

# GIPFELBUCH

Das Informationsjournal des Tourismusverbandes Osttirol

## GESCHÄTZTE MITGLIEDER!



Sie halten heute die ersten Auszüge aus dem Gipfelbuch, unserem neuen Mitglieder-magazin, in den Händen. Mit laufenden Eintragungen möchten wir uns künftig zweimal im Jahr - zum jeweiligen Saisonende - an Sie wenden und über aktuelle Entwicklungen im Osttiroler Tourismus informieren.

Zunächst ein Rückblick: Der Schnee ließ auf sich warten und trotzdem konnten wir ein starkes Winterergebnis verbuchen. Es gab noch nie so viele Nächtigungen in einem Winter wie in der abgelaufenen Saison. Das zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg! Der Osttiroler Tourismus ist nach der Fusionierung noch stärker und schlagkräftiger geworden. Darauf wollen wir aufbauen.

In dieser Ausgabe lesen Sie auch über den laufenden Strukturveränderungsprozess. Mit der Infrastrukturanalyse und der darauf aufbauenden Destinationsstrategie liegt ein klarer Weg für die Zukunft vor. Die große Konstante dabei ist die Veränderung. Die globalen Trends und die damit verbundenen Erwartungen unserer Zielgruppen und Märkte sowie die Informationsbeschaffung und Kommunikationsmethoden sind immer einen Schritt voraus. Es gilt künftig nicht zu reagieren, sondern zu agieren! Daher ist es für mich als Obmann besonders wichtig, dass die im Aufsichtsrat einstimmig beschlossenen Leitlinien in der Zukunft konsequent umgesetzt werden.

Neue Wege in eine erfolgreiche, touristische Zukunft zu gestalten erfordern eine gemeinsame Anstrengung von allen im Bezirk involvierten Menschen. Ich freue mich auf eine weitere gute und konstruktive Zusammenarbeit mit Ihnen!

## OSTTIROL WIRD ZUM OUTDOOR-PARADIES

Die heimische Bergwelt auf vielfältige Weise erlebbar machen: Osttirol setzt auf Action in den Alpen. Von James Bond bis zu neuen Bikeparks.

Mit 266 Dreitausendern ist Osttirol das Herz der Alpen. Diese Karte wollen die Tourismusverantwortlichen im Bezirk künftig noch stärker ausspielen und haben gemeinsam mit führenden Experten die Destinationsstra-

ategie 2025 erarbeitet. Das Ziel: Osttirol als ganzjährig nutzbare Naturarena für Outdoor- und Berg-Urlauber zu positionieren. Die strategischen Stoßrichtungen gehen konform mit den Ergebnissen des „Vordenken für

Osttirol“-Prozesses und sollen jetzt Schritt für Schritt umgesetzt werden. In den nächsten zehn Jahren möchte man die Nächtigungen auf 2,5 Millionen und die Wertschöpfung um 25 Prozent steigern. [> Seite 4](#)



## STARKER WINTER: OSTTIROL BLEIBT AUF ERFOLGSKURS

Die Zahlen für den Winter 2014/2015 zeigen: Der Osttiroler Tourismus ist so stark wie nie. Die verstärkten Marketingaktivitäten zeigen Wirkung.

So wurden von November 2014 bis April 2015 883.540 Nächtigungen gezählt. Das ist ein Plus von 0,8 Prozent bzw. 7.088 Nächtigungen gegenüber dem Vorjahr und neuer Rekord. Der Februar 2015 war mit 288.054 Nächtigungen überhaupt der stärkste Monat in der Geschichte des Osttiroler Tourismus. Insgesamt zeigt die Kurve konstant nach oben. Die Winter-Nächtigungen konnten seit 2013 um insgesamt 30.000 gesteigert werden. Auch bei der Wertschöpfung baut der Bezirk seine Vorreiter-Position aus. Speziell im 4 und 5-Sterne-Bereich gibt es starke Zuwächse. Hier wurde seit 2012 ein Plus von 11,5 Prozent bzw. 22.000 Näch-

tigungen verzeichnet, was sich auch im Erlös pro Gast und Tag niederschlägt. Heruntergebrochen auf die einzelnen Herkunftsländer behaupten sich die Kernmärkte stabil.

**„NACH EINEM REKORDWINTER 2013/2014 KONNTEN DIE ZAHLEN ERNEUT GESTEIGERT WERDEN. DAS IST EIN TOLLER ERFOLG FÜR DIE MARKE OSTTIROL.“**

LH GÜNTHER PLATTER

Deutschland ist und bleibt mit einem Anteil von 52 Prozent bzw. 459.502 Nächtigungen (-0,7%) unangefochten an der Spitze. Auf dem zweiten Platz folgt der österreichische Gast mit 19 Prozent bzw. 166.802 Nächtigungen (-4,3%).

Starke Zuwächse konnten im abgelaufenen Winter insbesondere bei den Italienern (+4,9%) erzielt werden. Die Marketingaktivitäten in den Zielgruppen und Zielmärkten wurden intensiviert. [> Seite 2](#)

## INHALTSÜBERSICHT

Ausgabe 1, Juni 2015

### Seite

- 02: Das war der Winter 2014/2015
- 03: Neue Gondelbahn für Obertilliach
- 04: Tourismusstrategie für Osttirol
- 05: Osttirol wird zum Golf-Zentrum
- 06: AR Werner Frömel im Interview
- 07: Schulungsoffensive für Vermieter
- 08: Osttirol setzt auf Online-Marketing

# NEUER REKORD BEI DEN WINTER-NÄCHTIGUNGEN

Der vergangene Winter war ein Spätstarter. Trotzdem konnte bei der Bilanzpressekonferenz Ende Mai eine positive Bilanz gezogen werden.

Die Zahlen im Osttiroler Tourismus zeigen kontinuierlich nach oben. Nach einem Rekordwinter 2013/2014 (+5,8%) konnte das Ergebnis heuer mit einem leichten Plus von 0,8% erneut getoppt werden. Der abgelaufene Winter brachte so viele Nächtigungen wie noch nie. Da ließ es sich auch der oberste Tourismusreferent im Land Tirol, Landeshauptmann Günther Platter, nicht nehmen, bei der Präsentation dieser Erfolgszahlen dabei zu sein.

Bis auf einen leichten Rückgang (-0,4%) in der mit 283.862 Nächtigungen stärksten Urlaubsregion Nationalpark Hohe Tauern konnten alle Regionen zulegen. Im Defereggental wurden 188.650 Nächtigungen (+2%) gezählt. Die Ferienregion Lienzer Dolomiten verzeichnete mit 161.031 Nächtigungen ein Plus von 0,5 Prozent. 249.997 Nächtigungen in der Ferienregion Hochpustertal bedeuten ebenfalls eine Steigerung von 1,5 Prozent.

Bei den Unterkünften geht der Trend klar in Richtung Qualität: Die 4 bis 5-Sterne-Hotels weisen über die letzten Jahre ein kontinuier-

liches Plus auf. Sehr erfreulich ist auch die Entwicklung im Privatzimmerbereich, die in diesem Winter erneut positiv abschließen konnte. Hier zeigen sich die verstärkten Aktivitäten im Rahmen der Angebotsgruppe „Osttiroler Herzlichkeit“, die insbesondere auf Qualitätsverbesserungen in Betrieben und Führung setzt.

Insgesamt wurden die Marketingaktivitäten in den Zielgruppen und -märkten verstärkt. Mit einer deutlichen Aufstockung der Mittel wurden vor allem die Themen Langlauf, Skitouren und Winterwandern beworben. Hier konnten im Winter 2013/2014 wahre Besucherströme aus Tirol, Salzburg und Kärnten verzeichnet werden, die für einen Kurzurlaub nach Osttirol kamen. Heuer konnte dafür auf den wichtigen ostösterreichischen Märkten Wien, Niederösterreich und Steiermark ein starkes Plus erzielt werden.

Unterm Strich zeigt man sich beim TVB mit der abgelaufenen Winter-Saison sehr zufrieden. Die positive Entwicklung unterstreicht den Osttiroler Weg.



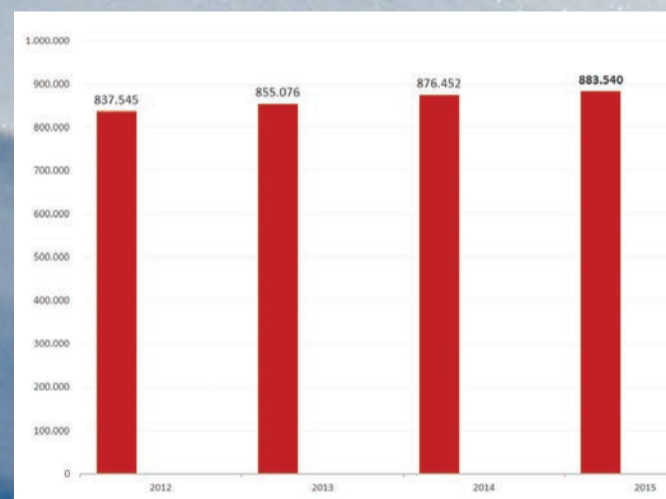
Landeshauptmann und Tourismusreferent Günther Platter gratulierte TVB-Obmann Franz Theurl und Aufsichtsratsvorsitzenden Werner Frömel zu einer tollen Wintersaison.

## IM AUFTRAG IHRER MAJESTÄT



### ENTWICKLUNG NÄCHTIGUNGEN

Winter 2012 bis 2015



Osttirol ist mit seiner einzigartigen und unberührten Landschaft ein nachgefragter Drehort für Filmproduktionen. Bereits 1930 wurden im Bezirk die ersten Heimatfilme gedreht. Mit der Jack London-Verfilmung „Der Schrei der schwarzen Wölfe“ im Defereggental gelang 1972 der internationale Durchbruch. 1988 filmte der französische Regisseur Jacques Annand „Der Bär“ in den Osttiroler Bergen. Wenige Jahre später machte Welt-Star Brad Pitt für die Dreharbeiten zu „Sieben Jahre in Tibet“ im Bezirk Station.

Nun hat es auch den bekanntesten Geheimagent der Welt nach Osttirol verschlagen. Schon Monate vor dem offiziellen Drehstart für den neuen Bond-Film wurde in den regi-

Osttirol als Schauplatz des neuen Bond-Streifens „Spectre“ mit Daniel Craig (Bildmitte) als 007. Am 6. November feiert der Film in London seine Premiere.

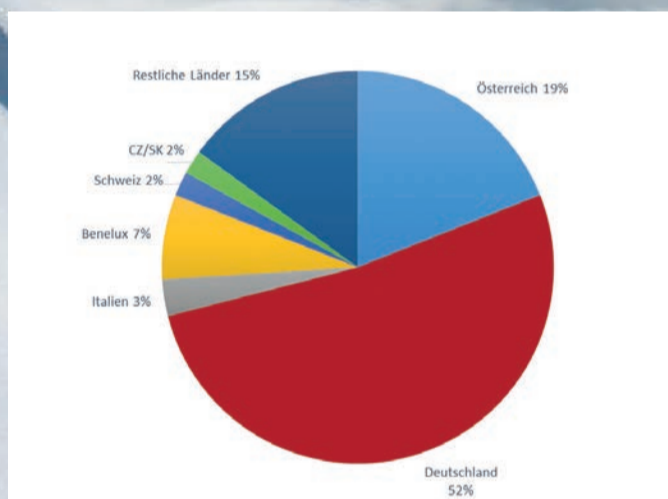
onalen und internationalen Medien ausgiebig spekuliert und berichtet. Auch vor Ort wurde jeder Schritt von Bond-Darsteller Daniel Craig und seinem Team dokumentiert. Zahlreiche Schaulustige aus Österreich und Deutschland waren extra angereist, um vorab erste Einblicke in die jüngste Bond-Produktion zu bekommen. Neben einer unbezahlbaren Werbung für den Bezirk gab es dabei auch einen „Bond-Effekt“ in der Nächtigungsstatistik. So konnte die Tourismusregion Hochpustertal bereits im Rahmen der Probedreharbeiten im Dezember ein Nächtigungsplus von 17 Prozent verbuchen. Unterm Strich wurden in Osttirol 12.000 Bond-Nächtigungen gezählt.

Am 6. November ist die Premiere von „Spectre“ in London. Bis dahin plant die Osttirol Werbung - nach dem originellen 007-Radiospot zum Sonnenskiläufen weitere Marketingmaßnahmen.



## HERKUNFTSLÄNDER

Winter 2014/15



## WINTER-MARKETINGHIGHLIGHTS

### TV Spots

Spots in ORF und Servus TV

### Radio Spots

Spots in Ö3, Krone Hit und Antenne

### Print & Online

Inserate in diversen Tages- und Wochenzeitungen (Süddeutsche Zeitung, WAZ, Hamburger Abendblatt, Bild Hamburg, Corriere della sera, uvm.)

Inseratenserie in Bezirksblättern Steiermark und Bayern

Winteropening-Kampagne auf gmx.de und web.de

### Pressereisen & -events

Skitourenfestival (05. - 08. Dezember 2014)

Ski Defereggental mit Journalisten aus Slowenien und Kroatien (18. - 20. Jänner)

Ski n' the City mit Journalisten aus Benelux und Italien (21. - 24. Jänner)

Langlaufen & Gesundheit im Hochpustertal mit Journalisten aus Deutschland, Österreich und Schweiz (21. - 24. Jänner)

Sonnenskiurlaub Hochpustertal mit Journalisten aus Deutschland und Österreich (13. - 16. März)

Diverse Einzel-Pressereisen (Skifahren Großglockner Resort, Winterzauber Nationalpark, Skitourenwoche Kals und Lienz, SWR Filmdreh, uvm.)

Presse-Städtetour nach Hamburg und München (09. - 11. September 2014)

Pressekonferenz in Zagreb und Laibach (03. - 04. November 2014)

Pressewinterevent Berlin (04. - 05. November 2014)

### Publikummessen

Intersana Augsburg (17. - 19.10.2014)

Messe Erfurt (30.10 - 02.11.2014)

Ferienmesse Berlin (01. - 02.11.2014)

Alpinmesse Innsbruck (14. - 16.11.2014)

Reiselust Bremen (14. - 16.11.2014)

Messe Leipzig (19. - 23.11.2014)

Ferienmesse Wien (15. - 18.01.2015)

CMT Stuttgart (17. - 25.01.2015)

Ferienmesse Hamburg (04. - 08.02.2015)

Free München (18. - 22.02.2015)



## AUFBRUCHSTIMMUNG IN OBERTILLIACH



als auch Urlaubern gut angenommen. Der Umsatz konnte in der ersten Wintersaison um 20 Prozent angekurbelt werden. Die neue Gondelbahn ist der Auftakt für eine umfassende Investitionsoffensive in Obertilliach. Bereits im nächsten Winter soll eine rund zehn Kilometer lange Höhenloipe im Bereich des Skigebiets in Betrieb gehen.

Die bestehende Rodelbahn wird ebenfalls ausgebaut. Generell ist eine Aufbruchstimmung in der 700-Einwohner-Gemeinde spürbar. Viele Privatvermieter und Betriebe rüsten auf und investieren in den Ausbau der Qualität und des Angebots. Zu den bestehenden 900 Betten sollen in den nächsten Jahren rund 200 neue dazu kommen. Am westlichen Ortsende entsteht derzeit ein Familien-Hotel mit Kinderbetreuung.

Die neue Gondelbahn bringt Aufschwung nach Obertilliach und 20 Prozent mehr Umsatz.

Rechtzeitig zum Start der Wintersaison 2014/2015 wurde die neue Gondelbahn der Obertilliacher Bergbahnen (Gesamtkosten 6,5 Mio. EUR) offiziell in Betrieb genommen. Auf einer Länge von 1750 Metern führen künftig 20 Gondeln auf den Golzentipp. Bis zu 1000 Personen können pro Stunde befördert werden. Die Fahrzeit wurde von 15 auf 5 Minuten verkürzt. Die neue Bahn wurde vom Start weg sowohl von Einheimischen



# DEN TOURISMUS AUF BREITE BEINE STELLEN

Osttirol setzt auf einen starken Tourismus.  
Mit der Destinationsstrategie Osttirol 2025 liegt ein konkreter Fahrplan vor.

Sechs intensive Monate lang haben die Tourismusverantwortlichen des Bezirks gemeinsam mit Experten über Herausforderungen und Chancen für den Tourismus in Osttirol gebrütet. Herausgekommen ist ein über 60 Seiten starkes Strategiepapier mit klaren Handlungsanleitungen: Osttirol kann mehr! Während viele Tourismusregionen in Nordtirol über leere Betten im Sommer klagen, geht man in Osttirol den nächsten Schritt. Mit einem starken Fokus auf die Themen Berg(Er-)Leben und Outdoor-Aktiv will man sich künftig als Natur- und Erholungsraum für das ganze Jahr positionieren und damit von der breiten Masse abheben. Im Winter ist das zum Teil schon gelungen. Osttirol gilt als Top-Destination für Familienski fahren, Skitouren oder Langlaufen.

**„Die unverbrauchte und einzigartige Naturlandschaft bietet ideale Rahmenbedingungen und Chancen.“**



Die unverbrauchte Naturlandschaft in Kombination mit der gelebten Regionalität bietet ideale Rahmenbedingungen und Chancen für einen erfolgreichen und nachhaltigen Qualitätstourismus, sind sich die Tourismusverantwortlichen und Experten einig. Im Rahmen einer Infrastrukturanalyse wurde auch das Anforderungsprofil für neue Projekte untersucht. Das Ergebnis: Künftig wird ausschließlich auf Leuchtturmprojekte gesetzt, die

über die Region hinaus strahlen. Ein solches Vorzeigeprojekt könnte die Errichtung eines Dolomiten-Outdoor-Kompetenz-Zentrums sein. Als Anlaufstelle und Ausgangspunkt für sämtliche Outdoor-Sportaktivitäten im Bezirk. Auch die Weiterentwicklung des Berg-Angebots im Sommer steht ganz oben auf der Prioritätenliste. Mit neuen, attraktiven Erlebniswanderwegen und Radverbindungen sowie einem Wander-Shuttledienst möchte man die Kompetenz als naturnahe Bergregion noch mehr unterstreichen.

Ein absoluter Trend im Outdoor-Bereich ist das Biken. Hier gibt es ebenfalls konkrete Pläne: Über den ganzen Bezirk verstreute Bike-Stützpunkte sollen Osttirol mittelfristig zum Eldorado für Mountainbiker machen und dabei verstärkt jüngere Gästeschichten anlocken. Mit den neuen Schwerpunkten möchte man Aktivurlauber in den Kernmärkten Deutschland und Österreich, neben Benelux und Italien, in den Fokus rücken. Tschechien gilt als neuer Hoffnungsmarkt. Zum einen konnten hier in den letzten Jahren gute Wachstumsraten verzeichnet werden, zum anderen haben diese Gäste eine hohe Affinität zu Outdoor-Urlauben in besonderer Naturkulisse.

Die ausgearbeiteten Konzepte geben eine klare Richtung für die strategische Ausrichtung und Positionierung des Tourismus in Osttirol vor. Im TVB-Aufsichtsrat wurde die Destinationsstrategie einstimmig beschlossen. Jetzt gilt es, den eingeschlagenen Weg gemeinsam fortzusetzen.

## SOMMER-MARKETINGHIGHLIGHTS

### TV Spots

350 Spots in ORF, Servus TV & Privatsender Norditalien (Telelombardia, A3, 7Gold TelePadua)

### Radio Spots

150 Spots in Ö3, Radio Company, Radio Arabella, Radio Osttirol, Privatsender Österreich

### Pressereisen

3 große Gruppen-Pressereisen aus Österreich, Italien & Deutschland zu den definierten Outdoor-Schwerpunkthemen

10 Einzel-Pressereisen im Mai & Juni zu diversen Sommer-Themen. Weitere Anfragen sind gerade in der Umsetzungsplanung.

### Pressevents

Pressekonferenz in Wien zum Schwerpunkt „Kleine, historische Städte“

Presseabendveranstaltung in Berlin mit Österreich Werbung zum Thema „Geschichten aus Osttirol – ein Sommerurlaub“

Pressegespräch in Amsterdam mit Österreich Werbung zum Thema „Bergeweise - Aktivurlaub in der Natur“

### Publikummessen

Freizeit Nürnberg (18. - 22. März)  
Blühendes Österreich Wels (20. - 22. März)  
Alpentage in Belgien (24. - 26. April)  
Paddelfestival Leipzig (01. - 03. Mai)  
Bikefestival Riva (01. - 03. Mai)  
EXPO Mailand (18. - 25. Mai)  
Eurobike (26. - 29. August)  
Tour Natur Düsseldorf (04. - 09. September)  
Erntedankfest Wien (06. September)

### Fachmessen

ITB Berlin (04. - 08. März)  
RDA Köln (21. - 24. Juli)



## MASSGESCHNEIDERTE PRODUKTE FÜR DEN GAST: UNSERE ANGEBOTSGRUPPEN

Mit den neuen Angebotsgruppen sollen die Gäste künftig noch gezielter angesprochen werden. Betriebe und Osttirol Werbung ziehen hier an einem Strang.

Mehr als die Hälfte aller Urlauber nützt das Internet, um sich ein genaues Bild von ihrem nächsten Urlaubsziel zu machen. Dieser Trend wird immer stärker. Hotel, Angebot und Umgebung werden vorab studiert. Wer mit innovativen und kreativen Angeboten die Gäste dabei gezielt ansprechen kann, hat bei der Buchung die Nase vorne.

Die Osttirol Werbung hat in enger Zusammenarbeit mit den Betrieben fünf maßgeschneiderte Produkte für den Gast auf den Markt gebracht. Der Weg zum passenden Angebot soll für den Gast so kurz wie möglich sein und direkt in die Betriebe führen. Osttirol Werbung und Betriebe arbeiten in diesen Angebotsgruppen eng zusammen. Ein großer Schwerpunkt wird dabei auf den Online-Vertrieb gelegt.

Alle Angebotsgruppen verfügen mittlerweile über eigene Websites. Die Osttirol Werbung bietet speziell in diesem Bereich eigene Schulungen an.



[www.spitzcialhotels.osttirol.com](http://www.spitzcialhotels.osttirol.com)

### Spitzcial Hotels

SPITZcial Qualität mit speCIAL Service bieten diese ausgewählten und qualitätsgeprüften Fünf-, Vier- und Drei-Sterne Hotels. Diese Betriebe haben ein Qualitätsversprechen abgegeben und erfüllen wichtige Kriterien für einen Wohlfühlurlaub. Dazu zählen ein schöner Wellness-Bereich, ein tolles, kulinarisches Angebot, uvm.



[www.osttiroler-herzlichkeit.com](http://www.osttiroler-herzlichkeit.com)

### Osttiroler Herzlichkeit

Qualifizierte Zimmer und Appartements von insgesamt 54 Vermietern sind in der Gruppe „Osttiroler Herzlichkeit“ zusammengefasst. Diese Betriebe stehen für eine herzliche und persönliche Betreuung sowie ehrliche Osttiroler Gastfreundschaft. Die Unterkünfte sind mit Naturmaterialien ausgestattet und bieten hohen Komfort.



[www.osttirol.com/urlaub-am-bauernhof](http://www.osttirol.com/urlaub-am-bauernhof)

### Urlaub am Bauernhof

Die 64 bäuerlichen Gastgeber sind eine wichtige Säule des naturnahen Tourismus in Osttirol. Dort können Gäste das Leben am Bauernhof kennenlernen - mit Tieren zum Anfassen, frisch gemachter Butter oder selbst gebackenem Brot. Die Höfe werden regelmäßig in den Bereichen Ausstattungs- und Servicequalität geprüft.



[www.im-herzen-des-nationalparks.at](http://www.im-herzen-des-nationalparks.at)

### Nationalpark Partnerbetriebe

Diese Hotels, Gasthöfe, Ferienwohnungen, Pensionen, Privatvermieter und Bauernhöfe rücken den Nationalpark in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten. Den Gast erwarten Serviceleistungen wie Vermittlung von Rangerführungen, umfassende Wander-, Wetter- und Hüttenberatung, Tourenfrühstück ab 6 Uhr, uvm.



[www.drauradwegwirte.com](http://www.drauradwegwirte.com)

### Drauradweg-Wirte

Sechs Wirte zwischen Sillian und Nikolsdorf haben sich zusammengeschlossen und wollen das Angebot für Radtouristen entlang des Drauradweges ausbauen. Ihr Angebot: kostenlose Benutzung der Toilette, Unterkunft für eine Nacht (Beherberger), radlerfreundliche Speisen und Getränke, versperrbare Abstellplätze, uvm.

#### Ihr Ansprechpartner für:

- Spitzcial Hotels
- Osttiroler Herzlichkeit
- Urlaub am Bauernhof

**Eva Haselsteiner**  
haselsteiner@osttirol.com

#### Ihr Ansprechpartner für:

- Nationalpark Partnerbetriebe
- Drauradweg-Wirte

**Bernhard Pichler**  
pichler@osttirol.com

## GOLF IN DEN BERGEN

Nach dem Dolomitengolf Resort in Lavant steht mit dem Defereggental Golf Park jetzt ein zweiter Golfplatz in Osttirol zur Verfügung.

Auf einer Seehöhe von 1320 bis 1345 Metern und einer Fläche von 100.000 Quadratmetern können Einheimische und Gäste ab Mitte Juni auch in der Urlaubsregion Defereggental dem Golf-Sport fröhnen. Die neue Anlage ist mit einer Driving Range, einem großen Putting Green und 9 Loch ausgestattet.

Anfänger können in nur fünf Tagen Platzreife erlangen. Der Defereggental Golf Park ist ein willkommener Impuls für den Sommer. Über 50 Partnerbetriebe im Defereggental konnten bereits gewonnen werden und bieten spezielle Golf-Packages an. Osttirol steigt damit in die Liga der attraktivsten Golf-Hotspots in

den Alpen auf. Mit der Kombination der Anlagen in Lavant und im Defereggental können künftig auch anspruchsvolle Gäste und damit neue Zielgruppen angesprochen werden. In Lavant ist bereits eine Erweiterung auf 36 Loch geplant. Schon im Herbst könnte mit den Arbeiten begonnen werden.



# „OSTTIROL IST UNVERWECHSELBAR“

Der Aufsichtsratsvorsitzende des TVB, Werner Frömel, im Gespräch: über Vorzüge und Herausforderungen für den Osttiroler Tourismus.

### Was zeichnet den Tourismus in Osttirol aus?

Der Tourismus in Osttirol ist sehr stark von den Menschen geprägt. In Verbindung mit der Ursprünglichkeit unserer Natur haben wir ein unverwechselbares Angebot. Hier können wir uns absetzen. Wir wollen keinen Alpen-Ballermann, sondern setzen auf unsere Stärken: unzählige Berg- und Outdoor-Möglichkeiten, mit Leidenschaft geführte Betriebe sowie die berühmte Osttiroler Gastfreundschaft. Mit 266 Dreitausendern sind wir das eigentliche Herz der Alpen. Dazu das südliche Flair. Diese Kombination ist unschlagbar!

### In welchen Bereichen gibt es Aufholbedarf?

Insgesamt geht es um die weitere Stärkung der Marke in den Kernmärkten. Hier werden wir den eingeschlagenen Weg fortsetzen. Der Nationalpark soll dabei enger in unsere Marketingstrategie eingebunden werden. Auch wollen wir noch gezielter die jungen Gäste als unsere Kunden von morgen ansprechen. Verbesserungspotential sehe ich bei der Vor- und Nachsaison. Hier haben wir als Ganzjahresdestination unsere Möglichkeiten noch nicht voll ausgeschöpft.

### Zur Halbzeit der Periode: Wie ist die Zusammenarbeit innerhalb des neuen TVB?

Zur letzten Wahl sind zwei konkurrierende Gruppen angetreten. Entsprechend sind diese auch in Aufsichtsrat und Vorstand vertreten. Als Vorsitzender des Aufsichtsrats kann ich von einer guten und sehr konstruktiven Zusammenarbeit berichten. Über 90



Prozent der Beschlüsse werden einstimmig getroffen. Es gibt eine gemeinsame Linie in der strategischen Ausrichtung. Alle ziehen an einem Strang.

### Wie sieht es mit den Finanzen aus?

Auch hier setzen Aufsichtsrat und Vorstand den eingeschlagenen Weg der Konsolidierung fort. Die Eigenmittelquote konnte zuletzt

stark verbessert werden. Die Erträge bei den Pflichtbeiträgen und Aufenthaltsabgaben sind deutlich gestiegen. Wir sind hier auf dem richtigen Weg. Mit der Infrastrukturanalyse liegt zudem eine klare Handlungsanleitung für künftige Investitionen vor. Es werden nur touristisch sinnvolle Projekte vom Verband unterstützt. Zugleich wollen wir die Marketingmittel auf 3 Millionen pro Jahr deutlich aufstocken.

### Was sind die nächsten Schritte?

Mit der Destinationsstrategie liegt ein Arbeitsprogramm für die nächsten Jahre vor. Jetzt geht es an die Umsetzung. Die Errichtung eines Outdoor-Zentrums steht dabei ganz oben auf der Liste. In Verbindung mit dem neuen Schwimmbad sowie der vorhandenen Infrastruktur im Süden von Lienz wollen wir Einheimischen und Gästen eine zentrale Informations- und Buchungsstelle bieten. Auch das Thema Biken wollen wir offensiv angehen.

### Wo steht Osttirols Tourismus in 10 Jahren?

Der Leitspruch unserer Destinationsstrategie lautet: Osttirol mit seiner faszinierenden Bergwelt ist die Nummer 1 für Aktivurlauber, die Ursprünglichkeit und beeindruckende Natur suchen. Diese Vision wollen wir gemeinsam umsetzen. Mit unserer Bergwelt und der besonderen Lage haben wir einen klaren Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Regionen. Mit den entsprechenden Angeboten können wir uns hier abheben.

## ALLE UNTER EINEM DACH

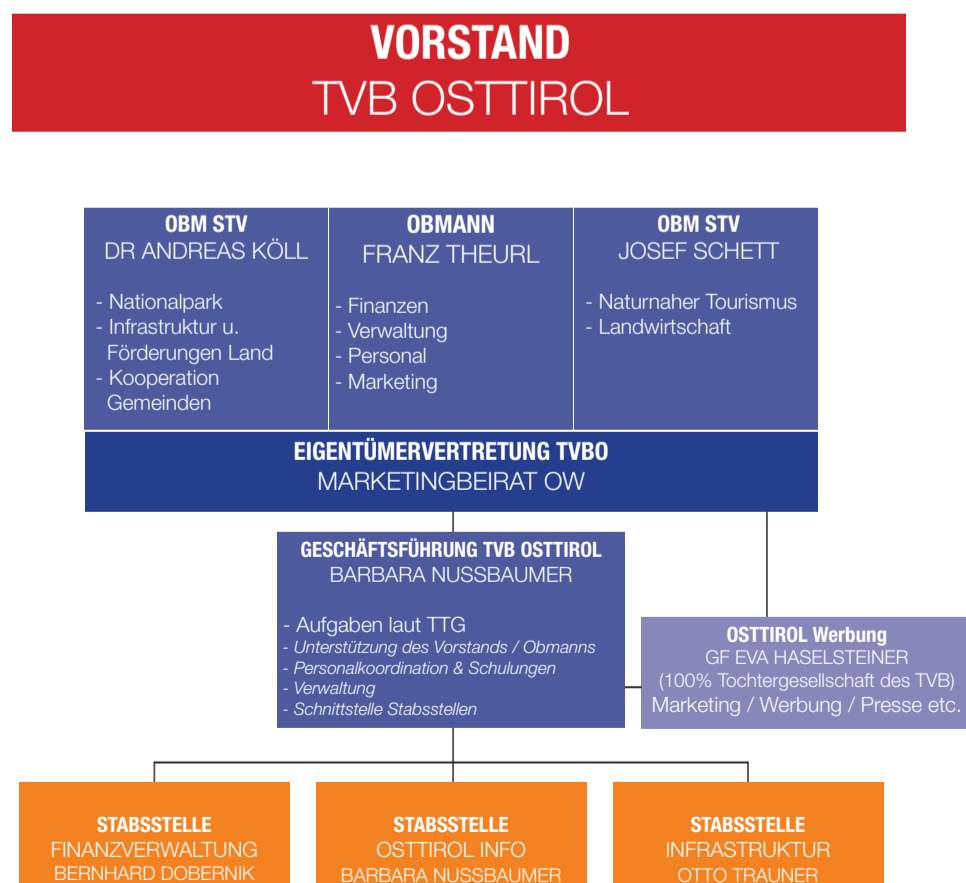


### Im Frühjahr haben die Bauarbeiten für das neue Tourismushaus in Lienz begonnen. Tourismusverband und Osttirol Werbung bekommen dort ein neues Zuhause.

Die Bauarbeiten laufen bereits auf Hochtouren. Im März 2016 sollen die neuen Räumlichkeiten am Stegergarten bezogen werden. Bisher haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von TVB und Osttirol Werbung an unterschiedlichen Standorten gearbeitet. Das ist in dem neuen Tourismushaus passé. Sämtliche in der Region Lienz Dolomiten verteilte Tourismuseinheiten werden am neuen Standort zusammengezogen. Das

Büro der Osttirol Werbung am Mitteregger Kreuz und die Tourismusinformation bei der Liebburg werden aufgelöst. Die neue Tourismuszentrale entsteht in unmittelbarer Nähe des Bahnhofs und der Innenstadt, mit ausreichend Parkmöglichkeiten. Es ist im Gegensatz zur jetzigen Tourismusinformation auch für Gäste leichter zu finden. Im Erdgeschoss entsteht eine großzügige und zentrale Informationsstelle für ganz Osttirol mit vielen interaktiven Elementen. Im ersten Stock sind sämtliche Verwaltungseinheiten des Tourismusverbandes sowie der Marketingtochter Osttirol Werbung zusammengefasst. Auch der Nationalpark Hohe Tauern wird dort mit einer Außenstelle vertreten sein.

## DIE ANSPRECHPARTNER IN TVB UND OSTTIROL WERBUNG



## WEITERBILDUNG ALS CHANCE

Im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Gäste ist ein professionelles Auftreten der Vermieter heute unumgänglich. Der TVB Osttirol setzt auf Weiterbildung und Schulungen.

Den Vermietern steht dabei ein abwechslungsreiches und interessantes Kurs-Angebot zur Verfügung. Die Gastgeber erfahren von hochkarätigen Referenten, wie sie am touristischen Markt wettbewerbsfähiger werden. Sie erhalten praxisnahe Tipps für eine professionelle Vermarktung.

Insgesamt soll im Rahmen dieser Weiterbildungsmaßnahmen die Qualität und das Angebot für den Gast gesteigert werden. Die Nachfrage ist groß. Die ersten Termine waren restlos ausgebucht. Zum Auftakt wurden die Vermieter gleich in die digitale Welt eingeführt und mit dem richtigen Umgang mit Facebook, Twitter, Bewertungsportalen, Google oder Apps vertraut gemacht. Erst kürzlich ging es um Homepage-Gestaltung, wie man Zugriffe erhöht, Anfragen und dadurch auch Buchungen lukriert, um Suchmaschinenoptimierung und um Google Analytics. Auch die Italienisch-Kurse werden fortgesetzt.

### Kursangebot Herbst 2015

- Zeitmanagement - trotz Familienbetrieb Zeit für sich schaffen
- Mehr Erfolg durch Preisoptimierung (mit dem anschl. Vertiefungskurs)
- Aufwand für Preise: mehr Gewinn durch Profi-Kalkulation

### Reservierung und Fragen:

Tourismusverband Osttirol  
Claudia Isep  
isep@osttirol.com



Der TVB übernimmt einen Großteil der Kurskosten. Im Herbst finden die nächsten Kurse statt.

## NEU: VERMIETER-NEWSLETTER

Der neu gestaltete Newsletter versorgt alle Osttiroler Vermieter regelmäßig mit top-aktuellen Informationen, Trends, Angeboten und Veranstaltungen. Tourismusverband und Osttirol Werbung informieren dabei auch über

Aktuelles aus der Medienwelt, Marketingaktionen, Wissenswertes über Gästeservices sowie Beteiligungsmöglichkeiten an Messen oder Workshops. Anmeldungen für den Newsletter unter [info@osttirol.com](mailto:info@osttirol.com)



### Sehr geehrter Herr Mustermann,

wir freuen uns, Sie in unserem **Vermieter Newsletter** über unsere Projekte, anstehende Aktivitäten und besondere Events zu informieren. **Top Aktuell - Top Informativ!**

## NEUE FÖRDERUNG FÜR PRIVATVERMIETER

Seit 1. Juli 2014 werden vom Land Tirol Qualitätsverbesserungen in kleinen gewerblichen Beherbergungsbetrieben wieder finanziell unterstützt. Durch diese Förderung sollen im Bereich der Privatvermietung (bis 10 Betten) und im Bereich der kleinen gewerblichen Beherbergungsbetriebe (bis 20 Betten) Anreize für Investitionen geschaffen werden. Die zu verbessernden Gästezimmer oder Ferienwohnungen müssen seit mindestens zehn Jahren vermietet worden sein. Die Förderung wird je nach Schwerpunkt entweder

als Pauschalsatz oder in Form eines Prozentsatzes der anrechenbaren Investitionskosten gewährt. Privatvermieter, die ihren Betrieb erstmals klassifizieren lassen oder im Zuge der Klassifizierung eine höhere Kategorie erreichen, werden besonders unterstützt.

### Mehr Informationen:

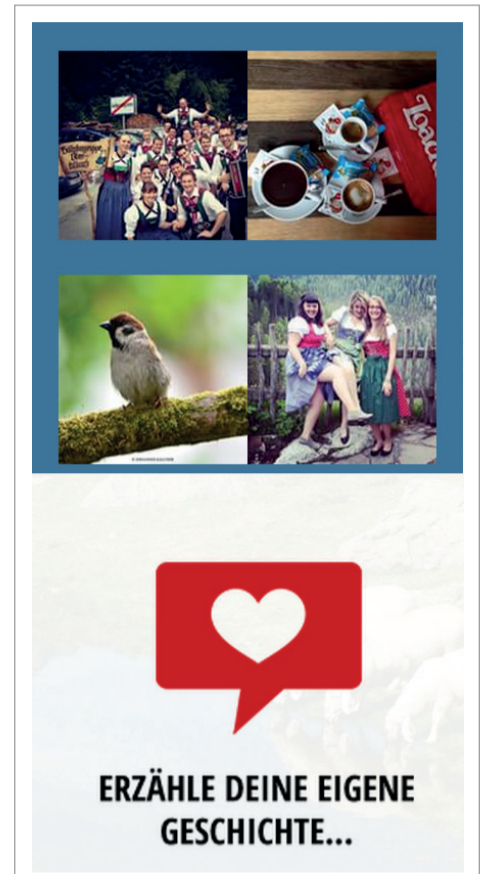
Stefan Prader  
Amt der Tiroler Landesregierung  
0512 508 3221  
[wirtschaftsfoerderung@tirol.gv.at](mailto:wirtschaftsfoerderung@tirol.gv.at)

## WAS WIRD GEFÖRDERT?

- die Verbesserung des Sanitärkomforts bestehender Gästezimmer und Ferienwohnungen
- die Errichtung und die Einrichtung von Frühstücks- und Aufenthaltsräumen
- der Umbau von bestehenden Gästezimmern zu Ferienwohnungen
- die Errichtung und die Einrichtung eines Wellness- und/oder Freizeitbereiches
- die Neuausstattung bestehender Gästezimmer und Ferienwohnungen
- die Adaptierung bestehender Gästezimmer und Ferienwohnungen zu barrierefreien Unterkünften
- die Einrichtung und die Errichtung eines absperrbaren Ski-/Radkellers bzw. -werkstätte, eines Skiwachsraumes bzw. eines Schuhtrockenraumes

# URLAUBS-G'SCHICHTEN

Die Vielfältigkeit Osttirols ist ab sofort auch im neuen Osttirol Blog nachzulesen. Gäste und Einheimische berichten dort über ihre Erlebnisse in Osttirol.



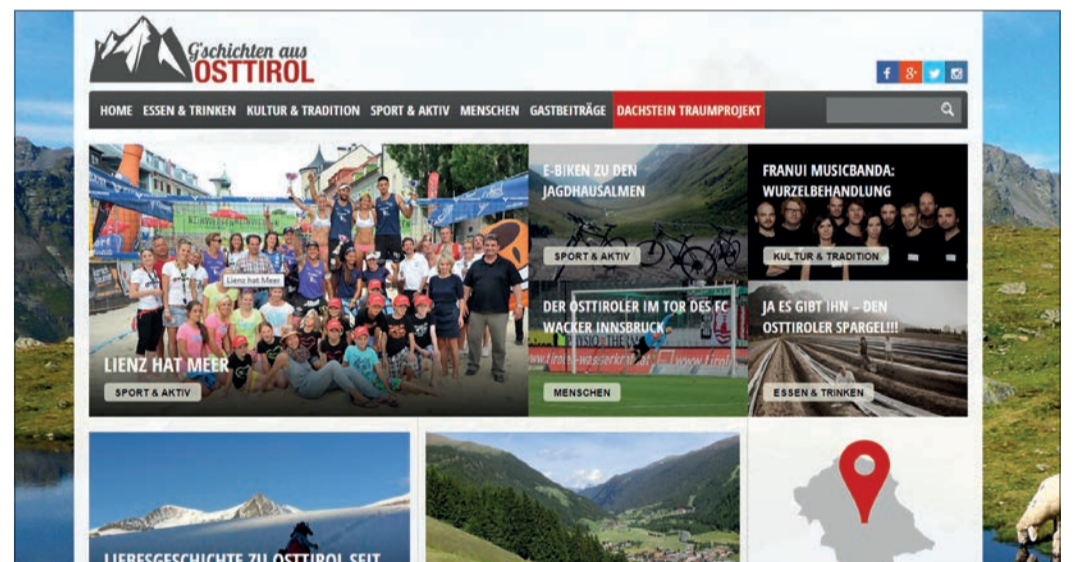
Blogs werden zu immer wichtigeren Multiplikatoren, gerade wenn es um das Thema Reisen geht. Sie liefern authentische, multimediale Reiseberichte und Reportagen. Die Osttirol Werbung hat diesen Trend erkannt und mit dem Osttirol Blog ein Forum geschaffen, wo solche „G'schichten aus Osttirol“ erzählt werden können.

Neben vielen Osttirolerinnen und Osttirolern nutzen auch immer mehr Gäste diese Plattform, um ihre persönlichen Urlaubserlebnisse zu teilen. Petra Rapp berichtet mit spektakulären Bildern von ihrer Tour auf den Großglockner. Ralf Eckardt aus Frankfurt schwärmt in seinem Beitrag über das Fliegenfischen an Tauernbach und Isel. Aber auch viele Einheimische verraten im Osttirol Blog ihre ganz persönlichen Geheimtipps:

von Wanderausflügen bis zu echter Osttiroler Hausmannskost.

Blogs werden immer gefragter. Bei einer Recherche im Internet stößt man zunehmend auf Blog-Einträge, denn auch Google liebt Blogs. Blogger greifen gerne die Geschichten ihrer Kollegen auf und verlinken sich gegenseitig. Ihre Texte und Beiträge erscheinen dann ganz oben bei den Suchergebnissen.

Mit Einführung des Osttirol Blog als Herzstück der Social Media-Aktivitäten sind auch die Gästezahlen im Internet stark angewachsen. Neben mehr Besuchern auf der Website konnten zudem viele neue Fans über Facebook, Twitter und Co. gewonnen werden. Ausführliche Informationen dazu gibt es unter: [www.blog.osttirol.com](http://www.blog.osttirol.com)



Einheimische und Gäste können im Osttirol Blog ihre persönliche Geschichte teilen.

## WWW.OSTTIROL.COM - URLAUB AUF EINEN KLICK

Die Osttirol Werbung setzt mit der überarbeiteten Homepage auf alte Stärken und neue Informationskanäle und wurde jetzt dafür ausgezeichnet.

Die neue Website kommt gut an. So landete der Online-Auftritt beim diesjährigen T.A.I. WERBE GRAND PRIX, der Leistungsschau für touristische Werbemittel in Österreich, prompt auf Platz 2. Entschieden hat keine Jury, sondern das Publikum. Die Urlaubsseite für Osttirol wurde dabei in der Kategorie „Websites & Social Media Destinationen“ mit einer Gesamtnote von 1,52 bewertet und setzte sich gegen 33 Konkurrenten durch. Eine tolle Auszeichnung für die Osttirol Werbung, die in Zusammenarbeit mit der Online Agentur ICC die Homepage mit viel Aufwand und Liebe zum Detail überarbeitet hat.



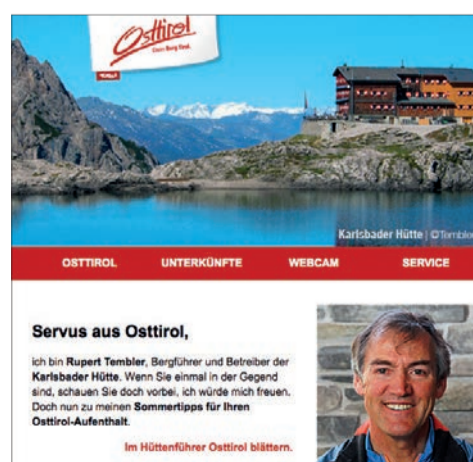
auch online im Mittelpunkt sämtlicher Aktivitäten. Neben umfassenden Informationen über den Bezirk und seine Ferienregionen liefert [www.osttirol.com](http://www.osttirol.com) auch nützliche Tipps zur ganzjährigen Urlaubsgestaltung. Ein besonderes Highlight ist die interaktive Karte. Dabei wurden über 3.600 Geodaten von Unterkünften, Ausflugsziele, uvm. aufbereitet und in die Karte importiert. Ein umfangreicher Veranstaltungskalender sowie die direkte Urlaubsbuchung runden das Angebot des neuen Webauftritts ab.

Mit dem neuen Angebot wurde auch die Verfügbarkeit über die Suchmaschinen verbessert. Bereits 31% der Gäste steuern [osttirol.com](http://osttirol.com) über Google an, 17% greifen direkt auf die Seite zu. Die neue Homepage ist in Deutsch, Englisch und Italienisch verfügbar.

## ONLINEGRÜSSE

Der neue Gäste-Newsletter versorgt Gäste mit spannenden Themen aus Osttirol. Rund 80.000 Empfänger im deutschsprachigen Raum werden erreicht.

Die Osttirol Werbung setzt auf verstärktes Online-Marketing auch abseits der offiziellen Website [www.osttirol.com](http://www.osttirol.com). Ein eigener Newsletter hält alle zwei Monate rund 80.000 Gäste im deutschsprachigen Raum über interessante und aktuelle Informationen für den nächsten Urlaub auf dem Laufenden.



## Impressum

Ausgabe 1, Juni 2015

Gipfelbuch ist das offizielle Informationsjournal des Tourismusverbandes Osttirol und ergeht zweimal im Jahr an alle Mitglieder.

Medieninhaber und Herausgeber:  
Tourismusverband Osttirol  
Obmann Franz Theurl  
Europaplatz 1  
9900 Lienz

05 0212-212  
info@osttirol.com  
www.osttirol.com

Redaktionsteam: Franz Theurl, Barbara Nussbaumer, Eva Haselsteiner, Bernhard Pichler, Jürgen Micheler

Fotos: Osttirol Werbung, Brunner Images, Klenkhart & Partner, Deferegental Golf Park/Martin Luggler

Layout und Grafik: Mitspieler

Druck: Oberdruck Digital – Medienproduktion GesmbH., 9991 Dölsach  
Auflage: 5.000 Stück