

GESCHÄFTS- BERICHT 2016

KÄRNTEN

Villach
Faaker See
Ossiacher See

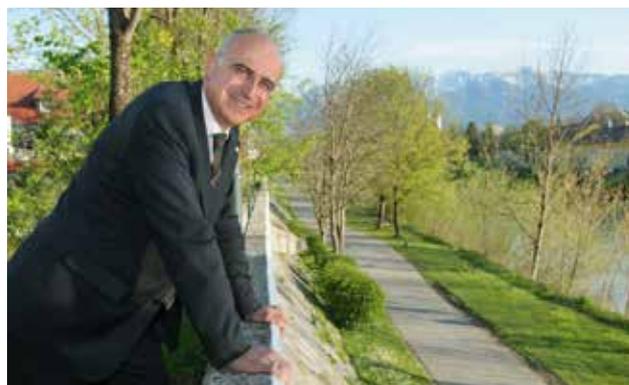
Winter 2015/16 & Sommer 2016

REGION VILLACH TOURISMUS GMBH

WWW.REGION-VILLACH.AT

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung & Schwerpunkte 2016	3
Statistik	4
Wertschöpfung, Finanzen	5
Erlebnisraum Management	6
Marketing	8
Verkaufsförderung	10
Digitalisierung	12
Qualität & Coaching	13
Tourismustag 2016	13
Tourismusverbände	14



Georg Overs, Geschäftsführer

EINLEITUNG & SCHWERPUNKTE 2016

Die Region Villach befindet sich touristisch seit geraumer Zeit im Umbruch. Dies hat auch gegenseitige Auswirkungen mit der gleichnamigen Tourismus GmbH.

Den vielen Herausforderungen an das moderne Destinationsmanagement begegnete das Land Kärnten mit dem Tourismusgesetz 2013 und der daraus folgenden Privatisierung der Tourismusförderung. Die Gründung der Tourismusverbände in Villach, Steindorf, Treffen, Finkenstein und Bad Bleiberg führte zu einer wesentlich größeren Dynamik in der Region und auch in unserer GmbH. Entscheidungsprozesse wurden besser mit der Privatwirtschaft abgestimmt und beschleunigt. Der Konsens mit den TouristikerInnen wurde gesucht und gefunden, und auch unbequeme Entscheidungen in aller Ruhe getroffen.

In dieser Phase durfte ich die Geschäftsführung der Region Villach Tourismus GmbH übernehmen. Neben den vielen erfolgreichen Projekten und Umsetzungen, die ich vorfinden konnte, lernte ich auch schnell ein gutes, funktionierendes Team aus den wesentlichen Stakeholdern und unseren professionellen MitarbeiterInnen kennen. Mit ein paar kleineren organisatorischen Umstellungen gelang rasch eine Optimierung und eine weitere Beschleunigung bei den zahlreichen Maßnahmen, von denen in diesem Geschäftsbericht die Rede sein wird.

Ein großer Akzent soll in den nächsten Jahren in die Digitalisierung der Region gesetzt werden. Hier wird von ersten Erfolgen zu berichten sein, vor allem aber von der Schaffung einer kostenoptimierenden Basisstruktur und der besseren Umsetzung bei den Betrieben.

Das große Thema der Saisonverlängerung wird uns in den nächsten Jahren weiterhin stark beschäftigen. Ein erneuter Versuch eines Kraftaktes ist notwendiger denn je, weil der Wertewandel in den europäischen Gesellschaften noch mehr zu einem Rückgang des klassischen Badeurlaubes im Sommer führt und somit eine Riesenchance ist, Reisezeiten

nach vorne oder hinten zu verlegen. Längere Öffnungszeiten wie z.B. bei der Gerlitzen Kanzelbahn und der Ossiacher See Schifffahrt sind hier sehr zu begrüßen.

Ganzjährig ist es wichtig, dass die Maßnahmen frühzeitig fertig werden und für die Vermarktung zur Verfügung stehen. Hier ist intern und extern viel stärker darauf zu achten – auch bei der Gewährung von Förderungen.

Ansonsten war 2016 auch ein Jahr der Vorbereitung auf 2017ff. Hier gilt es weiter den Herausforderungen aus verändertem Mobilitätsverhalten, noch mehr Online-Affinität unserer Gäste, dem Klimawandel und dem privaten und öffentlichen Investitionsstau zu begegnen.

Hilfreich hierbei wird eine klare Prioritätensetzung auf die Ziele sein. Marketing mit dem Gießkannenprinzip muss endgültig der Vergangenheit angehören. Entscheidend wird nicht der Blick auf die Nächtigungszahlen sein, sondern eine Betrachtung der Wertschöpfung aus dem Tourismus.

Persönlich danke ich allen MitarbeiterInnen und TouristikerInnen, die diesen Weg mit uns gehen möchten. Mehr und intensivere Zusammenarbeit zwischen den entscheidenden Institutionen ist sehr arbeitsreich, wird aber sehr erfolgreich und kosteneffizient sein.

Es macht große Freude, die Professionalität und Gastfreundschaft im Kärntner Tourismus zu erleben und persönlich begleiten zu dürfen. Bei aller Selbstkritik darf man in Kärnten stolz auf den Tourismus sein. Auf die Herausforderungen, die auf uns gemeinsam zukommen, sollten wir uns freuen. Sie sind so gewaltig, dass eventuelle Rückstände zu anderen Regionen und Bundesländern wesentlich leichter zu kompensieren sind, als wenn die Branche ohne weitgehende Änderungen leben würde.

Georg Overs
Geschäftsführer der
Region Villach Tourismus GmbH

STATISTIK

Winter 2015/16

Das Winterhalbjahr ergab eine Nächtigungssumme von 554.003. Gegenüber der Wintersaison des Vorjahres errechnet sich dadurch ein Abgang von minus 0,9 % oder 5.000 Nächtigungen.

Bei 161.823 Ankünften (+0,5 %) beträgt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer 3,5 Tage. Nächtigungszuwächse konnten vor allem bei Ungarn (+7,7 %), Polen (+7,9 %), Slowakei (+32 %) und der Tschechische Republik (+18,7 %) erzielt werden.

Alle Statistiken finden Sie unter www.region-villach.plus/berichte-statistik

Sommer 2016

Steigerungen bei den Nächtigungen auf 2.049.787 (+3,2 %) zum Vorjahr und bei den Ankünften auf 479.369 (+1,9 %).

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Sommer beträgt 4,3 Tage. Die höchsten Zuwächse gab es bei Zentral- und Osteuropa: Ungarn mit +18,2 %, Slowakei mit +26,1 % und die Tschechische Republik mit +14,9 %. Zugewinne gab es auch bei den Niederlanden mit +11,2 % sowie beim Inlandstourismus mit +3,4 %. Im Segment Camping konnte ein Übernachtungsplus von +5,4 % erreicht werden.

+5,4 %
Camping
Nächtigungen
Sommer

mehr als
73 %
der Gäste kamen aus
Deutschland oder
Österreich

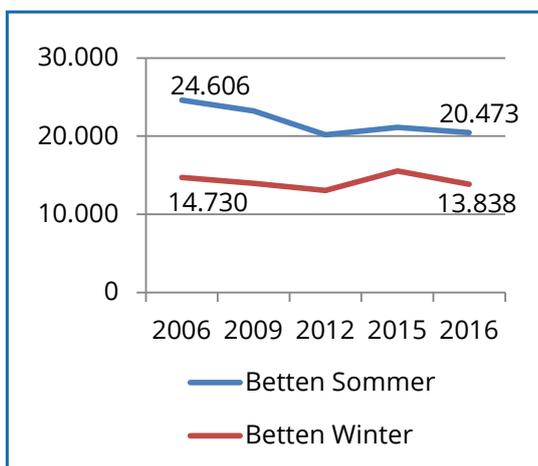
4,3
Nächte blieb der
Urlaubsgast im
Durchschnitt

mehr als
2,6 Mio.
Nächtigungen

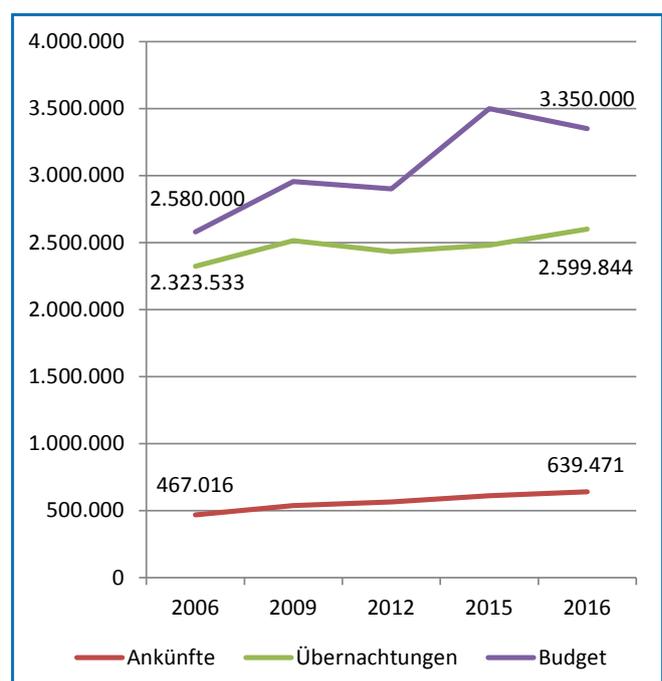
1. Platz

Die Region Villach - Faaker See - Ossiacher See hat kärntenweit im Sommer als auch im Winter die meisten Nächtigungen aus Italien. Österreichweit erreicht die Region den 5. Platz.

10-Jahres Vergleich 2006-2016



10-Jahres Vergleich der Bettenanzahl im Sommer und Winter



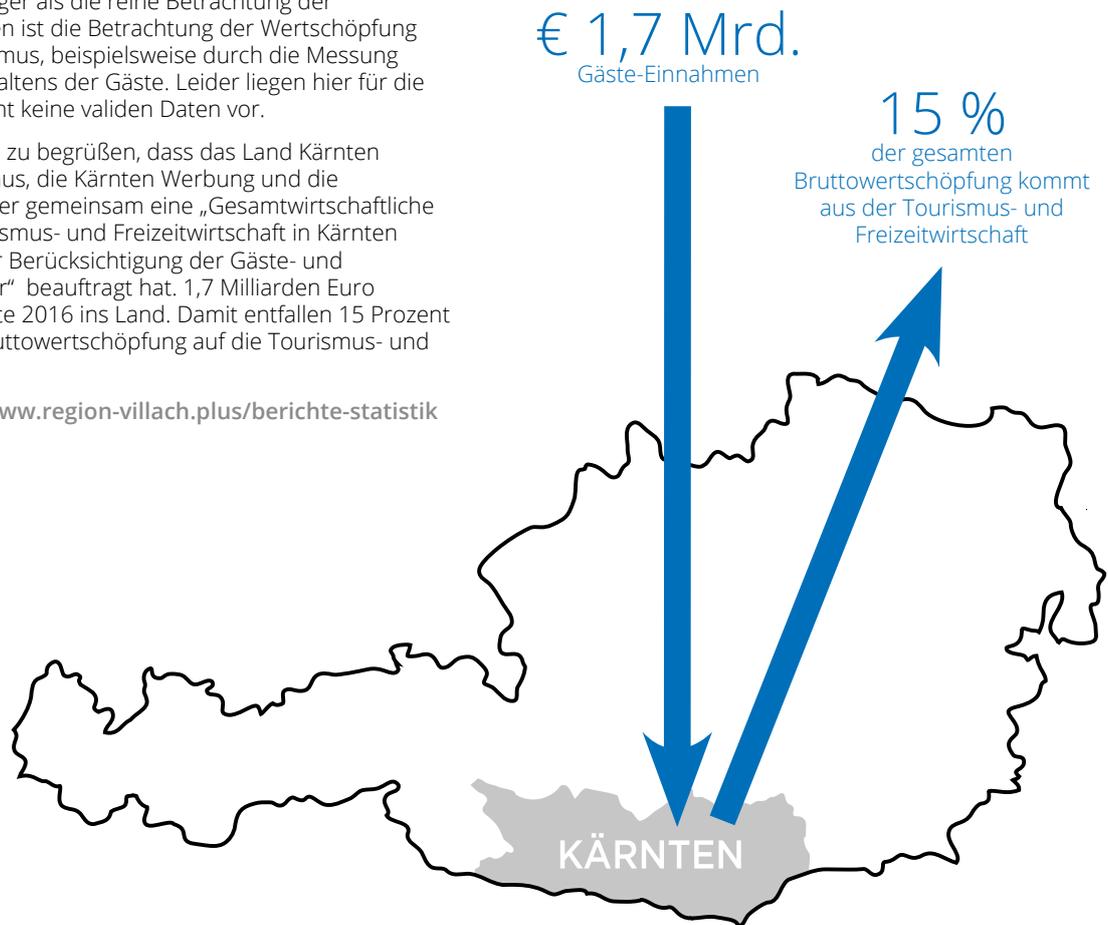
10-Jahres Vergleich von Ankünften, Übernachtungen und Budget

WERTSCHÖPFUNG

Wesentlich wichtiger als die reine Betrachtung der Nächtigungszahlen ist die Betrachtung der Wertschöpfung durch den Tourismus, beispielsweise durch die Messung des Ausgabeverhaltens der Gäste. Leider liegen hier für die Region im Moment keine validen Daten vor.

Umso mehr ist es zu begrüßen, dass das Land Kärnten – Referat Tourismus, die Kärnten Werbung und die Wirtschaftskammer gemeinsam eine „Gesamtwirtschaftliche Analyse der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Kärnten unter besonderer Berücksichtigung der Gäste- und Nachfragestruktur“ beauftragt hat. 1,7 Milliarden Euro brachten die Gäste 2016 ins Land. Damit entfallen 15 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung auf die Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

Weitere Infos: www.region-villach.plus/berichte-statistik

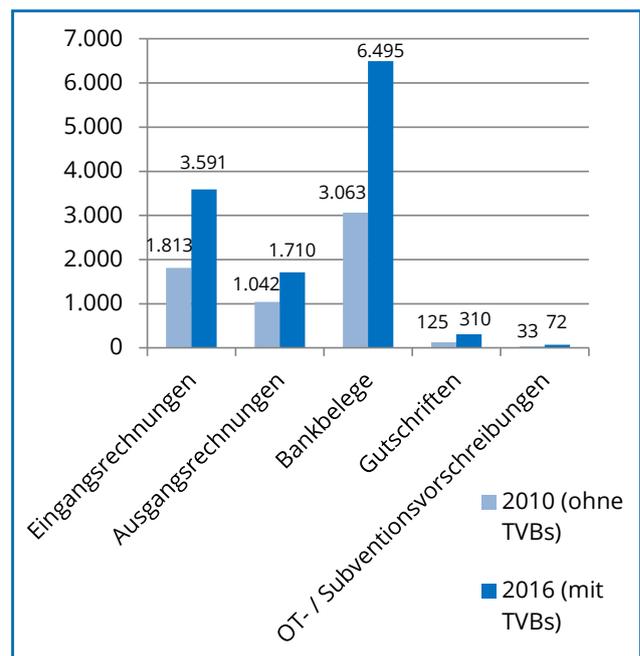


FINANZEN

Die Zahlungsmoral der Kunden ist in den letzten Jahren trotz wirtschaftlicher Turbulenzen gleich geblieben. Es ist jedoch ein eindeutiger Trend erkennbar, dass die Zahlungsmoral von Kunden außerhalb der Region wesentlich besser ist, als jene der Kunden/Betriebe/Gemeinden in der Region. Durchschnittlich werden Rechnungen/Vorschreibungen von unseren Kunden in 23,5 Tagen an uns beglichen.

Der neue Zahlungsmodus durch das Kärntner Tourismusgesetz NEU hat sich – trotz der fehlenden Zahlung der vierten Rate aus dem Jahr 2014 durch das Land Kärnten – eingespielt und daher war auch im gesamten Geschäftsjahr die Liquidität gegeben.

Als entgeltliche Dienstleistung wurde auch 2016 das gesamte Rechnungswesen, der im Jahr 2016 fünf bestehenden Tourismusverbände (Gesamt-Volumen ca. € 2 Mio.), über die Region Villach Tourismus GmbH abgewickelt. Dadurch hat sich der Aufwand erheblich gesteigert.



Rechnungen und Belege im GJ 2010 ohne TVBs im Vergleich zu 2016 inkl. TVBs

ERLEBNISRAUM MANAGEMENT

Im Geschäftsjahr 2016 wurde das Team rund um das Erlebnisraum Management um zwei Mitarbeiter (Marc Horbal und Andreas Holzer) für die Produktentwicklung Wandern und Radfahren erweitert. Diese wurden vorher über den TVB Villach abgerechnet.

Die Tourismusverbände der Region Villach haben im laufenden Geschäftsjahr insgesamt 30 Projekte mit einer Gesamtsumme von € 680.000,- budgetiert, sodass mit der finanziellen Beteiligung der Regions GmbH mit € 340.000,- insgesamt € 1.020.000,- in die Infrastruktur und neue Veranstaltungsformate investiert wurden.

30 Projekte
mit einer Investitionssumme von
€ 1.020.000,-

Förderungen

Der Fokus des Erlebnisraum Managements liegt neben der Umsetzung von Projekten auch darauf, diese auf ihre Fördermöglichkeiten zu prüfen. Im Berichtsjahr 2016 wurden folgende Projekte in diversen Förderprogrammen eingereicht:

INTERREG

Genehmigte Förderquote 85 %

- Wander- und Tourenstartplätze Faaker See (€ 236.000,-)

LEADER

Genehmigte Förderquote 60 %

- Fuchsfährte Oberaichwald (€ 170.000,-)

Offensive für Berg-, See- und Radinfrastruktur

Genehmigte Förderquote 50 %

- Slow Trail Bleistätter Moor (€ 190.000,-)
- Slow Trail Afritzer See (€ 140.000,-)
- Slow Trail Faaker See (€ 65.000,-)
- BUSINESSBEACH Strandbad Drobollach (€ 30.000,-)

Zusätzlich zu den bereits genehmigten Projekten wurden folgende Projektanträge in Kooperation mit den einzelnen Gemeinden sowie der Stadt Villach vorbereitet und stehen kurz vor der Einreichung (Offensive für Berg-, See- und Radinfrastruktur sowie LEADER):

- Biketrails Gerlitzen Alpe (€ 1.000.000,-)
- Sanierung Strandbad Bodensdorf (€ 1.300.000,-)
- Sanierung Strandbad Drobollach (€ 2.000.000,-)
- Enduro Bike Trails Faaker See (€ 180.000,-)

Auch hier ist es das Ziel, eine maximale Förderquote zu erreichen, sodass zusätzliche € 4,5 Mio. an Investitionen in die Infrastruktur getätigt werden, wobei der maximale Förderanteil € 1.090.000,- beträgt.

Projektentwicklung



Mountainbike Skill Center „areaone“ am Kumitzberg bei Villach

„Die Region Villach wird 2020 eine der fünf führenden Mountainbike-Destinationen in Österreich sein“

Georg Overs, Geschäftsführer

- Eröffnung Burgherrenrunde mit Weinweg
- Erweiterung Finsterbach Wasserfälle
- Planung und Konzeptionierung Slow Trails
- Planung und Umsetzungsstart Fuchsfährte Oberaichwald
- Planung und Umsetzungsbeginn H12 Galerieweg
- Entwicklung und Implementierung Pflegekonzept Wanderwege (Monitoring, Haftpflichtversicherungen etc.)

- KüchenKult und Lange Tafel auf der Drau
- Guntraum Villach „Drau findet Stadt“
- King of Kanzi
- Villacher Kinosommer

Wandern

Veranstaltungen



GUNSTRAUM
DRAU FINDET STADT



KüchenKult lange Tafel



PROJEKTE
2016



areaONE
MOUNTAINBIKE SKILL CENTER
VILLACH - KUMITZBERG



Burgherrenrunde



BUSINESSBEACH



City Tour Villach und WLAN



Kopein Trail

Digitale Projekte

Rad

- City Tour Villach
- WLAN Villach
- BUSINESSBEACH Drobollach (Initiative WLAN Strandbäder)

- Eröffnung areaone
- Eröffnung Kopein Trail
- Planung und Konzeption Enduro Biken Faaker See
- Planung und Konzeption Bike Trails Gerlitzen Alpe
- Radweg Oswaldiberg

MARKETING

Neben dem klassischen Marketing, das mit diversen print- und online-Einschaltungen umgesetzt wird, setzt die Region Villach Tourismus GmbH sehr stark auf Kooperationsmöglichkeiten mit Partnern wie Österreich Werbung und Kärnten Werbung. Die Presse und Medienarbeit ist außerdem ein wichtiger Bereich und die Region ist ein sehr beliebtes Ziel für viele bedeutende Journalisten und Fernsichtteams. Jede Woche ein Signal an die Presse und fast täglich ein erfolgreicher Niederschlag in einem bearbeiteten Medium, ist das Ziel.

Seit Anfang 2016 wird auch die Facebookseite der Region aktiv bearbeitet und konnte ihre Fanzahl in nur einem Jahr mehr als verdreifachen. Die Einführung der Social Wall und Instagram-Accounts für die Erlebnisräume hat weitere wichtige Schritte in der Digitalisierung gesetzt. Aufgrund der geplanten Neugestaltung der Regionswebsite, wurde auf SEM Kampagnen verzichtet und eigene Kampagnen-Landingpages herangezogen.

Den detaillierten Marketingplan finden Sie unter www.region-villach.plus/berichte-statistik

Zielmärkte, Kooperationen & Kampagnen

Das Marketing nutzt sehr stark die Kooperationsmöglichkeiten mit der Kärnten Werbung (KW) und der Österreich Werbung (ÖW). Durch die Zusammenarbeit können größere Budgetmittel aufgebracht werden und die Märkte besser und vor allem konsequenter bearbeitet werden.

Vor allem bei großen Kampagnen im Sommer und Winter setzt die Region Villach Tourismus GmbH sehr stark auf solche Kooperationen. Teilweise ist hier auch die Beteiligung durch regionale Betriebe möglich, vor allem bei den anfrageorientierten großen Online-Kampagnen der Kärnten Werbung.

Die Kampagnen werden Großteils kombiniert im Print-, Online- und Pressebereich umgesetzt und beinhalten meist ein umfangreiches Marketingpaket von eigenen Broschüren, Landingpages, Pressefahrten und -konferenzen sowie weiteren Aktionen wie Newsletter, Social Media etc.

Neben den großen Partner-Kampagnen gibt es auch weitere Zusammenschlüsse zu bestimmten Themen wie beispielsweise „Urlaub am See“ (UaS) - die 5-Seenregionen

Kärntens bewerben gemeinsam den Frühling, Sommer und Herbst zu den Themen Panoramawandern, Genussrad und Familie. Auch für die Advent-Bewerbung haben sich einige Partner zusammengeschlossen. Gemeinsam mit dem Atrio, der ÖBB, dem ThermenResort, Stadtmarketing und dem Tourismusverband Villach wird die Adventzeit in Villach am italienischen Markt beworben.

Die Zielmärkte spiegeln sehr stark die Statistik-Ergebnisse auf Seite 4 und 5 wider. Die beiden wichtigsten Märkte sind vor allem Österreich und Deutschland. Außerdem spielt im Winter Ungarn eine wichtige Rolle und im Sommer die Niederlande, vor allem im Campingbereich. Weitere wichtige Märkte sind vor allem Italien sowie Tschechien, Polen, Schweiz, aber auch Slowenien und Kroatien. Die untere Grafik zeigt die größten Kampagnen in den einzelnen Märkten auf.

DEUTSCHLAND:

ÖW Sommer-Kampagne (UaS/KW)
ÖW Winter-Kampagne
KW Winter (Ski Alpin) Online-Kampagne
KW Sommer (Familie) Online-Kampagne
KW Winter-Kampagne „Ski Plus“
UaS/KW Frühjahr-Rad-Kampagne
UaS/KW Herbst-Kampagne
Social-Media Herbst „Herbstblätter“
Sonnenklar.TV

POLEN:

KW Winter-Kampagne

NIEDERLANDE:

ÖW Winter- & Sommer-Kampagne (UaS/KW)
KW Winter-Kampagne „Ski Plus“
KW ANWB Campingmagazin-Beileger

ÖSTERREICH:

KW Winter (Ski Alpin) Online-Kampagne
KW Sommer (Familie) Online-Kampagne
ÖW Hörfunk-Kampagne Ö3 Sommer & Herbst
KW & ÖBB Citylight-Kampagne
Social-Media Herbst-Kampagne „Herbstblätter“
Aktionstage Wien: Schönbrunn & Wiener Wiesn

TSCHECHIEN:

KW Winter-Kampagne
ÖW Sommer-Kampagne (UaS)

SCHWEIZ:

ÖW Sommer-Kampagne Familie

KROATIEN, SLOWENIEN:

ÖW/KW Winter Print-Kampagne
ÖW/KW Hörfunk Winter-Kampagne

UNGARN:

KW Sommer- & Winter-Kampagne
ÖW Winter-Kampagne

ITALIEN:

KW Sommer-Kampagne (print)
KW Winter-Kampagne „Ski Plus“

Teilnahme an

6

Pressekonferenzen und Workshops

35

Presseaussendungen

13

TV-Drehs aus 4 Nationen

128

Presseanfragen

9

Pressefahrten aus 7 Nationen

24

Einzelrecherchen aus 9 Nationen

51

Printeinschaltungen und Anzeigen

418

Facebook-Postings schafften

166.000

User-Reaktion

+318 %

von 4.350 auf 13.821 Facebookfans



mehr als

370.000

Kataloge, Prospekte und Landkarten wurden produziert

55

Messeaktionen mit ca.

30.000

verteilten Prospekten



ORF Dreh auf der Gerlitzen Alpe

Presse & Messen

Der Schwerpunkt der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit liegt auf der PR-Unterstützung neuer Projekte und der Platzierung der Region mit ihren touristischen Angeboten in nationalen und internationalen Medien. Hierzu gehört etwa die Koordinierung der PR-Themen.

Eine zentrale Säule bildet die Organisation und Durchführung themenspezifischer Pressereisen. Neben nationalen und internationalen Gruppenpressereisen werden insbesondere zahlreiche Einzelpressereisen umgesetzt.

Die Messeauftritte seitens der Region wurden in den letzten zwei Jahren zu Lasten der Digitalisierung deutlich gekürzt. Trotzdem wurden noch ca. 55 Messeauftritte und Aktionen in 6 Ländern umgesetzt (14 eigene Auftritte, 11 Prospektaufgaben, 9 div. Kooperationen und 21 vertreten durch die Kärnten Werbung - Themenschwerpunkte Camping, Motorrad und Golf).

Angebotsgruppen

Die Region ist außerdem Partner bei mehreren Angebotsgruppen zu bestimmten Themen wie beispielsweise: Österreichische Wanderdörfer, Abenteuer Fischwasser, Motorradland, ARGE Radreisen, Camping, Golf und Alpe-Adria-Trail.

Katalogproduktion & Werbemittel

Neben den jährlichen Produktionen wie Sommer- und Wintererlebnislandkarte, Freizeitplaner, Erlebnis CARD Programm, Campingfolder und Gastgeberverzeichnis (NEU: für 2 Jahre) wurden heuer erstmals die Pocketfolder „Naturlust Wander- und Radtouren“ für drei Erlebnisräume produziert. Unsere Produktionen finden Sie unter: www.region-villach.plus/saisonale-infomaterialien



VERKAUFSFÖRDERUNG

Convention & MICE

2016 war ein sehr erfolgreiches Kongressjahr für Villach. Insgesamt konnte das Convention Bureau Villach bei 15 Kongressen Unterstützung bei der Organisation leisten sowie die Hotelbuchungen tätigen.

Nationale und internationale Kongresse aus verschiedenen Branchen erzielten einen Nächtigungsumsatz von knapp € 400.000,- mit über 2.000 TeilnehmerInnen, die in der Region nächtigten.

Kriterien, die meist von Veranstaltern gefordert werden, kann Villach sehr gut erfüllen. Diese sind zum Beispiel die leichte Erreichbarkeit, einschlägige Industrie vor Ort, Kongressförderung und die entsprechenden Hotelkapazitäten. Durch das Congress Center hat Villach die perfekten Voraussetzungen, da die Räumlichkeiten ein Alleinstellungsmerkmal in Kärnten sind. Neben der hohen Qualitätsstandards (Hardware & Software) des CCVs, werden auch die Lage und die Hotels in der Innenstadt, die sich in Gehdistanz zum CCV befinden, sehr geschätzt.

Der Service des CBV (Convention Bureau Villach) ist kärntenweit einzigartig und eine große Unterstützung für den Veranstalter. Unser Büro ermöglicht es, die komplette Hotelreservierung, Organisation eines Rahmen-/ Begleitprogrammes, Kontakte zur lokalen Infrastruktur, etc. über einen einzigen, kompetenten Ansprechpartner kostenlos abwickeln zu können.



Verkaufsgespräch beim RTK-Event 2016 in Graz

Aktiv haben wir an insgesamt acht Verkaufsveranstaltungen für die MICE Branche in Österreich, Italien und Slowenien teilgenommen. Zusätzlich wurde die Bewerbung von Villach als Kongressdestination durch Verkaufstouren mit bestehenden und potenziellen Kunden in der jeweiligen Region verstärkt.

Durch unsere persönliche Betreuung und optimale Unterstützung konnten wir viele Kongressveranstalter von Villach überzeugen.

+150 %
mehr
Kongress-Umsatz*

+148 %
Steigerung an
Kongress-Provisionen*

15
Kongresse mit
2.077
Teilnehmern*

4.143
Nächtigungen
im Kongress-
bereich*

*Diese Zahlen beziehen sich nur auf die Kongresse, die direkt über die Region gebucht und abgewickelt wurden.

Seit 08.03.2016 befindet sich der Arbeitsplatz von Laura de Monte und Claudia Schnabl in den Büros des TVB Finkenstein – Faaker See, Dietrichsteiner Straße 2, 9583 Faak am See.

Gruppenreisen & Busgruppen

Im Geschäftsjahr 2016 wurden insgesamt 164 Buchungsvorgänge abgewickelt, woraus ein Umsatz von € 547.909,63 erzielt werden konnte (Umsatzsteigerung gegenüber Geschäftsjahr 2015 +15,5 %). Die Steigerung wurde vorwiegend im Bereich der Gruppenbuchungen erzielt, aber auch bei den Individualbuchungen in Kooperation mit dem Alpe-Adria-Trail Buchungszentrum wurde eine vermehrte Buchungstätigkeit verzeichnet.

Der Verkauf wurde aktiv durch die Teilnahme an diversen Reiseveranstalterworkshops in Österreich (ATB Sales mit internationaler Beteiligung), Deutschland und den CEE-Märkten, sowie Verkaufstouren in Österreich, Deutschland und der Schweiz forciert.



Claudia Schnabl bei einem Workshop in Prag

Im Rahmen der Verkaufsförderung wurden Inserate der Region in Veranstalterkatalogen für Deutschland, Schweiz, Österreich und Tschechien zur Unterstützung der Hotelpräsenz geschaltet.

ca. 250
persönliche Verkaufsgespräche bei Fachmessen, Workshops und Verkaufstouren

Umsatzsteigerung im Bereich Gruppenbuchungen
+15,5 %

Kooperation Sonnenklar.tv: Auf diesem Reise-Sender wurden und werden jeden letzten Donnerstag im Monat (ab August 2016) über ein Jahr Bilder, Filme und buchbare Angebote aus unserer Region in einer 15-minütigen Live-Sendung übertragen (ca. 650.000 Zuseher pro Tag). Zusätzlich gab es eine einstündige Koch-Live-Sendung und einen redaktionellen Beitrag im TV-Magazin.

Mit dem **Katalog „Gruppenreisen“** (Auflage 2.000 Stk.) wurde eine neu überarbeitete Verkaufsunterlage produziert. Diese Broschüre wird jeweils durch aktuelle Preislisten ergänzt.

Den aktuellen Katalog finden Sie hier:
<https://issuu.com/regionvillach>

Im Bereich der Verkaufsförderung und des Verkaufes sind für das Geschäftsjahr 2016 im Besonderen zu erwähnen:

Musik in den Bergen („Muzika na horach“): Eine Veranstaltung in Kooperation mit einem Reiseveranstalter und einer Marketingagentur aus CZ, die sowohl ca. 100 Gäste aus der tschechischen Republik für fünf Tage (Termin: 14.-18.09.2016) an den Faaker See brachte, als auch die Region mit einer umfangreichen Marketing-Kampagne (Metro / U-Bahn Poster, Rolling Boards, City Lights, Digi City ights, Megaboards, Flyern, Radiokooperationen - Cesky rozhlas Dvojka „14 Tage Kärnten Spezial“, Aussen-Promo in Prag, Mittelböhmen, urbane Städte, Radio flächendeckend) am tschechischen Markt massiv promotet wurde.



Familie Lutz vom Hotel Vital zu Gast bei Sonnenklar.tv

Reservierungssystem

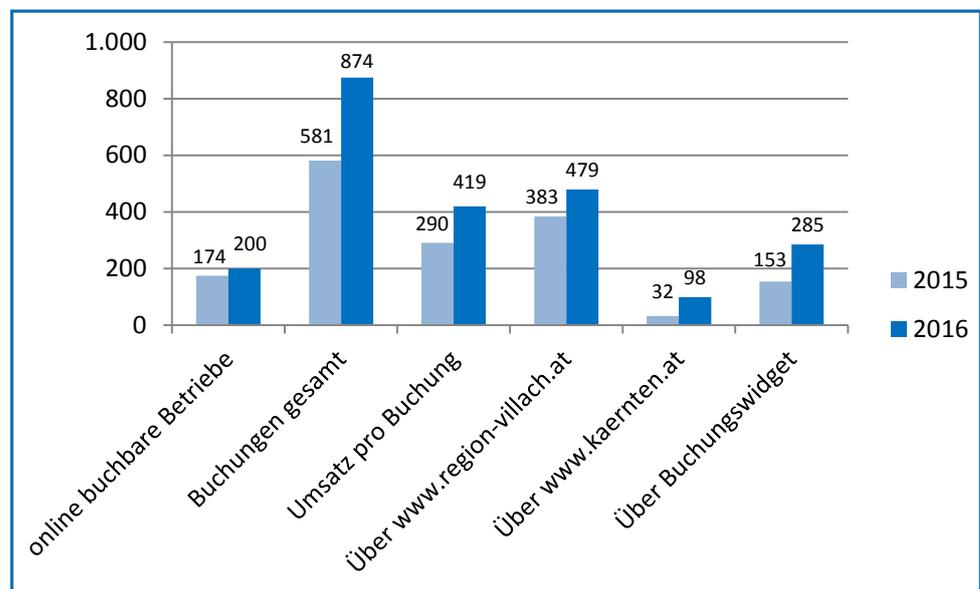
Nach dem Umstieg auf Feratel-Deskline, im Herbst 2014, konnten immer mehr Betriebe für die Online-Buchbarkeit mit 0 % Provision gewonnen werden.

Die Buchungsentwicklung zeigt folgenden Trend: Die Tendenz zu kurzfristigen Buchungen steigt - 3-28 Tage vor der Anreise wurden die meisten Buchungen abgeschlossen. Bei 60 % der Buchungen liegt die Aufenthaltsdauer bei 1-3 Tage(n).

Wir empfehlen den Gastgebern auf mehreren Buchungsplattformen online buchbar zu sein, da der Gast sich vor dem Buchungsabschluss auf mehreren Buchungsplattformen informiert. Die direkte Buchbarkeit auf der eigenen Homepage wird immer wichtiger. Die Integration des Buchungswidgets auf der Betriebs-Homepage ermöglicht dem Gast die direkte Buchung und einen vereinfachten Buchungsprozess.

5.156
Anfragen im Anfragepool

+117 %
Umsatzsteigerung der Feratel-Buchungen



Entwicklung der Buchungen im Deskline-Reservierungssystem

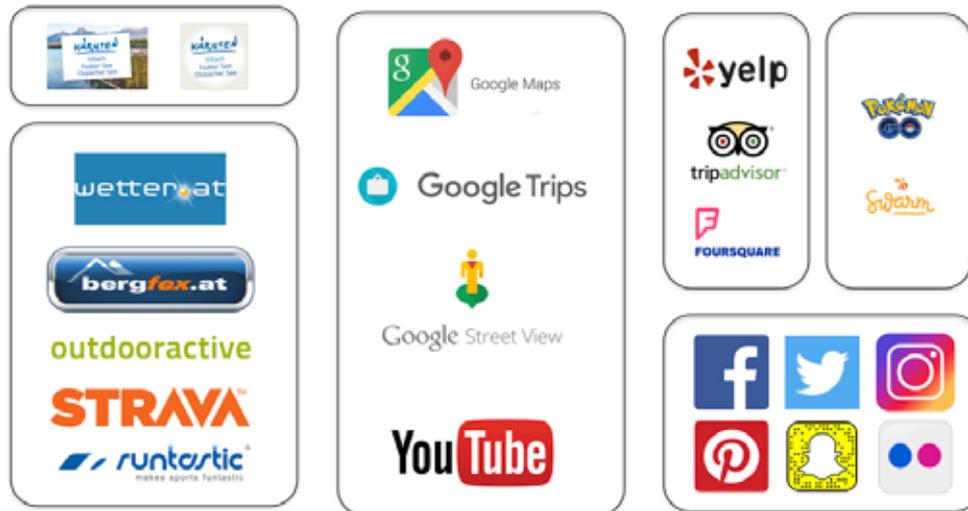
DIGITALISIERUNG

Im Bereich der Digitalisierung darf sich die Region Villach – Faaker See – Ossiacher See guten Gewissens kärntenweit zu den Vorreitern im Umgang mit international etablierten Portalen zählen. Die Region hat sich in ihrer gesamten digitalen Ausrichtung dazu entschlossen, einen zukunftsweisenden Weg in Richtung „cool destination data“ zu gehen. Kerninhalt ist es, die zentralen (touristisch relevanten) Informations- und Inspirationsportale im Rahmen ihrer Datenqualität zu verbessern.

Zeitgleich zu diesem internen Commitment führte in diesem Geschäftsjahr auch Google global seine Local-Guide Initiative und Google Trips ein, was auf eine klare Tendenz des künftigen Suchverhaltens unserer Gäste schließen lässt. Gleich nach der Einführung von Google Trips durfte die Region Villach eine überdurchschnittliche Datenmenge feststellen. In dieser Grundsatzentscheidung bestärkt, wird das Digital-Team auch weiterhin diesen Weg verfolgen und die projekttechnisch nur sehr schwer abgrenzbare Tätigkeit in der Datenpflege als stetigen Prozess in der gesamten Destination und der Denkweise aller Mitarbeiter etablieren.

Abhängigkeiten reduzieren, Flexibilität erhöhen

In der gesamten Tourismusbranche setzt sich der Trend an zahlreichen Schnittstellen für diverse Anwendungen fort. Betriebe und Destinationen sehen sich vermeintlich gezwungen, kostspielige Schnittstellen zu implementieren, um möglichst automatisierte Prozesse zu schaffen. Parallel ergibt sich auch noch die Fragestellung der Datenhoheit, da zentrale Inhalte oftmals bei Systemdiensten oder Portalen liegen und zu einer enormen Abhängigkeit (beispielsweise bei einem geplanten Systemwechsel) führen. Die Region Villach Tourismus GmbH führte 2016 gemeinsam mit der Kärnten Werbung erste Gespräche mit der Firma DataCycle, die künftig als zentrale Datendrehscheibe einige dieser Probleme lösen wird und den Weg für mehr Flexibilität im digitalen Bereich ebnen soll. Es gilt sämtliche Daten wieder in den eigenen Hoheitsbereich zurück zu holen, Mehrgeisigkeiten bei Schnittstellen abzuschaffen und eine Datendistribution intelligent zu steuern, um damit letztendlich Kosten und Nutzen in einem vernünftigen Verhältnis zu halten.



Websites

www.region-villach.at

Quelle: google Analytics

Pageviews: 1.066.750

Visits: 522.317

User: 357.558 davon 67,2 % neue User

größte Altersgruppe: 35-44 Jahre 24,15 %

2. größte Altersgruppe: 45-54 Jahre 21,30 %

Anteil mobile Nutzung: 46 %

Affinitätskategorien der Nutzer (absteigend)
News, Reisen, Outdoor, Film, Technologie

www.faakersee.at

Pageviews: 352.245

Visits: 184.475

User: 145.343

davon 78,08 % neue User

www.ossiachersee.info

Pageviews: 340.829

Visits: 140.138

User: 108.389

davon 77 % neue User

Facebook

www.facebook.com/regionvillach

Anzahl der Postings im GJ 2016: 418

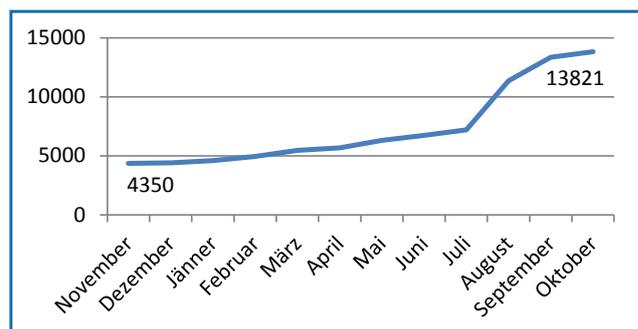
Durchschnittliche Reichweite: 7.086

Reaktionen von Usern: 166.000

Beitragsklicks: 86.829



Entwicklung der Facebook Fanzahl:



Monatliche Entwicklung der Fanzahlen im GJ 2016

QUALITÄT & COACHING



E-Coach und Qualitäts-Coach bei einem Beratungsgespräch

Mit der Tourismus Qualitätsinitiative Kärnten wurde ein sehr wichtiges Projekt auch 2016 fortgesetzt. In Zusammenarbeit mit der Kärnten Werbung und den verschiedenen Tourismus-Sparten wurden wieder über 100 Betriebe in der Region vom Qualitätscoach, Stefan Domenig und E-Coach, Thomas Krenn bzw. Anna Fankhauser betreut. Bei Erfüllung der

Kriterien können die Betriebe das Kärntner Qualitätssiegel für ihren jeweiligen Bereich (Beherbergung, Gastronomie, Privatvermieter etc.) verliehen bekommen. Insgesamt gibt es mit Ende 2016 48 Kärntner Qualitätssiegel Betriebe in unserer Region. Diese werden im Rahmen der online Buchbarkeit vorgereicht, deren MitarbeiterInnen erhalten kostenlos Schulungen und die Betriebe werden in allen Werbemitteln bevorzugt dargestellt.

Besonders geschätzt werden von den UnternehmerInnen die kostenlosen Qualitätsberatungen in den Betrieben. Die Bandbreite der Themen reicht von Qualitätstipps, Fragen der Internetpräsenz bis zu praktischen Tipps und Tricks für den operativen Alltag. Besonders neue Betriebe schätzen die vielseitigen Hilfestellungen.

Zusätzlich zu den persönlichen Beratungen wurde die Informationsvermittlung für die Betriebe auf mehreren Ebenen verbessert. Darunter fällt:

- monatlicher Regionsnewsletter
- Tourismusnetzwerk #VillachPlus auf Facebook
- B2B Seite www.region-villach.plus
- zwei Mal jährlich erscheinende Zeitschrift Gas(T)geber_in

48

Tourismusbetriebe sind mit dem Kärntner Qualitätssiegel ausgezeichnet

1.250

Touristiker erhalten die Zeitschrift „Gas(T)geber_in“

283

Teilnehmer/innen bei den „Schulungen & Services“

49

bearbeitete Reklamationen von Gästen und Einheimischen

TOURISMUSTAG 2016

Über 400 Personen nahmen am Tourismustag im April 2016 im Congress Center Villach teil. Der Abend stand unter dem Motto „Gemeinsam in die digitale Zukunft!“. Das ist der Kern der neuen Ausrichtung der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See, abgestimmt mit der Kärnten Werbung und der neuen Landesstrategie. Bereits am Nachmittag konnten sich unsere Betriebe in interessanten Workshops und auf der erstmals durchgeführten Hausmesse über Neuigkeiten informieren.



Tourismustag 2016



TOURISMUSVERBÄNDE

Die Tourismusverbände sind die größten Gesellschafter an der Region Villach Tourismus GmbH und zugleich ihr wichtigster Partner. Hier arbeiten die Touristiker der Region gemeinsam an Projekten und deren Vermarktung.

Eine gute Vernetzung mit den Vorständen ist ein zentraler Auftrag an die Region und ihre MitarbeiterInnen.

Neben der aktiven Mitarbeit in den Gremien, hat die Region auch einen großen Anteil der Verwaltung der TVBs (gegen Berechnung) übernommen.

Auf dieser Doppelseite berichten die Verbände über ihre erfolgreiche Arbeit.



Dr. Martin Domenig
TVB Villach



Michaela Widnig-
Tiefenbacher
TVB Finkenstein



Mag. Veronika Zorn-Jäger
TVB Treffen



Mag. Erwin Berger
TVB Steindorf



Monika Hausmann
TVB Bad Bleiberg

Tourismusverband Villach

15 MitarbeiterInnen beraten 51.000 Gäste an drei Standorten

Das Jahr 2016 zählt zu den ereignisreichsten Jahren in der Geschichte des Tourismusverbandes Villach. Zahlreiche neue Projekte und Veranstaltungen sowie eine deutliche Aufwertung der Medienarbeit positionieren die Aufgaben des Tourismusverbandes stärker in der öffentlichen Wahrnehmung. In der Tourismusinformation Villach, der Tourismusinformation Drobollach und beim Radbutler am Drauradweg in Villach beraten die insgesamt 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rund 51.000 Besucherinnen und Besucher.

Gratis W-LAN und virtueller Stadtrundgang

Das Gratis W-LAN in der Altstadt mit insgesamt zehn Info-Pylonen und dem virtuellen Stadtrundgang „City Tour – Villach erleben“, der über Smart-Phones kostenlos abgerufen werden kann, nimmt im Sommer 2016 den Vollbetrieb auf.

Die Burgherrnrunde – Erlebniswanderweg ins Mittelalter

Auf der neuen Burgherrnrunde – ein mit Holzskulpturen inszenierter 3,6 km langer Rundwanderweg bei der Burg Landskron – ist viel Spannendes über die heimische Natur, den Wald und das Kärntner Lebensgefühl im Mittelalter zu

erfahren. Der Rundgang ist bestens geeignet für Familien mit Kindern. Start: Juni.

Areaone – Mountainbike-Übungsgelände am Kumitzberg

Auf dem Kumitzberg nimmt im Juli Kärntens erster Mountainbike-Übungspark offiziell Fahrt auf. Das Mountainbike Skill Center stellt eine bedeutende Erweiterung der regionalen Fahrradinfrastruktur sowohl für Gäste als auch für Einheimische dar.

Lange Tafel auf der Draubrücke – KüchenKult

Die Villacher Stadtbrücke verwandelte sich am 2. Juli zur Gourmetbrücke über die Drau. Im Rahmen des Kulinarik-Festivals KüchenKult wird erstmals an der Langen Tafel diniert – 160 GenießerInnen ließen sich das Top-Angebot vor der Altstadtkulisse nicht entgehen.

„Gunstraum – Drau findet Stadt“ & „Kinosommer“

Eine spektakuläre Wasser- und Lichtshow zwischen den zwei innerstädtischen Draubrücken und das umfangreiche zweiwöchige Programm des Villacher Kinosommers locken im August tausende Menschen in die sommerliche Altstadt.

Tourismusverband Finkenstein am Faaker See

Der Sommer 2016 brachte ein Plus bei den Nächtigungen. Viel wichtiger als die Zahlen, ist aber die Qualität unseres Angebotes, die Zufriedenheit der Gäste und die Wertschöpfung, die wir gemeinsam daraus ziehen.

Massive Aufwertung der touristischen Infrastruktur

Mit innovativen Projekten sowie eine Vielzahl kleiner Investitionen wurde die örtliche Tourismusinfrastruktur aufgewertet und größtenteils noch 2016 erfolgreich abgeschlossen. Die Pflege und Qualitätssteigerung der Wanderwege und Aussichtspunkte sind immer eine Priorität.

Fuchsfährte: Wichtige Investition für Familien und Kinder

Mit der völligen Neuinszenierung und Erweiterung der

beliebten Fuchsfährte in Oberaichwald wurde noch 2016 begonnen. Die neue Fuchsfährte wird ein naturnaher und sehr authentischer Familienerlebnispfad mit hohem Erlebnisfaktor – eine wichtige Investition, die uns als familienfreundliche Destination enorm aufwerten wird.

Neuer Mountainbike Trail

Immer mehr Aktivurlauber – insbesondere Wanderer, Radfahrer, aber vor allem Mountainbiker – wählen den Faaker See und seine attraktive Umgebung als Ferien- und Trainingsdestination. Diesen neuen Gästeschichten wird mit innovativen Radprojekten, wie dem neuen Kopein Trail, perfekte, natürliche und legale Abfahrten sowie Top-Trainingsmöglichkeiten direkt vor Ort geboten.

Veranstaltungen

Der Bauernmarkt, ein beliebter Fixtermin im Sommer, wird ebenfalls ständig weiterentwickelt. 2016 wurde mit dem Kasperltheater vor allem für die kleinen Besucher ein besonderer Akzent gesetzt.

Mit der Kletterveranstaltung „King of Kanzi“ wurden die regionalen Stärken rund um den Faaker See nachdrücklich betont und den Ansprüchen neuer Gästeschichten, wie Familien, Aktivurlaubern und Faaker See-Fans, gerecht. Die European Bike Week wurde auch dieses Jahr vom Tourismusverband unterstützt und mitorganisiert. Die Verlängerung der European Bike Week steht an. Auch hier soll und muss die Qualität weiter gesteigert werden.



European Bike Week

Tourismusverbände Treffen und Steindorf

Übergangssteg Annenheim in Warteschleife

Das Projekt Übergangssteg Annenheim wurde aufgeschoben. Das fertig geplante, eingereichte, bewilligte und ausfinanzierte Bauvorhaben soll in die Planung der Neugestaltung des Areals um den Aichelberghof integriert werden.

Erfolgsgeschichte Finsterbach-Wasserfälle

Dass die qualitative Aufwertung und die Investition in ausgewählte Projekte mit hohem Erlebnis- und Erholungsfaktor entscheidend für die touristische Entwicklung ist, hat die rund € 200.000,- teure Sanierung der Finsterbach-Wasserfälle in Sattendorf gezeigt. Der Ansturm der Besucher führte zu dem Entschluss, das Naturjuwel um einen Rundwanderweg zu erweitern. Entlang des Weges sollen 13 Schautafeln aufgestellt werden, sodass Wanderer die intakte Natur noch besser erfahren und erleben können.

Tourismusverband als Museumsbetreiber

Seit 2014 betreibt der TVB das Pilz Museum in Winklern bei Treffen. Das nach moderner Museumspädagogik attraktiv gestaltete und mit dem Kärntner Qualitätssiegel ausgezeichnete Museum erfreut sich steigender Besucherzahlen.

Nach Übergangsjahr nimmt Großverband Arbeit auf

Die Ende 2015 beschlossene Fusion der Tourismusverbände Treffen am Ossiacher See und Steindorf am Ossiacher See

ging nun - nach der Verordnung durch das Land Kärnten - reibungslos über die Bühne. Grundimpuls der Fusionierung war die Bündelung von Ressourcen und die Synergien mit den beiden Gemeinden gut zu nutzen. Der Gast nimmt den Erlebnisraum ohne Gemeindegrenzen wahr.

Slow Trails, Seeberührungen und Steinhaus Domenig

Gemeinsam mit der Region Villach Tourismus GmbH sollen weiterhin zahlreiche touristische Infrastrukturprojekte zügig umgesetzt werden: Nach der Flutung des Bleistätter Moors wird noch ein Slow Trail-Konzept am Ossiacher See realisiert. Der neue Slow Trail am Bleistätter Moor startet beim Steinhaus Domenig. Mit der Anmietung des Grundstückes direkt am See, südöstlich des Steinhauses, entstehen neue Seeberührungspunkte. Darüber hinaus wird das Steinhaus Domenig verstärkt touristisch inszeniert. Der TVB stellt für die Sommersaison einen Mitarbeiter für die Betreuung einer neuen Infostelle direkt im Steinhaus bereit und ermöglicht dadurch, dass das Haus täglich für Besucherinnen und Besucher geöffnet bleibt.

Sanierung des Strandbades Bodensdorf geplant

Langfristig wurde das Ziel gesetzt, der Landestourismusstrategie zu folgen, um öffentliche Seezugänge zu schaffen. Gemeinsam mit der Gemeinde Steindorf werden Überlegungen zur Sanierung bzw. Adaptierung des Gemeindestrandbades Bodensdorf angestellt.

Tourismusverband Bad Bleiberg

Digitalisierung

Im Bereich der Digitalisierung hat sich in Bad Bleiberg einiges getan. Soziale Medien beeinflussen die Urlaubsentscheidung immer mehr. Folglich sind wir mit der Zeit gegangen und haben eine Facebook-Seite für Bad Bleiberg erstellt. Neben aktuellen Veranstaltungen werden auch etwaige Freizeitangebote mit Bildern und Beschreibungen „gepostet“. Einzigartige Urlaubserlebnisse und Geheimtipps vom Hochtal können auf der Instagram Seite (#bad_bleiberg), die vom Tourismusverband gewartet wird, bestaunt werden.

Werbemittel & Medien

Das Unterkunftsverzeichnis „Urlaub in Sicht“ ist in Kooperation mit der Region Villach Tourismus GmbH neu gestaltet und der Corporate Identity von der Urlaubsregion Villach angepasst worden. Um den Gästen einen besseren Überblick über das Wellnessangebot im Hochtal bieten zu können, hat der Tourismusverband den Folder „Wellness in Sicht“ gestaltet.

Neben Einschaltungen im Gaital Journal, wie der monatliche Veranstaltungskalender, Berichte über Ereignisse in der Marktgemeinde Bad Bleiberg, Stollenwanderweg, Terra Mystica, Kirchtag, Markusstollen, Konzerte, Kulturwoche,

Bergmandlfest, Bad Bleiberger Bergmanns Advent u.v.m. ist das Hochtal Bad Bleiberg in allen Printmedien der Region Villach, im „Alpen Adria“-Katalog, dem „Tour de Kärnten“ Sportmagazin, sowie im Buch „Wandern für ´s Gmiat“ vertreten.

Mobilität & Erlebnis Villach CARD

Der Tourismusverband hat 2016 zu drei Veranstaltungen in Villach einen Shuttlebus für die Gäste angeboten.

Neben der Fahrt zum Villacher Kirchtag, wurde ein Ausflug zur European Bike Week und zum Christkindmarkt in Villach organisiert. Mehr als 120 Gäste haben die, mit der Erlebnis CARD kostenlose, Möglichkeit genutzt.

Im Rahmen der Erlebnis CARD gab es von Anfang Juni bis Ende Oktober wieder zwei Programmpunkte in Bad Bleiberg. Einerseits den „Historischen Spaziergang durch Bad Bleiberg“ mit der Tourismusverbandsobfrau Monika Hausmann und andererseits eine Führung entlang des „Stollenwanderweges“ mit einem Naturpark Ranger.

Gästeehrungen

In den Beherbergungsbetrieben wurden von der Obfrau im Jahre 2016 an die 290 Gäste geehrt.

GESCHÄFTS- BERICHT 2016

KÄRNTEN

Villacher Skiberge
Gerlitzen Alpe
Dreiländereck

Winter 2015/16 & Sommer 2016

REGION VILLACH TOURISMUS GMBH
Töbringer Straße 1, 9523 Villach-Landskron
+43 4242 42000, office@region-villach.at

WWW.REGION-VILLACH.AT