

GESCHÄFTS- BERICHT 2017

KÄRNTEN

Villach
Faaker See
Ossiacher See



Winter 2016/17 & Sommer 2017

REGION VILLACH TOURISMUS GMBH

WWW.REGION-VILLACH.AT

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|--------------------------------|----|
| Einleitung & Schwerpunkte 2017 | 3 |
| Statistik, Finanzen | 4 |
| Finanzen, Mobilität | 5 |
| Erlebnisraum Management | 6 |
| Marketing | 8 |
| Verkaufsförderung | 10 |
| Digitalisierung | 12 |
| Qualität & Coaching | 13 |
| Tourismustag 2017 | 13 |
| Tourismusverbände | 14 |



Herausgeber: Region Villach Tourismus GmbH.
Fotos: Kärnten Werbung/Martin Steinthaler, Franz Gerdl, Region Villach/Stefan Leitner, Michael Stabentheiner, Adrian Hipp, Martin Hoffmann, Lukas Kirchgasser, blitzlicht.at Partner und Archiv.
Druck: Kreiner Druck, Villach. Stand: April 2018.



Georg Overs, Geschäftsführer

EINLEITUNG & SCHWERPUNKTE 2017

Mit den Neuwahlen der Vorstände der Tourismusverbände im letzten Quartal des Jahres 2017 ging die erste Periode seit dem neuen Tourismusgesetz zu Ende. Zeit, sowohl für die Verbände, die Region und die Branche ein Fazit zu ziehen. Dies möchten wir zum Teil in diesem Geschäftsbericht tun.

Kürzere Entscheidungswege direkt mit den Unternehmern haben in der Summe sicher zu besseren Marketingmaßnahmen geführt. Mehr Orientierung auf den Gast wurde möglich und umgesetzt. Zu den Herausforderungen der Digitalisierung und des Internets gehören auch schnellere und kreativere Umsetzungen, die besser möglich wurden.

In einer Region mit mehreren Erlebnisräumen – wie diese die unsere ist – ist das Destinationsmanagement besonders herausfordernd, für alle Beteiligten. Kirchturmdenken ist möglichst zu vermeiden!

Verbunden mit der Einführung des Tourismusgesetzes hatten sich die Eigentümer der Region entschieden, zu Lasten des Marketingbudgets auf die Weiterentwicklung der Erlebnisräume zu setzen, zunächst mit den Schwerpunkten Wandern und Fahrrad. Hier wurden in den letzten Jahren wieder Standards erreicht, und vor allem seit 2016 auch größere Projekte mit zunehmender Geschwindigkeit umgesetzt. Gerade die Wanderwegsinszenierungen und Mountainbike-Projekte konnten in ihrer Kombination auch in der medialen und viralen Kommunikation stark gespielt werden. Die Tourenrad-Produkte wurden von führenden Reiseveranstaltern aufgenommen.

Nur durch das konsequente Anwerben von Fördermitteln von Land, Bund, ÖHT und EU wurde dieser konzertierte Auftritt

möglich! Dies ist allerdings auch der Grund für die manchmal kritisierten erhöhten Personalaufwendungen, welche zu großem Teile mitgefördert werden. Der Dank gilt allen Fördergebern und unserem Team für den enormen Einsatz!

Selbstkritisch müssen wir allerdings darauf hinweisen, dass wir noch mehr auf „selbstkommunizierende Projekte“ setzen müssen, die wirklich eine starke überregionale Wirkung haben. Ferner ist nicht von der Hand zu weisen, dass der Winter aufgrund der Beschlüsse der TVB ein wenig zu kurz gekommen ist.

Nur mit dem Winter und einem gemeinsamen Kraftakt kann die Region es zur Ganzjahresdestination schaffen! Die betriebswirtschaftlichen Herausforderungen und auch die Thematik der Fachkräftegewinnung und –erhaltung sind hier anzuführen. Aber auch die für uns alle steigenden Aufwendungen für die Kommunikation machen mehr touristische Wertschöpfung erforderlich.

Die Rahmenbedingungen sind selten günstig. Der Wertewandel in Europa spricht für Kärnten und seine touristischen Themen: Entschleunigung, Bewegung in der Natur, sanfte Mobilität, natürliche und regionale Ernährung. Die Alpen, Österreich und Kärnten sind im Trend!

Ferner setzt die Politik Maßnahmen, die Investitionen noch mehr unterstützen. Daher stehen die Zeichen für einen sich stark entwickelnden Tourismus sehr günstig.

Georg Overs
Geschäftsführer der
Region Villach Tourismus GmbH

STATISTIK

Winter 2016/17

Das Winterhalbjahr ergab eine Nächtigungssumme von 547.086. Gegenüber der Wintersaison des Vorjahres errechnet sich dadurch ein Abgang von minus 1,1 % oder 6.205 Nächtigungen.

Bei 160.400 Ankünften (-0,8 %) beträgt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer 3,4 Tage. Die Gäste aus dem Ausland bleiben durchschnittlich 3,5 Tage, jene aus dem Inland 3,3 Tage. Nächtigungszuwächse konnten vor allem bei Österreich (+7,6 %), Slowenien (+41,2 %) und Kroatien (+3,2 %) erzielt werden.

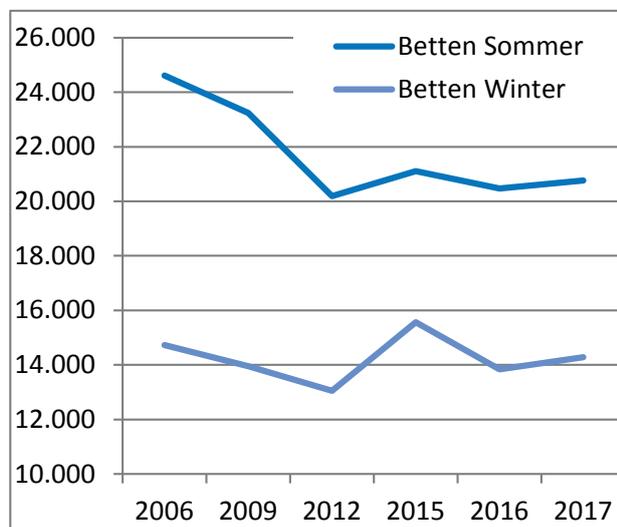
Sommer 2017

Steigerungen bei den Nächtigungen auf 2.145.592 (+4,7 %) zum Vorjahr und bei den Ankünften auf 525.646 (+9,7 %).

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Sommer beträgt 4,1 Tage. Die Gäste aus dem Ausland bleiben durchschnittlich 4,2 Tage, jene aus dem Inland 3,8 Tage. Die höchsten Zuwächse gab es bei Zentral- und Osteuropa: Ungarn mit +9,4 % und die Tschechische Republik mit +12,7 %. Zugewinne gab es auch bei Deutschland mit +7,9 % sowie bei Italien mit +11,1 %. Im Segment Camping konnte ein Übernachtungsplus von +7,8 % erreicht werden.

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

Bettenstatistik im Jahresvergleich 2006-2017



Entwicklung der Bettenanzahl im Sommer und Winter 2006-2017

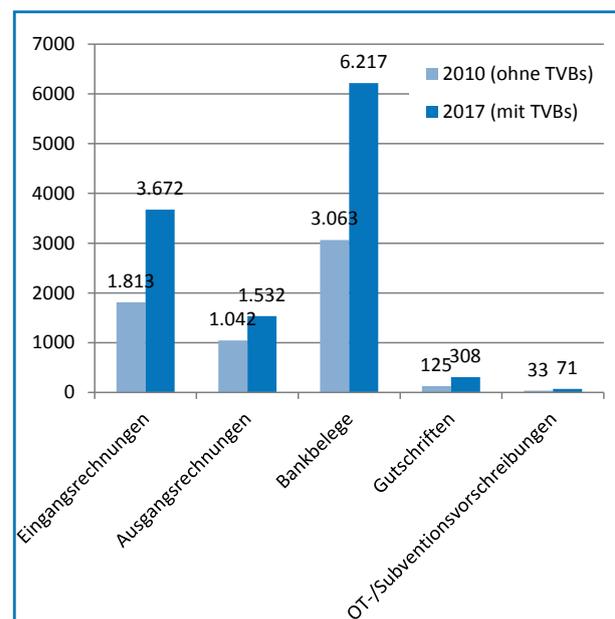


FINANZEN

Der Buchungsaufwand im Jahr 2017 wurde in der nebenstehenden Grafik dargestellt.

Durchschnittlich wurden Rechnungen/Vorschreibungen von den Kunden in 24,8 Tagen an uns beglichen. Rechnungen an die Lieferanten wurden durchschnittlich in 24,5 Tagen von der Region Villach Tourismus GmbH bezahlt.

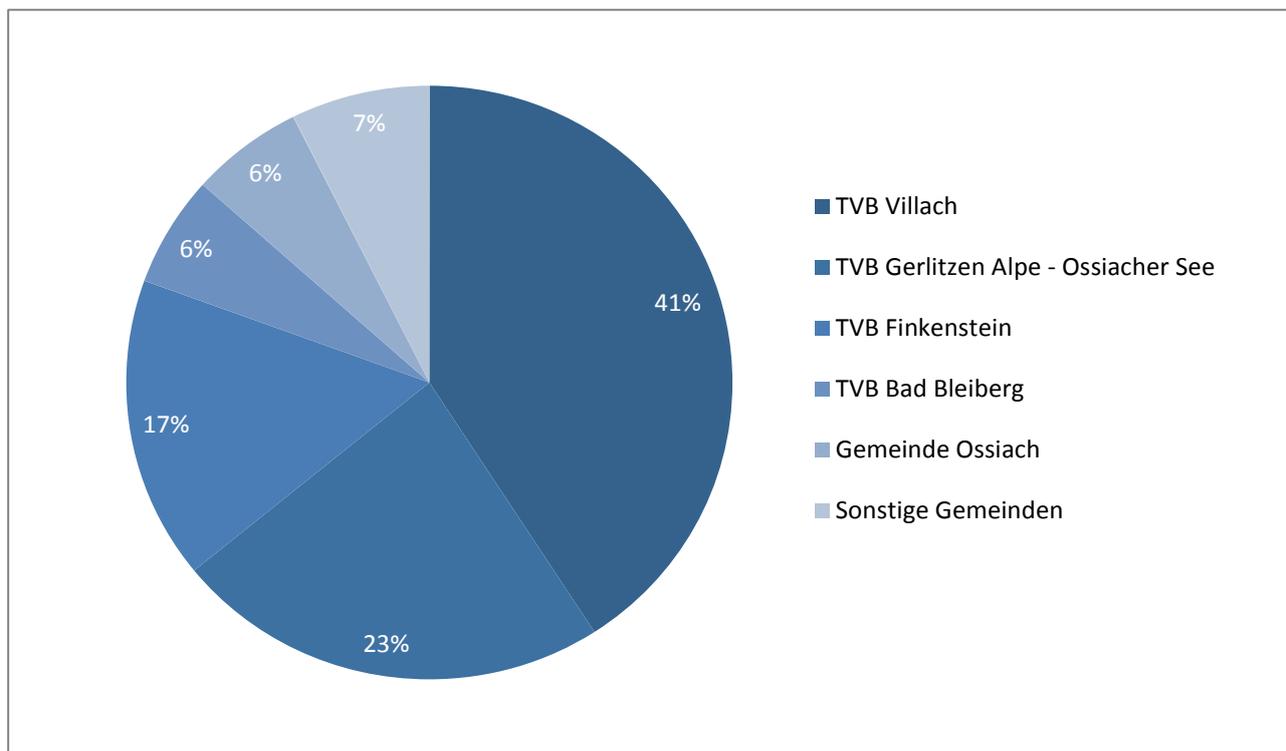
Als entgeltliche Dienstleistung wurde auch 2017 das gesamte Rechnungswesen, der im Jahr 2017 vier bestehenden Tourismusverbände (Gesamt-Volumen ca. 2,1 Mio.) über die Region Villach Tourismus GmbH abgewickelt.



Rechnungen und Belege im GJ 2010 ohne TVBs im Vergleich zu 2017 inkl. TVBs

Finanzierung der Region Villach Tourismus GmbH durch TVBs und Gemeinden

Neben eigenen Einnahmen aus Marktaktivitäten und dem Erwerb von Fördermitteln finanziert sich die Region bekanntermaßen hauptsächlich durch einen Anteil von 45 % an Ortstaxen und 30 % aus der Tourismusabgabe. Nachstehende Grafik fasst die Mittelherkunft je TVB bzw. Gemeinde zusammen.



Finanzierung der Region Villach Tourismus GmbH durch TVBs und Gemeinden (Anteile Ortstaxe und Tourismusabgabe aufsummiert)

SANFTE MOBILITÄT



Städte, wie Wien oder Stuttgart, sind bedeutende Quellmärkte des Kärntner Tourismus, mit einem starken Trend zu einem Mobilitätsverhalten ohne Privat-PKW. Trotz der guten überregionalen Anbindung Kärntens war aber bislang eine Anreise mit Bus/Bahn aufgrund der ungelösten Last-Mile wenig attraktiv.

Acht Tourismusregionen unter dem LEAD der Region Villach haben sich daher zusammengeschlossen, um sanfte Mobilität zu implementieren und sich dadurch als sanft mobile Urlaubsdestination zu positionieren. Kernaspekt des Projekts ist ein **kärntenweiter Bahnhofshuttle**, der von der Buchung bis hin zur automatischen Fahrtendisposition vollkommen digitalisiert aufgebaut ist (www.bahnhofshuttle.at), um Einzelfahrten zu großen Gesamtfahrten zu bündeln (Reduktion von Emissionen/Person/Fahrt). Weitere Kernaspekte sind die Vernetzung und Verbesserung der über- und innerregionalen Mobilität, kostenloses Coaching von Betrieben, Online-Co-Branding-Kampagnen mit DB und ÖBB sowie die geplante Einführung eines kärntenweiten Mobilitätsleitsystems.



ERLEBNISRAUM MANAGEMENT

Wie bereits im Geschäftsbericht 2016 berichtet, wurde das Team des Erlebnisraum Managements (ERM) um zwei Mitarbeiter erweitert. Diese Maßnahme zeigt bereits in 2017 eine deutliche Verbesserung in der Abwicklung einzelner ERM Projekte. Das Geschäftsjahr 2017 war geprägt von der Fertigstellung und Eröffnung vieler ERM Projekte, um nur einige wenige zu nennen, wurden bspw. die Fuchsfährte, der Drachenpfad, der Slow Trail Bleistätter Moor, der Galerieweg, uvm. erfolgreich umgesetzt. Die Erweiterung des Teams führt schlussendlich auch zu einer ganzheitlichen Abwicklung der einzelnen Projekte.

Die Erfahrungen der letzten Jahre lehrt uns, bereits im Zuge der Budgetierung der einzelnen Projekte die zur erfolgreichen Bewerbung und Vermarktung erforderlichen Inhalte zu berücksichtigen. So werden bspw. diverse Drucksorten, Video- und Fotoproduktionen vom ERM Team im Zuge der Projektumsetzung mit entwickelt und umgesetzt.

Erfreulich ist auch, dass die neuen Produkte wie bspw. Radbusse aus dem Erlebniscard Programm, die neuen Themenwanderwege bis hin zu den neuen Radangeboten bereits im Verkauf und Vertrieb einzelner Reiseveranstalter eingesetzt werden.

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

Förderungen

Die Thematik einzelner Förderprogramme wurde bereits im Geschäftsbericht 2016 erläutert.

Der bürokratische Aufwand bei der Abwicklung der einzelnen Förderprojekte ist immens hoch, zumal im Rahmen der Abrechnungen einzelner Förderprojekte das Einhalten der terminlichen Vorgaben erforderlich ist.

Um die terminlichen Vorgaben einhalten zu können, werden in allen Förderprojekten rund 20 % an Personalkosten berücksichtigt. Die folgende Übersicht einzelner Förderungen zeigt das sehr erfreuliche Bild, dass alle bis dato eingereichten Förderungen schlussendlich auch genehmigt wurden und in weiterer Folge den Status der einzelnen Projekte:

INTERREG Alpe Adria Karavanke

Genehmigte Förderquote 85 %

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

Der erste Wander- und Tourenstartplatz wurde 2017 errichtet, zwei weitere Plätze werden im 1. HJ 2018 fertiggestellt

Zusätzlich zu den bereits genehmigten Projekten wurden folgende Projektanträge in Kooperation mit den einzelnen Gemeinden vorbereitet. Nachdem die Genehmigung bis dato noch aussteht, werden die Projekte vom ERM Team weiter vorangetrieben, sodass bei etwaiger Genehmigung sehr rasch die einzelnen Umsetzungsmaßnahmen getroffen werden können:

- Bike Trails Gerlitzten Alpe (€ 900.000,-)
- Sanierung Strandbad Bodensdorf (€ 1.300.000,-)

Der Dank gilt insbesondere den einzelnen Förderstellen. Begonnen bei den Kollegen im Land Kärnten, den Kollegen unserer Partnerregionen, den Kollegen der LAG Villach bis hin zu den Kollegen in Slowenien und Italien, dürfen wir uns sehr herzlich für die gute Zusammenarbeit bei der Abwicklung der einzelnen Förderprojekte bedanken.

INTERREG Emotion Ways

Genehmigte Förderquote 80 %

- Radbusse Ossiacher See – Villach – Italien (€ 225.750,-)

LEADER Projekt Fuchsfährte

Genehmigte Förderquote 60 %

- Die Fuchsfährte wurde 2017 eröffnet (€170.000,-)

Offensive für Berg-, See- und Radinfrastruktur

Genehmigte Förderquote 50 %

- Slow Trail Bleistätter Moor wurde 2017 eröffnet (€ 190.000)
- Slow Trail am Afritzer See wurde genehmigt, aktuell findet die Detailprojektierung statt (€ 140.000,-)
- Slow Trail am Faaker See wurde genehmigt, aktuell findet die Detailprojektierung statt (€ 65.000,-)
- Businessbeach Strandbad Drobollach wurde 2017 eröffnet (€ 30.000,-)
- Strandbad in Drobollach wurde genehmigt, aktuell findet mit der Stadt Villach die Detailprojektierung statt (€ 2.000.000)
- Enduro Bike Trails am Faaker See wurden genehmigt, aktuell findet die Detailprojektierung statt (€ 180.000,-)

- Eröffnung Slow Trail Bleistätter Moor
- Eröffnung Drachenzug „Woroun auf der Spur“
- Eröffnung Fuchsfährte Oberaichwald
- Eröffnung H12 Galerieweg
- Erweiterung Finsterbach Wasserfälle
- Erweiterung Peterlewand
- Planung und Konzeptionierung Slow Trail Afritzer See
- Weiterentwicklung und Implementierung Pflegekonzept Wanderwege (Monitoring, Haftpflichtversicherungen etc.)



- KüchenKult und Lange Tafel auf der Drau
- King of Kanzi
- Villacher Kinosommer

Wandern

Veranstaltungen



Fuchsfährte



KüchenKult lange Tafel



Woroun auf der Spur

PROJEKTE 2017



KINOSOMMER



BUSINESSBEACH



City Tour Villach und WLAN



Neue MTB Trails

Digitale Projekte

Rad

- Eröffnung BUSINESSBEACH Drobollach (Initiative WLAN Strandbäder)
- Weiterentwicklung City Tour Villach
- WLAN Villach
- Implementierung Xamoom auf ausgewählten Wander- und Radprodukten

- Eröffnung Shorty Trail
- Eröffnung Samonigg Trail
- Planung Bikepark Gerlitzten Alpe
- Planung Enduro Trail Baumgartner
- Konzeption und Entwicklung lake.bike

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 2016 wird auch die Facebookseite der Region aktiv bearbeitet und zeigt eine sehr positive Entwicklung der Fanzahlen auf, trotz sehr geringem Budgeteinsatz. Auch auf

Instagram wird seit 2017 regelmäßig gepostet. Aufgrund der geplanten Neugestaltung der Regionswebsite, wurde auf SEM Kampagnen verzichtet und eigene Kampagnen-Landingpages herangezogen.

NEU 2017: Der Herbst wird Kult - HüttenKult

Der „wanderbare Genuss im Herzen Kärntens“ ist der neue Schwerpunkt für den Herbst. Die Kombination von Top-Wanderwegen mit heimischen Hütten, deren Wirten und kulinarischen Spezialitäten steht hier im Mittelpunkt und wurde mittels Print-Booklet, Social Media Kampagne und über diverse Printmedien beworben.

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

Zielmärkte, Kooperationen & Kampagnen

Das Marketing nützt 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 für den **Advent** (mit Atrio, Stadtmarketing,

ThermenResort, ÖBB, TVB Villach) „**Urlaub am See**“ (UaS) - die 5-Seenregionen Kärntens bewerben gemeinsam den Frühling, Sommer und Herbst zu den Themen Panoramawandern, Genussrad und Familie. Die Marktschwerpunkte sind hier D, CZ und NL und neben den klassischen Kampagnen stehen hier auch gemeinsame Presseaktivitäten und die ständige Weiterentwicklung der Marke im Vordergrund.

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, aber auch Slowenien und Kroatien und die Schweiz. Die untere Grafik zeigt die größten Kampagnen auf.

DEUTSCHLAND:

KW Winter-Kampagne „Ski Plus“
KW Winter (Ski Alpin) Online-Kampagne
Dein Winter. Dein Sport.
UaS/KW Frühjahr-Rad-Kampagne
ÖW Sommer-Kampagne (UaS/KW)
KW Sommer (Familie) Online-Kampagne
UaS/KW Herbst-Kampagne
HüttenKult - Herbst-Kampagne
Sonnenklar.TV
ganzjährig div. print und online Medien: Geo Bayern, Tambiente...

NIEDERLANDE:

KW Winter-Kampagne „Ski Plus“
ÖW Sommer-Kampagne (UaS/KW)
KW Medienbeileger Sommer
KW Sonder-Kampagne Camping

ÖSTERREICH:

KW Winter (Ski Alpin) Online-Kampagne
Advent: Hüttenpatronanz Villach und KW
Kronehit Winter-Radiospots
KW & ÖBB Citylight-Kampagne Frühjahr
KW Sommer (Familie) Online-Kampagne
Social-Media Herbst-Kampagne „Herbstblätter“
Aktionstage Wien: Schönbrunn
ganzjährig div. print und online Medien: der Standard, sport aktiv...

TSCHECHIEN:

KW Winter-Kampagne
ÖW Sommer-Kampagne (UaS)
Ina Sport und Alpin Media

SCHWEIZ:

ÖW Sommer- und Winter-Kampagne Familie

KROATIEN, SLOWENIEN:

ÖW/KW Winter Online-Kampagne
ÖW/KW Hörfunk Winter-Kampagne Slow.
KW Advent-Kampagne Slowenien

UNGARN:

KW Winter Print-Kampagne
ÖW Winter Online-Kampagne

ITALIEN:

KW Winter-Kampagne „Ski Plus“
Advent KW- und Partner-Kampagne
KW ganzjährige Sonder-Kampagne
ganzjährig Discovery Alps



Übersicht der größeren Marketingkampagnen Winter 2016/2017, Frühling, Sommer, Herbst 2017

ca. **55**
Printeinschaltungen
und Anzeigen

9
TV-Drehs
aus 5 Nationen



ORF Dreh auf der Baumgartnerhöhe

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. 52 Messeauftritte und Aktionen in 9 Ländern umgesetzt (13 eigene Auftritte, 11 Prospektaufgaben bzw. div. Kooperationen und 28 vertreten durch die Kärnten Werbung - Themenschwerpunkte Camping, Motorrad und Golf).



Neue Werbemittel: Fuchsfährte, Woroun auf der Spur, MobilAgil

Katalogproduktion & Werbemittel

Neben den jährlichen Produktionen wie Sommer- und Wintererlebnislandkarte, Freizeitplaner, Erlebnis CARD Programm und Radbusfolder wurden heuer erstmals die Pocketfolder für die Familienerlebniswanderwege „Fuchsfährte“ und „Woroun auf der Spur“ produziert sowie der Freizeitplaner auf Englisch, die MobilAgil Karte und der neue Imagefolder. **Unsere Produktionen finden Sie unter: www.region-villach.plus/saisonale-infomaterialien**

Teilnahme an

9
Pressekonferenzen und
Workshops

35
Presseausendungen
ca. **105**
Presseanfragen

13
Pressefahrten
aus 6 Nationen

33
Einzelrecherchen
aus 9 Nationen

52
Messeaktionen mit ca.
25.000
verteilten Prospekten

mehr als
335.000
Kataloge, Prospekte
und Landkarten wurden
produziert

360
Facebook-Postings
schafften
202.968
User-Reaktion



Angebotsgruppen

Die Region ist außerdem Partner bei mehreren Angebotsgruppen zu bestimmten Themen wie beispielsweise: Österreichische Wanderdörfer, Abenteuer Fischwasser, Radreisen Kärnten, Holidays on Wheels und die ARGES der Kärnten Werbung Motorradland, Camping, Golf und Alpe-Adria-Trail.

VERKAUFSFÖRDERUNG

Convention & MICE

2017 war ein sehr erfolgreiches Veranstaltungsjahr für Villach. Das Convention Bureau Villach hat bei 9 Kongressen und Tagungen in der Region die Veranstalter unterstützt und als Hotelbuchungszentrale fungiert. Die größten Veranstaltungen waren die IKT Sicherheitskonferenz von 26.-27.09.2017 mit 963 Personennachtungen und die Philips Vertriebstagung von 29.01.-04.02.2017 mit 1.040 Personennachtungen in den Hotels der Region. In Summe wurden über das Convention Bureau Villach im GJ 2017 € 335.883,10 Nächtigungsumsatz gebucht.

Im Verkauf wurden verschiedene Messen und Veranstaltungen in Österreich und auch international besucht und mit Verkaufsgesprächen von Kunden der Umgebung verknüpft. Die Teilnahme an folgenden Veranstaltungen war unter anderem in 2017 vorgesehen: Conventa in Laibach (MICE Messe), Tagungsmesse in Laibach und Wien, RTK Events für Veranstaltungsplaner (Wien, Salzburg/Berchtesgaden, München, Linz, NÖ und Kärnten).

Zusätzlich wurde der Fokus auch auf die Bewerbung der Incentive-Möglichkeiten in der Region gelenkt. Hierfür wurden regelmäßig aktuelle Angebote der Region per Newsletter an Veranstaltungsplaner in Österreich geschickt. Zudem wurde auch das erste Incentive für einen Konzern gebucht und abgewickelt. Die Produktentwicklung in diesem Bereich liegt auch weiterhin im Fokus und wird auch in englischer Sprache gemeinsam mit Kärnten Convention weitergeführt.



Verkaufsgespräch beim RTK-Event in Laxenburg im August 2017

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

€ 335.883
gebuchter
Nächtigungsumsatz
in der Region*

10.000
Newsletterkontakte
im Jahr
(von gesamt 10
Newslettern an
österreichische
Veranstaltungsplaner)

9
Kongresse mit
1.341
Teilnehmern/Ankünften*

3.215
Nachtungen
im Kongress-
bereich*

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

Gruppenreisen & Busgruppen

Im Zeitraum zwischen dem 01.11.2016 und dem 31.10.2017 wurden über die Region Villach 128 Gruppenbuchungen abgewickelt. Die verringerte Anzahl an Buchungen gegenüber dem Vorjahr geht auf den Wegfall der Individualbuchungen am Alpe-Adria-Trail zurück (diese wurden mittels eines neu entwickelten Buchungssystems direkt zwischen den „Trail Angels“ und den Gastgebern in der Region durchgeführt).

Trotz der geringeren Anzahl an Einzelbuchungen konnte der Umsatz im Vergleich zum GJ 2016 gehalten werden.

Mit der Teilnahme an Verkaufsworkshops (Zagreb, Budapest, Prag, Bratislava, RDA-Workshop Friedrichshafen und Köln, München, Straßburg) und der Durchführung von Verkaufstouren im deutschsprachigen Raum wurde der Verkauf/Incomingbereich aktiv betrieben.



Verkaufsworkshop in Warschau

Im Sinne der Verkaufsförderung wurden Reiseveranstalterkooperationen der Hotels in der Region mit Inseraten in namhaften Veranstalterkatalogen und der Durchführung von Studienreisen in die Region unterstützt.

ca. 250
persönliche Verkaufsgespräche bei Fachmessen, Workshops und Verkaufstouren

128
Buchungsvorgänge abgewickelt

Erwähnenswert für das Geschäftsjahr 2017 sind weiters: **Musik in den Bergen („Muzika na horach“)**: diese Veranstaltung fand auch im September 2017 (12.-17.09.2017; somit eine Nacht länger als im Vorjahr) wieder am Faaker See statt. Auch die Zahl der Gäste konnte gegenüber 2016 gesteigert werden. Eine umfassende Marketingkampagne in Prag stellt zudem einen sehr hohen Zusatzwert dar.

CTIF: im Zuge der Internationalen Feuerwehrwettkämpfe trat die Region Villach als Buchungsstelle für Gruppen auf und es wurden 15 Buchungen für kleinere und größere Fangruppen durchgeführt.

Sonnenklar.TV: die auf ein Jahr abgeschlossene Kooperationsvereinbarung mit Sonnenklar.tv fiel bis einschließlich Juli 2017 in das vergangene Geschäftsjahr. Jedem der teilnehmenden Betriebe wurde noch einmal die Möglichkeit geboten, sich und sein Angebot einem reiseinteressierten TV-Publikum zu präsentieren. Es wurden ca. 550 Personen (mit verschiedener Aufenthaltsdauer) in sechs verschiedenen Hotels in der gesamten Region gebucht.

Fluganreisen: Ein Schwerpunkt im Geschäftsjahr 2017 war auch die Forcierung von Gästen mit Fluganreise via Flughafen Klagenfurt (Veranstaltungen zu Kampagnen Flugverbindung Hamburg Winterflugplan 2017/18, zu angedachter Charterverbindung Israel).

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

Reservierungssystem

Das Destinationsmanagement System ist ein modernes innovatives Backofficemodul mit Einbindung der Leistungsträger. Die Arbeitsabläufe zwischen Vermieter, lokalen Infostellen und Regionsbüro werden optimal unterstützt. Sämtliche Arbeitsabläufe wie Anfragenbeantwortung, Adressverwaltung, Onlinebuchung, Meldescheinverwaltung und Ausgabe der Erlebnis CARD werden über das System feratelDeskline abgewickelt.

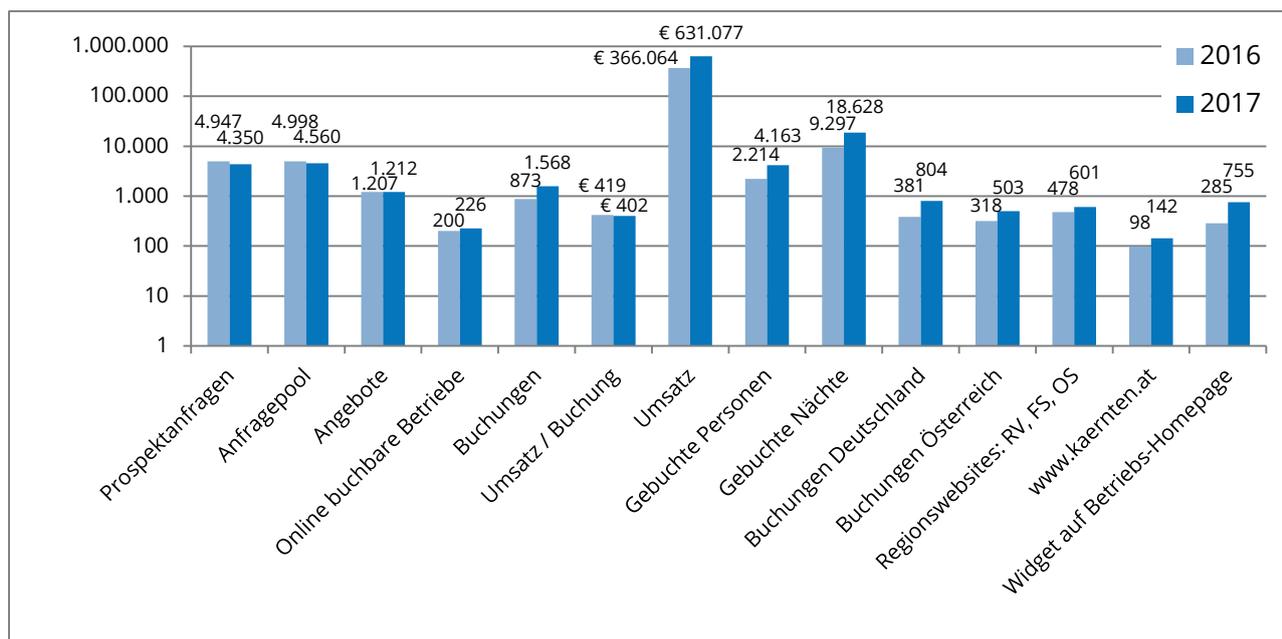
Die Buchungsentwicklung ist erfreulich. Besonders hervorzuheben ist der Anstieg der Buchungen auf den Homepages der Betriebe.

Die Region Villach hat für ihre Betriebe ein äußerst attraktives Angebot der „Online Buchbarkeit“ geschnürt: Geringe

Jahresgebühr, keine Provision, kostenloses Buchungswidget für die eigene Betriebs-Homepage und dies ohne zusätzlichen Mehraufwand.

Der heutige Gast informiert sich vor Buchungsabschluss meistens auf mehreren Buchungsplattformen und vergleicht, daher ist die direkte Buchbarkeit auf der eigenen Betriebs-Homepage ein Muss.

Ein weiterer Vorteil auf der eigenen Betriebs-Homepage buchbar zu sein, ist das Anbieten des besten Preises mit besten Storno- und Zahlungsbedingungen. Dies ist möglich geworden, da ab 01.01.2017 die Best Price-Klausel gefallen ist. Den Buchungsportalen ist es daher nicht mehr gestattet vom Hotel den besten Preis zu verlangen.



Entwicklung im Deskline-Reservierungssystem 2016-2017

DIGITALISIERUNG

Einen Schritt zurück um Schwung zu holen!

Die Region Villach Tourismus GmbH ist seit 2016 Partner von DataCycle, einem intelligenten Datenmanagement und -distributionssystem. Neben der Österreich Werbung und der Kärnten Werbung zählt die Region Villach zu den ersten Kunden des neuen zukunftsweisenden Partners.

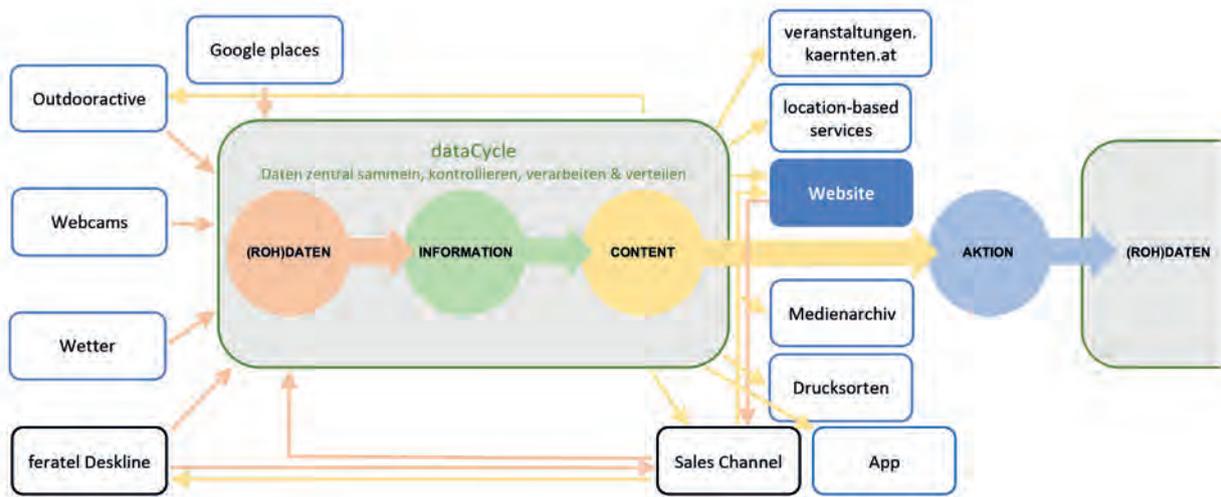
Mit DataCycle soll es für die Zukunft sichergestellt werden im Rahmen der Datenarchitektur eine effiziente und nachhaltige Basis zu schaffen. Konkret bedeutet dies, eine zentrale Datendrehscheibe mit entsprechend offenen Schnittstellen – sowohl eingabe- als auch ausgabeseitig – mit automatisierter Datennormalisierung zu implementieren. Normalisierte und strukturierte Daten sind und werden für alle Portale und Suchmaschinen Grundvoraussetzung für automatisierte Datendistributionen sein. Es gilt nun die Voraussetzungen dafür zu schaffen und künftig Mehrfachwartungen auf unterschiedlichsten Ausgabekanälen zu verhindern. Inhalte werden bereits im Hintergrund aus einem Pool an strukturierten Daten aufbereitet und flexibel ausgegeben.

Neben der Basis-Datenwartung bedeutet dies aber auch eine Anpassung der internen Prozesse aller betroffenen Mitarbeiter. Es ist sicherzustellen, dass ausgaberelevante Daten in ihrer Letztversion in DataCycle abgelegt sind.

Große Möglichkeiten sollen sich mittelfristig auch durch Nutzung von Synergien, indem Daten im Werbeverbund von Regionen und Land ausgetauscht werden können, bzw. Mehrgleichigkeiten bei Schnittstellen reduziert werden.

Notwendig anstehende Erneuerungen von Websites & Co wurden aufgrund dieses äußerst wichtigen Zwischenschritts der Datenarchitektur in diesem Geschäftsjahr hintenan gestellt, da so ebenfalls ein doppelter Aufwand im Bereich der Contentaufbereitung verhindert werden konnte.

Im Bereich der Social-Media Kanäle und Google Business Einträge konnte die Region Villach Tourismus GmbH ebenfalls eine solide Basis der Datenhoheit herstellen indem sämtliche relevante Profile und Kanäle in die jeweiligen Businessmanager integriert werden konnten.



Websites

www.region-villach.at

Quelle: google Analytics

Pageviews: 1.306.078

Visits: 556.857

User: 367.157 davon 47,56 % mobile Nutzer

größte Altersgruppe: 35-44 Jahre

2. größte Altersgruppe: 45-54 Jahre

Affinitätskategorien der Nutzer (absteigend)

Lifestyles & Hobbies / Outdoor Enthusiasts

Food & Dining / Cooking Enthusiasts

Sports & Fitness / Health & Fitness Buffs

Travel / Travel Buffs

| | faakersee.at | ossiachersee.info | naturturpark dobratsch.info |
|--------------|--------------|-------------------|--------------------------------|
| Pageviews: | 358.179 | 167.868 | 47.011 |
| Visits: | 193.307 | 77.671 | 23.814 |
| User: | 151.398 | 60.416 | 19.464 |
| mobile User: | 50,91% | 53,37% | 53,89% |

Facebook

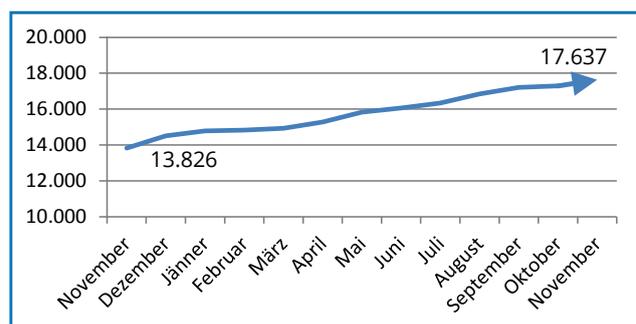
www.facebook.com/regionvillach

Anzahl der Postings im GJ 2017: 360

Durchschnittliche Reichweite: 4.528

Reaktionen von Usern: 202.968

Budget für FB-Bewerbung: € 549,90



Monatliche Entwicklung der Facebook-Fanzahlen im GJ 2017

QUALITÄT & COACHING



Stefan Domenig und Kathrin Kranabether mit dem Schulungsprogramm

Mit der Tourismus Qualitätsinitiative Kärnten wurde ein sehr wichtiges Projekt auch 2017 fortgesetzt. Besonders geschätzt werden von den UnternehmerInnen die kostenlosen Beratungen in den Betrieben, die von der Region und dem Land Kärnten finanziert werden. Besonders neue Betriebe schätzen die vielseitigen Hilfestellungen des Tourismuscoaches Stefan Domenig.

Mit Ende 2017 gibt es bereits 55 Betriebe mit Kärntner Qualitätssiegel in unserer Region. Diese werden im Rahmen der Online-Buchbarkeit vorgereicht, deren MitarbeiterInnen erhalten kostenlos Schulungen vor Ort und die Betriebe werden in allen Werbemitteln besonders hervorgehoben.

Insgesamt wurden im Jahr 2017 149 Betriebe in der Region von Stefan Domenig, Anita Stichauner, Thomas Krenn bzw. Kathrin Kranabether durch persönliche Beratungen betreut. Dabei wurde besonderer Fokus auf die Online Buchbarkeit, das Thema der Anreise sowie Tipps für den operativen Alltag gelegt. Zusätzlich wurde die Informationsvermittlung intensiv vorangetrieben. Darunter fällt:

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

Besonders stolz sind wir auf die Kooperation mit der Kärntner Tourismusschule in Villach-Warmbad im Rahmen der Schulungen & Services. Seit Oktober 2017 werden die Schulungen in der KTS abgehalten. Dadurch bringt die Region aktuelles Praxiswissen und die UnternehmerInnen in Kontakt mit den SchülernInnen der KTS.

55
Tourismusbetriebe sind mit dem Kärntner Qualitätssiegel ausgezeichnet

1.250
Touristiker erhalten die Zeitschrift „Gas(T)geber_in“

36
Schulungsabos wurden für das Schulungsjahr 2017/2018 verkauft

61
bearbeitete Reklamationen von Gästen und Einheimischen

TOURISMUSTAG 2017

„Was für das Leben in der Mobilität gilt, gilt besonders auch für den Tourismus: Entweder man hat es im Kopf oder in den Beinen“, Zitat von Em. O. Univ. Prof. DI Dr. techn. Hermann Knoflacher, Keynote Speaker Tourismstag 2017.

Über 400 Personen nahmen am Tourismstag im April 2017 im Congress Center Villach teil. Der Abend stand unter dem Motto „Mobilität im Wandel“. Interessante Workshops führten am Nachmittag durch Themen Digitalisierung, sanfte Mobilität und Erlebnis CARD. Fast 40 Aussteller informierten bei der Hausmesse über touristische Neuigkeiten.



Tourismstag 2017



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.



Gerhard Stroitz
TVB Villach



Michaela Tiefenbacher
TVB Finkenstein



Mag. Veronika Zorn-Jäger
TVB Gerlitzten Alpe - Ossiacher See



Monika Hausmann
TVB Bad Bleiberg

Tourismusverband Villach

13 MitarbeiterInnen bieten über 44.000 Gäste an drei Standorten

In den Tourismusinformatoren Villach und Drobollach sowie beim Radbutler am Drauradweg bieten 2017 insgesamt 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über 44.000 Gäste. Während den internationalen Feuerwehrwettkämpfen im Juli wurden am Oberen Kirchenplatz und im Stadion Lind zusätzlich zwei Infostellen bespielt.

Neuer Panoramablick am Faaker See

Beim Hafen Neugg in enger Kooperation mit der Gutsverwaltung Landskron ist ein neuer, sanfter Seeberührungspunkt entstanden. Möglich wurde dies, weil hier das Seeufer auf einer Länge von 150 Metern vom wilden Baumbewuchs befreit wurde. Der desolate Zaun wurde durch einen neuen ersetzt, um so rund 170 Boote zu sichern.

Kinosommer Villach – Kulturgenuss in der Musikschule

Cineasten stürmten von 9. bis 27. August den Innenhof der Musikschule Villach. Das überaus vielfältige Kinoprogramm von Intendant Fritz Hock beinhaltete auch in der dritten Auflage zahlreiche Top-Filme. An insgesamt 19 Spieltagen wurden die besten Streifen der letzten Jahre, Klassiker und Dokus präsentiert.

Neue Themenstadtführungen bereichern Altstadtgenuss

Themenstadtführungen liegen voll im Trend. Die Stadt Villach hat aufgrund ihrer bewegten Geschichte einiges zu bieten. Insgesamt wurden fünf neue Themenführungen angeboten. Die protestantische Stadt, die Eisenbahnerstadt, Villach im 2. Weltkrieg und die Kinderführungen waren am besten gebucht!

Woroun auf der Spur – barfuß durch den Drachenwald

Am neuen Familienerlebniswanderweg „Woroun auf der Spur – barfuß durch den Drachenwald“ bei Drobollach wandeln kleine Gäste auf den Spuren von Drachen und Hirschen.

Lange Tafel auf der Draubrücke, KüchenKult in der Altstadt

Die Villacher Stadtbrücke verwandelte sich am 22. Juli wieder zur Gourmetbrücke. Im Rahmen des Kulinarik-Festivals „KüchenKult“ dinierten 160 Genießer an der Langen Tafel in der Innenstadt.



KüchenKult lange Tafel

Tourismusverband Finkenstein am Faaker See

+12,86 %
mehr Nächtigungen
am Faaker See
von Mai bis August 2017

Auch der Sommer 2017 brachte ein Plus bei den Nächtigungen. Im Zeitraum Mai bis August 2017 stiegen sie um sensationelle 12,86 % an, damit wird deutlich die Marke von 600.000 Nächtigungen überschritten.

Immer mehr Aktiv-Gäste: MTB und Klettern boomen

Mit den 2017 in Betrieb gegangenen 3 neuen Mountainbike Trails wird die Erfolgsgeschichte „Radtourismus am Faaker See“ fortgesetzt. Für weitere Routen wird aktuell mit

Grundeigentümern verhandelt.

Auch der Fixtermin im Jahreskreis der Veranstaltungen „King of Kanzi“ lockt die internationale Kletterszene zunehmend an den Faaker See. Es konnten zahlreiche Besucher aus Österreich, Deutschland, Italien und Slowenien begrüßt werden.

Kultbikes und Kulinarik beleben die Schulterseasonen

Der KüchenKult, das kulinarische Festival der Region, startete am Faaker See und weitete sich mit der Langen Tafel auf der Draubrücke in die Villacher Altstadt aus, aber auch erfolgreich nach Ossiach, Warmbad und Arriach.

Erfreut zeigte man sich über die Vertragsverlängerung mit Harley-Davidson. Auch bei den Kultbiker-Treffen im Rahmen

der European Bike Week setzen die Faaker See-Touristiker erfolgreich auf heimische Kulinarik. Der Carinthian Corner hat sich bewährt. Hier können endlich auch heimische Produzenten und Gastronomen ihre regional typischen Produkte präsentieren.

Der beliebte Faaker Bauernmarkt wird ständig weiterentwickelt. 2017 wurden neue Aussteller zu dem bereits bestehenden, breit gefächerten Angebot hinzugefügt.

Neuwahlen im TVB Finkenstein am Faaker See

Im Rahmen der Jahresversammlung im Oktober 2017 wurde der neue Vorstand im TVB bestätigt. Hubert Baumgartner vom Baumgartnerhof (bisher Ersatz), Golfklub-Managerin Maria Moretti und Zitrusgärtner Michael Ceron ergänzen das bewährte Team um Vorsitzende Michaela Tiefenbacher. Ziel des neuen Vorstandes wird es sein, die thematische Breite der vielfältigen touristischen Aktionsfelder bestmöglich abzudecken und entsprechend zu vermarkten.

Tourismusverband Gerlitzen Alpe - Ossiacher See

Mit 1. Januar 2017 ist die Fusion der beiden TVBs Steindorf am Ossiacher See und Treffen am Ossiacher See zum gemeinsamen TVB Gerlitzen Alpe – Ossiacher See auch offiziell durch das Land Kärnten verordnet. Der TVB Gerlitzen Alpe – Ossiacher See ist nach dem TVB Villach der zweitgrößte Eigentümervertreter der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See. Durch den Zusammenschluss entstehende Kosteneinsparungen werden sofort wieder in touristisch relevante Maßnahmen umgesetzt.

Slow Trail durch das Bleistätter Moor

Start- und Endpunkt des ersten Slow Trails ist das von Günther Domenig errichtete Steinhaus in Steindorf. Durch die Schiffsverbindung ist ein Rückweg auf bequeme Art und Weise gesichert. Eine von uns angestellte Mitarbeiterin wurde für die Betreuung der Infostelle im Steinhaus eingesetzt, um der Öffentlichkeit das einzigartige architektonische Bauwerk täglich zugänglich zu machen.



Slow Trail Bleistätter Moor

Pilz Museum

Das 25-jährige Bestehen des Pilz Museums wurde, mit anderen Jubilaren, im Rahmen eines Dorffestes gefeiert. Zahlreiche Medien, darunter der ORF, haben darüber berichtet. Der allgemeine Trend, sich mehr mit der Natur zu befassen, zeigt sich auch an der steigenden Besucheranzahl.

Neue Bänke Verditz

Gemeinsam mit der Marktgemeinde Treffen wurden 20 neue Lärchenholzbänke für das Verditz angeschafft.

Abriss Infokiosk Annenheim

Nach eingehenden Besprechungen und Einholen von Expertenmeinungen wurde beschlossen, den maroden Infokiosk abzureißen. Geplant ist, den gewonnenen Platz als Ausgangspunkt für Touren und Wanderungen zu gestalten.

Kletterwand Peterlewand

Mit hohem Kostenaufwand wurde der Klettergarten Peterlewand umfangreich saniert. Aus Sicherheitsgründen wurden neue Absturzsicherungen errichtet sowie Ausstiegsmöglichkeiten aus der Kletterwand und eine spektakuläre Erweiterung der Klettermöglichkeiten „mit Seeblick“.

Wanderbare Kunstgalerie

Auf rund 1,5 Kilometern kann man Metall- und Holzskulpturen, Malereien und Drucke bekannter Künstler bestaunen und begreifen. Besonders beeindruckend ist der „Tanz der Elfen“, mit den von Johannes Matthiessen geschaffenen Energieskulpturen und die Holzskulpturen von Thomas Gribl.

Tourismusverband Bad Bleiberg

Infobüro: Seit August 2017, Neubesetzung des Infobüros durch Melanie Altersberger.

Neue Webcam: Errichtung einer Webcam am Antonischacht.

Touristisches Leitsystem: In Bad Bleiberg wurde der 1. Teil eines touristischen Leitsystems installiert. Die so geschaffene Beschilderung, angeglichen an die Farben der Naturpark Beschilderung, ist ein modernes Besucherleitsystem.

Frühlings- und Sommerblumen: Übernahme des Ankaufes der Frühlings- und Sommerblumen sowie die Betreuung der Blumenbeete im gesamten Gemeindegebiet.

Veranstaltungen: 3 x Frühschoppen, Etappenziel Tour de Kärnten, Muttertagskonzert, Unterstützung des Bad Bleiberger Jahreskirchtags, Bergmandlfest, Knappenspiel, 3. Bad Bleiberger Bergmanns Advent mit 9 Programmpunkten sowie traditionellem Barbaramarkt.

Wanderwegspflege: 6 Lauf- und Walkingwege, Dobratschrundwanderweg, Stollenwanderweg, Mühlenweg usw. wurden durch autorisierten Experten gepflegt und instand gehalten.

Reparatur und Neuschaffung: Brückenreparatur im Bereich Nötschbach und Neuschaffung von 2 Parkbänken.

Mobilität & Erlebnis CARD: Shuttlebus zum Villacher Kirchtag, zur European Bike Week und Christkindlmarkt. Im Rahmen der Erlebnis CARD gab es 2 Programmpunkte: Führung „Stollenwanderweg“ und „Historischer Spaziergang durch Bad Bleiberg“.

Loipe und Rodelbahn: Die 6 km Loipe und die Naturrodelbahn wurde gespurt, sowie Loipenabsicherungen durchgeführt.

Werbemittel & Medien: Wanderkarten, Bad Bleiberger-, Stollenwanderwegs-, RunnersFun-Folder erneuert; Einschaltungen im Gailtaljournal, monatlicher Veranstaltungskalender; Alpen Adria Katalog; Tour de Kärnten Sportmagazin; Der Weg des Buches; Wandern für´s Gmiat.

Filmproduktion: Herbst in Österreich auf ORF III und Servus TV.

Kladnig-Keusche: Unterstützung der Renovierung einer alten Bergmannskeusche.

Gästeehrungen: Es wurden ca. 265 Ehrungen vorgenommen.

GESCHÄFTS- BERICHT 2017

KÄRNTEN

Villacher Skiberge
Gerlitzen Alpe
Dreiländereck

Winter 2016/17 & Sommer 2017

REGION VILLACH TOURISMUS GMBH
Peraustraße 32, 9500 Villach
+43 4242 42000, office@region-villach.at

WWW.REGION-VILLACH.AT