

# GESCHÄFTS- BERICHT 2019

**KÄRNTEN**

Villach  
Faaker See  
Ossiacher See

Winter 2018/19 & Sommer 2019

REGION VILLACH TOURISMUS GMBH

[WWW.VISITVILLACH.AT](http://WWW.VISITVILLACH.AT)

# INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	3
Team	4
Statistik	5
Finanzen	6
Erlebnisraum Management	7
Marketing	9
Verkaufsförderung	12
Digitalisierung	14
Qualität & Coaching	19
Tourismustag 2019	19
Touristische Mobilitätszentrale Kärnten	20
Tourismusverbände	21

Genderhinweis: Allein aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten für beide Geschlechter.

Herausgeber: Region Villach Tourismus GmbH.  
Fotos: Region Villach/Stefan Leitner, Michael Stabentheiner, Adrian Hipp, Martin Hofmann, Trail Tech, Monika Hausmann, Infrastil, Jörg Schmöe, Michael Flor, Gert Perauer, Partner und Archiv. Villach. Stand: April 2020



Georg Overs, Geschäftsführer

# EINLEITUNG

Traditionell schreibe ich diese einleitenden Worte als letztes – kurz vor der Fertigstellung des Geschäftsberichts.

Noch vor wenigen Wochen trübte fast keine Wolke den Tourismus-Himmel in unserer Region. Die Zahlen waren gut, die Aufgaben nach wie vor groß, aber zu bewältigen. Viele Rahmenbedingungen waren gut. Mit die größte Herausforderung war vor allem der Personalmangel.

Es stellt sich heraus, dass der Februar ein weiterer Rekordmonat war, mit einem Wachstum von +20% bei den Nächtigungen – auch im gesamten Winter waren wir bis dahin auf einem sehr guten Weg.

Jetzt zeigen die Umstände um den Corona-Virus die Verletzlichkeit unseres Wirtschaftssystems und stellen es letztendlich auf die Probe. Jeder von uns überprüft gerade sein geplantes Reiseverhalten und/oder wartet ab. Im Zusammenhang mit einer Konjunkturkrise kann dies fatale Folgen haben – oder es kann den Tourismusstandort Österreich mittel- und langfristig sogar stärken.

Bis dahin werden wir uns 2020, und vielleicht sogar 2021 auf den Heimmarkt konzentrieren müssen. Angesichts der Bedeutung unserer anderen Märkte eine sehr große Herausforderung!

Reisen wird eine große Sehnsucht bleiben und sich schnell erholen! Die Grenzen werden wieder offen sein, denn die Nationalstaaten werden zumindest wirtschaftlich nur europäisch überleben.

Die einzige Konsequenz für uns als Region kann nur sein, bei aller kaufmännischen Vorsicht, den Weg weiterzugehen, den wir eingeschlagen haben: Ganzjahresdestination, Weiterentwicklung der Erlebnisräume und dadurch qualitative Weiterentwicklung. Die Wertschöpfung wird weiter an Bedeutung gewinnen, einen Preiskampf gilt es zu verhindern.

**Wir wünschen Ihnen an dieser Stelle alle gemeinsam alles Gute für Sie, Ihre MitarbeiterInnen und Ihre möglichst zahlreichen Gäste!**

**Herzlichen Dank an unser Team, die KollegInnen in den Tourismusbüros, an die Vorsitzenden und Vorstände der Tourismusverbände, die Zuständigen in den Gemeinden, an alle UnternehmerInnen und alle, die den Tourismus in der Region unterstützen!**

Villach, 7. April 2020

Georg Overs und das Team der Region Villach Tourismus



# TEAM 2020

## Geschäftsführung



Georg Overs  
Geschäftsführer

## Sales, Incoming und MICE



Thomas Melcher  
Sales, Incoming und MICE



Ramona Bacher  
Sales Assistant



Melanie Leininger  
Sales Assistant



Klaudia Berntatz  
Rechnungswesen



Ines Schmidt  
Rechnungswesen

## Rechnungswesen

## Back Office



Gabriele Brugger-Pözl  
Assistenz GF



Nico Bader  
Lehrling



Stefan Domenig  
Tourismuscoach,  
Schulungen



Anita Stichauner  
Anfrage-/Reservierungssystem,  
feratelDeskline

## Anfragen, Pauschalen und Schulungen

## Marketing, Digitale Medien und Presse



Oliver Steiner  
Marketing



Kathrin Kranabether  
Digitale Medien und  
Systeme



Melanie Flath  
Assistenz Digitale Medien  
und Marketing



Eva Meißnitzer  
PR und Marketing



Nikolina Petrovic  
Social Media

## Projektentwicklung



Marc Horbal  
Projektentw. Wandern



Andreas Holzer  
Projektentw. Rad



Markus Reisner  
Mobilitätsmanagement  
„Touristische Mobilitäts-  
zentrale Kärnten“



Stefanie Maierhofer  
Erlebnis CARD  
(ab 1.5.2020 in Karenz)



Raphael Marko  
MTB Shaper

# STATISTIK

## Winter 2018/19:

Das Winterhalbjahr ergab eine Nächtigungssumme von 588.893. Gegenüber der Wintersaison des Vorjahres errechnet sich dadurch ein Zuwachs von plus 2,5% oder 14.580 Nächtigungen. Bei 170.895 Ankünften (-2,5%) beträgt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer 3,4 Tage. Nächtigungszuwächse konnten vor allem bei den Ostmärkten (Kroatien +36,7%, Slowakei +29,9%, Tschechien +16,1% und Polen +12,8%) erzielt werden. Der Anteil an Nächtigungen der Österreicher stieg um 2,9%, jener von Deutschland blieb mit +0,3% nahezu gleich.

## Sommer 2019:

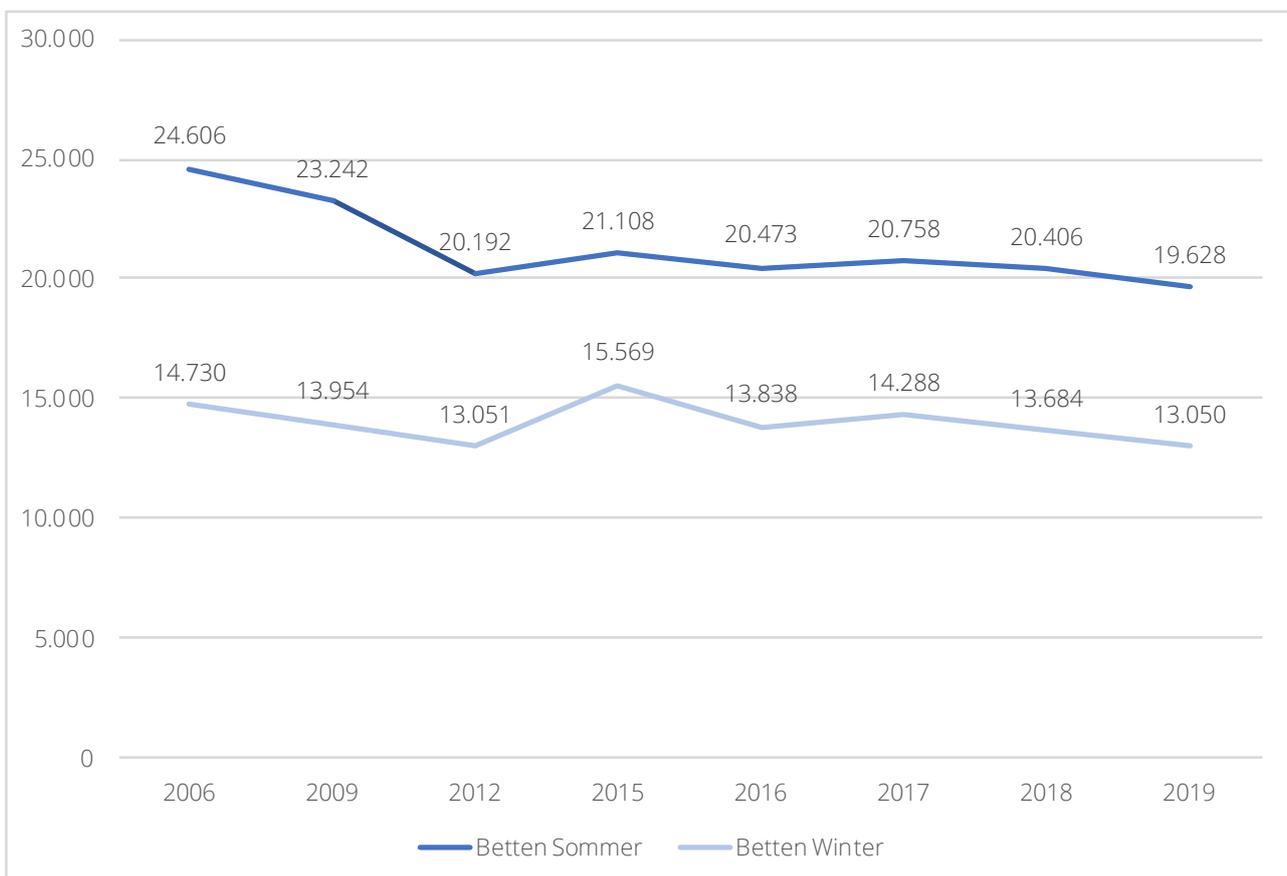
Anstieg bei den Nächtigungen auf 2.186.010 (+2,7%) zum Vorjahr und bei den Ankünften um +4,7% auf 553.787 (+0,9%). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Sommer beträgt 4,0 Tage. Die höchsten Zuwächse gab es bei der Slowakei +50,2%, der Schweiz +16,2%, Ungarn +15,8%, Tschechien +10,2% und Polen mit +9,7%. Leichte Zugewinne gab es auch bei den Österreichern mit 7,4%. Ein leichtes Minus (-0,5%) ist auf dem deutschen Markt zu verzeichnen.

## Kalenderjahr 2019:

Nach einer erfolgreichen Winter- und Sommerbilanz schloss die Region Villach das Kalenderjahr 2019 mit 2.834.493 Nächtigungen (+3,2%) und 742.851 Gästeankünften (+3,4%) ab. 2019 war für die Region Villach seit der Gründung das erfolgreichste Jahr an Nächtigungen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag 1998 noch bei 5,8 Tagen, 2019 nur mehr bei 3,8 Tagen.



Weitere Statistiken finden Sie unter  
[www.region-villach.plus/berichte-statistik](http://www.region-villach.plus/berichte-statistik)



Entwicklung der Bettenanzahl im Sommer und Winter 2006-2019

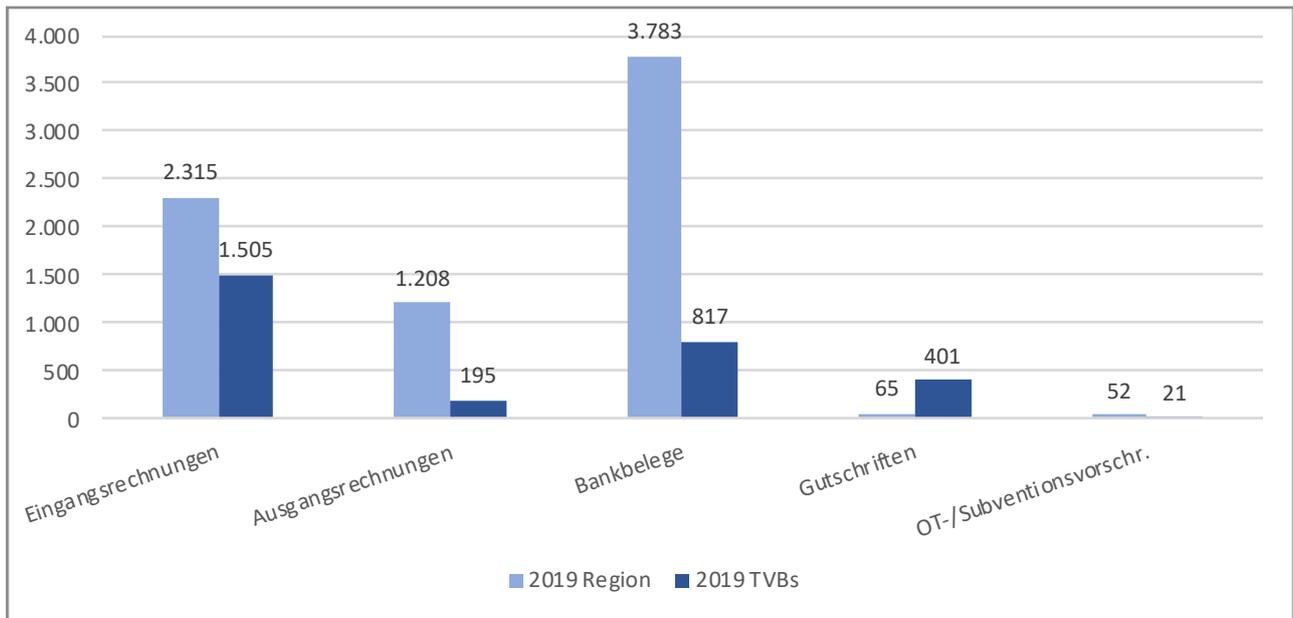
# FINANZEN

Durchschnittlich wurden Rechnungen/Vorschreibungen von den Kunden in 23,19 Tagen an die Region Villach beglichen. Rechnungen der Lieferanten wurden von der Region Villach durchschnittlich in 23,34 Tagen bezahlt.

Als entgeltliche Dienstleistung wurde auch 2019 das gesamte Rechnungswesen, der im Jahr 2019 vier bestehenden

Tourismusverbände (Gesamt-Volumen ca. € 3,6 Mio.) über die Region Villach Tourismus GmbH abgewickelt.

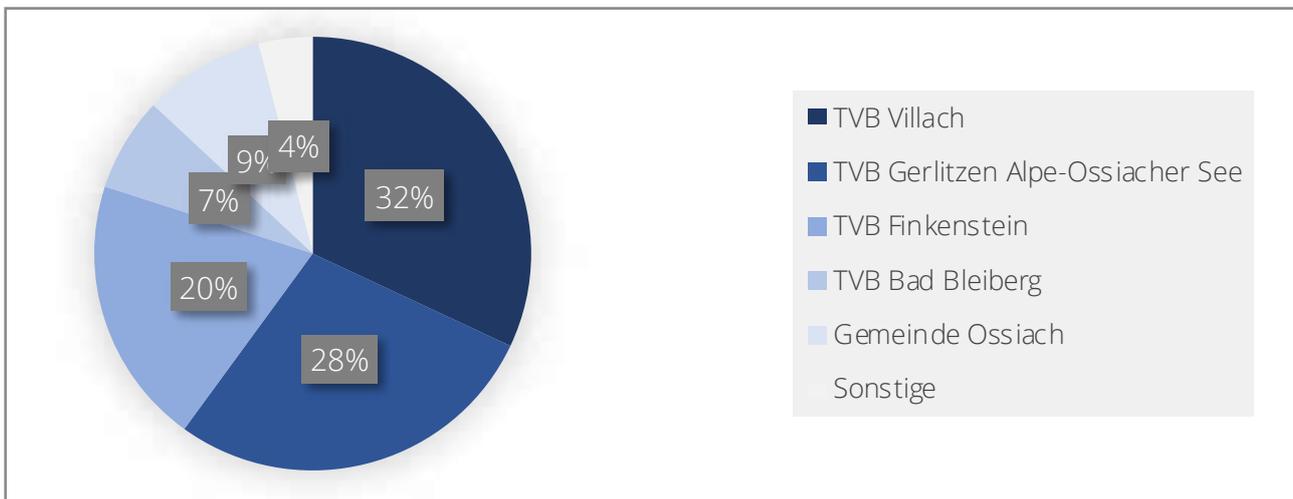
2019 wurde erstmals das Rechnungswesen der 2018 gegründeten Bikepark Gerlitzen GmbH unentgeltlich über die Region Villach Tourismus GmbH abgewickelt.



Buchungsaufwand im Jahr 2019

## 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)

# ERLEBNISRAUM MANAGEMENT

## „Basisqualität verbessern und trotzdem große Projekte stemmen“

**Dies bleibt die große Herausforderung für die nächsten Jahre. Alle Gästebefragungen und unser Beschwerdemanagement zeigen auf, dass hier Kärnten insgesamt noch Aufholbedarf hat. Daher ist der Ansatz der Region und der TVBs weiterhin richtig, zu Lasten der Kosten für Kommunikation, genau in diesen Bereich zu investieren.**

Hierbei konzentrieren wir uns auf die Themenfelder:

- Wandern und Bergerlebnisse
- Fahrradfahren, derzeit mit dem Schwerpunkt Mountainbike

und ferner:

- Bewegung
- Wasser
- Kultur-Genuss
- Winter
- Alpe-Adria-Stadterlebnis

### Basisqualität verbessern

Neben dem Monitoring von derzeit 283 km Wanderwegen gilt es auch die Themenwege zu warten, schließlich erfreuen sie sich höchster Beliebtheit. Fuchsfährte, Wouron auf der Spur, die Finsterbach-Wasserfälle, der Slow Trail im Bleistätter Moor nennen wir hier als Beispiele.

Eine standardisierte Wegbeschilderung und Markierungen nach dem Kärntner Bergwegekonzept kommen bei allen gut an, es gilt aber auch die Tourenportale zu pflegen, wie z.B. Outdooractive. Die besten Inhalte finden Sie übrigens immer noch auf unserer Website [www.visitvillach.at](http://www.visitvillach.at) und in der Regions-App.

Beim Thema Radfahren und vor allem Radwege müssen wir in puncto Infrastruktur auf das Land und die Gemeinden verweisen. Wir wirken hier immer mehr auf Qualitätssicherung hin, denn die Bedeutung und auch die Nutzungen durch Einheimische und Gäste nehmen stark zu. Diesen Rückenwind sollten wir nutzen, aber wir möchten darauf hinweisen, dass die Aufgabe des Baus und Erhalts nicht beim Tourismus liegt!

### Konzentration auf Mountainbiken – lake.bike

2022 wird die Region Villach – Faaker See – Ossiacher See zu den fünf führenden Mountainbike-Regionen in Österreich gehören, vor allem im Bereich der Familien.

2019 wurde der Flowgartner Trail, Lowgartner Trail, Connector Trail und der Latschacher Trail Sektion 1 und 2 eröffnet. Besucher sind mit diesen Trails mehr als nur zufrieden und überaus begeistert. Auch die erwartete Besucherfrequenz wurde deutlich übertroffen. Nun heißt es „dran bleiben“ und fleißig weiter arbeiten und investieren.

Hierzu wird 2020 aller Voraussicht nach mit dem Bau des schwarzen Trails von der Gerlitzen Alpe begonnen. Weitere konkrete Trailbauten sind in Finkenstein geplant, ferner in den Ossiacher Tauern. Auch in Drobollach wird rund um das Strandbad entwickelt.



Lowgartner Trail am Faaker See

### Wandern bleibt wichtig

Wandern in allen Facetten ist nach wie vor eine der beliebtesten Aktivitäten unserer Gäste und daher eines unserer wichtigsten Themenfelder.

Daher wurden viele in den letzten Jahren begonnene Projekte weiterentwickelt und/oder zum Abschluß gebracht. So auch das Interreg Alpe Adria Karavanke/Karawanken (SIAT46) Projekt. (Errichtung der 6 Startplätze und die Ausstattung mit der Entwicklung der 4 Etappen am Panoramaweg Südalpen). Auf der TourNatur Düsseldorf und f.re.e München wurde das Projekt präsentiert und zwei Journalistenreisen wurden durchgeführt. Der Panoramaweg Südalpen wurde über die Trail Angels online buchbar gemacht, eine Arge aus den vier Regionen betreut und vermarktet diesen chancenreichen Fernwanderweg.

Projektiert wurde auch die Bewegungsarena Treffen – Bodensdorf – Steindorf.

### Slow Trails

Drei weitere Slow Trails sind derzeit in der Region absehbar: Afritzer See, Wernberg und Faaker See. Damit werden in Kärnten insgesamt zehn solcher entschleunigter Wege entstehen – perfekt in die Zeit passend und in der Summe überregional vermarktbar.

### Öffentliche Seezugänge

Das Strandbad Drobollach konnte bereits 2019 in einen öffentlichen Seezugang umgewandelt werden. Es kostet keinen Eintritt mehr, lediglich mit dem PKW anreisende Gäste zahlen Parkgebühren. Schon jetzt zeigt sich, wie sehr der ganzjährige Zugang genossen wird. Die Stadt Villach wird mit Unterstützung des TVB Villach und der Region im Jahr 2020 massiv an der Qualität arbeiten.

Im Strandbad Bodensdorf sind es nur noch wenige Schritte bis zum Baubeginn.

Im Vergleich zu den häufig doch etwas kleinen Seezugängen sind dies wahrlich Leuchtturmprojekte.

### Der neue Kaiserhof in Annenheim

Offiziell darf sich die Neugestaltung der Seepromenade rund um das entstehende neue Hotelprojekt Kaiserhof (früher Aichelberghof) übrigens Leuchtturmprojekt nennen. Diese Einreichung konnte bei der neuen Förderung von Tourismuslandesrat Sebastian Schuschnig sehr erfolgreich abschneiden.

Die Berg-See-Verbindung ist als einmalig in Österreich zu bezeichnen. In unserer Region treffen sich die Ossiacher See Schifffahrt, die ÖBB mit den S-Bahnen, Bus- und Autoverkehr und die Gerlitzen-Kanzelbahn.

### Zweites Schiff auf dem Ossiacher See

Unter anderem mit Förderung des TVB Gerlitzen Alpe - Ossiacher See, der Gemeinde Ossiach und der Region konnte die Übersiedelung der MS Landskron von der Drauf auf den Ossiacher See möglich gemacht werden. Der Dank hierfür gilt der Familie Nageler, auch in der Hoffnung, dass bald wieder ein modernes Schiff auf der Drauf fahren wird.

Das zweite Schiff am Ossiacher See ist nicht nur für Ausflugsfahrten, sondern auch als attraktives Verkehrsmittel

zu den vielen Ausflugszielen um den See, und ferner auch für Sonderveranstaltungen eine große Bereicherung!

### Großer Erfolg des Naturpark Dobratsch

Der Dobratsch wird immer beliebter bei Gästen und Einheimischen, was eine intensive Debatte über den Autoverkehr ausgelöst hat. Die Position der Region ist eindeutig: Eine ganzjährige Maut sollte einen ganzjährigen attraktiven Shuttle-Verkehr finanzieren können. Ansonsten sind andere Produkte im Naturpark in die Auslage zu stellen, wie die buchbaren Etappen des Dobratsch Rundwanderweges, oder andere Bereiche in der Region mit den Erfolgsfaktoren des Naturparks zu entwickeln.

### Weiterentwicklung Winter

Neben der „Wertschöpfungsmaschine“ Skitourismus bleibt es eine große Aufgabe auf die sanfteren Winteraktivitäten zu setzen. Nach wie vor halten wir eine beschneite Rodelbahn auf der Gerlitzten für wichtig und haben hier finanzielle Zusagen getroffen. Dies gilt auch für die schneesichere Erschließung der dortigen Beherbergungsbetriebe.

Winterwandern mit und ohne Schnee wird immer mehr angenommen – hier warten weitere Aufgaben auf alle Stakeholder um das Winterwandern zu einem qualitativen und sicheren Produkt zu machen.

Die von uns mit „Man- und Womanpower“ unterstützte Winter-Kärnten-Card läuft immer besser – sowohl von den Verkaufszahlen, aber auch von den Nutzungen.

## Erlebnis CARD 2019

**44.182**  
ausgegebene  
Erlebnis CARDS

**13.775**  
Teilnehmer  
am CARD Angebot  
(Programm und  
Sommerbusse)

**248**  
Ausgabebetriebe

**7.494**  
Teilnehmer am  
CARD Programm  
(ohne Sommerbusse)



**TOP:**  
Radbusse,  
Schnupperklettern,  
Zitrusgarten,  
Jungfischerkurse,  
KärntenTherme,  
SUP & Kajak,  
Erlebniswanderungen

**FLOP:**  
Radbus Rosental,  
Nostalgiebus,  
Spirituelles Wandern,  
Klosterführung

## Weiterentwicklung der Erlebnis CARD

Nach fünf Jahren Erlebnis CARD wurde im Herbst 2019 eine umfangreiche Analyse des Programmes sowie intensive Gespräche mit Betrieben, Regionsvorständen und Mitarbeitern in Workshops, Kleingruppen und mit Einzelpersonen durchgeführt. Außerdem wurde ein Feedbackbogen von allen Guides und einigen Rezeptionsmitarbeitern der Beherbergungsbetriebe ausgefüllt.

Neben genauen Statistiken und Zahlen zum Programm, der Kartenausgabe und Nutzung der letzten Jahre, konnten viele Ideen für die neue Programmgestaltung gesammelt sowie die Stärken und Schwächen des Programmes diskutiert werden. Einige der erarbeiteten Ergebnisse können bereits im Programm 2020 umgesetzt werden.

Grundsätzlich war von allen Teilnehmern und Befragten das Feedback zur Card sehr positiv. Stärken sind vor allem die hochwertigen und innovativen Produkte, das neue Anmeldetool sowie die Thermo.

Schwächen sind u.a. die Kapazitätsprobleme im Sommer bzw. Überkapazität im Frühling und Herbst und die geringe Teilnahme der Betriebe.

Folgende Ziele konnten für die nächsten Jahre definiert werden:

- Stärkung und Verlängerung der Schultersaisonen
- Sommer reduzieren und massenfähiger machen
- Wanderungen/Programm mit Erlebnischarakter
- Ausbau Schlechtwetterangebot
- Ausbau Familienangebot
- Mitarbeiterkarte
- Betriebe schulen und Anreizsysteme für Mitarbeiter schaffen
- Digitalisierung der Card
- Ausbau Mobilität
- Winter CARD
- Card zur Kundenbindung einsetzen

# 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 Fernsehteams. Jede Woche ein Signal an die Presse und fast täglich ein erfolgreicher Niederschlag in einem bearbeiteten Medium, ist das Ziel.

Seit mehreren Jahren werden die einzelnen Kanäle der Region und Leitprodukte auf den sozialen Netzwerken mitbetreut. Das stetige Posten diverser Inhalte auf Facebook und Instagram lässt die Fanzahlen, trotz sehr geringem

Budgeteinsatz, weiter steigen. Auch SEA wurde dieses Jahr zum ersten Mal aktiv angewandt, zum Teil selbstständig, aber auch mit Agenturen.

Die Kooperationen mit der Kärnten Werbung und anderen Betrieben sorgen für einen saubere Performance im SEO-Bereich.

Den detaillierten Marketingplan finden Sie unter [www.region-villach.plus/berichte-statistik](http://www.region-villach.plus/berichte-statistik)

ca. **35**  
Printeinschaltungen  
und Anzeigen

## 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 und die Märkte besser und vor allem konsequenter bearbeitet werden. Vor allem bei großen Kampagnen im Sommer und Winter setzt die Region sehr intensiv auf solche Kooperationen. Teilweise ist hier auch die Beteiligung durch regionale Betriebe möglich, vor allem bei den anfrage- und buchungsorientierten Online-Kampagnen.

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

Neben den großen Partner-Kampagnen mit KW und ÖW gibt es auch weitere Zusammenschlüsse zu bestimmten Themen wie beispielsweise für den **Advent** (mit ATRIO, Stadtmarketing, ThermenResort, TVB Villach), **„Urlaub**

**am See“ (UaS)** - die 5-Seenregionen Kärntens bewerben gemeinsam den Frühling, Sommer und Herbst zu den Themen Kärntner SlowTrails, Genussrad (Kärntner Seenschleife) und **Familie**. Die Markt-Schwerpunkte sind hier D, CZ und NL und neben den klassischen Kampagnen stehen hier auch gemeinsame Presseaktivitäten und die ständige, innovative Weiterentwicklung der Marke im Vordergrund.

Die Zielmärkte spiegeln sehr stark die Statistik-ergebnisse auf Seite 5 wider. Die beiden wichtigsten Märkte sind vor allem Österreich und Deutschland. Außerdem spielen im Winter die CEE-Märkte eine wichtige Rolle und im Sommer die Niederlande, vor allem im Campingbereich. Weitere wichtige Märkte waren 2019 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  
Radio Spots mrd und jump  
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  
KW Hamburg Flughafenkampagne  
ganzjährig div. print und online Medien: Geo Bayern, Tambiente ...

### NIEDERLANDE:

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

### TSSCHECHIEN:

KW Winter-Kampagne  
ÖW Sommer-Kampagne (UaS)  
Alpin Media

### ÖSTERREICH:

KW Winter (Ski Alpin) Online-Kampagne  
Advent: Hüttenpatronanz Villach und KW  
Kronehit und Ö3 Winter-Radiospots  
KW & ÖBB Citylight-Kampagne Frühjahr  
KW Sommer (Familie) Online-Kampagne  
HüttenKult - Herbst-Kampagne  
Aktionstage Wien: Schönbrunn  
ganzjährig div. print und online Medien:  
der Standard, sport aktiv...

### POLEN:

KW Winter Medienbeileger

### SCHWEIZ:

ÖW Sommer- und Winter-Kampagne Familie

### UNGARN:

KW Winter Print-Kampagne  
ÖW Winter Online-Kampagne  
KW Winter Medienbeileger

### ITALIEN:

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

### KROATIEN, SLOWENIEN:

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

Übersicht der größeren  
Marketingkampagnen  
Winter 2018/2019, Frühling,  
Sommer, Herbst 2019

# HÜTTENKULT

Seit 2017 ist der **HÜTTENKULT** mit seiner Kombination aus Wandern und Kulinarik fester Bestandteil der Herbstbewerbung der Region. Neu dabei war 2019 auch eine slowenische Hütte: Die Koča v Krnici komplettiert nun den Alpe-Adria-Aspekt des **HÜTTENKULTs**.

Ab Mai wurde der Stempel-Sammelpass (viersprachig) verteilt, mit dem auch im Sommer für den Herbst geworben wird. Ab Mitte August gab es wieder das umfangreiche Booklet mit Geschichten rund um die teilnehmenden Hütten, die Kulinarik und Tourenvorschlägen.

Mit einem großen Auftakt wurde am 1. September dann die **HÜTTENKULT**-Saison bei der Dreiländereck Hütte offiziell eröffnet. Im Rahmen des Erlebnis CARD-Herbstgenuss-Programmes wurden drei geführte **HÜTTENKULT**-Wanderungen inkl. Kulinarik angeboten.



HüttenKult Saisonauftakt



HüttenKult



KüchenKult

## KÜCHENKULT

Der **KÜCHENKULT** ist das kulinarische Steckpferd der Region. Über zehn verlässliche und qualitativ hochwertige Partner repräsentieren die Region kulinarisch in nunmehr allen Zielmärkten.

Die ersten größeren Schritte in Richtung Reiseveranstalter wurden gemacht und werden nunmehr intensiviert und erste kulinarische Urlaubspakete geschnürt. Diese Verkaufsoffensive wird zunehmend intensiviert und ausgebaut. Als Highlights können durchwegs fast alle **KÜCHENKULT**-Veranstaltungen bezeichnet werden. Nur zwei Veranstaltungen mussten aufgrund zu geringer Buchungen abgesagt werden. Die im Jahre 2019 veranstaltete LANGE TAFEL musste erstmals witterungsbedingt im CCV gedeckt werden, was der Stimmung und dem Erfolg aber keinen Schaden zufügte.

## Angebotsgruppen

Die Region ist Partner bei mehreren Angebotsgruppen zu bestimmten Themen wie beispielsweise: Radreisen Kärnten, die ARGES der Kärnten Werbung Motorradland, Camping, Golf, Alpe-Adria-Trail und Naturerleben.

## Merchandising & Werbemittel

Neben den jährlichen Produktionen wie Sommer- und Wintererlebnislandkarte, Freizeitplaner, Erlebnis CARD Programm und Radbusfolder wurden heuer erstmals die Pocketfolder lake.bike Map produziert. Außerdem neu: Camping Broschüre, e-bike-Flyer Bad Bleiberg, Finsterbach Folder, KüchenKult-Booklet, Neuauflage Gerlitzen Alpe Karte, Liegestühle, Bandanas (4x), HüttenKult Jausenbrett, Schlüsselanhänger, Trinkflaschen und Filztaschen etc.

### NEU 2019: lake.bike MAP & ONSTRAMPLN

Aufgrund der Erweiterung der MTB-Infrastruktur und Eröffnung der neuen Trails wurde 2019 einmalig die Veranstaltung lake.bike ONSTRAMPLN am Baumgartnerhof durchgeführt. Dort wurden bereits die neuen MTB-Faltkarten lake.bike MAP ausgehändigt, welche neben den Trails auch Touren und allgemeine Radinfos präsentiert.



## Magische Momente

**Winter 2018/19:** Kärntenweit 11 einzigartige Naturerlebnis-Programme – schutzgebietsgeprüft „Ein Winter im Naturpark – unplugged“ (Freitag 21.12.2018 – 01.03.2019, Guide: Ulrike Knely; 11 Termine mit 75 Teilnehmern).

**Sommer 2019:** Entdeckungstouren durch ausgesuchte, geschützte Naturparadiese. Bei der Programmgestaltung wurde besonders auf die schützenswerte Natur- und Tierwelt Rücksicht genommen. Alle dargestellten Programme finden in Premiulandschaften mit anerkanntem (Schutz-)Status statt und sind auf ihre Verträglichkeit mit dem jeweiligen Schutzstatus geprüft. Bei der Gestaltung der Programme wird somit auf die besonders schützenswerte Natur- und Tierwelt Rücksicht genommen. Der Magische Momente Folder Sommer 2020 wurde in einer Auflage von 25.000 Stück produziert. Gebucht werden konnten in ganz Kärnten 20 Tagesprogramme in 12 Schutzgebieten. Innerhalb der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See wurde die **Kanutour in die Schütt** (Dienstag, 18.06. bis 01.10.2019; Guide: Jürgen Steinbrenner, 16 Termine mit 152 Teilnehmern) sowie erstmals das **Kulturpicknick im geschichtsträchtigen Nötsch im Gailtal** (Donnerstag, 04.07. bis 05.09.2019, Guide: Johann Abuja, 10 Termine mit 3 Teilnehmern) angeboten.

## 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. 59 Messeauftritte und -aktionen in 8 Ländern umgesetzt (12 eigene Auftritte, 11 Prospektaufgaben bzw. div. Kooperationen und 36 Mal vertreten durch die Kärnten Werbung zu den Themenschwerpunkten Camping, Motorrad und Golf).

33

Einzelrecherchen  
aus 10 Nationen

59

Messeaktionen (inkl.  
Kooperationen) mit ca.

23.000

verteilten Prospekten

8

Pressefahrten  
aus 4 Nationen

Teilnahme an

5

Pressekonferenzen,  
Workshops und  
Redaktionstouren

35

Presseaussendungen

ca. 100

Presseanfragen

10

TV-Drehs  
aus 4 Nationen



Die Kärnten-Delegation auf der CMT Stuttgart 2019

## CMT Stuttgart 2019: Kärnten als Partnerland im Bereich Camping & Caravanning

Großer Auftritt der Kärnten Werbung und der Hauptpartnerregion Villach – Faaker See – Ossiacher See auf der Messe CMT Stuttgart im Jänner 2019. Mit ca. 250.000 Besucherinnen und Besuchern, 2.200 Ausstellerinnen und Ausstellern und über 1.300 akkreditierten Journalistinnen und Journalisten ist die CMT Stuttgart die weltweit größte Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit. Kärnten präsentierte sich erstmals als exklusives Partnerland im Segment Camping & Caravanning und wurde dabei tatkräftig durch unsere Region unterstützt. Die Messe fand vom 12. bis 20. Jänner 2019 statt.

Schwungvoll auf Kärnten eingestimmt wurden im Rahmen der Eröffnung am ersten Messewochenende die Messebesucher von der Villacher Bauerngman und kulinarisch mit regionalen Spezialitäten aus der Kärntner

Alpen Adria Küche verwöhnt. Der Kärnten Auftritt wurde von der Kärntnermilch mit „Bio Wiesen Milch“-Produkten, der Firma Friess mit Kärntner Schinken- und Wurstspezialitäten, Villacher Bier mit Brau- und Limonadespezialitäten sowie der Kaffeerösterei „Kaffeemacher“ aus der Draustadt mitgetragen. Als Gastropartner beim Messeauftritt in Stuttgart fungiert Wildfang Marketing & Events aus Villach.

Ebenfalls als Aussteller vor Ort aus unserer Region vertreten, waren der Seecamping Berghof und Camping Anderwald.

### Ein paar Zahlen und Fakten zum Sonderauftritt:

9 Messetage, ca. 12.000 Gäste am (Gastro)-Stand, 8.595 ausgegebenen Kaffeeportionen, 409 Print-Veröffentlichungen, 92 Online-Beiträge, 14 Nennungen im TV und im Rundfunk und eine Gesamt-Reichweite aller PR-Beiträge von 67 Millionen!

# VERKAUFSFÖRDERUNG

Das Convention Bureau Villach und die Abteilung Gruppenreisen - mit Thomas Melcher und Ramona Bacher besetzt - hat im Jahr 2019 zunehmend im Bereich Incoming Schritte gesetzt, um die Region Villach Reiseveranstaltern in den Zielmärkten schmackhaft zu machen. So wurden aktiv Pauschalpakete und Programme erstellt und im Zuge von Verkaufsveranstaltungen und -touren präsentiert. Erste Erfolge konnten vor allem auf neuen Zielmärkten wie Großbritannien oder Serbien verbucht werden. Dieser Bereich wird zunehmend gestärkt und Kooperationen mit Leistungserbringern in der Region wie auch Vertriebspartnern in den Zielmärkten werden vertieft.

## Convention & MICE

Auch 2019 wurden über das Convention Bureau Villach (CBV) insgesamt acht Kongresse und Tagungen direkt abgewickelt. Vom 7.-9.10.2019 fand mit der Bundesfachtagung der österreichischen Landesbeamten und 594 Nächtigungen die größte Tagung im Congress Center Villach statt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer war zwei Tage. Daneben wurden Veranstalter bei zahlreichen kleineren Tagungen und Veranstaltungen unterstützt und beraten. Der über das CBV abgewickelte Nächtigungsumsatz beläuft sich auf € 125.436,-, der reine Provisionserlös € 10.282,91.

Das CBV konnte als zentrale Anlaufstelle für Kongress- und Incentiveveranstalter bzw. -agenturen gestärkt werden. Das CBV fungiert im Wesentlichen als DMC und wickelt Hotelreservierungen ab, organisiert Rahmenprogramme und ergänzende lokale Infrastruktur. Vor allem die Akquisetätigkeiten konnten 2019 gesteigert werden. So wurden neben den Veranstaltungen, die im Rahmen der KÄRNTEN CONVENTION abgehalten wurden, weitere Verkaufsveranstaltungen und -touren in Deutschland, Slowenien und Kroatien sowie in Italien besucht werden.

Im Jahr 2019 wurde auch die KÄRNTEN CONVENTION NEU aus der Taufe gehoben. Gemeinsam mit den Regionen Wörthersee und Klagenfurt sowie der Kärnten Werbung

1.321

Nächtigungen  
im Kongress-  
bereich\*

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

€ 129.101

gebuchter  
Nächtigungsumsatz  
in der Region\*

8

Kongresse mit

626

Teilnehmern/Ankünften\*

€ 31.500

Provisionserlöse  
im Bereich  
Gruppenreisen

konnte die gemeinsame Vermarktung der MICE-Destination Kärnten umgehend in Angriff genommen werden. Neben der Erstellung von entsprechenden Content und Programmen, der Erstellung des Tagungs-, Incentive- und Gastgeberportfolios wurden in Folge umgehend 4 Famtrips, 3 Salesmissionen und 4 Salestouren umgesetzt.

So konnten bereits im ersten Jahr entsprechende Verkaufserfolge erzielt werden und z.B. eine Mountainbike-Fachtagung im Herbst 2020 für Villach gewonnen werden. Hier wird allein eine Gesamtwertschöpfung von fast € 400.000,- erwartet. Die Basis für eine erfolgreiche Bewerbung der MICE-Destination Region Villach konnte 2019 geschaffen werden, darauf aufbauend ist das Jahr 2020 nun das erste Jahr welches im vollen Umfang für den Verkauf in den neuen Strukturen genutzt wird.

## Gruppenreisen & Busgruppen

Ab Herbst/ Winter 2018/19 konnten die durch die personellen Veränderungen in der Abteilung Sales, Incoming & MICE die Verkaufsaktivitäten wieder verstärkt werden und bilden sich vor allem in den Geschäftsperioden Ende 2019 und 2020 fortfolgend bereits ab. 2019 wurden Salestouren nach Italien, Deutschland, Benelux und diverse CEE-Staaten unternommen. Dabei zeigte sich vor allem im Osten - und hier ganz besonders in Polen und Tschechien - ein großes Interesse an der Region Villach, sowohl im Sommer als auch im Winter. Hier sei erwähnt, dass der Umsatz an Mehrtageesskipässen, vertrieben durch die Region Villach Tourismus GmbH um 102% und so mehr als verdoppelt werden konnte. Es wurden ebenso die Verkaufswshops in Budapest, Prag und Warschau besucht. Zusätzlich wurde die Messe RDA Köln besucht, welche allerdings kein Erfolg - weder für Villach noch die anderen Aussteller - war. Der Grund liegt an der zeitlichen Verankerung der Messe wie auch der Konzeption und Einladungspolitik. In Summe konnte im Zuge aller genannten Veranstaltungen mit knapp

unter 200 Reiseveranstaltern Kontakt geknüpft und gepflegt werden. Die Neustrukturierung und die Digitalisierung der Abteilung schreiten weiter voran, Abwicklungsprozesse konnten angepasst werden und werden weiter vereinfacht. Im Geschäftsjahr 2019 konnte der Gesamtumsatz im Vergleich zu 2018 im Wesentlichen gehalten werden. Die Provisionserlöse betragen rund € 30.000,- bei nunmehr steigender Zahl von Einzelbuchungen. Angestrebt ist es, diese Kennzahlen weiter zu steigern und vor allem die Wertschöpfung in der Region im Bereich der Gruppenreisen zu heben. Das gelingt bereits insofern, als das der Umsatz der Programme gesteigert werden kann als auch der Nächtigungsumsatz pro Einheit gesteigert werden konnte, hier vor allem in den historisch preissensiblen Märkten in Osteuropa.

Die angesetzten Maßnahmen entfalten weiter ihre Wirkung und es ist in beiden Bereichen kurzfristig mit einem gesunden Wachstum zu rechnen.

# Reservierungssystem

Mit dem Informations- und Reservierungssystem der Region Villach wurden im Backoffice-Bereich 2.442 Prospektanfragen, 2.483 Angebotsanfragen für Anfragepool und 2.812 online buchbare Angebote erstellt. Erfreulicher Anstieg an Buchungen über das Feratel Buchungswidget auf Betriebswebsites plus 35,22%. Der Gast möchte sofort und einfach buchen können.

Immer mehr Betriebe wechseln auf das in der Handhabung einfache elektronische Meldewesen von Feratel, über welches auch die Karte für das attraktive Angebot der Erlebnis CARD der Region ausgestellt werden kann.

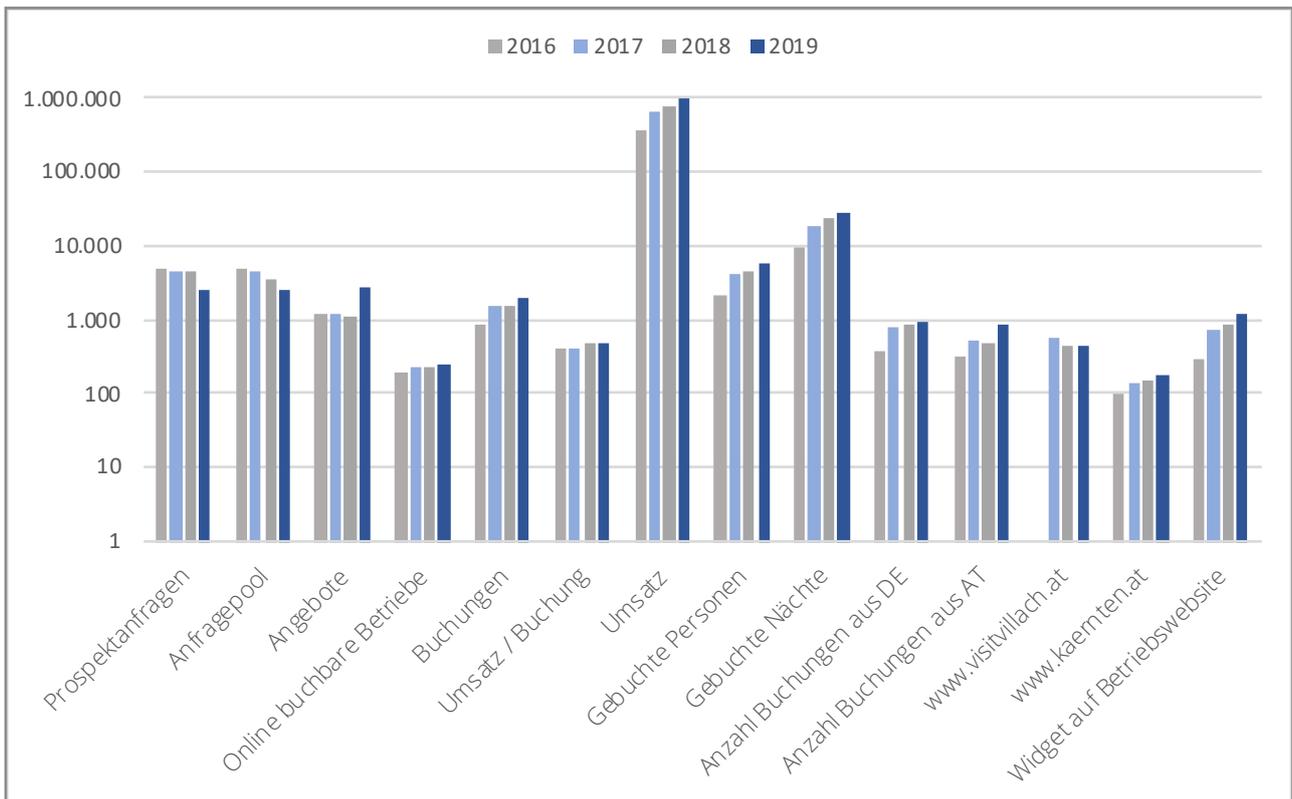
Alle Unterkunfts-kategorien profitieren und werden online gebucht – vom Privatzimmer, Ferienhaus, Bauernhof, Hotel. Auffallend gerne wird die Kategorie Camping wie auch Mobile Homes gebucht.

Auch eine vermehrte Nachfrage an Unterkünften „Urlaub mit Hund“ ist festzustellen – leider ist hier teilweise ein unzureichendes Angebot seitens der Betriebe vorhanden.



## Fakten

- Rückgang an Prospektanfragen – diese werden nur mehr gezielt nachgefragt
- Rückgang an Anfragen für den Anfragepool – der Gast möchte sofort und unkompliziert buchen, der Gast ist sensibler mit dem Umgang seiner Daten geworden
- Buchungen über Feratel Buchungswidget auf Betriebswebsites plus 35,22%
- Umsatzstärkste Monate Juni, Juli und August
- Tendenz zu Kurzaufenthalten von 1 bis 3 Tagen (Nachfrage an günstigen Übernachtungsmöglichkeiten für 1 Nacht mit anschließender Weiterfahrt oder auch Übernachtungsmöglichkeit für Weitwanderweg Alpe-Adria-Trail nimmt zu)
- Forcierung der Direktbuchung auf Betriebswebseiten beibehalten
- Eigene Webseite kritisch betrachten, da diese nach wie vor das wichtigste Verkaufsinstrument der Unterkünfte ist - kostenloses Feratel Buchungswidget einbauen und wichtige buchungsfördernde Faktoren wie besten Preis, flexible Gestaltung von Storno- und Zahlungsbedingungen und darauf achten eigene Preise durch Portal nie unterbieten lassen
- Online Buchbarkeit auf Regionswebseiten bringt Vorteile wie z.B. Buchungen um 0% Provision, Anfragen zu erzielen, direkte Kontaktaufnahme durch Gast (Telefon), Besuch auf der eigene Betriebswebseite oder auch direkte Vermittlung durch Tourismusbüromitarbeiter zu erhalten
- Lokale Suche und Google My Business pflegen - einfache und kostenlose Variante Sichtbarkeit zu erhöhen



Entwicklung im Deskline-Reservierungssystem 2016-2019

# DIGITALISIERUNG

## 2019 – ein Jahr voller Veränderungen und Rekorde

### Neuer Webauftritt – www.visitvillach.at

Mit dem Jahreswechsel wurde die erste Version des neuen Online-Auftritts der Region Villach - Faaker See - Ossiacher See für Gäste freigeschaltet. Damit erfolgte der Startschuss für die laufende Digitalisierung aller touristisch relevanten Inhalte aus der Region und darüber hinaus. Der Relaunch der Regions-Webseite macht erstmals das neue Datenmanagement- und Verkaufssystem der Region für Außenstehende sichtbar.

Die veraltete Optik und Technik von www.region-villach.at wird durch einen top-modernen, schlanken und vor allem auf die touristischen Erfordernisse angepassten Webauftritt ersetzt. Großes Augenmerk wurde bei der Umsetzung auf Bedienerfreundlichkeit und vor allem optimierte und einzigartige Inhalte gelegt.

Das Herzstück der neuen Onlinepräsenz liegt allerdings hinter dem Sichtbaren. Die Webseite wird direkt vom neuen "touristischen Datenhub", dem DataCycle, gespeist. Hier wurde in den vergangenen Monaten eine Vielzahl vorhandener und neuer Inhalte (Texte, Medien, Daten) erstmals gesichtet, überarbeitet, optimiert und systematisch abgelegt. Gleichzeitig ermöglicht der DataCycle die direkte Nutzung aktueller Inhalte von Plattformen wie Feratel Deskline, Outdooractive, Bergfex und der Kärnten Eventdatenbank. Damit wird der Webauftritt automatisiert mit den aktuellsten Daten aus der Region gespeist. Dies ermöglicht eine verhältnismäßig einfache laufende Aktualisierung und eine ständige, systematische Erweiterung der Seite. Ziel ist die laufende Weiterentwicklung des Webauftritts zur führenden Informationsquelle für alle touristischen Anfragen.

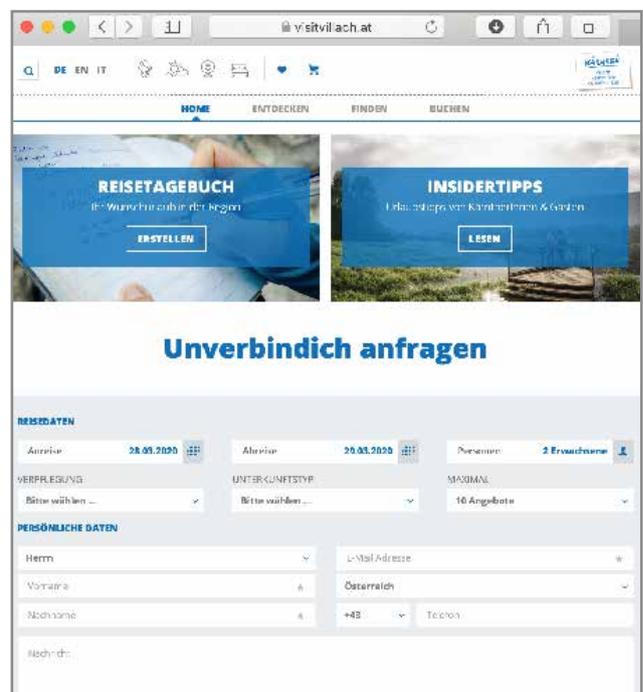
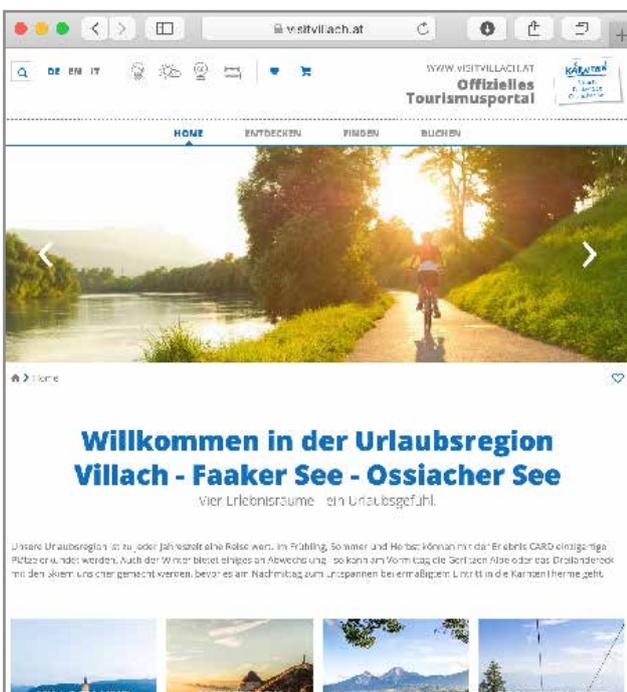
In Kombination mit einem umfassenden Webshop-System für regionale Zusatzangebote (Veranstaltungstickets, Serviceleistungen, etc.) und einer benutzerfreundlichen Buchungstrecke für alle Feratel-Angebote soll die neue Webseite zu einer relevanten Alternative zu den vorherrschenden Buchungsportalen werden.

Neben dem Schwerpunkt auf den Verkauf, bieten der DataCycle und die neue Webseite vor allem folgende Vorteile:

- Datensicherung Feratel/Outdooractive ("Daten besitzen")
- "Neue Produkte" der Erlebnisräume werden besser präsentiert
- Synergieeffekte bei der Nutzung von Inhalten (Drucksorten, etc.)
- Weniger Fehler & aktuellere Daten
- Optimierte Inhalte (SEO)
- Datenstrukturierung
- Effizienzsteigerung (Schnittstellen)
- Quantitative & qualitative Steigerung (Traffic)
- Strukturierte Daten sind „zeitlose“ Basis für zukünftige Erneuerungen

Mit der Umstellung auf den neuen Webauftritt erfolgt auch die Einführung einer neuen zentralen Domain für die Online-Präsenz. Die Nutzung des globalen Standards "Visit" für touristische Webseiten soll die internationale Ausrichtung des Webauftritts unterstreichen. Dem überregionalen Anspruch wird auch durch umfassende mehrsprachige Inhalte der Webseite Rechnung getragen.

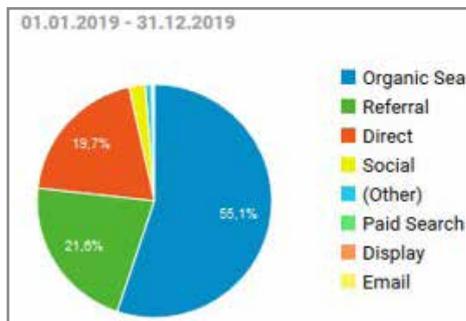
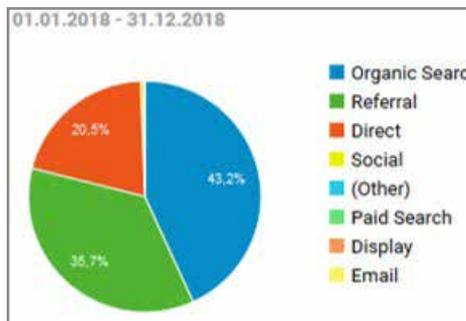
Der Onlinegang erfolgte am 24. Januar 2019.



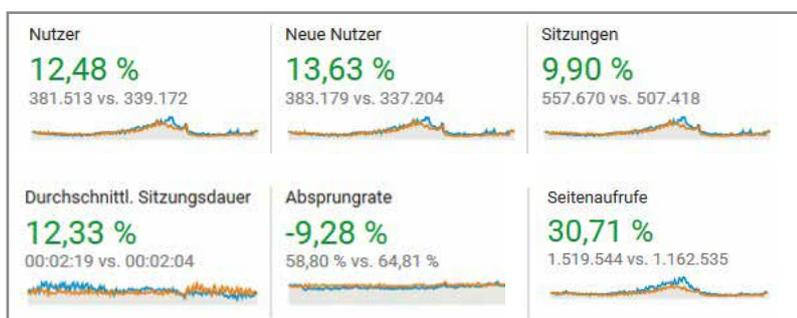
# Statistiken | Vergleich 2018 / 2019

Quelle: Google Analytics

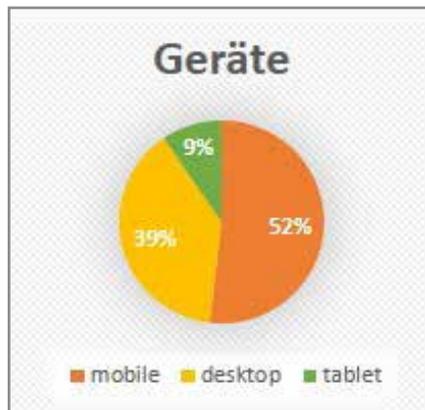
## Akquisition



## Zielgruppenübersicht



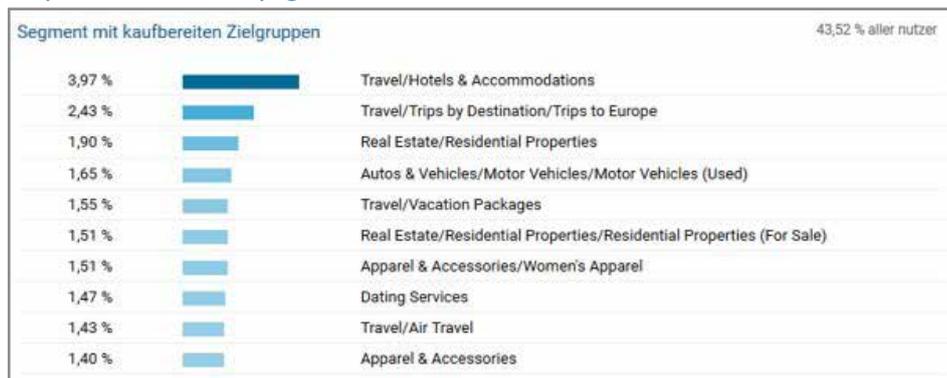
## Geräte



## Interessensübersicht – Kaufbereite Zielgruppen

1. ■ schneemenschen19	Partnerkampagnen / Inserate
2. ■ winterurlaub_traffic	facebook / facebookads
3. ■ Winterurlaub   Region Villach	google / cpc
4. ■ Familienurlaub   Inspiration	google / cpc
5. ■ KärntenBahn	Instagram / Inserate
6. ■ Familienurlaub Region Villach   Suchen & Buchen	google / cpc
7. ■ bikeweek_landingpage	Landingpages / Angebotsteaser
8. ■ Herbsturlaub   Webseite	google / cpc
9. ■ ÖW_Schweiz	Partnerkampagnen / Inserate
10. ■ KW_skialpin_19	Landingpages / Angebotsteaser

## Akquisition durch Kampagnen



# Weitere neue Webauftritte

## Online Verkaufsförderung dank Webshop [www.shop.visitvillach.at](http://www.shop.visitvillach.at)

Eine großartige Bilanz können wir bei unserem neu eingeführten Webshop ziehen. Neben Tickets für Regionsveranstaltungen (KÜCHENKULT, King of Kanzi, Winterwanderungen) können seit 2019 auch Merchandising-Artikel und Gutscheine sowie Tickets von Partnern (Kinosommer Villach, Ossiacher See Schifffahrt) erworben werden. So wurden im ersten Jahr bereits 638 Online-Bestellungen für 1.573 Artikel mit einem Umsatz von € 19.687,- verzeichnet.

Die Top 3 Quellen, welche zum Webshop verlinkt haben:

1. visitvillach.at
2. m.facebook.com
3. kinosommervillach.at

## Neuer Webauftritt – [www.kingofkanzi.at](http://www.kingofkanzi.at)

Die Landingpage für das Kletterfestival King of Kanzi wurde als erste an die neue Datenarchitektur angepasst. Was bedeutet, dass sowohl die Artikel, als auch alle Bilder aus der zentralen Content-Drehscheibe DataCycle kommen. Außerdem können Betriebspauschalen (sofern vorhanden) direkt auf der Webseite dargestellt werden. Die Integration des Ticketsystems macht eine direkte Anbindung der Veranstaltungstickets auf der Landingpage möglich. Dadurch konnten nachweislich Gäste aus Deutschland (Tübingen, Essen, München), Niederösterreich, Tirol und Kärnten online Tickets kaufen und eine passende Unterkunft buchen.

Insgesamt konnte die Webseite 6.627 Seitenaufrufe mit einer durchschnittlichen Sitzungsdauer von 1 Minute und 10 Sekunden verzeichnen. (Zahlen vom 26.02.2019-31.12.2019)

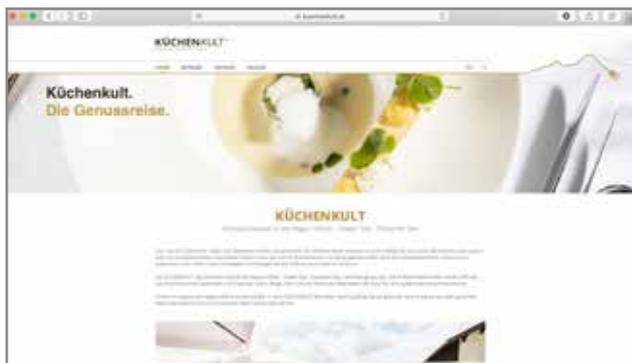
Der Onlinegang erfolgte am 26. Februar 2019.

## Neuer Webauftritt – [www.kuechenkult.at](http://www.kuechenkult.at)

In Anlehnung an den Relaunch des Webauftritts der Region, wurde auch die kuechenkult.at erneuert. Neben einem neuen Design lag der Fokus einerseits auf einer responsiven Darstellung, sodass diese auch via Smartphone und Tablet vollumfänglich dargestellt wird und andererseits auf der Anbindung an DataCycle. Wie auch bei der Hauptseite (visitvillach.at) wird die kuechenkult.at mit Medien und Texten aus der zentralen Content-Drehscheibe befüllt. Zusätzlich wurde eine Koppelung an den Webshop der Region Villach geschaffen, welche einen Direktverkauf von Veranstaltungstickets ermöglicht. Zusätzlich können - dank der Live-Schnittstelle zu feratel - Nächtigungspauschalen der Partnerbetriebe nahtlos eingebunden werden.

Insgesamt konnte die Webseite 5.874 Seitenaufrufe mit einer durchschnittlichen Sitzungsdauer von 1 Minute und 44 Sekunden verzeichnen. (Zahlen vom 15.03.2019-31.12.2019)

Der Onlinegang erfolgte am 15. März 2019.



Neuer Webauftritt KüchenKult

## Neuer Webauftritt – [www.bikeweek.at](http://www.bikeweek.at)

Die European Bike Week zählt zu einer der größten Veranstaltungen in unserer Tourismusregion. Umso wichtiger war es, eine zentrale Informationsplattform zu schaffen. Aus diesem Grund haben wir eine eigene Landingpage gebaut. Auch hier kommen allen Daten zentralisiert aus DataCycle. Neben Informationen zur Veranstaltung (Busfahrpläne, Lageplan, Konzerte, und vieles mehr) findet der Gast auch Informationen über die Region, Beherbergungsbetriebe und Ausflugsziele. Nachdem über das feratel System nicht genügend Unterkünfte freigemeldet wurden, gab es erstmals auch die Möglichkeit, auf der Landingpage über booking.com nach einem passenden Angebot zu suchen. Hier möchten wir Sie nochmals bitten, dass Sie die Verfügbarkeiten rechtzeitig einstellen und die Mindestaufenthalte so gering wie möglich halten.

Der Onlinegang erfolgte am 18. Juni 2019.

## Neuer Webauftritt – [www.lake.bike](http://www.lake.bike)

Auch die lake.bike Webseite wurde in Anlehnung an die visitvillach.at erneuert. Mit dem Relaunch gab es zwei besondere Neuheiten: die interaktive Tourenkarten sowie die Integration des Webshops für den Verkauf von Produkten und Tickets. Zusätzlich haben wir nun auch Google Analytics eingebunden und können somit unsere Zielgruppe und ihr Verhalten noch besser kennenlernen. Selbstverständlich dient auch hier im Hintergrund DataCycle als Content-Datenbank für Artikel, Touren und Medien. Weiteres ist die Landingpage zweisprachig erstellt worden (Deutsch und Englisch).

Der Onlinegang erfolgte am 17. September 2019.

## Neuer Webauftritt – [www.connect.visitvillach.at](http://www.connect.visitvillach.at)

Um eine zentralisierte Informationsplattform zur An- und Abreise bieten zu können wurde die connect.visitvillach.at erstellt. Hier findet der Gast alle Informationen zur Mobilität vor Ort (wie z.B. Bahnhofshuttle, Sommerbusse, ÖBB Scotty,...) sowie zur Anreise (Flüge, Verkehrsservice bei Anreise mit dem Auto, Bahnanbindungen). Die Seite ist auf Deutsch, Englisch und Italienisch verfügbar.

Der Onlinegang erfolgte am 06. Juni 2019.

## Neuer Webauftritt – [www.region-villach.plus](http://www.region-villach.plus)

Auch das Vermietenportal region-villach.plus wurde neu aufgesetzt. Dadurch hat sich die Seitenladezeit deutlich verbessert und die Navigation für Vermieter vereinfacht.

Der Onlinegang erfolgte am 21. November 2019.

Subdomains für Zielgruppen / Spezielle Interessen:

- [booking.visitvillach.at](http://booking.visitvillach.at) - englische Buchungsseite
- [buchen.visitvillach.at](http://buchen.visitvillach.at) - deutsche Buchungsseite
- [camping.visitvillach.at](http://camping.visitvillach.at) - Camping
- [card.visitvillach.at](http://card.visitvillach.at) - Erlebnis CARD
- [events.visitvillach.at](http://events.visitvillach.at) - Veranstaltungen
- [familie.visitvillach.at](http://familie.visitvillach.at) - Familienurlaub
- [gruppen.visitvillach.at](http://gruppen.visitvillach.at) - Gruppenreisen
- [qualitaet.visitvillach.at](http://qualitaet.visitvillach.at) - Qualitätssiegel
- [winter.visitvillach.at](http://winter.visitvillach.at) - Winterurlaub
- [skiundspa.visitvillach.at](http://skiundspa.visitvillach.at) - Ski und Therme Kombiticket

# Adlervideo: 360 Grad Regionsvideo

**Weltweit einzigartig – Adler präsentieren ihre Heimat aus der Flugperspektive!**

**Filme, aufgenommen von fliegenden Adlern, kennt man. Dass Adler ihr eigenes Heimat-Flugrevier präsentieren, gelang nun in der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See international zum ersten Mal.**

„Mit Adlern, die in der Adler Arena auf Burg Landskron geboren wurden und in der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See fliegen gelernt haben, einen Film zu machen, ist die Grundidee, die unserem neuesten Regionsfilm zugrunde liegt. Dabei zeigen die Könige der Lüfte ihre Heimat aus ihrer so besonderen Perspektive und geben dem Betrachter das Gefühl mitzufiegen“, zeigt sich Georg Overs, Geschäftsführer der Tourismusregion Villach – Faaker See – Ossiacher See begeistert.  
Video: <https://youtu.be/yt3UjCYsDdk>

**Adler Arena auf Burg Landskron – enorme Expertise für Adler-Flugaufnahmen.**

„Wir sind froh und stolz, mit der Adler Arena und in Person von ‚Adler-Vater‘ Franz Schüttelkopf, enorme Expertise, auch was das Training der Adler für Flugaufnahmen betrifft, bei uns in der Region zu haben“, betont Regionsgeschäftsführer Overs. In enger Zusammenarbeit mit Falkner Franz Schüttelkopf und dem Villacher Videoproduzenten Martin Hofmann wurde das Projekt Adlerfilm der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See entwickelt und umgesetzt.

„Die zwei Adler Fritzi und Bruno fliegen für unsere Aufnahmen mit jeweils einer GoPro Fusion 360°-Kamera, die sensationelle Aufnahmen von den Flügen liefert. Dabei sind es die Adler selbst, die, durch die Wahl ihrer Flugrouten, Regie führten. Sicher ist uns zu gute gekommen, dass Fritzi und Bruno in ihrer gewohnten Umgebung, im ihnen bestens bekannten Heimatrevier, geflogen sind“, erzählt Produzent Martin Hofmann. „Die Adler sind es gewohnt, mit Ausgangspunkt Burg Landskron, in der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See zu fliegen. Sie hatten beim Filmen ihre Gaudi. Ist doch dieses zwanglose Fliegen für sie das Normalste der Welt und die Mini-Kameras stellen keinerlei Belastung dar“ berichtet Falkner Franz Schüttelkopf von den Dreharbeiten. „Das filmische Ergebnis ist einmalig und lebt auch von den durch die Adler ermöglichten unberechenbaren Details“, freut sich die Projektverantwortliche Kathrin Kranabether.

**Majestätisches Gleiten & die Region zu vier Jahreszeiten.**

Es ist dieses sanfte und doch dynamische Gleiten, die Kombination aus luftigem Ausblick und unreal wirkenden, ganz nahen Teilen der Flügel und des Kopfs des Adlers, die diesen tierischen Aufnahmen einen so besonderen Charakter geben. Oder wenn man sich so fühlt, als würde man am Rücken des Adlers sitzen und gemeinsam mit ihm durch Äste hinunter auf den Faaker See blicken, ehe er abhebt und knapp über Baumwipfel hinweg zielgerichtet Richtung See fliegt, um uns dann doch mit einem kleinen Schwenk Richtung felsig-monumentalem Mittagkogel im Süden blicken zu lassen. Die Region Villach – Faaker See – Ossiacher See wird zu allen vier Jahreszeiten anhand der vier Erlebnisräume – Stadt Villach samt Umgebung, Naturpark Dobratsch, Faaker See und Gerlitzen Alpe & Ossiacher See – bunt und vielfältig präsentiert. Die beeindruckenden Aufnahmen können als klassische Videos und als 360-Grad-Filme genossen werden.

**Über das Filmen aus der Adler-Perspektive.** „Seit wir ab 2011 mit unseren Adlern an der Warner Bros. Filmproduktion ‚Wie Brüder im Wind‘ mitgearbeitet haben, wissen wir, welche besondere Filmsequenzen uns die Adler schenken, wenn sie

mit einer Mini-Kamera, die sie gar nicht wirklich spüren, frei und unbeeinflusst fliegen können“, erzählt Franz Schüttelkopf von der Adler Arena auf Burg Landskron. „Für ‚Wie Brüder im Wind‘ hat das Fraunhofer Institut in München eine Mini-Kamera entwickelt, die der Adler nicht wirklich spürt und mit der er ganz normal fliegen kann. Entscheidend ist, dass sich für das Tier alles normal anfühlt und das Tragen der Mini-Kamera keinerlei Stress für die Adler bedeutet. Erfahrung bezüglich dieser ‚Rucksack-Systeme‘ gibt es aus dem Monitoring von Greifvögeln mit Minisendern zum Zweck von Wissenschaft und Forschung“, berichtet der Falkner von den Anfängen.

„Die leichte Kamera beeinflusst das Flugverhalten nicht. Zumal es Adler in freier Wildbahn gewöhnt sich, große Lasten zu transportieren. Sie können ausgewachsene Murmeltiere, Schneehasen oder Reh- bzw. Gamskitze zum Horst liefern“, weiß der Falkner. „Entscheidend ist, dass der Adler die Kamera so akzeptiert, als wäre sie ein Teil von ihm. Würde ihn die Kamera irritieren, dann würde er nicht fliegen und sich bemühen, sie los zu werden“, beschreibt Schüttelkopf die Herausforderung.

**Film aus der Adler-Perspektive – Teil des Pilotprojekts**

**„Digitalisierung im Tourismus“\***. Das spektakuläre Filmprojekt mit den Aufnahmen aus der Adler-Perspektive der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See ist Teil des „Pilotprojekts zur Digitalisierung im Tourismus“. Das Projekt wurde im Herbst 2017 gestartet und, als eines von sieben österreichweiten Leuchtturmprojekten zum Thema „Digitalen Wandel gestalten“, von der ÖHT ausgezeichnet und mit Unterstützung von Bund und Europäischer Union gefördert\*.

**\* Förderungsprojekt Prämierte Leuchtturmprojekte 2017 – „Digitalen Wandel gestalten“. Förderungsgeber: ÖHT – Österreichische Hotel- & Tourismusbank mit Unterstützung von Bund und Europäischer Union.**

Das Video wurde im Zuge des Ö3 Weihnachtswunders am 20. Dezember 2019 präsentiert. Franz Schüttelkopf konnte mit Adler Alexander ins Studio und die Urlaubsregion sowie das Video vorstellen. Die Moderatoren haben im Zuge dessen das Video mit einer VR-Brille angesehen.



Adler zu Besuch beim Ö3-Weihnachtswunder

Ein paar Fakten:

- 52 Drehtage
- 16 Darsteller
- 4 Jahreszeiten
- 4 Erlebnisräume (Faaker See, Ossiacher See, Naturpark Dobratsch & Villach)
- 2 Warner Bros Stars (Bruno & Fritzi)
- 1 Region
- 17.047 YouTube Aufrufe in 11 Tagen (nur Adlervideo)
- 130.000 erreichte Personen auf Facebook, 735 Mal geteilt, 4.542 Reaktionen

# VR Station Sattendorf

Pilotprojekt in der Tourismusinfo Sattendorf.

Der Einsatz von VR-Brillen in der Tourismusinformatio n läuft seit Mai 2019 im Tourismusbüro in Sattendorf am Ossiacher See und ist Teil des „Pilotprojekts zur Digitalisierung im Tourismus“.

Das Projekt wurde im Herbst 2017 gestartet und als eines von sieben österreichweiten Leuchtturmprojekten zum Thema „Digitalen Wandel gestalten“ von der ÖHT ausgezeichnet und mit Unterstützung von Bund und Europäischer Union gefördert.



VR Brille in Sattendorf

# Social Media (Facebook & Instagram)

Die Region Villach Tourismus GmbH hat im vergangenen Geschäftsjahr den Fokus auf die beiden Plattformen Facebook und Instagram gelegt. Selbstverständlich gibt es aber auch Inhalte auf YouTube und Pinterest.

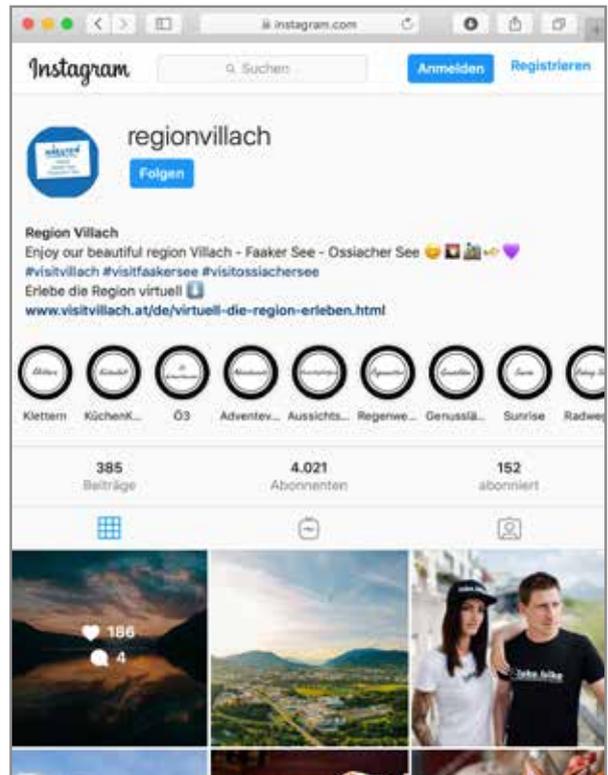
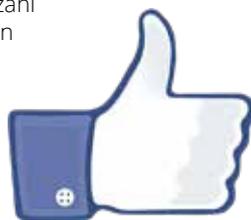
## www.facebook.com/regionvillach

Facebook „Gefällt mir“ Angaben 1.1.2019: 21.889  
 Facebook „Gefällt mir“ Angaben 31.12.2019: 25.176  
 Anzahl der Seitenbeiträge: 326  
 Durchschnittliche Reichweite: 26.095

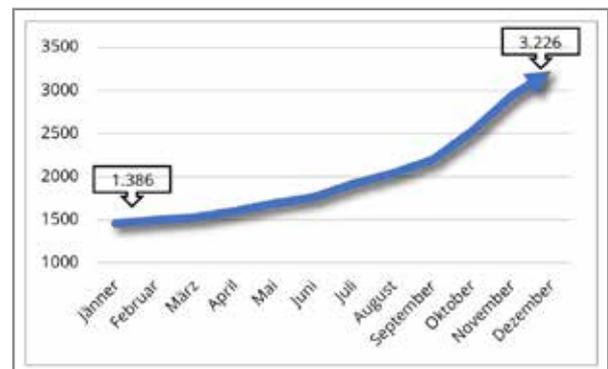
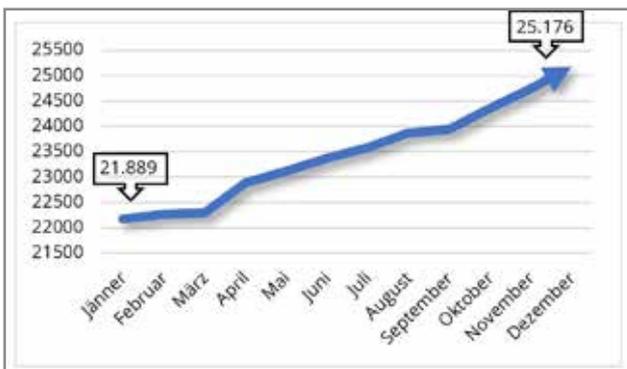
## www.instagram.com/regionvillach

Instagram Abonnenten 1.1.2019: 1.386  
 Instagram Abonnenten 31.12.2019: 3.226  
 Anzahl der Seitenbeiträge: 162  
 Erreichte „Gefällt mir“ Insgesamt: 16.100

Durch tägliche Postings, die Nutzung der Story-Funktion, die Interaktion mit unseren Followern (Kommentieren und Liken von Bildern, Reposten von Bildern der Follower, Reaktionen auf Privatnachrichten) und Gewinnspiele, konnten wir unsere Abonnentenanzahl auf Instagram um 1.840 Abonnenten erhöhen.



Instagram Seite der Region Villach



# QUALITÄT & COACHING

Mit der Tourismus Qualitätsinitiative Kärnten wurde ein sehr wichtiges Projekt auch 2019 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 Mag. Stefan Domenig, MAS.

Mit Ende 2019 gibt es bereits 58 Betriebe mit Kärntner Qualitätssiegel in unserer Region. Diese werden im Rahmen der Online-Buchbarkeit vorgeeicht, deren MitarbeiterInnen erhalten kostenlos Schulungen vor Ort und die Betriebe werden in allen Werbemitteln besonders hervorgehoben.

Im Jahr 2019 wurden über 120 Betriebe in der Region von Stefan Domenig im Rahmen von persönlichen Beratungen betreut. Zusätzlich wurden über 50 gewerbliche Betriebe im Rahmen des Schulungsprojekts „Insider“ kontaktiert und auf Kosten der Region und gefördert vom KWF beraten. Dabei wurde besonderer Fokus auf die Online-Buchbarkeit, das Thema des Channel Managements sowie Tipps für den operativen Alltag gelegt. Zusätzlich wurde die Informationsvermittlung weiter intensiv vorangetrieben. Darunter fällt:

- der monatliche Regionsnewsletter
- das Tourismusnetzwerk #VillachPlus auf Facebook
- die Befüllung der komplett neu gestalteten B2B Seite [www.region-villach.plus](http://www.region-villach.plus)
- die zweimal jährlich erscheinende Zeitschrift Gas(T) geber\_in wird an 1.349 Empfänger/innen versendet

Besonders stolz sind wir darauf, dass wir auch 2019 mit der Kärntner Tourismusschule und der Fachberufsschule in Villach-Warmbad im Rahmen der Schulungen & Services kooperieren. Im Schulungsjahr 2019/2020 werden die Schulungen in der KTS und in der FBS abgehalten. Dadurch bringt die Region aktuelles Praxiswissen in die beiden Schulen und die UnternehmerInnen in Kontakt mit den Schülern/innen.



42

Schulungsabos wurden für das Schulungsjahr 2019/2020 verkauft

54

bearbeitete Reklamationen von Gästen und Einheimischen

## Feedback von den Betrieben zu den Beratungen

Wie gut fühlen Sie sich nun zu den Angeboten der Region und aktuellen touristischen Themen und Möglichkeiten informiert?

4,95/5 Punkten (Optimum: 5 Punkte)  
112 Bewertungen

Hat der Coach es geschafft Sie zu motivieren und zu begeistern?

4,96/5 Punkten (Optimum: 5 Punkte)  
111 Bewertungen

Wie beurteilen Sie die Zusammenarbeit mit dem Tourismus-Coach?

4,97/5 Punkten (Optimum: 5 Punkte)  
113 Bewertungen

# TOURISMUSTAG 2019

Über 250 Personen nahmen am Tourismustag am 9. Mai 2019 im Congress Center Villach teil. Der Abend stand unter dem Motto „Plan T – Masterplan im Tourismus“.

Frau Sektionschefin Mag. Ulrike Rauch-Keschmann vom Bundesministerium für Nachhaltigkeit & Tourismus, Sektion Tourismus und Regionalpolitik erläuterte den Prozess zum Masterplan und den Weg zur nachhaltigsten Tourismusdestination der Welt. Am Nachmittag konnten sich Interessierte bereits in 2 Blöcken von 4 Kurzvorträgen à 5 Minuten - Aktuelle Themen (Fördermöglichkeiten für Gewerbebetriebe; Wie entsteht ein Slow Food Village?; Flirten mit dem Gast; Wie können Betriebe von For Forest profitieren?) sowie regionalen Angeboten (Aktuelle Projekte der Region; Wanderer als Zielgruppe; Die neuen Bike-Trails; Wie nutze ich als Betrieb die Angebote der Region?) informieren. Als Moderatorin fungierte Frau MMag. Birgit Morelli. Begleitend fand wieder eine Hausmesse mit interessanten Firmen und Partnern statt.

Mit der Einladung war man auch 2019 wieder zur kärntenweiten Hin- und Rückfahrt zum Tourismustag mit Bus und S-Bahn berechtigt.



Tourismustag 2019

# TOURISTISCHE MOBILITÄTSZENTRALE KÄRNTEN



Entschleunigung im Urlaub als Gegenbewegung zum schnellebigen Alltag. Ruhe, Umwelt, Gesundheit und Nachhaltigkeit sind die Prämissen des Gastes von heute – das Natur-Aktive Erlebnis. Gleichzeitig haben mehr als 50% der Menschen in Ballungsräumen keinen privaten PKW und größtenteils auch keinen Führerschein mehr. Das sind die Herausforderungen, auf die Destinationen, die auch in Zukunft für eine Natur-Aktive Gästeschicht aus Ballungsräumen (wie Wien, Stuttgart, München oder Berlin) attraktiv bleiben wollen, konsequent reagieren müssen. Neben attraktiven Naturerlebnisangeboten in der Destination selbst, geht es dabei zu allererst aber darum, den Grundstein, also die Basisinfrastruktur aufzubauen, die den veränderten Anforderungen und Bedürfnissen dieser Gästeschichten entspricht – Mobilität.

Die Touristische Mobilitätszentrale wurde deshalb in Kooperation von 8 Tourismusregionen (Lead Region Villach), dem Land Kärnten und der Kärnten Werbung ins Leben gerufen, um als einheitliche Dachmarke auf die Trends und Herausforderungen im Bereich Mobilität zu reagieren. Mit 1.1.2020 wird die geplante Erweiterung auf 10 Tourismusregionen umgesetzt.

Neben der seit 2016 bestehenden Sommer-Co-Branding-Kampagne mit der Deutschen Bahn, mit dem Ziel die Bahnreise aus Deutschland zu verbessern, bahnaffine Menschen zu Kärnten Urlaubern zu machen und Kärnten als die sanft mobile Urlaubsdestination zu positionieren, ist es auch erstmals gelungen, eine Winter-Co-Branding-Kampagne mit der Deutschen Bahn aufzusetzen.

Es zeigt sich, dass der eingeschlagene Weg hin zur sanft mobilen Urlaubsdestination neben der medialen Aufmerksamkeit (VCÖ-Mobilitätspreis Hauptgewinn 2017, Gewinn Österreichischer Innovationspreis 2018, zahlreiche Presseberichte etc.) auch von den Gästen nachgefragt wird.

Über 24.000 transportierte Gäste kärntenweit seit Start im Juni 2016 und eine Steigerung von über 6,5% bei den Anreisen mit der Bahn aus Deutschland nach Kärnten (Juli 2018 – Juli 2019) zeigen dies eindrucksvoll.

Um die Servicequalität für Gäste und Betriebe ständig zu verbessern, wird laufend an der Verbesserung des Services gearbeitet. So wird das Service Bahnhof-Shuttle Kärnten ab Februar 2020 von Montag bis Freitag von 08:00 Uhr bis 16:00 Uhr (werktags) auch telefonisch unter der Hotline +43 4242 42000 24 buchbar sein. Zusätzlich wird an der Integration des Shuttles in den ÖBB Ticket-Shop gearbeitet, um den Online-Buchungsvorgang für Bahn und Bahnhof-Shuttle Kärnten ab Frühjahr 2020 zu vereinfachen bzw. zusammenzufassen.

Um Kärnten als sanft mobile Urlaubsdestination zu positionieren, bedarf es jedoch nicht nur der Schließung der Last Mile und guten Kampagnen, sondern auch der stetigen Verbesserung der Mobilität abseits des privaten PKWs vor Ort. Die Region Villach in Kooperation mit dem Land Kärnten, dem Verkehrsverbund und auch den regionalen Transportunternehmen hat dies als Schwerpunkt-Ausrichtung ausgegeben.

Die Region Villach leistet mit dem Ausbau der Sommerbusse (Faaker See und Ossiacher See), den Eventbussen (European Bike Week, Kirchtag) sowie mit der Unterstützung der Skibusse und dem E-Bike-Verleih-System Kärnten rent-e-bike ihren konkreten Beitrag.

Shuttle

Stressfrei  
in den Urlaub

Mit dem Bahnhof-Shuttle bequem  
in Ihre Unterkunft oder zu einem  
der Top-Ausflugsziele Kärntens!

[www.bahnhofshuttle.at](http://www.bahnhofshuttle.at)



Bahnhofshuttle

# 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 den nächsten Seiten berichten die Verbände über ihre erfolgreiche Arbeit.



Gerhard Stroitz  
TVB Villach



Michaela Tiefenbacher  
TVB Finkenstein



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



Monika Hausmann  
TVB Bad Bleiberg

## Tourismusverband Villach

### Über 40.000 persönliche Gästekontakte

In den Tourismusinformatoren Villach und Drobollach sowie beim Radbutler am Drauradweg berieten insgesamt zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter exakt 40.668 Gäste persönlich. 5.368 Sommer Kärnten Cards wurden ausgestellt.

### Egger Marterl: Qualitätsoffensive

Das Egger Marterl zählt zu den beliebtesten Fotomotiven Kärntens. Die Grünanlage beim Bildstock wurde neu angelegt. Die in die Jahre gekommene Sitzgarnitur wurde durch eine Tannenholz-Garnitur erneuert. Der Platz erhielt einen mehrsprachigen Magic-Point und weist auf den Alpe-Adria-Trail hin.



Alles neu beim Egger Marterl: Vorsitzender Gerhard Stroitz testet die neue Sitzgarnitur.



Interaktiver Stadtrundgang: Die beliebte City Tour Villach wurde ausgebaut und aufgewertet.

### City Tour Villach wurde viersprachig

Der beliebte digitale Spaziergang durch Villach wurde um zwei Standorte und um die Alpen-Adria-Sprachen Italienisch und Slowenisch erweitert. Insgesamt 128 Audio- und Videodateien zu Stadtgeschichte, Festen, Kultur und Architektur können mit dem Smartphone in Sekundenschnelle und kostenlos abgerufen werden.

### Neue Wander- und Tourenstartplätze

Rund um den See wurden insgesamt sechs neue Wander- und Tourenstartplätze aus Holz und Stahl errichtet. Zwei der neuen Ausgangspunkte für Wanderungen und Radtouren (Kulturhaus Drobollach, Kohlstattstraße) befinden sich im Verbandsgebiet. Alle Startpunkte wurden mit übersichtlichen Panoramatafeln ausgestattet.

### Neues Brettspiel begeistert

Auf Initiative des Tourismusverbandes Villach brachte der Annenheimer Spieleentwickler „Mandulis“ gemeinsam mit der Region Villach Tourismus GmbH, mit der Stadt Villach und über 30 Ausflugszielen ein in vier Sprachen gehaltenes Würfelspiel auf den Markt, bei dem die Region spielerisch erkundet werden kann.

### Über 3.000 Gäste beim Kinosommer

Der beliebte Kinosommer Villach im Innenhof der Musikschule wurde erstmals im Erlebnis Card Programm angeboten. Der Kinosommer – Intendant Mag. Fritz Hock – erreichte im August mit 3.028 Gästen einen Besucherrekord. Die sechs Termine des Freiluftkinos Drobollach besuchten über 400 Cineasten.

### Beliebt: Aktion „Thermengutschein“

Der Tourismusverband Villach verteilte an Gäste jener Beherbergungsbetriebe, die im Winter geöffnet haben, Zwei-Stunden-Gratiseintrittskarten für die KärntenTherme. Der Gutschein galt für einen Abendeintritt an Donnerstagen und Samstagen.

### Sechs neue Themenführungen

Neben den bewährten Stadtrundgängen starteten erstmals die Führungen „Vom Brillenschaf zum Brillenmuseum“, „Genusstadt Villach“, „Die Drau oder Drava“, „Besser g´und und reich“ und „Villachs Innenhöfe“. Erstmals wurden im Advent Kinderstadtführungen angeboten. Über 2.100 Personen nahmen an den Führungen teil.

# Tourismusverband Finkenstein am Faaker See

## Erfolgsgekröntes Eröffnungswochenende: ZWEI NEUE MOUNTAINBIKE-TRAILS IN DEN KARAWANKEN!

Ende Mai wurde auf den ehemaligen Schipisten der Baumgartnerhöhe im Rahmen des ersten Mountainbike Festivals am Faaker See auf gut kärntnerisch die Saison „ONGSTRAMPLT“ und die neuen Trails feierlich eröffnet. Mindestens 2.300 Besucher testeten die neue Infrastruktur bereits am ersten Wochenende.

## Neue Trails mit Blick auf den Faaker See

Ganz neu gestaltete, naturnah und harmonisch in die Nordhänge der Karawanken eingebettete Bergabfahrten, so genannte Flowtrails für Kids, Anfänger und Profis, locken immer mehr Mountainbike Freunde an den Faaker See. „Die internationale Bikerszene ist schon auf uns aufmerksam geworden und etabliert sich mittlerweile bereits zu einer nächtigungsrelevanten Gästegruppe, die nun bei uns nahezu ganzjährig Top-Routen in zunehmender Zahl vorfinden wird“, unterstreicht Georg Overs, Geschäftsführer der Tourismusregion Villach – Faaker See – Ossiacher See.

## Einen Gang höher geschaltet – Biken im ehemaligen Schigebiet!

Bei der Entwicklung neuer Mountainbike-Angebote schalteten Tourismusregion, Tourismusverbände und Gemeinden jetzt noch einen Gang höher. Seit 2017 wurde das Angebot in den Karawanken mit insgesamt sechs neuen Strecken in sehr hoher Qualität erheblich erweitert. Im Vorjahr entstanden auf der Baumgartnerhöhe zwei neue Enduro-Trails.

Gesamtinvestition: € 320.00,-. Ein großer Teil der Investitionen wird über Landesförderungen und EU-Fördermittel finanziert. „Touristiker, Gemeinden und Grundeigentümer arbeiteten hier eng zusammen – nur gemeinsam können wir erfolgreich sein“, betont die Obfrau des Tourismusverbandes Finkenstein am Faaker See, Michaela Tiefenbacher.

## Fertigstellung der Wander- und Tourenplätze

Im abgelaufenen Jahr wurde auch der letzte Tourenstartplatz am Kanzianiberg realisiert. Es laden nun insgesamt sechs schöne Rast- und Informationsplätze in der Region zum Verweilen ein.

## Mobilität während der European Bike Week ausgeweitet

In der European Bike Week verkehrte heuer erstmals ein Shuttlebus auch zu den Beherbergungsbetrieben Richtung Finkenstein, welcher vom TVB mitfinanziert wurde, und in den kommenden Jahren fix in das Mobilitäts-Angebot aufgenommen werden soll.

## Skibusse und Gratisskifahren für Gästekinder

Der Tourismusverband finanzierte in der Wintersaison 2019/20 wieder zwei attraktive Mobilitätsangebote mit. Je ein Skibus bringt Wintersportler bequem vom Faaker See direkt zur Talstation Dreiländereck und zur Gerlitzten Kanzelbahn nach Annenheim. Gepaart mit dem neuen Angebot des Gratisskifahren für Gästekinder auf dem Dreiländereck konnte in der Wintersaison ein starkes positives Zeichen in Richtung Ganzjahrestourismus gesetzt werden.



Feierlich eröffnet: Die neuen Trails auf der Baumgartnerhöhe  
V.l.n.r.: Sebastian Schuschnig, Cody Ferris-Heath, Hubert Baumgartner, Michaela Tiefenbacher, Christine Sitter, Hannes Hassler, Andreas Holzer, Christian Poglitsch, Michaela Baumgartner

# Tourismusverband Gerlitzten Alpe - Ossiacher See

Im TVB Gerlitzten Alpe – Ossiacher See bedienen 13 MitarbeiterInnen an vier Standorten rund 31.000 Gäste. Neben den ganzjährig besetzten Tourismusinformationen in Sattendorf und Bodensdorf, werden zur Sommersaison noch zusätzlich das Pilz Museum und das Domenig Steinhaus bespielt, um ein zusätzliches Angebot für unsere Gäste zu schaffen.

## Neues aus dem Pilz Museum

Nach der erfolgreichen Modernisierung des Museums (Beschilderung mit QR-Codes, neuer Webauftritt), fanden unter dem Motto „Es war einmal... ein Sonntagsmärchen“ im Pilz Museum jeden Sonntag im Juli und August Märchenstunden statt. Für Kinder bis 12 Jahre war der Eintritt

frei! Die Märchenstunden konnte aber auch kostenlos mit der Kärnten Card besucht werden. Der TVB blickt auf ein erfolgreiches Betriebsjahr zurück.

## Domenig Steinhaus

Auch im Sommer 2019 ermöglichte eine Kooperation zwischen dem Tourismusverband Gerlitzten Alpe – Ossiacher See und dem Architekturhaus Kärnten, das Domenig Steinhaus täglich für interessierte Besucher zu öffnen. Neben der Nutzung als Infopoint für unsere Gäste, fanden im Steinhaus auch Veranstaltungen, wie ein Jazz Konzert des Tonc Feinig Trios und eine Aufführung des Ensembles des Porcia Theaterwagens statt. Das Domenig Steinhaus soll zukünftig noch stärker als Veranstaltungsort genutzt werden.

### Ein weiteres Schiff für den Ossiacher See

Ab 2020 fährt die MS Landskron als Unterstützung der MS Ossiach auf dem Ossiacher See. Zusammen werden die beiden Schiffe das Angebot des Charter- und Linienverkehrs verstärken. Die Verlegung der MS Landskron wurde vom TVB finanziell unterstützt.

### Neubau der Brücke am Finsterbach

Die bereits in die Jahre gekommene Brücke zum 2. Wasserfall am Finsterbach wurde noch rechtzeitig vor Beginn der Sommersaison erneuert. Die Brücke konnte nur mit dem Helikopter zu ihrem Bestimmungsort gebracht werden. Im Zuge des Neubaus führte man auch umfangreiche Felsicherungsarbeiten durch.

### Downhill-Strecke Gerlitzen

Im November 2019 beschloss der Vorstand die erste Mountainbike Downhill-Strecke von der Kanzelhöhe bis ins Tal. Die anspruchsvolle Strecke wird für erfahrene Mountainbiker ausgelegt sein. Baustart: Frühjahr 2020.

### Das Kärnten-Qualitätsgütesiegel für die TI Bodensdorf

Im Zuge des Tourismustages der Region Villach erhielt die Tourismusinformation Bodensdorf das „Kärnten-Qualitätsgütesiegel“ überreicht. Wir sind besonders stolz darauf, dass nun beide Tourismusinformationen unseres TVBs mit dem Qualitätssiegel ausgezeichnet sind.



Qualitätsgütesiegelverleihung im CCV

## Tourismusverband Bad Bleiberg

**Fertigstellung der 2. Etappe des Touristischen Leitsystems** im Gemeindegebiet Bad Bleiberg.

**Gäste-Ausflughuttle:** 130 Transfers. Dreimal täglicher Shuttlebus von Bad Bleiberg zum Hauptbahnhof Villach und retour (nur mit vorheriger Reservierung).

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

**Neugestaltung des Rosenbeetes** am Beginn des Promenadenweges.

**Mobilität und Erlebnis CARD:** Shuttlebus: Villacher Kirchtag und European Bike Week. Im Rahmen der Erlebnis CARD gab es einen Programmpunkt: Führung „Stollenwanderweg“.

**E-Car-Sharing (Elektroauto):** Mobilität für Gäste, welche ohne eigenes Auto in Bad Bleiberg Urlaub machen.



Monika Hausmann mit dem neuen Elektroauto

**Unterstützung der Terra Mystica** im Bereich Marketing und Prospektverteilung.

**Langlaufloipe:** Die 6 km lange Loipe wurde gespurt und die Loipenabsicherungen durchgeführt.

**NEU E-Bike Verleihstelle:** Aufgrund der geringen Nachfrage wird der Verleih 2020 nicht mehr angeboten.

**Wanderwegspflege:** Sechs Lauf- und Walkingwege, Teil des Dobratsch Rundwanderweg und Stollenwanderweg wurden durch autorisierten Experten gepflegt und instand gehalten.

**Projekt „Bankaleweg“:** Mitfinanzierung des neuen Bankaleweges (ausgefallene Bänke zum Verweilen).



Der Bankerlweg in Bad Bleiberg

**Projekt Weiterführung Stollenwanderweg:** Die Oswaldi-Anfahrtsstube wurde neu adaptiert und für die Gäste zugänglich gemacht.

**Veranstaltungen:** Muttertagskonzert mit Operettenkonzert; Bad Bleiberger Bergmanns-Advent (Barbaramarkt, Fackelwanderung, Wintermärchen im Weihnachtsbus, Advent im Wirtshaus), Tour de Kärnten.

**Finanzielle Unterstützungen:** Jubiläumsfeier Hotel Vital, Fröschoppen Kulturwirt zum Mohren, Porcia Theaterwagen, Bleiberger Kirchtag, Bergmandlfest, 1. Brauchtumsfest s' Platzl und Cafe Rondeau, Eislaufplatz und Tennisplatz.

**Werbemittel und Medien:** E-Car Heckscheibe, Wanderkarten Bad Bleiberg erneuert, monatliche Einschaltungen im Gailtal Journal (Veranstaltungskalender und Veranstaltungen der Wirte und Vereine), Alpen Adria Katalog, Tour de Kärnten Sportmagazin.

**Weihnachtsbeleuchtung:** Die gesamte Weihnachtsbeleuchtung im Gemeindegebiet wurde vom TVB Bad Bleiberg übernommen.

**Neuanschaffung Postkarten:** Eine Serie von 10 Stück Postkarten mit neuen Motiven wurde für die Gäste erstellt.

**Gästeehrungen:** Im Jahre 2020 wurden 104 Ehrungen vorgenommen.

# GESCHÄFTS- BERICHT 2019

**KÄRNTEN**

Villacher Skiberge  
Gerlitzen Alpe  
Dreiländereck



Winter 2018/19 & Sommer 2019

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

[WWW.VISITVILLACH.AT](http://WWW.VISITVILLACH.AT)