicks auf YouTube







Digitales.

Die digitale Transformation ist eine der größten Herausforderungen für den Tourismus. Die Digitalisierung des Alltags schreitet voran und bringt Veränderungen mit sich – auch im Hinblick auf die Art und Weise, wie wir heutzutage reisen und Urlaube planen, buchen und verbringen. Nutzen wir die Chance, die Zukunft aktiv zu gestalten und stellen uns den Herausforderungen.

TrustYou Bewertungsportal



2018 wurde Hotelnavigator durch TrustYou ersetzt. TrustYou liefert inhaltlich zusammengefasste und strukturierte Bewertungen von verschiedensten Bewertungsportalen (wie Kayak, TripAdvisor, etc.), damit Reisende schnell die wichtigsten Eigenschaften einer Unterkunft auf einen Blick sehen eindeutig).

Dies verbessert das gesamte Buchungserlebnis von der Suche bis zur Entscheidung und erhöht die Konversionsraten. TrustYou gewann offiziell den begehrten 1. Platz der HotelTechAwards 2018 als die am besten bewertete "Reputation and Review Management Software".

können.

Datenschutzgrundverordnung



Die Datenschutzgrundverordnung trat am 25. Mai 2018 in Kraft. Die wesentlichen Eckpfeiler sind die Stärkung der Betroffenenrechte (mehr Transparenz; Verankerung des Rechts auf Vergessen werden; Einwilligung gilt nur falls freiwillig, aktiv und

Ein neuer Fokus auf die **Datensicherheit:**

- · Verpflichtende angemessene Sicherheits vorkehrungen
- Datenmissbräuche und Sicherheitsverletzungen müssen den Aufsichtsbehörden gemeldet werden
- · Die Bestellung eines Datenschutzbeauftragten und ein erhöhter Strafrahmen

Mit der neuen Verordnung mussten die internen Prozesse (Mitarbeiter Schulungen, Verzeichnisse und Ausbildung eines Datenschutzbeauftragten) der neuen Richtlinie angepasst werden.

Incert Kampagnensystem



Das INCERT Kampagnensystem bietet für uns die perfekte Basis für die Abwicklung von messbaren Marketingkampagnen und Wirtschaftskooperationen. Im Rahmen einer Kampagne wird dem potentiellen Gast ein besonderer Anreiz (z.B. ein Gutschein in der Höhe von € 20) geboten.

Auf speziell angelegten Landingpages können die Besucher mit einem übermittelten Aktionscode nach Eingabe Ihrer Daten einen Gutschein downloaden. Dadurch können die Kundendaten gespeichert und jede Kampagne ausgewertet werden.

Genaue Reporte liefern aussagekräftige Zahlen über die Effektivität der Kooperation und über die tatsächlichen Einlösungen.

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!



Ein Jahr mit vielen Premieren und Veranstaltungen in Ellmau

Gestartet wurde, wie üblich, mit dem beliebten Neujahrsfeuerwerk am 01.01. auf der Stanglleit'n. Es folgten Dreharbeiten für die Sendungen "Daheim in Österreich", welche am 16.01. ausgestrahlt wurde, und "Guten Morgen Österreich", mit musikalischer Unterstützung der Ellmauer Volksschulkinder, live übertragen am 17.01.2018.

Im Mai fand der Fantag erstmalig in Ellmau auf der Wochenbrunner Alm statt. Die Veranstaltungsreihe im Juni eröffnete das Kaiserschmarrn-Fest. Darüber hinaus wurde zum ersten Mal die Bergsportwoche in Ellmau veranstaltet. Zudem gab es die Abstimmung für eine Ellmau Blume – die Pelargonie von Martin Glawe wurde unter vier Auswahlmöglichkeiten gewählt.

Im Juli erhielten Marianne & Michael einen weiteren Kaiserstern verliehen.

Ein Veranstaltungsmarathon im September und Oktober rundete das ereignisreiche Jahr 2018 würdevoll ab. Für das holländische Fernsehen wurden 24 Sendungen aufgezeichnet. Die beeindruckenden Aufnahmen wurden auf folxTV und Rdtvoos übertragen.

Im Rahmen des beliebten Musikherbsts und Blasmusikfestivals fanden, wie gewohnt, die gut besuchten Bauernmärkte statt. Erstmalig wurde während des Musikherbsts ein Fantag samt Fanwanderung mit Marc Pircher auf der Wochenbrunner Alm veranstaltet.

Einen glanzvollen Höhepunkt lieferten die beiden Premieren "Sigl LIVE" und "Bergdoktor Gala" im Festzelt.



Bergdoktor Gala

Bei der Premiere der "Bergdoktor GALA" am Mittwoch, den 10. Oktober 2018 im Festzelt in Ellmau stand alles im Zeichen der beliebten TV-Serie "Der Bergdoktor". Bei diesem Event mit Hans Sigl und seinen TV-Kollegen hatten die Fans die Möglichkeit Ihre Idole ganz nah kennenzulernen. Die Gala war ein neu gestalteter Fantag in Form einer Abendveranstaltung.



Guten Morgen Österreich

"Der internationale Tourismus ist in Ellmau zwar längst angekommen, gleichzeitig ist der Ort immer noch ein Bauerndorf. Leicht möglich, dass Sie Ellmau schon öfter im Fernsehen gesehen haben, ohne es zu wissen. Denn Ellmau ist für Film und Fernsehen eine beliebte Location", so lautete der Weckruf von "Guten Morgen Österreich" in der Liveübertragung am 17.01.2018.

GOING stärkt!



Das Jahr 2018 war in Going u.a. durch Erneuerungen und bauliche Maßnahmen geprägt.

Begonnen hat das Jahr mit einer Erneuerung bei der Durchführung von **GOING** *live*. Erstmals fand in den Wintermonaten Jänner, Februar und März **GOING** *live* am Dorfplatz statt. Gemeinsam mit örtlichen Vereinen, die für die kulinarische Verköstigung am Abend sorgten, waren stimmungsvolle Abende am Dorfplatz garantiert.

Im Frühjahr konnte durch Ausbau des Parkplatz Hüttling bei der Aschingerkapelle mehr Parkfläche erzielt und somit eine Qualitätsverbesserung für Wanderer erreicht werden. Der Ausgangspunkt für zahlreiche beliebte Wanderungen wurde im vergangenen Sommer bereits stark genutzt und die neuen Parkplätze haben sich bewährt.

Im Dorfkern Goings musste leider ein markantes Bauwerk erneuert werden. Unser Musikpavillon, der jahrelang gute Dienste geleistet hat und nach wie vor in seiner Konstruktion einmalig in der Region ist, musste im Frühjahr neu errichtet werden. Eine aufwändige Anlieferung aus Kärnten und die beeindruckende Montage der über 20m langen Holzkonstruktionen verstärkten die Vorfreude auf den neuen Pavillon.

Im Sommer 2018 durften wir auch ein Jubiläum zelebrieren. Der Handwerkskunstmarkt feierte sein 30jähriges Bestehen.



Handwerkskunstmarkt – 30 jähriges Jubiläum

Der Handwerkskunstmarkt ist eine wahre Institution in Going. Dank örtlicher Initiatoren laden seit mehr als 30 Jahren Handwerker aus Nah und Fern zu einem Nachmittag der besonderen Art ein.



GOING *live* – stimmungsvolle Kaiserabende

In den Sommermonaten von Juni bis September erklingen besondere Töne am Goinger Kirchplatz. Jeden Donnerstag, in den Wochen, in denen kein Handwerkskunstmarkt stattfindet, verwandelt sich der Dorfplatz in Going in eine Freiluftbühne. Das Geheimnis von **GOING** *live* ist der Mix an unterschiedlichen Musikrichtungen, die man über den Sommer hören kann.



SCHEFFAU belebt!



Auch 2018 war für Scheffau ein bewegtes Jahr.

Die Arbeiten um das neugestaltete Gemeindehaus, Grünflächen, neue Pflastersteine usw. wurden fertig gestellt. Somit konnte der Veranstaltungssommer mit den wöchentlichen Dorfabenden, dem 2. Kaiserkrone Elite Run, sowie dem Gourmetfestival im neuen Ambiente durchgeführt werden. 2019 wird die Umgestaltung des Veranstaltungsplatzes fortgesetzt, davon aber im nächsten Bericht mehr.

Mit Renate Widauer begann im Frühjahr 2018 eine neue Mitarbeiterin, sie ist mit ihrer offenen und freundlichen Art eine Bereicherung für das ganze Team. 2019 steht Scheffau wieder im Zeichen des Bergdoktors, der Fantag wird am 28. Mai auf dem neugestalteten Festgelände vor dem Musikpavillon stattfinden.



9 Plätze – 9 Schätze

Im Sommer wurde Scheffau mit seinem Hintersteiner See und den Walleralmen für die Tiroler Vorauswahl der ORF Sendung 9 Plätze – 9 Schätze nominiert. Als Tiroler Landessieger ging es im Oktober mit den Vereinen sowie Jung und Alt zum Finale nach Wien. Bei der Liveentscheidung mit über 1,2 Millionen Zusehern wurde der Hintersteiner See und die Walleralmen vom Publikum auf den 2. Platz gevotet.



Gourmetfestival

Das Gourmetfestival und die anschließenden Kulinarikwochen waren auch in der 2. Auflage ein voller Erfolg, die Scheffauer Kaiser Gourmets als Veranstalter freuen sich schon auf 2019 und werden wieder mit neuen Highlights und Überraschungen auf und um den Teller aufwarten.

SÖLL erfrischt!



Modern und jugendlich beim Cordial Cup, authentisch und traditionell mit der DorfAlm.

Die DorfAlm wird nach nur knapp mehr als 10 Tagen Bauzeit aufgesperrt und steht von nun an als sichtbares Zeichen der Wertschätzung für die Almenwirtschaft und soll einen Impuls für das "Bewußtsein der Dorfmitte" bringen.

Das Projekt der Insa
Dorf Mittn biegt in die Zielgerade ein,
Anrainerworkshops und erste Planungsgedanken runden die
Erhebungen ab und sollen 2019 zu Papier gebracht werden.
Eine mögliche Umsetzung soll 2020 erfolgen.

Der Spar-Markt in Söll schließt seine Pforten, aber nicht ohne ein Nachfolgekonzept zu präsentieren. An gleicher Stelle eröffnet die Familie Schernthanner die "Krummerei". Auch das Nachbarhaus "der Frühmesser" soll 2019 von der Familie Pfister umgebaut und eröffnet werden.

In der Söller Salvenarena können dank dem FC Ager Söll und der FFW Söll am Pfingstwochenende wieder an die 5.000 Besucher zum Finaltag des Cordial Cup willkommen geheißen werden. Der reibungslose Ablauf und die großartige Unterstützung durch den Mühlbichlbauer bleiben dabei jedenfalls in Erinnerung.

Regionale Produkte sind in aller Munde. Das AMT "Tiroler Almrind" Projekt soll in Kooperation mit Partnern im Jahr 2019 umgesetzt werden. Auf der Stöcklalm entsteht schon jetzt das AmViehTheater und das erste Almforum wird erfolgreich abgehalten.



Kitz on Wheels

"Kitz on Wheels"- das sind amerikanische Motorräder, die auf höchstem Niveau individualisiert werden und Gleichgesinnte, die sich jedes Jahr im Großraum Kitzbühel zu einer mehrtägigen Ausfahrt treffen. Söll ist ab 2018 eine Station am Samstag und wird von unglaublichen 439 Motorrädern im Dorfzentrum bei bester kulinarischer Verköstigung und Live Musik besucht.



Josef Rainer Schützenkompanie

Die "Josef Rainer Schützenkompanie" wird in Söll aus der Taufe gehoben. Mit tatkräftiger Unterstützung der Familie Ager und zahlreicher Gönner kann Söll ab sofort auf eine Schützenkompanie zurückgreifen. Ein hervorragend organisiertes Fest mit über 1.500 Besuchern, Festrednern und Ehrengästen unterstreicht die Bedeutung der Neugründung.

Kurz notiert.

Nicht alles was 2018 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.

933.151

Zugriffe auf www.elli.tirol

7.493 Kaiserschmarren beim Kaiserschmarrn-Fest

3.456 Parktickets bei Hüttling

589

erstellte Flyer, Folder, Inserate, Plakate, Postwürfe und Merchandising Artikel 5-jähriges Jubiläum des Weihnachtskonzerts "Sing meinen Song" in Ellmau

18 verschiedene Drucksorten - 426.500 Exemplare haben 2018 den Weg in unser Lager gefunden – da heißt es den Überblick bewahren

> Auf eine ausgeschriebene Kochstelle im Bezirk Kufstein haben sich 2018 im Schnitt 0.38 Personen beworben

2018

Schnitt 0,38 Personen beworben.

25.000 neue Facebook- und

200.000
Personen für den beliebtesten
Facebook-Beitrag 2018

Vermieter Meldebuch 475/ online 585

69 neue Vermieter 2018

Instagram Fans

25 JAHRE

Alpenländischer Musikherbst.

Ab 2018 an neuem Ort (Postbauernfeld) und mit neuem
Namen "Musikherbst am Wilden Kaiser".

1.170 musikalische Minuten bei **GOING** *live* Milchkühe auf der Alm: Bezirke Kitzbühel/ Kufstein: 16.186, Salzburg 8.720, Bayern: ca. 3.300, Südtirol ca. 4.000

51

verschiedene Bands und Musikgruppen haben ein bzw. mehrere Male in den letzten 5 Jahren bei GOING live einen Auftritt gehabt

15 Mitglieder hat der Club der attraktivsten Arbeitgeber per 31.12.2018. Attraktives Arbeiten im Tourismus. Gemeinsam setzen sich die engagierten Touristiker für ein erstrebenswertes und freudvolles Arbeiten in der Region ein.

144 Stunden präsentierte sich der Wilde Kaiser auf Messen

> Maskottchen "Rocky", "Törfchen", "Schneggi" und "Grusela" von einer Illustratorin neu und kindgerecht gezeichnet

4.831Teilnehmer bei Bergdoktorveranstaltungen in Ellmau

18.321

Personen wurden online für das Aktivprogramm angemeldet

5. verliehener Kaiserstern im Kapellenpark

30 JAHRE Handwerkskunstmarkt Going Region Wilder Kaiser: 275 Bauernhöfe; ca. 2.200 Milchkühe, 55 bestoßene Almen

1.320

verschenkte Gläser mit Goinger Ursaat an die Goinger Gäste

2018 wurde der Hintersteiner See & die Walleralm auf den 2. Platz bei der österreichischen Sendung 9 Plätze – 9 Schätze gewählt.

Von der letzten Erhöhung der Aufenthaltsabgabe in Ellmau im Jahr 2007 bis zur Erhöhung um € 0,50 im Jahr 2019 betrug der Wertverlust der Ortstaxe € 0,48.

844

StaffCards wurden im Jahr 2018 ausgestellt

40 JAHRE
Peter Moser

CA. 300-350
verkaufte Pressknödel pro Handwerkskunstmarkt

40 % Sinnahmen aus Aufenth

der Einnahmen aus Aufenthaltsabgabe und Pflichtbeitrag gehen in die Ortsbudgets, 60% an die Region.

25

Finanzieren.

	Erlös 2018	Aufwand 2018	Saldo 2018	Budget 2018	Budget 2019
Verbandsorgane/ Interessensvertretung	0	-51.584	-51.584	-47.010	-57.570
Meldewesen	68.028	-123.429	-55.401	-40.000	-52.000
Buchhaltung	0	-8.085	-8.085	-8.000	-9.000
Grafik	0	-12.293	-12.293	-15.000	-25.000
Wanderwege	9.667	-259.543	-249.876	-209.167	-257.300
Ortspflege	0	-157.001	-157.001	-199.020	-270.120
Gästemobilität	210.332	-775.781	-565.449	-536.800	-676.300
Loipen/ Winterwanderwege	16.343	-115.371	-99.028	-78.168	-65.670
Rodelbahnen	0	-54.946	-54.946	-50.350	-55.200
Radwege	888	-128.789	-127.901	-155.360	-123.300
Kletterinfrastruktur	8.000	-16.028	-8.028	-15.000	-23.300
Mitgliederbetreuung	5.090	-32.168	-27.078	-39.200	-111.000
Gästecard/ Destinationskaufhaus	41.714	-55.627	-13.913	-48.000	-50.000
Drucksorten	114.327	-202.550	-88.223	-87.500	-198.000
Gästeprogramm	26.588	-86.179	-59.591	-60.400	-58.340
Veranstaltungen laufend	55.342	-251.118	-195.776	-203.700	-239.571
Veranstaltungen jährlich	145.083	-499.695	-354.612	-288.350	-347.350
Presse	0	-113.539	-113.539	-119.700	-146.500
Social Media	0	-26.813	-26.813	-28.300	-26.000
Marketing	86.247	-1.313.362	-1.227.115	-1.222.550	-1.350.675
Gästeehrung/ Stammgäste	94	-58.681	-58.586	-51.150	-49.550
Merchandising	85.734	-93.609	-7.875	-7.950	-6.400
Werbemittel/ Werbegeschenke	2.804	-19.136	-16.332	-21.800	-22.000
Fotos/ Videoproduktion/ Filme	0	-81.671	-81.671	-73.400	-89.150
Tennisplatz	8.505	-17.569	-9.064	-9.860	-4.500
Sport- und Freizeiteinrichtungen	0	-24.121	-24.121	-36.000	-34.500
Eislaufplatz	8.328	-23.682	-15.354	-8.208	-13.710
Bergdoktor	12.099	-184.218	-172.119	-201.600	-198.973
Vertrieb	54.269	-123.902	-69.633	-85.000	-70.000
Moor & More	4.761	-24.130	-19.369	-24.440	-11.600
Website & Digitale Info	19.842	-184.250	-164.409	-182.700	-198.660
Unternehmensführung & Strategie	0	-37.620	-37.620	-50.000	-56.000
Postpartner Kundenkarten	21.269	-17.172	4.097	0	0
Postpartner Vertrieb	14.823	0	14.823	23.000	20.000
Personalkosten	12.537	-1.545.375	-1.532.838	-1.375.874	-1.556.108
Verwaltung	4.566	-356.457	-351.891	-321.635	-350.130
Angebots- und Produktentwicklung	2.112	-94.460	-92.348	-20.000	-68.000
Zuwendung Vereine ohne dir. Gegenleistung	0	-32.418	-32.418	-11.550	-11.500
Fuhrpark	0	-9.853	-9.853	-10.000	-10.500
AfA Anlagegüter	0	-189.821	-189.821	-186.115	-174.592
Inventurbuchungen	0	-14.721	-14.721	0	0
Aufenthaltsabgaben	3.887.965	0	3.887.965	3.752.000	4.418.000
Pflichtbeiträge	3.186.495	-19.296	3.167.199	2.478.700	2.700.000
Bilanzabschlussposten	0	-570.624	-570.624	-124.843	-69.931
Gesamtsumme	8.113.850	-8.006.684	107.166	0	

Erfolgsrechnung 2018

Für 2018 lagen die Einnahmen in der G&V bei € 8,11 Mio., die Ausgaben bei 8,00 Mio. Die € 107.166 Differenz sind die Investitionen. Der Überschuss von € 570.624 wurde den Betriebsmittelrücklagen zugeführt. Die gesamte Betriebsmittelrücklage lag per Jahresende bei € 920.476.

Bilanz 2018

Das Anlagevermögen des TVB's belief sich zum Stichtag auf € 1.159.000 (2017: € 1.132.000). Der Wert der Vorräte betrug lediglich € 227.500. Die Forderungen haben sich von € 546.000 auf € 679.000 erhöht, die Verbindlichkeiten in ähnlicher Weise von € 592.500 auf € 811.500. Das Bankguthaben hat sich von € 460.000 auf € 1.095.000 mehr als verdoppelt.

Budget 2019

Für 2019 sind Einnahmen und Ausgaben von je € 8,22 Mio. budgetiert. Höhere Fördereinnahmen und eine erhöhte Ortstaxe ab Mai 2019 bringen rund € 1,2 Mio. Mehreinnahmen im Vergleich zum Vorjahr (Budget 2018: 6,99 Mio). Ausgabenseitig wird mehr für Mitgliederservice (Recruitingcoach), Mobilität (Mitnahmeregelung), Drucksorten (Grafikleistung, Häuserkatalog), Personal (Marketing) und Produktentwicklung budgetiert.

Kommentieren.

Das hat doch irgendwie gepasst. Stand doch das Jahr 2018 ganz im Zeichen der Erneuerung des TVBs: Weg vom quantitativen, rein wirtschaftlich gedachten Wachstum zu einer ganzheitlichen Destinationsentwicklung. Und just in diesem Jahr wurden zwei neue Hotels eröffnet (Kaiserlodge Dez. 2017, Tirol Lodge Dez. 2018) und sowohl im Sommer- als auch im Winterhalbjahr neue Nächtigungsrekorde erzielt. Ein Widerspruch – oder ein Wendepunkt?



Lukas Krösslhuber Geschäftsführer Tourismusverband Wilder Kaiser

Das Projekt "Lebensqualität am Wilden Kaiser" hat vieles an die Oberfläche gebracht, was schon lange gefühlt wurde, aber nie wirklich ausformuliert und vor allem nicht ausdiskutiert wurde. Für einen Verband wie den Wilden Kaiser ist das notwendig, damit Funktionäre, Mitarbeiter und Mitglieder das gleiche Vokabular verwenden und an den gleichen Themen arbeiten. Auf der individuellen Ebene zählen hingegen vor allem zwei Dinge: Haltung und Handlung.

Vom Reden ins Handeln zu kommen war auch unsere Aufgabe im letzten Jahr. Es wurden viele Weichen gestellt, um in den nächsten Jahren erfolgreich an den neuen Zielen arbeiten zu können. So wurde in der Vollversammlung die Erhöhung der Aufenthaltsabgabe um 50 Cent per 1. Mai 2019 beschlossen. Die neue Position der Marketingleitung markiert den Beginn einer neuen Marketingära. Eine Teilzeitkraft für Personalwesen und das Lebensqualitätsprojekt wurde geholt und die Vorbereitungen zur Installation eines (geförderten) Recruitingcoaches getroffen.

Am Eibergradweg wurde fleißig gebaut, ein Winterkaiserjet und die € 1,50-Tickets als Vorläufer für die Mitnahmeregelung im Linienverkehr wurden installiert. Die neue, durchgehende Wanderbeschilderung wurde finalisiert, dem Pauschalreisegesetz und der Datenschutzgrundverordnung genüge getan (und unser Vermieter dazu beraten). Aus dem Alpenländischen Musik-

herbst wurde nach 25 erfolgreichen Jahren der "Musikherbst am Wilden Kaiser" mit neuem Konzept und neuer Location. In diesem größten Festzelt Tirols feierte auch die Bergdoktor-Gala seine Premiere (als Beitrag zur Belebung des Oktobers).

2019 und in den Folgejahren erwarten uns viele weitere spannende Veränderungen. So wird in mehreren Orten an der Gestaltung/ Belebung/ Verschönerung des Ortskerns gearbeitet und die Umfahrung Scheffau in Angriff genommen. Im TVB werden die Bereiche Marketing, Information und Mobilität ganz neu gedacht werden. Ich bedanke mich bereits im Vorfeld bei allen Menschen, die sich mit uns auf diese spannende Reise einlassen.

Lukas Krösslhuber Geschäftsführer

Mikas Jussilhulu-







Tourismusverband WILDER KAISER

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

office@wilderkaiser.info www.wilderkaiser.info