

# Bayerischer Wald

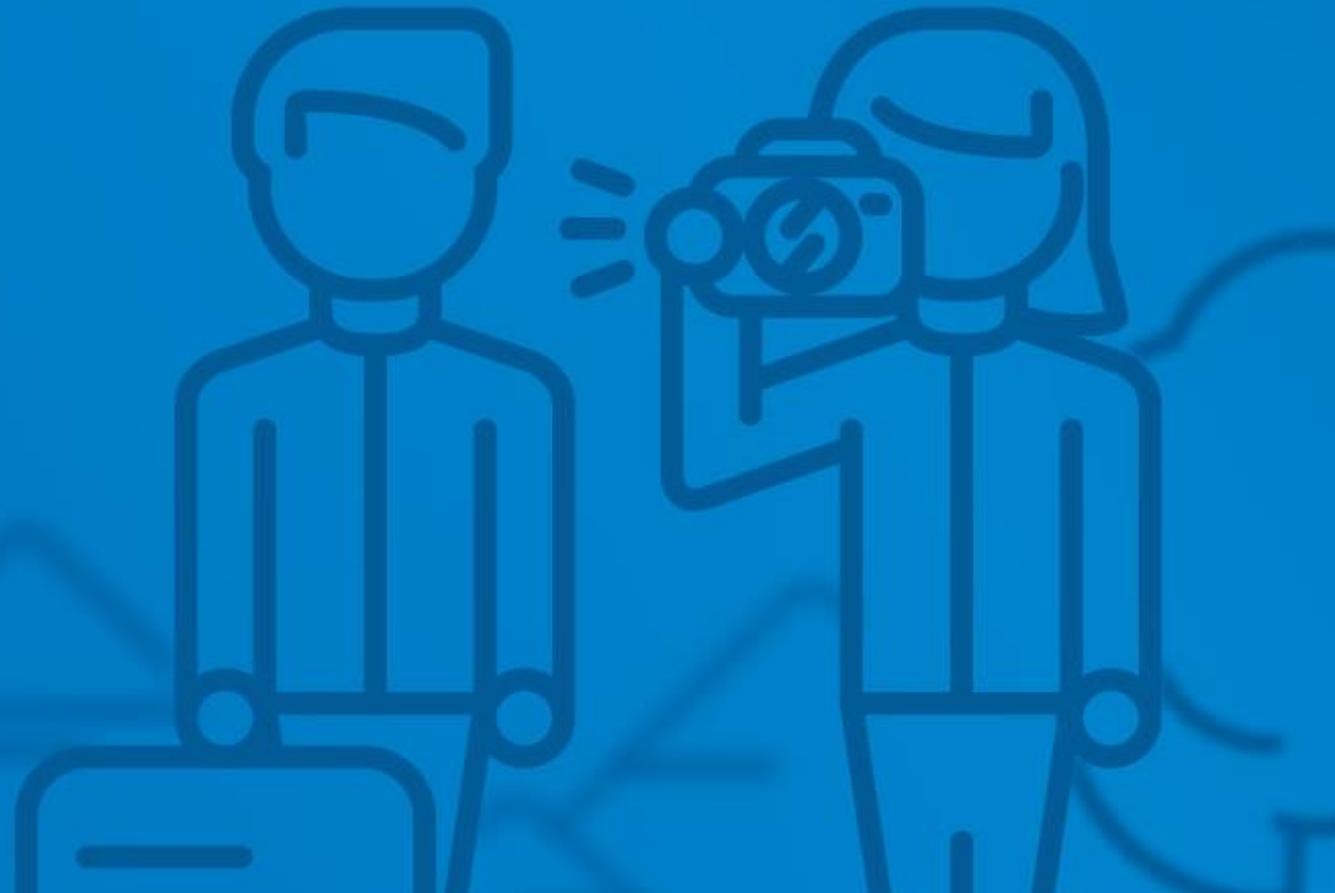
Touristikertreffen

Tourismusverband Ostbayern e.V.

Straubing, Hotel Asam, 19. Oktober 2023

Günter Reimann

Tourismusverband Ostbayern e.V.



# Inhalt

## ➤ Was wird nicht vorgestellt?

- Produkte/Marketing

## ➤ aktuelle touristische Projekte

- Kooperationen der Basis-, Vorzugs- und Premiumpartner
- Tourismusakzeptanzstudie Bayerischer Wald
- Initiative zur Stärkung der gemeindlichen Touristinfos
- Einheitliche All inklusiv Card: AktivCARD Bayerischer Wald
- Einführung eines Wintermanagers: Schneehöhen/Loipenangebot
- Initiative zur Barrierefreiheit



# Partnerkooperation

# Kooperationen Bayerischer Wald



## ▶ Basispartnerschaft

- ▶ 500 € jährlich

## ▶ Vorzugspartnerschaft

- ▶ 2.500 € jährlich  
+ 750 € Zusatzbudget im Jahr 2023

75.000 - 100.000 €/a

## ▶ Premiumpartnerschaft

- ▶ 10.000 € jährlich  
+ Zusatzbudgets Marketing 12.000 € bzw. 18.000 € jährlich  
+ Traumwellnesshotels-Budget 7.500 € bzw. 10.000 € ab dem Jahr 2023  
+ Spezialkampagnen 5.000 € im Jahr 2022  
+ Sponsoren (ca. 74.000 € jährlich)

750.000 - 1000.000 €/a

# Partnerkooperationen

	Basis-partner	Vorzugs-partner	Premium-partner
Anzahl	16	30	40
Budget	8.000 €	75.000 € - 100.000 €	750.000- 1.000.000 e



# Premiumpartner

- ▶ 40 Betriebe -> 28 Premiumhotels & 12 Premiererlebnisse
- ▶ Entwicklung :
  - ▶ 2016 -> 20 Betriebe
  - ▶ 2020 -> 30 Betriebe
- ▶ 4 Produktbereiche

Print

Online

Messe

Austausch, Vernetzung



# Premiumpartner: Marketingleistungen

## Print

- ▶ **Printprodukt** Premiumbroschüre Wellness & Genuss DIN A4, Premiumflyer DIN lang
- ▶ **Darstellung** in Bayerwaldbroschüren
- ▶ 30% Rabatt auf Beteiligungen Bayerischer Wald

## Online

- ▶ Gemeinsame **Webseite** [www.premium-wellness-bayern.de](http://www.premium-wellness-bayern.de)
- ▶ Google Ads (Zusatzbudget ca. 50.000 €)
- ▶ Gemeinsamer Social Media Account
- ▶ Präsentation auf [www.bayerischer-wald.de](http://www.bayerischer-wald.de)

## Messe

- ▶ **Messemarketing** jährlich über die Premiumbroschüre sowie Einzelbroschüren
  - ▶ Exklusiver Messestand
  - ▶ Eigenes geschultes Personal
- ▶ **Infostände** bei Erlebnispartnern



# Premiumpartner: Netzwerk

## Austausch, Vernetzung

- ▶ **10 Netzwerktreffen** der Premiumpartner in Präsenz und via Zoom: Austausch und Projekte
- ▶ **Young Generation:** Projekte, 5 Treffen bisher, Austausch, WhatsApp Gruppe
- ▶ **Speed-Innovationstage:** Vorträge innovativer Firmen und Lieferanten, Netzwerken
- ▶ **Gemeinsames Infosystem:** hotelkit, WhatsApp Gruppe
- ▶ **Interne Benchmarks:** Erhebung und Aufbereitung



# Premiumpartner



## Austausch, Vernetzung

- ▶ Leistungsaustausch mit **Erlebnispartnern** z.B. **Prospektauslage**
- ▶ **Schulungen** zu diversen Themen
- ▶ **Mitarbeiter-Bindung:**  
**Mitarbeiter-Card** mit Benefits/Rabatten in den Premiumpartner-Betrieben und Weiteren;  
ca. 3.800 Mitarbeiter (Online-System)



# Premiuserlebnisse

- ▶ 12 Betriebe
- ▶ Entwicklung: 2020 -> 5 Betriebe

## Print

- ▶ **Printprodukt**  
Erlebnisyflyer DIN lang

## Austausch, Vernetzung

- ▶ **7 Netzwerktreffen** der Erlebnispartner in Präsenz und via Zoom:
  - ▶ Vernetzung, Austausch und Projekte
  - ▶ gemeinsamer Auftritt Marke Bayerischer Wald und Erhöhung der Sichtbarkeit
- ▶ Gemeinsame Entwicklung eines Pakets zum Leistungsaustausch



# Premiumhotels

## Print

- ▶ **Zeitungskampagnen**  
jährlich  
(Zusatzbudget 2023  
ca. 530.000 €)

## Online

- ▶ **Branding-Kampagne Bayerischer Wald:**
  - ▶ Online-Marketing, Radio, TV-  
Werbung 2023 (Zusatzbudget ca.  
170.000 €)
- ▶ **Online-Marketing-Kampagnen**  
(Zusatzbudget 2023 ca. 110.000 €)

## Austausch, Vernetzung

- ▶ Ausgebucht-Mails: Weiterleitung an  
Partnerbetriebe
- ▶ Duales Studium Kooperation  
Internationale Hochschule IU
- ▶ Zusammenarbeit mit  
Hochschulen/Forschungseinrichtungen:  
**Umfragen** zur Mitarbeiterzufriedenheit,  
Nachhaltigkeitsprojekt, ...



# Premiumhotels: Netzwerk/Ausbildung

## Austausch, Vernetzung

### ► PREMIUM-Ausbildungsakademie Bayerischer Wald

- Zusatzausbildung, Schulungen, Besichtigungen, Kennenlernen diverser Lieferanten
- Pro Ausbildungsjahr ca. 40 Auszubildende (3-jährige Ausbildung, 12 Veranstaltungen, Zusatzbudget 1.500 € pro Azubi)
- Organisation durch Young Generation



# Premiumhotels

## Austausch, Vernetzung

### ► Mitarbeiter-Recruiting:

- Jobportal, Short-Bewerbung, Job-Broschüre, Flyer
- Online-Marketing-Kampagne, Radiokampagne, Kinowerbung 2022/2023 (Zusatzbudget ca. 120.000 €)
- **Schulvorträge mit Vorstellung der Berufe in der Hotellerie und Gastronomie im Bayerischen Wald**
- **Job- und Ausbildungsmessen**





# Fazit Kooperationen

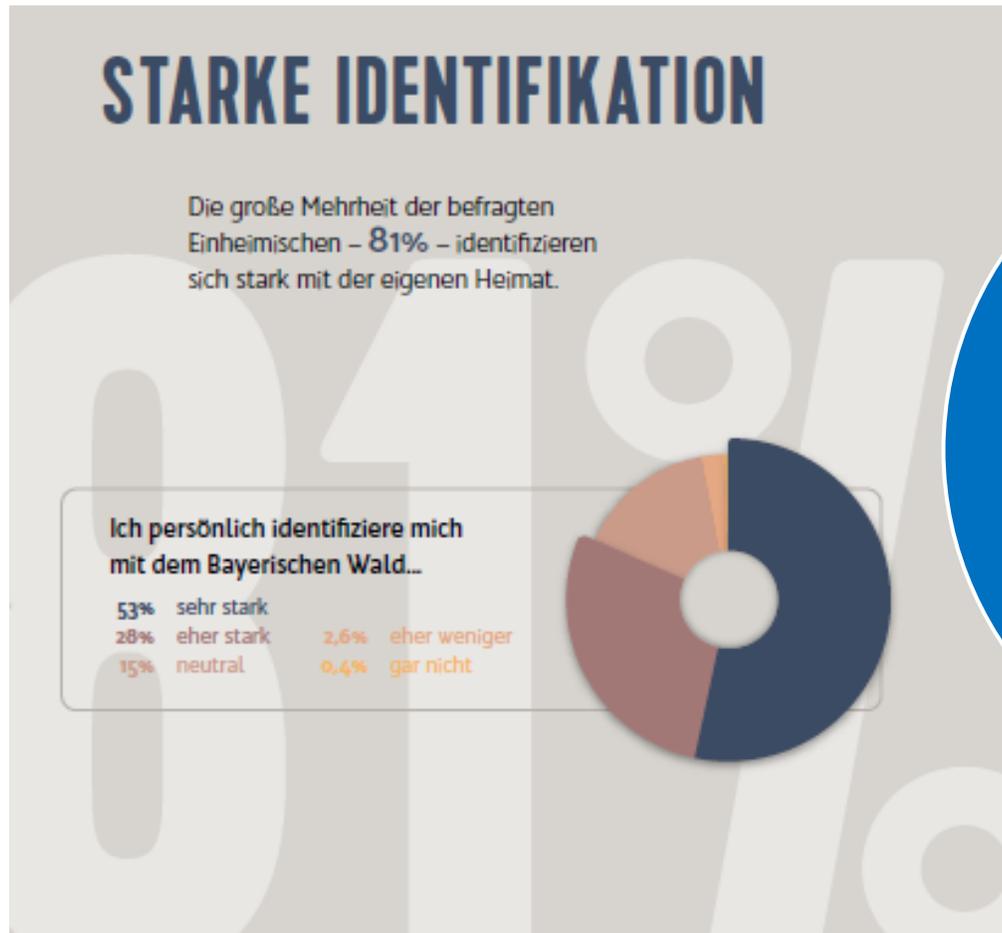
- ▶ Großes Wachstum der Gruppe
- ▶ Themen und Aufgaben nehmen zu
- ▶ Austausch immer wichtiger (Marketing tritt zurück)
- ▶ Netzwerk hat deutschlandweit Alleinstellungsmerkmal
- ▶ Vorzeigeprojekt innerhalb Hotelregionen (dient als Benchmark für andere Regionen)



# Tourismusakzeptanz-Studie

Befragung der einheimischen Bevölkerung, Sommer 2022

# Tourismusakzeptanzstudie 2022



**81%**  
identifizieren sich  
stark/sehr stark mit  
der Heimatregion  
Bayerischer Wald



# Tourismusakzeptanzstudie 2022



**87 - 91%**  
bewerten den BW  
als attraktiven  
Lebens-, Freizeit-  
und Urlaubsraum



# Tourismusakzeptanzstudie 2022

## HOHE TOURISMUSAKZEPTANZ



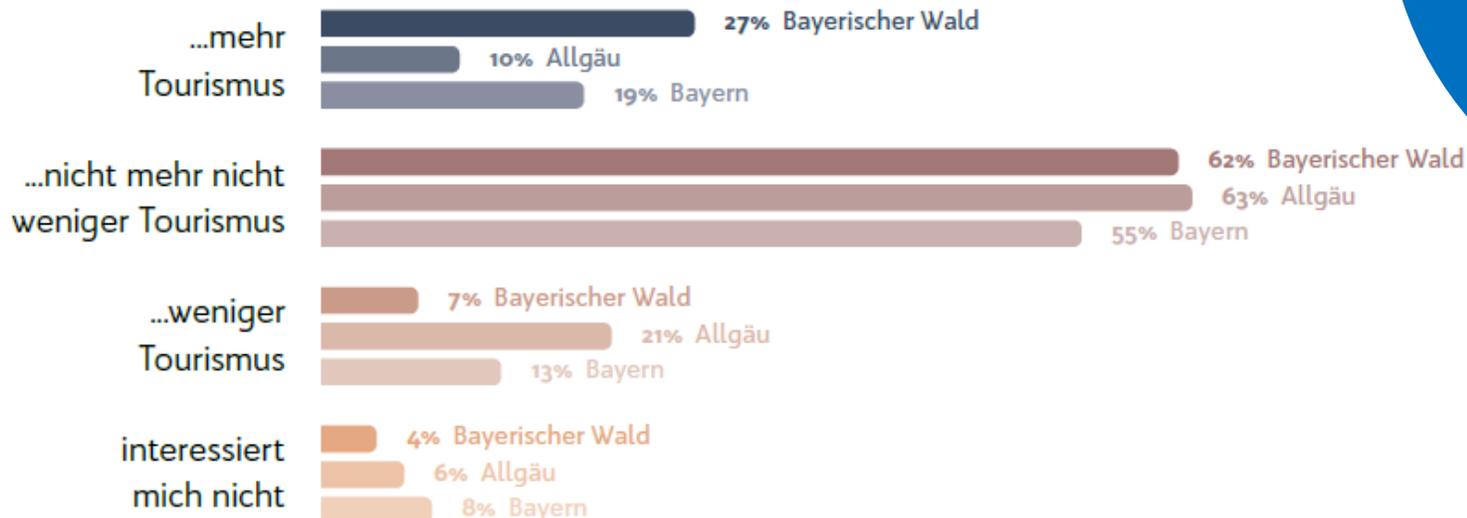
Die große Mehrheit der Bevölkerung  
(57%)  
sieht eine große **persönliche** positive  
Auswirkung durch den  
Tourismus



# Tourismusakzeptanzstudie 2022

## TOURISTISCHE WEITERENTWICKLUNG IST GEWÜNSCHT

Ich persönlich wünsche mir...



89%  
der Bevölkerung  
wünschen sich künftig  
gleichviel (62%) oder  
mehr (27%) Tourismus



# Tourismusakzeptanzstudie 2022

## Fazit:

Die Ergebnisse der wissenschaftlichen Studie zeigen deutlich höhere Zustimmung zum Tourismus als in Gesamt-Bayern oder Allgäu:

- 1) **die starke Identifikation (81%)** der Bevölkerung mit dem Bayerischen Wald
- 2) die **hohe Wertschätzung als attraktiven Lebens- (87%), Freizeit- (88%) und Urlaubsraum (91%)**
- 3) **Tourismus und Freizeitwirtschaft wirken sich für 57% der Bevölkerung auch persönlich positiv aus**
- 4) **Naturverträgliche und qualitative Weiterentwicklung** wird mehrheitlich gewünscht.



**FAZIT**



# **Touristinfo-Studie**

## **Bayerischer Wald**

# Anlass: Rückmeldung der Touristinfos

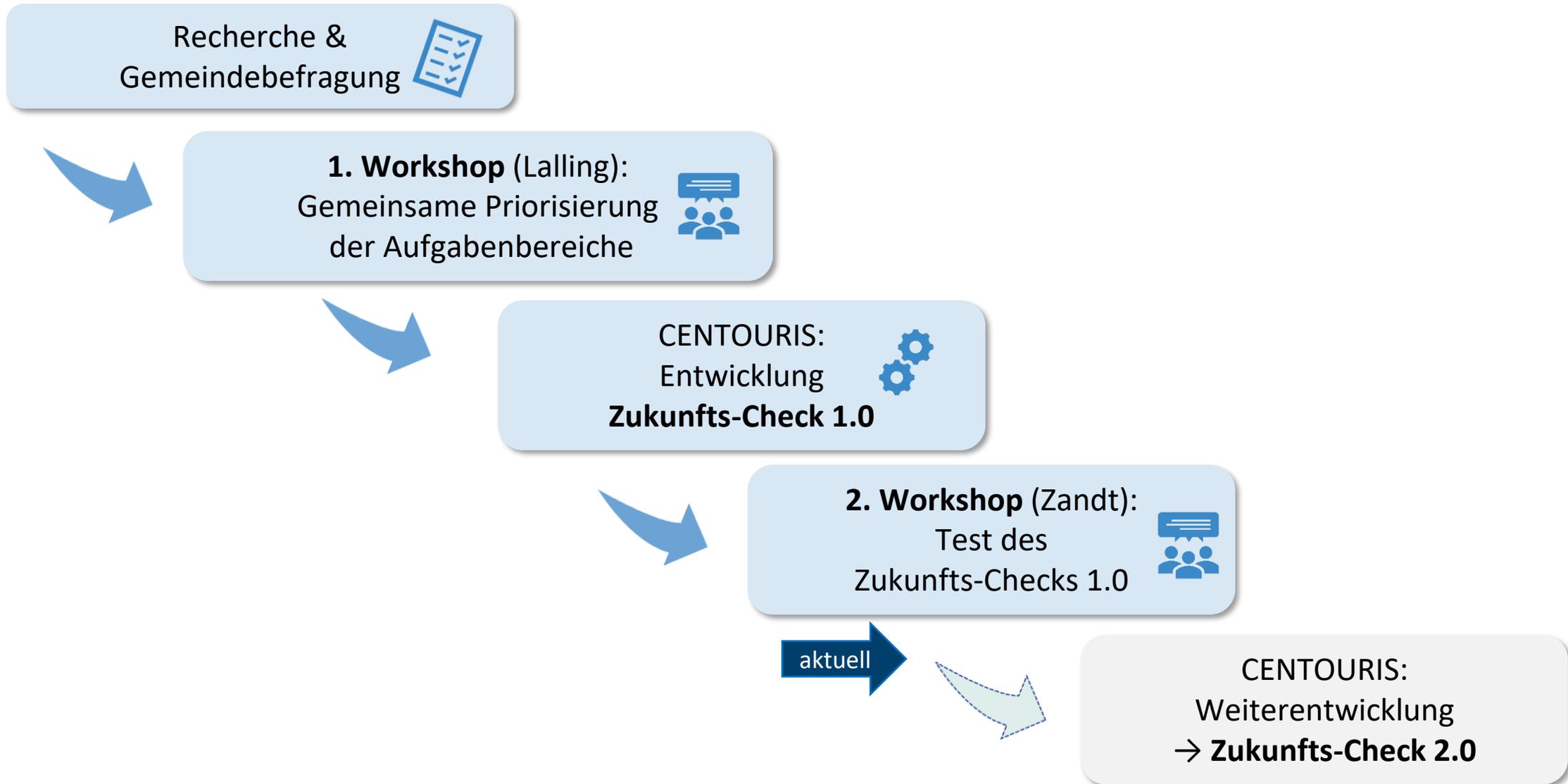
- 1) Die Touristinfos (TIs) sind an der Belastungsgrenze
- 2) Sonderaufgaben überlasten die TIs
- 3) Digitalisierung überfordert die TIs
- 4) Steigende Personalengpässe
- 5) Nachbesetzungen zögerlich, eingeschränkt
- 6) Geringe Wertschätzung der Tätigkeit



**Aufgabe:** (Centouris/Uni Passau)

Projekt zur Verbesserung der Situation in den TIs

# Bisheriger Projektverlauf



# Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

(Mittelwerte auf einer 5er-Skala)

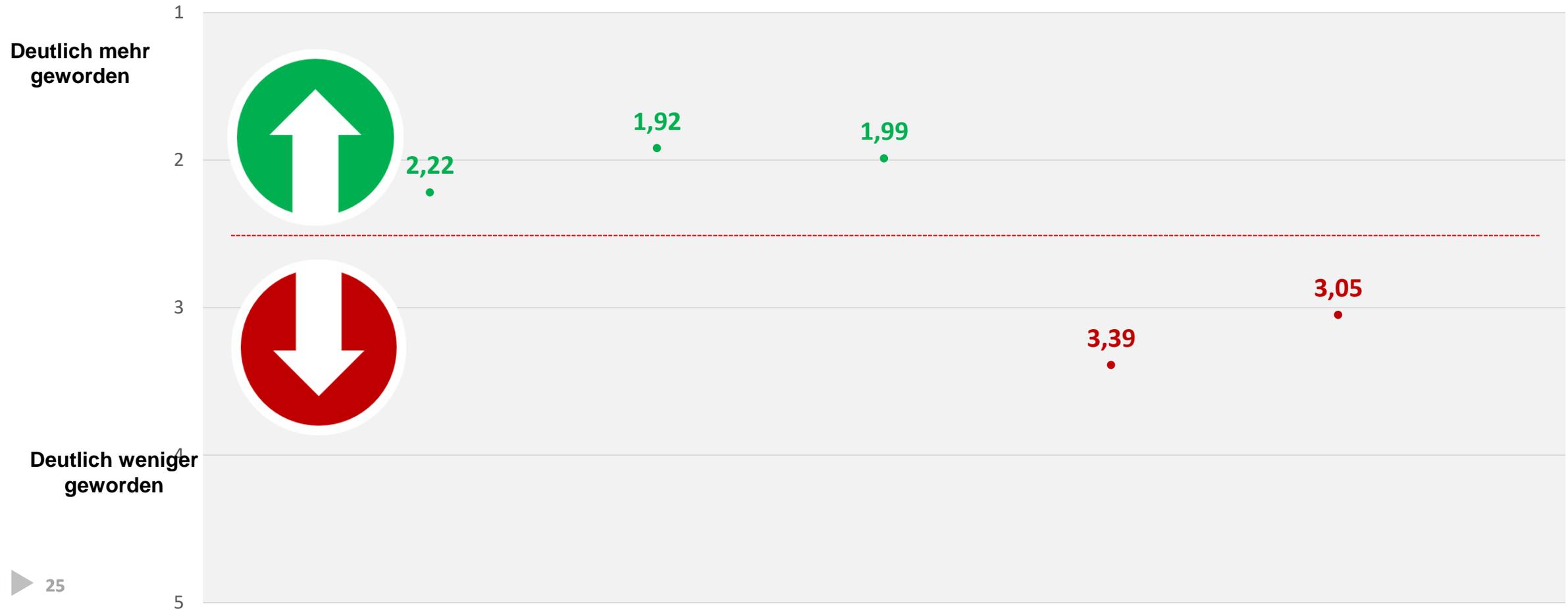
Arbeitsaufwand

Aufgabenvielfalt

Qualitätsanspruch

Personalausstattung

Budgetausstattung



# Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

## Die größten Herausforderungen



# Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

**Mehr und anspruchsvollere Aufgaben müssen mit weniger Personal und mit maximal gleichbleibendem Budget erledigt werden!**



# Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

„Welche Aufgaben werden  
aktuell auf lokaler touristischer  
Ebene wahrgenommen?“



## Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

Aufgabenbereiche, mit denen die Tourist-Info-Mitarbeiter laut Gemeindebefragung aktuell am **meisten beschäftigt** sind...



# Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

## Sonderaufgaben (Gemeindebefragung)

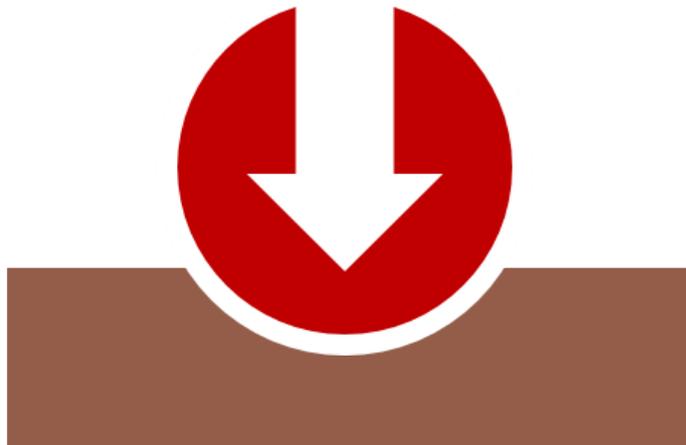
nicht rein touristisch



# Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

**Aufgabenentwicklung innerhalb der letzten 5 Jahre laut Gemeindebefragung...**

An Bedeutung verloren\*  
**23 Nennungen**



An Bedeutung gewonnen\*  
**105 Nennungen**



\*Mehrfachnennungen waren möglich

## Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

Aufgabenbereiche, die laut Gemeindebefragung in den letzten 5 Jahren **weggefallen** sind...



Strategie  
Reporting  
Veranstaltungen  
Büromanagement  
Kommunikation  
Sortimentsmarketing  
Service

## Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

Aufgabenbereiche, die laut Gemeindebefragung in den letzten 5 Jahren **hinzugekommen** sind...



# Ergebnisse der Touristinfo Befragung (2/2023)

## Bedarfe für Weiterbildung



## Fazit: Was bedeutet das für die Gemeinden und Städte?

- **Wertschätzung des Tourismus** als Lebensraumgestalter und als Treiber für das Standortmarketing
- „**Starke TIs**“ und **aktive Tourismusförderung** sind die Basis für das Destinationsmarketing Bayerischer Wald
- **Hoch motiviertes** und den Ansprüchen entsprechend **qualifiziertes Personal** sowie **finanzielle Ressourcen**
- **Bereitschaft zur Vernetzung** mit Partnern in der Destination und mit dem Destinationsmarketing
- Offenheit für **digitale Prozesse** und **nachhaltige Ausrichtung**

# Fazit: Was bedeutet das für den TVO?

- **Bündelung von übergeordneten Aufgaben** wie z.B. Online Buchung für Unterkünfte und Erlebnisse
- Bereitstellung von **Aufgabenbeschreibungen/-zuordnung für TIs**
- Entwicklung von **übergeordneten Produkten** (Goldsteig, Trans Bayerwald, usw.)
- **Angebote für gebündelte Marketingmaßnahmen**
- **Schulungs- und Informationsangebote**



Aufgabenbereich: Führung, Planung & Administration	UNSERE PLANUNG FÜR DIE ZUKUNFT (MITTELFISTIG)			INTERPRETATION DER PLANUNGEN		
	IST-Priorität	ZIEL-Priorität	...machen wir bereits im Netzwerk	Unsere mittelfristige Strategie...	Unsere Ziel-Priorität im Vergleich zum Richtwert... (Berechnungswert: 100 % in Bayerwald, usw.)	Netzwerk-machbarkeit prüfen
Leitung & Strategie (G)	2	2		Priorität BEIBEHALTEN	Führungskraft: 4 Stunden/Woche	Sachbearbeitung: 2 Stunden/Woche
Büromanagement	1	2		Priorität DEUTLICH REDUZIEREN	FÜR UNS WENIGER WICHTIG	
Haushaltsplanung & Controlling	3	1		Priorität STABILISIEREN	ANALOG RICHTWERT	
Personalmanagement	1	1		Priorität BEIBEHALTEN	ANALOG RICHTWERT	
Marktforschung & Analyse	2	3		Priorität REDUZIEREN	ANALOG RICHTWERT	
Qualitätsmanagement	2	1		Priorität DEUTLICH STABILISIEREN	Führungskraft: 8 Stunden/Woche	Sachbearbeitung: 20 Stunden/Woche
Digitalisierung: Infrastruktur	3			Priorität BEIBEHALTEN	Führungskraft: 4 Stunden/Woche	Sachbearbeitung: 20 Stunden/Woche
Digitalisierung: Datenerfassung				Priorität DEUTLICH REDUZIEREN	FÜR UNS WENIGER WICHTIG	

# Angepasster Zukunfts-Check Teil II



# AktivCARD Bayerischer Wald

# Die AktivCARD Bayerischer Wald

- 👍 Die aktivCARD Bayerischer Wald ist eine umlagebasierte „all inklusiv Destinationskarte“ für den Bayerischen Wald
- 👍 Die Karten erhalten Übernachtungsgäste teilnehmender Gastgeber (Stand:10.10.2023: 340) im Bayerischen Wald
- 👍 Es gibt keine Beschränkung bei den Gastgebern und Leistungsanbietern (Stand:10.10.2023: 140)
- 👍 Software: WinTOP eCardSystem
- 👍 Betreiber: Reif System Technik, Zwiesel, **keine öffentliche Bezuschussung**



# Historie

- 👍 2012 aus der Initiative in Bodenmais entstanden, fast zeitgleich mit einer konkurrierenden Destinationskarte „ErlebnisCard Plus“ in Sankt Englmar
- 👍 Zwei konkurrierende Systeme liegen parallel, z.T. Doppelmitgliedschaften, dadurch unterschiedlicher Besitz im Bayerischen Wald
- 👍 Initiativen der DMO zur Zusammenführung beider Systeme waren nicht erfolgreich:  
Strategie der DMO: Markt soll entscheiden!
- 👍 Ende 2022 hat sich das größere System durchgesetzt: Druck der Leistungsträger aufgrund der Ausschüttungsquote



## Dimension: Zahlen und Statistiken

### 2022:

- 102.214 aktivCARD Gäste bei 459.963 Übernachtungen
- **4,5 Übernachtungen/Gast,** 189.804 Nutzungen

### 2023: (1.11.2022- 10.10.2023)

- 128.668 zahlende aktivCARD Gäste
- 283.397 Nutzungen



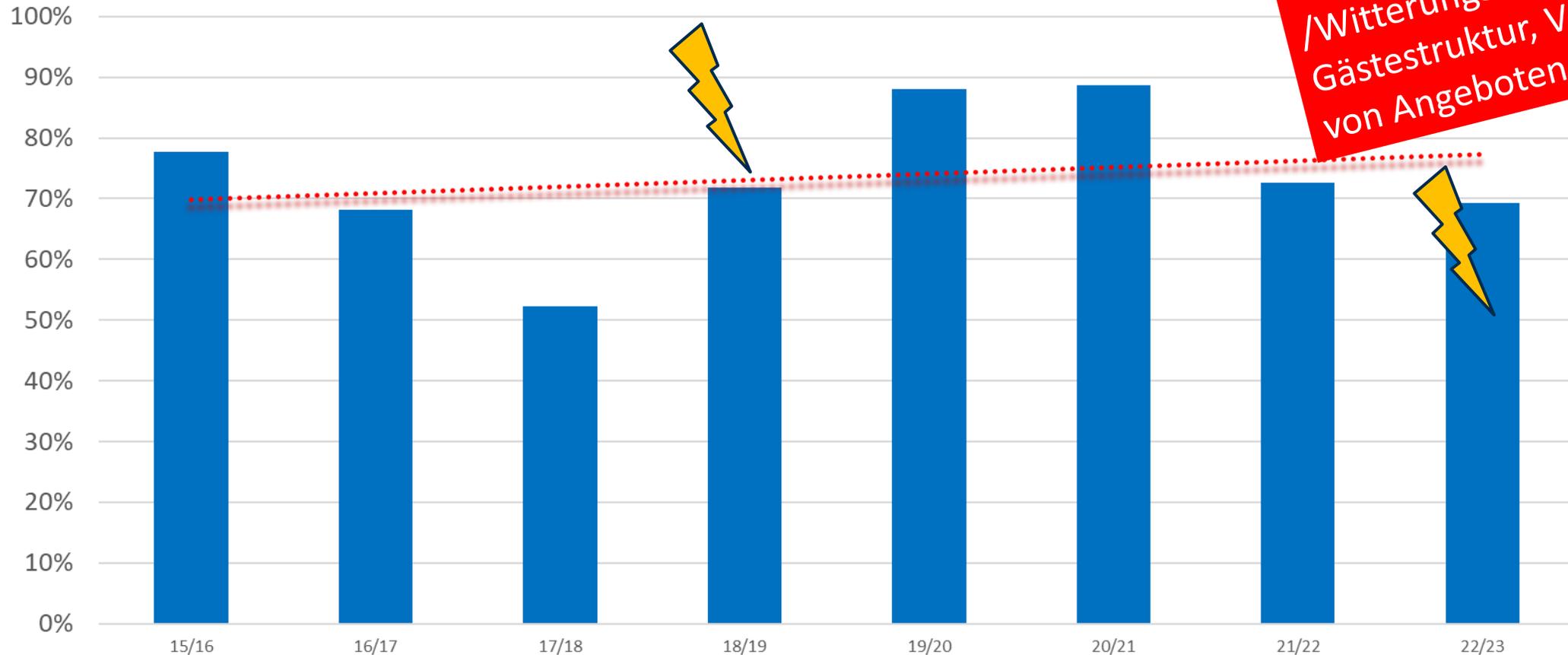
# Ausschüttung

- 👍 Ausschüttungsquote entscheidend für Teilnahme der Leistungspartner
- 👍 Maximale Beschränkung auf 12 Punkte (12 Euro)



# Ausschüttungsquoten: 2015-2023

Ausschüttungsgrad/Punkt  
Jahresdurchschnitt von 2015/16 bis 2022/23



Abhängig von Schnee-  
/Witterungslage,  
Gästelstruktur, Verfügbarkeit  
von Angeboten,..)



# Top 10: Nutzungen (alphabetisch)

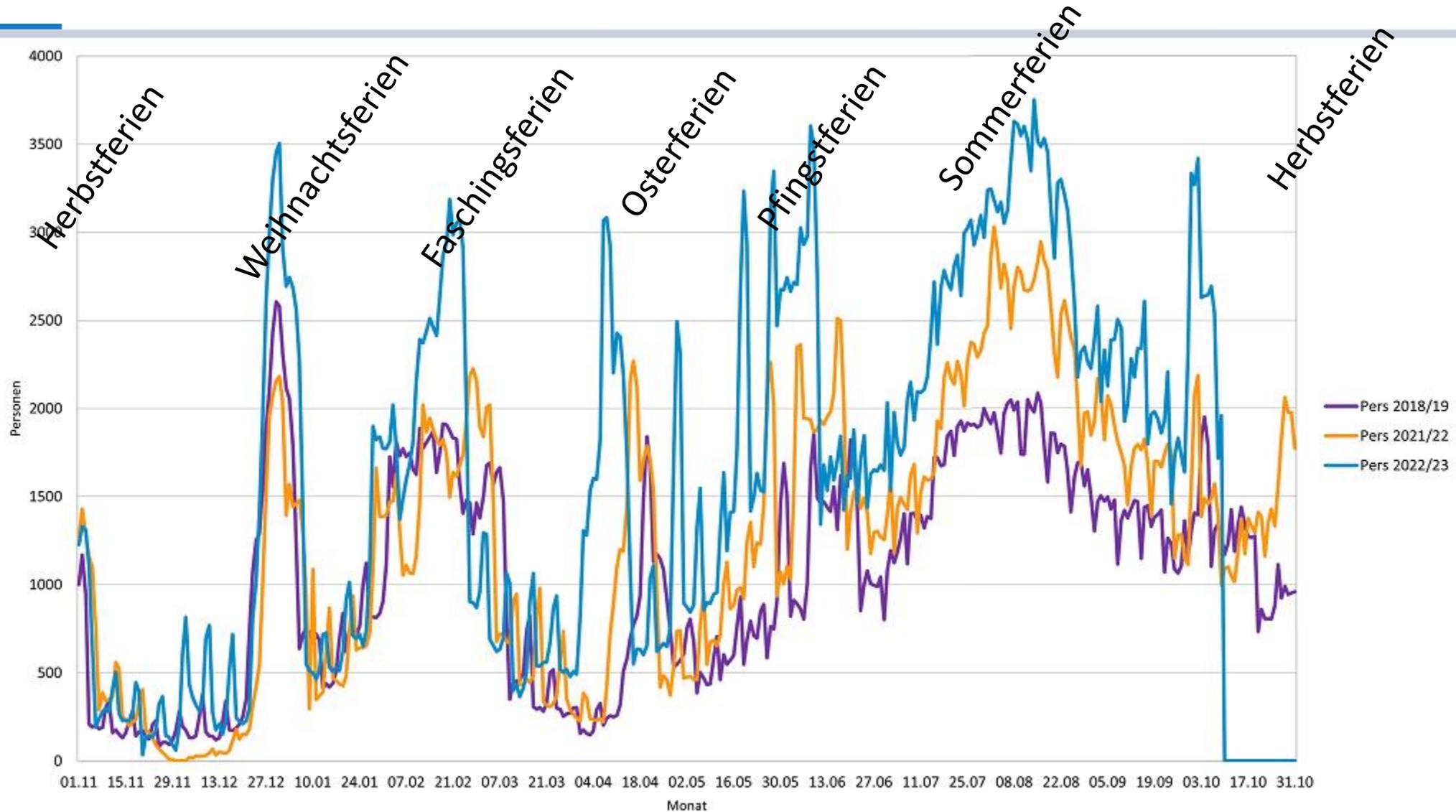
- Baumwipfelpfad
- Bayern-Park
- Bayerwald Tierpark
- Bayerwald Xperium
- d'Rodelbahn St. Englmar
- Edelwies
- Hist. Bergwerk Silberberg
- Silberbergbad (Hallenbad)
- Silberbergbahn
- Waldwipfelweg



Naturerlebniseinrichtungen,  
Freizeitparks, Bäder, Museen,  
Bergbahnen, Rodelbahnen, Zoos,  
Skiverleih,...



# Jahresverlauf Nutzungen





**Gastgeber**

Insgesamt: 311



**Akzeptanzstelle**

Insgesamt: 133



## Fazit: Besucherströme der aktivCard NutzerInnen:

- ▶ Trotz eingeschränktem Angebot und zum Teil gebührenfreien ÖPNV und dünnem Fernstraßennetzes sind die Besucherströme in der Destination enorm und werden eher unterschätzt

- ▶ Strecke: direkter Weg Ort - Ort

Zeitraum: 01.12.2022 - 08.06.2023

Personen: aktivCARD Nutzer, die den Urlaubsort verlassen

- ▶ **Ø 38km pro Tag**
- ▶ **> 100km bei 34%**
- ▶ **> 200km bei 15%**
- ▶ **> 300km bei 7,5%**



# Wintermanager

## Bayerischer Wald

# Warum wird der Wintermanager eingeführt?

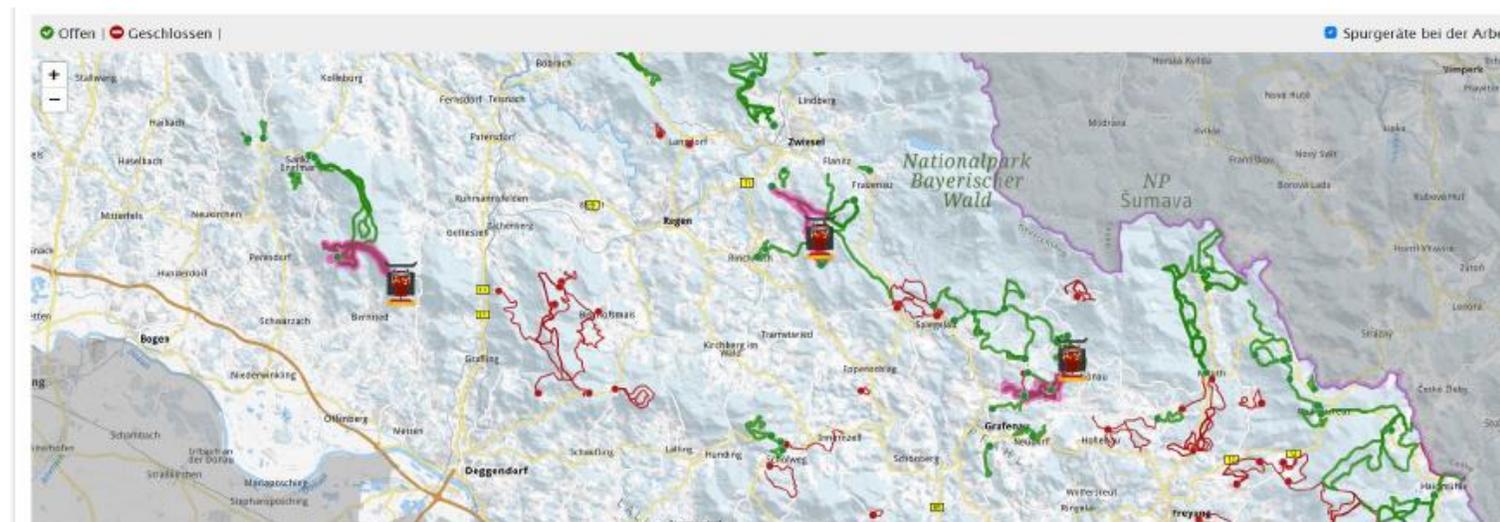
- Einstellung der Wintersportdarstellung des VDS (Verband der Seilbahnen)
- Unzureichende Datenweitergabe unter den Portalanbietern
- Keine verlässliche Wintersportportal mit allen aktuellen Schneehöhen und Wintersportbedingungen des Bayerischen Waldes
- Großer zeitlicher Aufwand für die Pflege der Wintersportdaten
- Bisher keine bayernweite einheitliche Erfassung und kein Datenmanagement
- Mit der Bayerncloud Bereitschaft von BayTM zur Weitergabe der Daten



The screenshot shows the 'bergfex' website interface for the 'Skigebiet Sankt Englmar'. The page features a navigation bar with 'Winter', 'Sommer', 'Wetter', 'Webcams', 'Unterkünfte', and 'Touren'. The main content area includes a map of the ski area, a list of lifts (11 total), and a donut chart showing the distribution of lift difficulty levels: leicht (8,6 km (9)), mittel (1,5 km (1)), and schwer (1,5 km (1)).

## Was ist der Wintermanager?

- Erfassung der wintersportrelevanten Daten des Bayerischen Waldes über ein einheitliches Erfassungstool (green solution/tourinfra)
- Georeferenzierte Erfassung der Einrichtungen
- Erhebung der Loipen, Pisten/Lifte, Rodelbahnen, Winterwanderwege, ...
- z.T.: digitale Erhebung/Darstellung in Echtzeit: Loipenspurer-App
- Einheitliche Darstellung der Wintersport-Infos in den öffentlichen regionalen Websites
- Weitergabe an BayTM und Weitergabe an die wichtigsten Ausgabeportale über einen von BayTM beauftragten Dienstleister (Intermaps)



**Initiative zur Barrierefreiheit**

**Bayerischer Wald**

# Reisen für Alle - Regionszertifizierung

- **Reisen für Alle** – bundesweites Informations- und Bewertungssystem, das dem Gast ermöglicht die Eignung des Angebotes für seine Ansprüche zu beurteilen.
- **11 barrierefreie Tagesausflüge** mit zertifizierten Einrichtungen „Reisen für Alle“
- Bayerischer Wald größte zertifizierte Region in Deutschland
- Überarbeitung der Webseite – leichte Sprache, Inhalte und **Able Eye** für digitale Barrierefreiheit



# Danke

