

Der Masterplan Tourismus für die Alpenregion **Tegernsee Schliersee**

Ziele und Inhalte





Alpenregion
Tegernsee Schliersee®

Inhaltsverzeichnis

Seite 03	1. EINFÜHRUNG
Seite 05	2. DER MASTERPLAN TOURISMUS FÜR DIE ALPENREGION TEGERNSEE SCHLIERSEE
Seite 05	2.1 Gesamtüberblick über die Inhalte
Seite 07	2.2 Vorstellung der zwölf Leitprojekte
Seite 07	2.2.1 Leitprojekt 1: „Marken sichtbar werden lassen“
Seite 09	2.2.2 Leitprojekt 2: Gemeinsame Marketing- und Mediaplanung und -umsetzung
Seite 11	2.2.3 Leitprojekt 3: Informationsoffensive
Seite 13	2.2.4 Leitprojekt 4: Zusammenführung der Organisationsstrukturen
Seite 15	2.2.5 Leitprojekt 5: Systematisches Umsetzungsmanagement
Seite 16	2.2.6 Leitprojekt 6: Infrastrukturentwicklung und Ansiedlungsmanagement
Seite 18	2.2.7 Leitprojekt 7: Entwicklungsunterstützung für Beherbergungsbetriebe
Seite 20	2.2.8 Leitprojekt 8: Entwicklungsplanung „Wandern“
Seite 24	2.2.9 Leitprojekt 9: Entwicklungsplanung „Mountainbiking“
Seite 27	2.2.10 Leitprojekt 10: Entwicklungsplanung „Gesundheit“
Seite 29	2.2.11 Leitprojekt 11: Entwicklungsplanung „Wintererlebnis“
Seite 31	2.2.12 Leitprojekt 12: Entwicklungsplanung „Erschließung Nordkreis“
Seite 34	3. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK
Seite 36	4. ÜBERSICHT DER ANSPRECHPARTNER ZUR UMSETZUNG DES MASTERPLAN TOURISMUS FÜR DIE ALPENREGION TEGERNSEE SCHLIERSEE
Seite 37	Impressum



1. Einführung

Die Alpenregion Tegernsee Schliersee verfügt über hervorragende Voraussetzungen

Die Region kann auf klare Stärken aufbauen: eine wunderbare, für den Tourismus hochattraktive Natur, teilweise ebenso schöne Ortsbilder, eine starke, für den Gast jederzeit erleb- und erfahrbare Identität, die ihm ein Stück Heimat vermittelt. Angebot und Qualität vieler Leistungsanbieter sind gut, wenn auch oftmals noch zu wenig innovativ und mitunter ohne klares Profil bzw. austauschbar. Darüber hinaus stellt sich die verkehrliche Erreichbarkeit für den Tages- und Übernachtungstourismus gut dar. Diese Voraussetzungen sind deutlich besser als in vielen anderen touristischen Regionen. Dennoch musste die Region in den letzten zwanzig Jahren einen Rückgang bei den Übernachtungen von nahezu 30 Prozent hinnehmen. Woran hakt es also?

Herausforderungen und Weiterentwicklungsbedarf

Um die herausragenden Potenziale der Region künftig auch wieder in steigende Übernachtungs- und Gästezahlen umzumünzen, gilt es, nunmehr die nachfolgend genannten Herausforderungen zügig und konsequent anzupacken:

- Umsetzung einer vertriebsorientierten Angebots- und Produktentwicklung
- Auf die Gewinnung von Neukunden ausgerichtete touristische Organisationsstrukturen
- Entwicklung, Umsetzung und regelmäßige Fortschreibung einer Langfriststrategie

Der Masterplan Tourismus greift diese Herausforderungen daher auf und leitet die zur Bewältigung notwendigen Maßnahmen ein. Ein detaillierter Einblick in den Masterplan, die zwölf Leitprojekte und deren Ziele und Inhalte findet sich in der vorliegenden Informationsbroschüre.

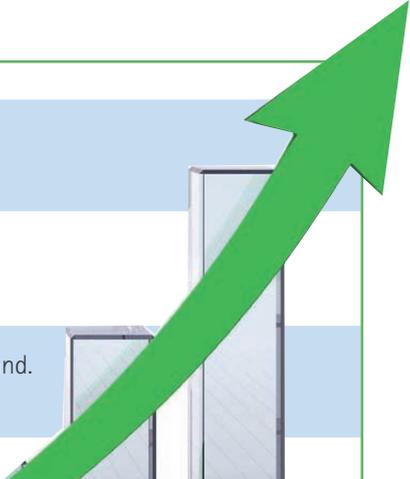
Hinweis

Einen umfassenden Überblick über die Ausgangslage für den Tourismus in der Alpenregion Tegernsee Schliersee gibt die Broschüre „Die Alpenregion Tegernsee Schliersee – Herausforderungen und Perspektiven für eine starke Tourismusregion“, erhältlich beim Tourismusverband Alpenregion Tegernsee Schliersee, Tel. 08022 92738-90 oder im Internet als pdf-Download unter <http://www.tegernsee-schliersee.de> unter dem Menüpunkt „Service“, „Intranet“.

Die Ziele sind ambitioniert, aber machbar. Voraussetzung hierfür: alle müssen an einem Strang ziehen – und zwar in dieselbe Richtung!

Die mit dem Masterplan verbundenen Zielsetzungen sind absichtlich anspruchsvoll, denn: einer so herausragenden Tourismusregion gebührt es, anspruchsvolle Zielsetzungen zu verfolgen:

Vision 2020: Qualitätsführerschaft im Wettbewerbsumfeld – Zugewinn von 20% Übernachtungen.



- Durch marktgerechte Strukturen und systematische Qualitätsentwicklung schafft es die Region, bis 2020 die Übernachtungen von heute 2,5 Mio. auf 3 Mio. zu steigern und Marktführer für Tagesgäste aus dem Münchner Raum zu werden.
- Die Region ist national und in fünf ausgewählten internationalen Quellmärkten die führende bayerische Tourismusregion, gemessen an Marktstärke und Wertschöpfung.
- Die Region wird zu der qualitativ herausragenden Premium-Destination in Süddeutschland. Dies schließt die Bewahrung der regionalen Authentizität und Naturlandschaft ein.

Um diese Ziele zu erreichen wird es erforderlich sein, alle Kräfte zu bündeln und gemeinsam und mit aller Kraft an deren Umsetzung zu arbeiten. Nur so kann es gelingen, verloren gegangenes Terrain wiederzugewinnen und den Tourismus in der Region einen großen und entscheidenden Schritt voran in die Zukunft zu bringen!

Breite Einbindung und Unterstützung durch Akteure aus Tourismus und Politik

Der Masterplan wird von einer breiten Unterstützung aus Tourismus und Politik aus der Region mitgetragen, die in die Arbeiten zur Erstellung eng eingebunden waren:

- kontinuierliche und enge Begleitung durch die Steuerungsgruppe, bestehend aus sieben Vertretern aus Tourismus und Politik aus der Region,
- regelmäßige Rückkopplung, Beratung und Weiterentwicklung mit dem Kompetenzteam, bestehend aus den Mitgliedern des TV Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V., verschiedener Verkehrsvereine und weiterer touristischer Leistungsträger
- Vorstellung, Diskussion und Weiterentwicklung im Rahmen von zwei Zukunftswerkstätten im Frühjahr und Herbst 2010 mit jeweils über 100 Vertretern aus Tourismus, Wirtschaft und Politik aus dem Landkreis.

Umsetzung und Finanzierung durch Gemeinderäte und Kreistag beschlossen

Auf dieser Grundlage haben Ende des Jahres 2010 alle sieben Stadt- bzw. Gemeinderäte und der Kreistag des Landkreises Miesbach der Umsetzung und der Finanzierung des Masterplan Tourismus zugestimmt. Demnach wird der Finanzierungsbedarf in Höhe von 3,6 Mio. EUR für den Zeitraum 2011-2014 zu je einem Drittel von folgenden Partnern aufgebracht:

Baustein 1: Kreissparkasse Miesbach-Tegernsee

Baustein 2: Landkreis Miesbach

Baustein 3: Gemeinden des Landkreises Miesbach

Verteilung auf die Gemeinden auf der Basis eines Finanzierungsschlüssels unter Berücksichtigung sowohl des unmittelbaren touristischen Nutzens wie auch des wirtschaftlichen und sozialen Nutzens für Einwohner und Unternehmen.

Die Arbeiten zur Umsetzungsvorbereitung sind im Frühjahr 2011 abgeschlossen worden, so dass mit der Umsetzung der nachfolgend vorgestellten Leitprojekte bereits begonnen werden konnte.



2. Der Masterplan Tourismus für die Alpenregion Tegernsee Schliersee

2.1 Gesamtüberblick über die Inhalte

Der Masterplan Tourismus für die Alpenregion Tegernsee Schliersee bündelt in zwölf Leitprojekten die notwendigen Arbeitsschritte für die kommenden vier Jahre, um den Tourismus in der Alpenregion Tegernsee Schliersee entscheidend voranzubringen.

Ausgangspunkt des Masterplans sind die folgenden strategischen Eckpfeiler:

- Positionierung und Profilierung der Region als Premium-Destination und Herstellung einer Marken- und Qualitätsführerschaft im Tourismus in Süddeutschland

- Schwerpunktsetzung auf die aussichtsreichsten und attraktivsten Zielgruppen sowie Angebotsfelder
- Sicherstellung eines durchgehend hohen und zielgruppen-gerechten Qualitätsniveaus
- Entwicklung vertriebsgerechter Produkte
- Gewinnung neuer Gästegruppen für die Region: räumliche, saisonale und zielgruppenbezogene Marktausweitung

Die erforderlichen Maßnahmen für eine maßgebliche Weiterentwicklung des Tourismus in der Alpenregion Tegernsee Schliersee entsprechend der oben genannten Eckpfeiler sind Gegenstand des Masterplans Tourismus. Diese Maßnahmen werden im Masterplan in den folgenden zwölf Leitprojekten gebündelt:

Handlungsfelder	Leitprojekte
1. Marke & Marketing: Entwicklung & Profilierung der Markenpersönlichkeit nach innen und außen	Leitprojekt 1: Marken sichtbar werden lassen Leitprojekt 2: Marketing- / Mediaplanung & -umsetzung Leitprojekt 3: Informationsoffensive
2. Organisation & Strukturen: Sicherstellung adäquater Organisations- und Finanzierungsstrukturen	Leitprojekt 4: Zusammenführung der Organisationsstrukturen Leitprojekt 5: Systematisches Umsetzungsmanagement Leitprojekt 6: Infrastrukturentwicklung & Ansiedlungsmanagement
3. Angebots- & Produktentwicklung: Sicherstellung der Angebotsqualität und vertriebsgerechter Produkte	Leitprojekt 7: Entwicklungsunterstützung für Beherbergungsbetriebe Leitprojekt 8: Entwicklungsplanung „Wandern“ Leitprojekt 9: Entwicklungsplanung „Mountainbiking“ Leitprojekt 10: Entwicklungsplanung „Gesundheit“ Leitprojekt 11: Entwicklungsplanung „Wintererlebnis“ Leitprojekt 12: Entwicklungsplanung „Erschließung Nordkreis“

Hinweis

Wichtiger Hinweis zur Einordnung des Masterplans und der Leitprojekte in das touristische Marketing in der Alpenregion Tegersee Schliersee:

Die durch die Leitprojekte 8-12 definierten Themen- und Angebotsfelder Wandern, Radfahren, Winter, Gesundheit bilden den Schwerpunkt der Entwicklungsanstrengungen für die kommenden Jahre im Rahmen des Masterplans. Sie sind jedoch nicht gleichbedeutend mit den Themen- und Angebotsfeldern in der Vermarktung – hier werden selbstverständlich auch weiterhin noch andere Themen eine Rolle spielen (z.B. Familienurlaub u.a.m.).

Neben den zwölf Leitprojekten baut der Masterplan Tourismus auf folgenden drei Grundprinzipien auf:

- Gemeinsame Entwicklungsziele und eine gemeinsame Strategie als Richtschnur für künftige Entwicklungs-, Investitions- und Marketingentscheidungen,
- Verbindliche und detaillierte Umsetzungsplanungen als inhaltlich und finanziell sichere Grundlage für gemeinsame Projekte und Maßnahmen,
- Systematische Umsetzungs- und Wirkungskontrolle zur Sicherstellung einer wirkungsvollen und effizienten Mittelverwendung.

Der Masterplan setzt ein deutliches Zeichen, dass es in der Region vorangeht – Leistungsanbieter und Gemeinden sind aufgefordert, sich einzubringen und aktiv mitzugestalten!

Von der Umsetzung der zwölf Leitprojekte wird ein starker und deutlicher Impuls ausgehen, so dass sich im Tourismus in der Region etwas bewegt. Dadurch sollen nicht zuletzt die touristischen Leistungsanbieter in der Region noch stärker motiviert werden, ihrerseits in die Zukunft ihrer Betriebe und Angebote zu investieren und bei der Umsetzung des Masterplans aktiv mitzuarbeiten. Aber auch die Gemeinden in der Region sind aufgerufen, die Umsetzung des Masterplans durch Maßnahmen, die in ihren Zuständigkeits- und Verantwortungsbereich fallen, aktiv zu begleiten und zu unterstützen. (siehe v.a. Leitprojekt 6)

Denn: Ohne eine breite Mitarbeit und Unterstützung aller Akteure in der Region – Leistungsanbieter, Politik und Verwaltung und auch der Bürgerinnen und Bürger – können die ambitionierten Zielsetzungen des Masterplans nicht erreicht werden!

2.2 Die zwölf Leitprojekte des Masterplans im Detail

Hinweis

Die nachfolgende Beschreibung der zwölf Leitprojekte ist jeweils identisch aufgebaut. Zunächst werden die Zielsetzungen umrissen, anschließend die Maßnahmen detailliert beschrieben und schließlich die zentralen Ergebnisse (Meilensteine), die in den kommenden Jahren erzielt werden sollen dargestellt. Diese Gliederungspunkte sind jeweils mit den nebenstehend dargestellten Symbolen gekennzeichnet.



Zielsetzungen des Leitprojekts



Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts



Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts



2.2.1 Leitprojekt 1: „Marken sichtbar werden lassen“



Zielsetzungen des Leitprojekts 1

Das Kernziel des Leitprojekts 1 besteht darin, einen starken, von den Akteuren in der Region getragenen Auftritt der beiden Marken „Alpenregion Tegernsee Schliersee“ und „Der Tegernsee“ herzustellen. Ein starker Markenauftritt ist eine notwendige und wichtige Grundlage, um die Anziehungskraft der Region für neue Gäste zu erhöhen und für Stammgäste zu erhalten.

Um dieses Ziel zu erreichen, sind folgende Eckpunkte maßgeblich für die Umsetzung des Leitprojekts:

- Durchführung eines sowohl innerhalb der Region als auch seitens der Gäste deutlich erkennbaren und breit wirksamen Relaunchs der Marken „Der Tegernsee“ und „Alpenregion Tegernsee Schliersee“.

- Erarbeitung einer breit getragenen und stark binnenwirksamen „Markencharta“. Das Ziel: die Markencharta soll bei den Leistungsanbietern in der Region den Wunsch auslösen, die Marken durch ihre eigenen Angebote in Übereinstimmung mit den Inhalten der Markencharta mit Leben zu füllen.
- Starke Bindungswirkung in der Region selbst: Auslösung eines Gemeinschafts- / Wir-Gefühls, das getragen ist von Begeisterung und Stolz auf die Region, die touristischen Angebote und auf die Tourismusorganisationen.

Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 1

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden im Zeitraum 2011-2014 die folgenden Maßnahmen umgesetzt:

- Entwicklung eines Markenleitbildes und Operationalisierung der Markenpersönlichkeit für die Marken „Der Tegernsee“ und „Alpenregion Tegernsee Schliersee“ (siehe hierzu auch untenstehende Erläuterung).
- Umsetzung als aufeinander abgestimmte Wort-Bild-Marken „Der Tegernsee“ und „Alpenregion Tegernsee Schliersee“ und Sicherstellung der Einbindbarkeit der Ortslogos und Ortsnamen.
- Ableitung eines Corporate Designs für Kommunikation, Infrastruktur, Design der Betriebe, Beschilderung, Landschafts- / Ortsmöblierung und anderes mehr.
- Erstellung eines CD-Manual / Gestaltungshandbuchs als Arbeitshilfe für die Umsetzung des Corporate Designs in der Praxis
- Erarbeitung von Nutzungsmöglichkeiten und Nutzungsbedingungen für alle Leistungsanbieter in der Region
- Absicherung der Ergebnisse und der Umsetzung über einen breit getragenen, von allen zuständigen Gremien legitimierten Entwicklungsprozess
- Nutzung der anderen Leitprojekte zur Markenbildung: Innenmarketing, attraktive, unverwechselbare Angebote, ständige, intensive, koordinierte Kommunikation in relevanten Märkten, professioneller Verkauf.

Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 1

2011:

- Beginn der Öffentlichkeitsarbeit und der Maßnahmen zur Einbindung der lokalen Bevölkerung und der Leistungsanbieter in die Entwicklung der Markenleitbilder

2012:

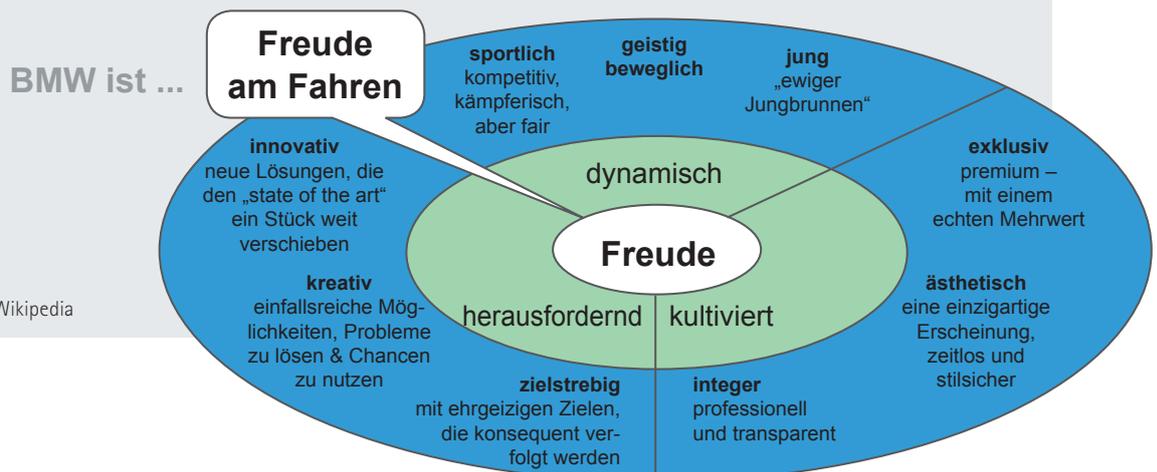
- Ausarbeitung und Operationalisierung der Markenleitbilder durch eine spezialisierte Agentur
- Breite Einbindung der Region und der Gäste in den Prozess zur Ausarbeitung der Markenleitbilder
- Umfassende Binneneinführung: Einbindung von Leistungsanbietern und Markenpartnern
- Anpassung aller Marketingmaßnahmen an das Corporate Design
- Herbst / Winter 2012 / 13: Durchführung einer öffentlichkeitswirksamen Launch-Kampagne für die neuen Marken

ab 2013:

- schrittweise Markenausdehnung auf regionale Produkte und ggf. angrenzende Wirtschaftsbereiche
- Sicherstellung der Markenkonformität durch regelmäßiges Monitoring

Erläuterung

Was ist mit „Operationalisierung der Markenpersönlichkeit“ gemeint? Im Rahmen der Definition einer Marke wird mittels beschreibender Adjektive die Markenpersönlichkeit definiert. Beispiel: Die oben dargestellte Abbildung enthält die Markenpersönlichkeit von BMW. Um diese nun in der Praxis auch anwenden zu können, ist es notwendig zu beschreiben, wie die genannten Begriffe in die Praxis übersetzt werden können. Das heißt, es muss im Detail ausgearbeitet und mit Beispielen illustriert werden, wie sich die festgelegten Markenattribute („sportlich“, „exklusiv“, „ästhetisch“ usw.) konkret im Marketing-Mix der Marke, d.h. in der Produktgestaltung, der Kommunikation, etc. wiederfinden.





2.2.2 Leitprojekt 2: Gemeinsame Marketing- und Mediaplanung und -umsetzung

Zielsetzungen des Leitprojekts 2

Das Ziel des Leitprojekts besteht in einer vollständigen Abstimmung aller Marketingaktivitäten aller im Landkreis Miesbach aktiven touristischen Marketingorganisationen und Tourist Informationen (Tourismusverband Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V., Tegernseer Tal Tourismus GmbH und Tourist Informationen aller Gemeinden im Landkreis). Die Abstimmung der Marketingmaßnahmen erfolgt hierbei mit folgenden Maßgaben:

- Systematische Ausrichtung aller Marketingmaßnahmen auf die Zielsetzungen und Aktivitäten des Masterplans

- Verbindung bisher ungestimmter Einzelmaßnahmen der verschiedenen Akteure zu einem abgestimmten und daher effektiveren Gesamtansatz und starker Auftritt im Marketing für die gesamte Alpenregion Tegernsee Schliersee
- Herstellung umfassender Beteiligungsmöglichkeiten für private Leistungsanbieter zur Sicherstellung eines konkreten Nutzens für die touristischen Leistungsanbieter in der Region

Durch das Leitprojekt 2 wird somit sicher gestellt, dass die vorhandenen Marketingmittel ausgerichtet auf die Zielsetzungen des Masterplans und zudem erheblich effektiver eingesetzt werden.

Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 2

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden in den Jahren 2011-2014 die folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Planung und Umsetzung eines einheitlichen, vollständigen und selbsterklärenden Marketing- und Mediaplans mit der Möglichkeit zur laufenden unterjährigen Aktualisierung
- Veröffentlichung des Marketing- und Mediaplans als Print- und Onlineversion und Vorstellung gegenüber den Leistungsanbietern in der gesamten Region
- Akquisition und Einbindung von Leistungsanbietern und Markenpartnern in die Maßnahmen
- Umsetzung der im Marketing- und Mediaplan definierten Marketing-Maßnahmen
- Vorbereitung zur Zusammenführung der Strukturen durch Zusammenarbeit und sukzessive Bündelung der Marketingaktivitäten aller touristischen Marketingorganisationen im Landkreis

Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 2

Bis Ende 2011:

- Bündelung der überregionalen Pressearbeit von ATS und TTT
- Zusammenführung der Gastgeberverzeichnisse der Gemeinden außerhalb des Tegernseer Tals in ein gemeinsames Gastgeberverzeichnis
- Veröffentlichung des Marketing- und Mediaplans mit umfassenden Beteiligungsmöglichkeiten für die Leistungsanbieter in der Region

Bis Ende 2012:

- Konzeptentwicklung für eine gemeinsame landkreisweite Imagebroschüre von ATS, TTT und allen Gemeinden
- Umsetzung der Imagebroschüre, des Gastgeberverzeichnisses und aller neu aufgelegten Printmaterialien im neu entwickelten Corporate Design (siehe hierzu Leitprojekt 1)
- Einheitliche Darstellung aller touristischen Internetseiten der Gemeinden im einheitlichen Design bzw. „Look & Feel“

Bis Ende 2013:

- Konzeption und Einführung eines einheitlichen und koordinierten Veranstaltungsmarketings im gesamten Landkreis

Bis Ende 2014:

- Fertigstellung der vollständig abgestimmten Marketing- und Mediaplanung und deren Umsetzung: alle Aktivitäten und Maßnahmen sind vollständig in die normalen Arbeitsabläufe und Prozesse eingepasst



2.2.3 Leitprojekt 3: Informationsoffensive

Zielsetzungen des Leitprojekts 3

Das übergeordnete Ziel des Leitprojekts 3 ist es, unter allen touristisch relevanten Akteuren in der gesamten Region ein starkes „Wir-Gefühl“ aufzubauen und für die Zukunft zu sichern. Damit die Region die gesteckten Ziele im Tourismus erreichen kann, ist es unbedingt erforderlich, dass alle Akteure an einem Strang ziehen – und zwar möglichst auch in dieselbe Richtung!

Damit dieses Ziel erreicht werden kann, müssen die folgenden zentralen und unerlässlichen Grundlagen geschaffen werden:

- Bereitstellung umfassender und zielgruppengerechter Informationen zum Masterplan und zur Arbeit der touristischen Marketingorganisationen

- Umfassende Einbeziehung aller Interessensgruppen in den Masterplanprozess
- Herstellung von Transparenz über alle Aktivitäten im touristischen Marketing und das touristische Geschehen in der Region
- Verbesserung des Tourismusbewusstseins in der gesamten Region und Gewinnung und Sicherung der Unterstützung der gesamten Region für alle touristischen Akteure.

Das Leitprojekt 3 umfasst die zur Herstellung dieser Grundlagen erforderlichen Maßnahmen.



Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 3

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen im Zeitraum 2011-2014 umgesetzt:

- Veröffentlichung einer grundlegenden Information zu den Inhalten des Masterplans (Print, Online)
- Einrichtung eines an Leistungsanbieter, Politik und Verwaltung und an interessierte Bürger und Bürgerinnen gerichteten Internetauftritts mit regelmäßiger Aktualisierung bzw. Bereitstellung aktueller Informationen zur Umsetzung des Masterplans sowie zu weiteren relevanten Ereignissen.
- Persönliche Information der Leistungsanbieter im Rahmen von Gastgeberversammlungen
- Systematische Information der politischen Gremien, einmal jährlich persönliche Information in den politischen Gremien (Gemeinderatssitzungen, Kreistag)
- Regelmäßige persönliche Information der lokalen Medien
- Regelmäßige Information der Bevölkerung über die Umsetzung des Masterplans durch alle örtlichen und regionalen Informationsmedien (u.a. Gemeindeboten, lokale und regionale Presse, Verkehrsvereine, etc.)
- Regelmäßige Information von Leistungsanbietern, Politik und Verwaltung sowie interessierten Bürgerinnen und Bürgern über einen 3-4mal jährlich erscheinenden Newsletter
- Durchführung weiterer Zukunftswerkstätten mit dem Ziel einer möglichst umfassenden Einbindung von Leistungsträgern und Politik in die Umsetzung des Masterplans
- Sicherstellung des Informationsflusses nach innen: regelmäßige Information aller Mitarbeiter der Tourismusorganisationen und touristischen Ansprechpartner in den Gemeinden
- Etablierung eines landkreisweiten jährlichen Tourismustages



Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 3

Bis Ende 2011:

- Einrichtung aller oben angeführten Informationsmedien und Informationswege
- Aufbau eines regelmäßigen Kontakts zu wichtigen Multiplikatoren und regelmäßige Versorgung der Multiplikatoren mit relevanten Informationen

2012-2014:

- Regelmäßige Bereitstellung aktueller Informationen über die o.a. Informationsmedien
- Konzeption und Durchführung eines systematischen Monitorings des Tourismusbewusstseins in der Region
- Durchführung eines landkreisweiten Tourismustages
- Falls erforderlich Weiterentwicklung der Informationskanäle entsprechend der Bedürfnisse der Zielgruppen (insbesondere Leistungsanbieter, Politik und Verwaltung, Mitarbeiter, Medien und Öffentlichkeit)



2.2.4 Leitprojekt 4: Zusammenführung der Organisationsstrukturen



Zielsetzungen des Leitprojekts 4

Im Rahmen einer tiefgehenden Analyse der touristischen Organisationsstrukturen im Landkreis Miesbach im Jahr 2009 wurde deutlich, dass es in der Vergangenheit an einem Gesamtkonzept und einer Gesamtsteuerung für den Tourismus mangelte, und dass die in hohem Maße zersplitterten Organisations- und Marketingstrukturen zu einer Vergeudung von Ressourcen und zu einem mit Blick auf den Wettbewerb und die Gästebedürfnisse nicht hinreichend leistungsfähigen Marktauftritt führten.

Daher ist eine stärkere Bündelung und Koordination der vorhandenen Ressourcen zum Tourismusmarketing in der Region unverzichtbar, um künftig eine koordinierte Entwicklung des Tourismus nach innen und einen starken Marktauftritt der gesamten Region und all ihrer Orte nach außen überhaupt zu ermöglichen.

Das Ziel des Leitprojekts 4 besteht somit darin, die Zusammenführung aller kommunalen touristischen Strukturen im Landkreis Miesbach so vorzubereiten und zu begleiten, dass der vereinbarte Stufenplan zur Zusammenführung nachhaltig von allen Akteuren mitgetragen wird und somit in die Tat umgesetzt werden kann.

Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 4

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen im Zeitraum 2011-2014 umgesetzt:

- Räumliche Zusammenlegung von ATS und TTT (zum 01.04.2011 bereits realisiert)
- Vereinheitlichung von Arbeitsabläufen bei ATS, TTT und den einzelörtlichen Tourist Informationen und Realisierung von Synergien, zum Beispiel durch die Zusammenlegung von Aufgaben (z.B. Buchhaltung, Prospektversand, etc.)
- Sicherstellung der vollständigen Abstimmung aller Planungen durch gegenseitige Teilnahme an Besprechungen
- Einführung einer regionsweiten IT-Netzwerklösung und eines systematischen Informations- und Kommunikationsmanagements für ATS, TTT und die einzelörtlichen Tourist Informationen
- Vorbereitung der Zusammenführung von ATS und TTT sowie zur Integration der Tourist Informationen im Landkreis
- Erarbeitung eines Organigramms mit Abteilungs- und Stellenplanung und Prozessbeschreibungen
- kontinuierliche Information der Mitarbeiter, Durchführung von Maßnahmen zur Teambildung
- kontinuierliche Information und Beteiligung der kommunalen Gremien an allen maßgeblichen Umsetzungsschritten
- fachjuristische Vorbereitung und Begleitung der Integration

Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 4

Bis Ende 2011:

- Räumliche Zusammenlegung von ATS und TTT
- Erarbeitung eines detaillierten Maßnahmenplans zur Optimierung der Zusammenarbeit zwischen ATS, TTT und einzelörtlichen Tourist Informationen und Beginn der Umsetzung

Bis Ende 2012:

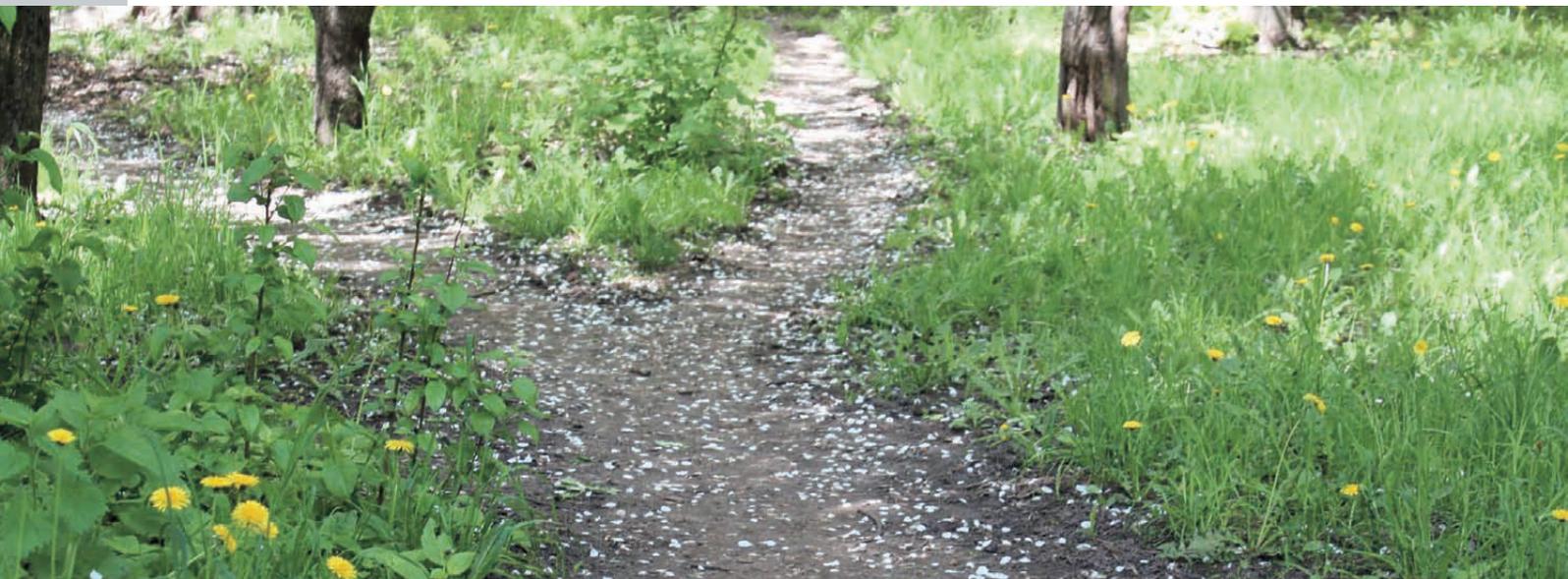
- Vollständige Umsetzung des Maßnahmenplans zur Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen ATS, TTT und einzelörtlichen Tourist Informationen

Bis Ende 2013:

- Abschluss aller inhaltlichen Vorbereitungen zur Zusammenführung von ATS, TTT und der einzelörtlichen Tourist Informationen

Bis Ende 2014:

- Umfassende Information und Beteiligung der kommunalen Gremien und Herbeiführung der notwendigen kommunalen Beschlüsse zur Integration von ATS, TTT und einzelörtlichen Tourist Informationen in eine Organisation



2.2.5 Leitprojekt 5 : Systematisches Umsetzungsmanagement



Zielsetzungen des Leitprojekts 5

Das Ziel des Leitprojekts besteht darin, die Gesamtkoordination aller im Rahmen des Masterplans durchgeführten Einzelaktivitäten und Maßnahmen auf die übergeordneten Zielsetzungen des Masterplans (vgl. hierzu Kapitel 1) sicherzustellen. Dies beinhaltet somit folgende drei Aufgabebereiche:

- Steuerung, Management und Evaluation der Umsetzung des Masterplans
- Koordination und Moderation der Steuerungs- und Abstimmungsstrukturen

- Impulsgebung und Weiterentwicklung des Masterplans sowie Unterstützung und Entwicklung von Initiativen für eine erfolgreiche und zukunftsfähige Tourismuswirtschaft in der Alpenregion Tegernsee Schliersee

Arbeitsstrukturen zum Umsetzungsmanagement

Das Umsetzungsmanagement wird durch folgende Arbeitsstrukturen sichergestellt:

	Kompetenzteam	Steuerungsgruppe	Marketingbeirat
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> • Impuls- / Ratgebung durch regelmäßige Einbindung • Multiplikatorfunktion zur Information von Leistungsanbietern • Unterstützung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit • Fallweise Mitwirkung an Projekten und Maßnahmen • Initiierung einer jährlichen Zukunftskonferenz mit ausgewählten Leistungsanbietern 	<ul style="list-style-type: none"> • Steuerung und Koordination des Gesamtprozesses zur Umsetzung des Masterplans • Diskussion und Abnahme von Zwischen- und Endergebnissen • Koordination der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und der Information / Kommunikation zu politischen Gremien, Verwaltung und Anspruchsgruppen • Kontrolle und Evaluation des Prozesses zur Umsetzung des Masterplans • Durchführung von Projekten und Maßnahmen von übergreifender Bedeutung 	<ul style="list-style-type: none"> • Steuerung und Umsetzung sämtlicher Marketingmaßnahmen • Durchführung sämtlicher Projekte des Masterplans in Marketing, Angebots- / Produktentwicklung, Qualität und Qualifizierung
Besetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Mitglieder des TV Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V., verschiedener Verkehrsvereine und sonstiger touristischer Leistungsträger 	<ul style="list-style-type: none"> • Je ein Bürgermeister und ein Touristiker aus Tegernseer Tal, Schlierach-Leitzach-Tal und Nordgemeinden, ein Vertreter ATS, SMG als Gast vertreten 	<ul style="list-style-type: none"> • Je ein Touristiker aus Tegernseer Tal, Schlierach-Leitzach-Tal und Nordgemeinden gemäß ATS-Satzung



2.2.6 Leitprojekt 6: Infrastrukturentwicklung und Ansiedlungsmanagement

Zielsetzungen des Leitprojekts 6

Das Leitprojekt 6 verfolgt zwei zentrale Zielsetzungen: erstens geht es darum, eine strategische und kreisweit abgestimmte Weiterentwicklung der touristischen und tourismusrelevanten öffentlichen und privaten Infrastruktur zu etablieren. Und zum zweiten steht die operative Vermarktung potenzieller Standorte im Zentrum der Aktivitäten:

1. Funktionierendes Infrastrukturmanagement:

Das Infrastrukturmanagement bündelt alle strategischen Aufgabenstellungen der Infrastrukturentwicklung. Die Basis hierfür bildet der ATS-weite Infrastrukturentwicklungsplan mit Hotelmasterplan. Das Infrastrukturmanagement umfasst:

- mit landkreisweiter Perspektive: Landkreisleitbild zur Regionsentwicklung mit Priorisierung der infrastrukturellen Entwicklungsbereiche auf den Tourismus
- mit örtlicher Perspektive: Entwicklung und Umsetzung infrastruktureller Ortsentwicklungspläne in allen Orten im

Tegernseer Tal, im Schlierach-Leitzach-Tal sowie in denjenigen Orten im Miesbacher Oberland, die die Entwicklung des Tourismus gezielt voran treiben wollen.

2. Funktionierendes Ansiedlungsmanagement:

Das Ansiedlungsmanagement umfasst alle Aufgaben, die für eine erfolgreiche touristische Entwicklung von verfügbaren Objekten und Flächen erforderlich sind:

- regionsweit koordinierte und gebündelte Aktivitäten zur Entwicklung von Objekten und Flächen sowie zur Gewinnung von Investoren, Betreibern und Entwicklern
- operative, aktive Vermarktung von Hotelstandorten: investoren- und entwicklergerechte Aufbereitung und Vermarktung von Flächen- und Objekten
- aktives Flächen- / Objektmanagement: Einwirkung auf bereits bestehende und auf neu geplante touristische Nutzungen mit dem Ziel der dauerhaften Sicherung und einer optimalen Ausgestaltung der touristischen Nutzungen



Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 6

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden in den Jahren 2011-2014 die folgenden Maßnahmen umgesetzt:

- **Strukturen und Prozesse:** Aufbau und Legitimation von Arbeitsstrukturen für die systematische Abstimmung von (touristischen) Planungen und Entwicklungsvorhaben mit dem Ziel der Optimierung des Mitteleinsatzes sowie weitgehende Vermeidung von Konkurrenz- und Kannibalisierungseffekten
- **Ortsentwicklung:** Sensibilisierung aller Gemeinden für die touristische Ortsentwicklung und die Entwicklung von Hotelstandorten. Entwicklung von infrastrukturellen Ortsentwicklungsplänen mit touristischer Ausrichtung in allen Gemeinden im Landkreis, die die Entwicklung des Tourismus gezielt vorantreiben wollen.
- **Flächen- / Objektmanagement und Flächenvermarktung:** regionsweit koordinierte und gebündelte Aktivitäten zur Entwicklung von Objekten und Flächen sowie der Gewinnung von Investoren, Betreibern und Entwicklern, Definition eines Auftrages zur Flächenvermarktung an die SMG Standort-Marketing-Gesellschaft Miesbach mbH.



Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 6

Bis Ende 2011:

- Etablierung und Legitimation der Arbeitsstrukturen für die systematische landkreisweite Abstimmung tourismusrelevanter Planungsvorhaben.
- Definition und schriftliche Vereinbarung des Auftrags zur Flächenvermarktung an die SMG, Start der Flächenvermarktung ab Oktober 2011.

Bis Ende 2012:

- Es liegen infrastrukturelle Ortsentwicklungspläne mit touristischer Ausrichtung in allen Gemeinden vor, die die Tourismusedwicklung gezielt vorantreiben wollen. Diese Planungen sind zwischen den Gemeinden abgestimmt.
- Die SMG führt die 2011 gestartete aktive Flächenvermarktung fort, eine laufende Überwachung der Umsetzungserfolge ist eingeführt, um die ergriffenen Maßnahmen bewerten und ggf. weiterentwickeln zu können.

Bis Ende 2013:

- Die systematische Umsetzung der infrastrukturellen Ortsentwicklungspläne hat begonnen, erstmalige Evaluierung des Umsetzungsstandes zu Ende 2013
- Fortführung der aktiven Flächenvermarktung durch die SMG inkl. laufender Evaluierung
- Identifikation und Festlegung weitergehender Entwicklungsbedarfe aus touristischer Sicht in Zusammenarbeit mit der Kreisentwicklung, z.B. im Bereich Verkehr

Bis Ende 2014:

- Evaluierung der Projektergebnisse und Überführung in dauerhafte Strukturen, soweit erfolgversprechend und notwendig.



2.2.7 Leitprojekt 7: Entwicklungsunterstützung für Beherbergungsbetriebe

Zielsetzungen des Leitprojekts 7

Die übergeordnete Zielsetzung des Leitprojekts 7 besteht darin, (vor allem kleinere und mittlere inhabergeführte) Beherbergungsbetriebe darin zu unterstützen, ihre Übernachtungszahlen und Auslastung zu erhöhen:

- Auslösen von Modernisierungs- und Innovationsinvestitionen in Bestandsbetrieben
- Förderung der Betriebsnachfolge
- Motivation der Betreiber durch Einbindung in den Masterplan und insbesondere die Leitprojekte zur Angebotsentwicklung (vgl. Leitprojekte 8-12)
- Erhöhung der Bettenauslastung und damit der Rentabilität der Bestandsbetriebe als Grundlage für deren Zukunftssicherung

Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 7

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen im Zeitraum 2011-2014 umgesetzt:

- Identifikation von Hotels, die eine Nachfolgeregelung suchen oder deren wirtschaftliche Lage problematisch ist und sukzessive, regelmäßige direkte Kontaktaufnahme mit relevanten Betrieben: unter anderem zur Erstdiagnose, Erstberatung, ggf. Motivation, Ausarbeitung der weiteren Vorgehensweise und Hilfestellung bei der Umsetzung
- Aufbau Dienstleisternetzwerk und -datenbank (Innenarchitekten, Raumausstatter, Designer, Handwerker, Hotelberater), Vernetzung mit wichtigen Ansprechpartnern und Multiplikatoren (z.B. Vorstände der Fremdenverkehrs- und Gewerbevereine, BHG, IHK, ...)
- Entwicklung und Umsetzung eines Konzepts für Gastgeber- / Leistungsanbieternetzwerke
- Erstellung und Veröffentlichung einer Übersicht der Angebote für Gastgeber (Fortbildungen, gastgeberbezogene Beratungs- und Serviceangebote,...)
- Erstellung und Verteilung eines „Entwicklungshandbuchs“ u.a. mit folgenden Inhalten: Touristische Strategie der Alpenregion Tegernsee Schliersee und des Tegernsees, Entwicklungschancen für Beherbergungsbetriebe im Rahmen des Masterplans, Best Practice-Beispiele für Betriebskonzepte, Finanzierungsmöglichkeiten und Förderprogramme, Hotelkooperationen und Zertifizierungen
- Information aller Beherbergungsbetriebe im Landkreis über die Service- / Beratungs- und Unterstützungsangebote

Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 7

Bis Ende 2011:

- Umfassende Bekanntmachung und Information aller Beherbergungsbetriebe im Landkreis über im Rahmen des Leitprojekts 7 geplante Service- / Beratungs- und Unterstützungsangebote
- Aufbau des Dienstleisternetzwerks
- Zusammenstellung und Veröffentlichung bestehender Service- und Qualifizierungsangebote für Gastgeber
- Veröffentlichung der 1. Auflage des Entwicklungshandbuchs

2012-2014:

- Laufende Kontaktaufnahme mit relevanten Betrieben im Landkreis: Diagnose, Erstberatung, Motivation, Ausarbeitung der weiteren Vorgehensweise und Hilfestellung bei der Umsetzung
- Laufende Aktualisierung und Weiterentwicklung des Dienstleisternetzwerks
- Laufende Weiterentwicklung der Fortbildungs- und Service-Angebote für Gastgeber und Aktualisierung der entsprechenden Informationen hierzu v.a. im Internet
- Unterstützung und Initiierung von Maßnahmen zur stärkeren Vernetzung von Leistungsanbietern untereinander (z.B. Marketingkooperationen)
- Bei Bedarf: Aktualisierung und Fortschreibung / Neuauflage des Entwicklungshandbuchs



2.2.8 Leitprojekt 8: Entwicklungsplanung „Wandern“



Zielsetzungen des Leitprojekts 8

Das Kernziel dieses Leitprojekts besteht darin, die Alpenregion Tegernsee Schliersee in den kommenden Jahren zu der Top-Wanderdestination in Süddeutschland und den bayerischen Alpen weiterzuentwickeln.

Die Ausgangslage hierfür ist hervorragend: eine für Wanderer aller Couleur herausragend attraktive Landschaft und hervorragende Kompetenzzuschreibungen seitens der Nachfrage. Hinzu kommt: Wandern ist ein volumenstarkes Nachfragesegment, und von daher hervorragend zur Erzielung eines Übernachtungszuwachses geeignet. Allerdings bestehen auch einige Defizite, die im Rahmen der Arbeiten dieses Leitprojekts in den kommenden Jahren behoben werden müssen.

Um das angestrebte Ziel zu erreichen, richten sich alle Umsetzungsschritte und -maßnahmen an den folgenden Leitlinien aus:

- Sicherstellung eines durchgehend hohen und zielgruppengerechten Qualitätsniveaus
- Leistung eines Beitrags zur Positionierung als Premium-Wanderdestination in Süddeutschland und den (bayerischen) Alpen
- Ausrichtung auf eine auch monetäre Inwertsetzung des Angebots: Touristische Inwertsetzung des vorhandenen Angebotspotenzials und optimierte Erschließung des vorhandenen Nachfragepotenzials durch die Entwicklung, die Vermarktung und den Vertrieb buchbarer Produkte
- Ausrichtung aller Aktivitäten auf das Generieren von Übernachtungen, vor allem auch in der Vor-, Nach-, Nebensaison und in Gemeinden mit besonderen Nachfrageschwächen
- Ergänzende Schaffung und Vermarktung von Angeboten für Tagesgäste

Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 8

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden in den Jahren 2011-2014 die folgenden Maßnahmen umgesetzt:



Baustein 1: Wege-Highlights*

- Einrichtung und herausragende Inszenierung von mindestens 10 qualitätsgesicherten, zielgruppengerechten und besonders erlebnisintensiven Rundtouren (Halbtages- / Tagestouren) für jedes der drei Faszinationsfelder: „Sportliche Höhen“ zur Ansprache sportlich-aktiv ambitionierter Wanderer, „Genussvolle Bewegung“ zur Ansprache vorwiegend genussorientierter Zielgruppen und „Natürlich Familie“ zur Ansprache von Familien mit Kindern.
- Einrichtung von mindestens fünf zertifizierten Qualitätsrundwegen (je 8-15 km) in der Alpenregion Tegernsee Schliersee (Falls dies aus heute noch nicht absehbaren Gründen nicht realisierbar sein sollte, alternativ Errichtung bzw. Zertifizierung eines zertifizierten Streckenwanderwegs). Hierbei Rückgriff auf bereits bestehende Qualitätssiegel (z.B. Deutscher Wanderverband)

* Hinweis

Das Wanderwege-Angebot in der Alpenregion Tegernsee Schliersee wird natürlich auch künftig deutlich mehr Wanderwege umfassen als die o.g. Wege-Highlights. Die Wege-Highlights stellen lediglich die zunächst im Rahmen des Masterplans in herausragender und beispielhafter Qualität weiterzuentwickelnden und zu vermarktenden Wege dar (es gilt daher u.a. die attraktivsten Wege im Landkreis einzubeziehen und nicht etwa die am leichtesten zu entwickelnden!).

Baustein 2: Möblierung und Inszenierung der Wanderwege

- Einrichtung von ein bis zwei erlebnisintensiven Rastplätzen in besonders eindrucksvoller landschaftlicher Umgebung für jede der in Baustein 1 entwickelten Rundtouren,
- Errichtung von ein bis zwei weiteren zielgruppengerechten Möblierungen oder Inszenierungen an jeder der in Baustein 1 entwickelten Rundtouren, z.B. TraumLiegen, TraumAussichten, KinderTraumSpielstationen, ...

Baustein 3: ergänzende Orientierungsmittel

- Erstellung bzw. Aktualisierung und Herausgabe einer hochwertigen Wanderkarte für die Alpenregion Tegernsee Schliersee
- Online-Information: jede Rundtour als GPS-Download und Tourenbeschreibungen als pdf-Download im Internetauftritt von ATS, TTT und ggf. weiteren relevanten Internet-Informationsstellen, Sicherstellung der guten Auffindbarkeit dieser Informationen.

Baustein 4: Wanderservices vor Ort

- Konzeption und Umsetzung eines landkreisweiten Ausrüstungsverleihs: Verleih von Wanderzubehör und -ausrüstungsgegenständen durch Tourist Informationen sowie durch wanderfreundliche Beherbergungsbetriebe in Zusammenarbeit mit Tourist Informationen: GPS-Geräte, Wanderstöcke, Tagesrucksäcke, Zubehör speziell für Familien mit Kindern, z.B. Mountainbuggy, Kindertrage, Bollerwagen u.a.m.
- Konzeption und Umsetzung eines Wanderzubehör-Test-Centers: Möglichkeit zum Testen von Wander- / Outdoor-artikeln (Schuhe, Rucksäcke, Stöcke, Bekleidung, GPS-Geräte, Schneeschuhe, ...) in Kooperation mit Herstellern und / oder Fachhandel vor Ort
- Konzeption und Umsetzung WanderTraum-Infozentrum: für jede Teilregion (mindestens) ein Wanderinformationszentrum mit besonders umfassendem wanderbezogenem Informations- und Serviceangebot und zielgruppengerechtem und hochwertigen Ambiente (gelegen an zentraler Stelle, integriert in TI oder TestCenter, Einbeziehung von Public-Private-Partnership-Modellen in die Konzeption).

Baustein 5: TraumMahlzeiten & TraumBrotzeiten

- Sicherstellung des Gastronomieangebots an den Wege-Highlights: alle Wege-Highlights verfügen über ein zielgruppengerechtes, wanderfreundliches Gastronomieangebot (landkreisweit mindestens 50 wanderfreundliche Gastronomiebetriebe)

Baustein 6: TraumGastgeber

- Sicherstellung eines ausreichenden Angebots wanderfreundlicher Beherbergungsbetriebe: landkreisweit mindestens 50 zielgruppengerechte, zertifizierte wanderfreundliche Beherbergungsbetriebe mit wanderbezogenen Services (Hol- & Bringservice, Wandertipps, geführte Wanderungen etc.). Hierbei Rückgriff auf bereits bestehende Qualitätssiegel (z.B. Deutscher Wanderverband, BHG)

Baustein 7: Marketing- und Vertriebsplattform

- Aufbau und Betrieb einer Marketing- und Vertriebsplattform für das gesamte Leistungsspektrum durch ATS, TTT, Infozentren und Tourist Informationen mit intensiver Einbindung der wanderfreundlichen Beherbergungsbetriebe

Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 8

Bis Ende 2011:

- Ausrichtung eines Ideenwettbewerbs in der Region für die Möblierung der Wanderwege
- Durchführung eines öffentlichkeitswirksamen Wander-events im Herbst 2011
- Weitestgehende Fertigstellung der einheitlichen Wanderwegebeschilderung im gesamten Landkreis
- Einstieg in die Produktentwicklung: Entwicklung beispielhafter Wanderprodukte und Identifikation der dafür geeigneten Vertriebswege auf Basis der im Landkreis vielfältig vorhandenen und teils bereits hervorragend geeigneten Angebotsgrundlagen
- Optimierung und effizientere Darstellung und Kommunikation bereits bestehender Wanderangebote
- Start der Zertifizierungsinitiative für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe: Vorbereitung und umfassende Information der Betriebe



Bis Ende 2012:

- Vollständige Fertigstellung der einheitlichen Wanderwegebeschilderung im gesamten Landkreis

- Deutlicher Ausbau der Produktentwicklung und der Vertriebsoffensive, breitenwirksamer Verkaufsstart zur Sommersaison 2012 (Baustein 7)
- Umsetzungsstart zum Aufbau der Wege-Highlights (Baustein 1 und Baustein 2): zielgruppengerechte und attraktive Möblierung und Inszenierung der attraktivsten Wege im Landkreis, entsprechende Öffentlichkeitsarbeit sowie Einbindung in die Produktentwicklung und den Vertrieb
- Großflächige Realisierung der ergänzenden Orientierungshilfen (Baustein 3)
- Fortführung der Zertifizierungsinitiative für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe (Baustein 5 und Baustein 6)
- Einstieg in den Aufbau und die Optimierung der wanderbezogenen Serviceleistungen (Baustein 4)

2013-2014:

- Laufende Pflege und ggf. Anpassung der Wanderwegebeschilderung
- Fertigstellung der Wegehights (Baustein 1) und der Inszenierung und Möblierung (Baustein 2)
- Fertigstellung aller geplanten Wanderservices (Baustein 4) und laufende Optimierung und Weiterentwicklung
- Abschluss der Zertifizierungsinitiative für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe (Baustein 5 und Baustein 6): landkreisweit sind mindestens 50 wanderfreundliche Betriebe zertifiziert.
- Laufende Weiterentwicklung und Optimierung der Produktentwicklung und der Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen (Baustein 7).



2.2.9 Leitprojekt 9: Entwicklungsplanung „Mountainbiking“



Zielsetzungen des Leitprojekts 9

Das Kernziel dieses Leitprojekts besteht darin, die Alpenregion Tegernsee Schliersee als junge, sportliche, ambitionierte und dynamische Natursport-Destination in Süddeutschland und den bayerischen Alpen zu positionieren. Denn: eine maßvolle (!) Verjüngung und Dynamisierung des Images der Region ist dringend notwendig, um die Anziehungskraft der Region für die Gäste auch in Zukunft zu sichern und auszubauen.

Der Ausbau des Mountainbike-Angebots und eine entsprechende Kommunikation ist eine ganz hervorragend geeignete Möglichkeit hierfür. Allerdings gilt es, hierbei sehr sorgfältig und bedacht vorzugehen, um Konflikte mit anderen Zielgruppen und Gästen zu vermeiden. Daher steht im Vordergrund eine zur Region und ihren Gästen passende Ausrichtung: angesprochen werden sollen sportlich-aktive Genießer, nicht jedoch Extrem-Mountainbiker.

Außerdem wird durch entsprechende Besucherlenkungsmaßnahmen der Mountainbiker und weitere Maßnahmen sichergestellt, dass Konflikte mit anderen Gästegruppen wie auch mit der lokalen Bevölkerung (z.B. Grundstücksbesitzern, Wald und Forst, ...) vermieden werden.

Um die angestrebten Ziele zu erreichen, werden sich alle Umsetzungsschritte und -maßnahmen an den folgenden Leitlinien ausrichten:

- Sicherstellung eines durchgehend hohen und zielgruppengerechten Qualitätsniveaus
- Leistung eines deutlich erkennbaren Beitrags zur Positionierung als junge, sportliche, ambitionierte und dynamische Natursport-Destination in Süddeutschland und den (bayerischen) Alpen
- Ausrichtung auf eine auch monetäre Inwertsetzung des Angebots: Touristische Inwertsetzung des vorhandenen Angebotspotenzials und optimierte Erschließung des vorhandenen Nachfragepotenzials durch die Entwicklung, die Vermarktung und den Vertrieb buchbarer Produkte
- Ansprache von reinen Mountainbike-Urlaubern und Aktiv-Urlaubern mit mehreren Interessensgebieten (z.B. Kombination aus Wandern und Mountainbiken, Kombination aus Rennrad und Mountainbike, ...)
- Ausrichtung aller Aktivitäten auf das Generieren von Übernachtungen, vor allem auch in der Vor-, Nach-, und Nebensaison und in Gemeinden mit besonderen Nachfrageschwächen



Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 9

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen im Zeitraum 2012-2014 umgesetzt:

Baustein 1: Mountainbike-Streckennetz

- Umsetzung von mindestens 30 einheitlich beschilderten, konfliktfreien, qualitativ hochwertigen, nachfragegerechten, miteinander vernetzten MTB-Strecken / MTB-Trails in unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen (Einteilung der Schwierigkeitsstufen analog Alpinski (blau, rot, schwarz) auf Basis einer geeigneten Skala).

Baustein 2: Mountainbike-Tourenportal

- Darstellung aller Strecken in einer kartenbasierten Inter-nettdarstellung (interaktive Regionskarte o.ä.)
- Möglichkeit zum Download der GPS-Daten, Tourenbeschreibung als pdf -Datei und Verlinkung mit GoogleEarth
- Einbindung in Web 2.0-Aktivitäten

Baustein 3: BikeTouren und BikeKurse

- Schaffung eines Angebots für mehrere geführte Touren je Woche (je nach Saison), ggf. in Zusammenarbeit mehrerer Leistungsanbieter und Beherbergungsbetriebe
- zielgruppenspezifische Fahrtechnikkurse, z.B. auch für Kinder oder Frauen

Baustein 4: Mountainbike-Events

- Einbindung existierender Events (Mountainbike-Festival Tegernsee, 12 Stunden Mountainbike-WM) und Nutzung zur Profilierung sowie für Marketing (insbes. PR) und Vertrieb

Baustein 5: FairBike-Initiative

- Konzeption und Umsetzung einer umfassenden Initiative zur Sicherstellung des umweltverträglichen und konfliktfreien Verhaltens der Mountainbiker in der Region

Baustein 6: Leih-MTB-Stationen

- Sicherstellung einer guten Versorgung mit Leih-Mountainbikes verschiedener Qualitätsstufen entsprechend der Nachfragerfordernisse, Verleih von Mountainbikes verschiedener Qualitätsstufen durch BikeStationen
- Eigener MTB-Verleih und / oder Vermittlung des Verleihs von MTBs auch durch TIs und Beherbergungsbetriebe

Baustein 7: Mountainbike-Testcenter

- Mindestens ein hochwertiges Testcenter im Landkreis: Möglichkeit zum Testen von Bikes und Bikezubehör in Kooperation mit Herstellern und / oder Fachhandel vor Ort

Baustein 8: Mountainbike-Servicestellen

- Bike-Reparaturstationen mit gästeorientiertem Service-Angebot (kurzfristige Reparaturdurchführung, ggf. Vermittlung von Leih-Bikes für die Reparaturzeit, ..)

Baustein 9: BikeArena-Infozentrum

- Realisierung je eines BikeArena-Infozentrums in den südlichen Teilregionen (Tegernseer Tal, Schlierach-Leitzachtal) mit besonders umfassendem MTB-bezogenem Informations- und Serviceangebot und zielgruppengerechtem Ambiente (gelegen an zentraler Stelle, integriert in Tourist Information oder TestCenter, ggf. kombiniert mit Wander-Infozentren, vgl. hierzu Leitprojekt 8)

Baustein 10: Mountainbike-Gastronomie

- Sicherstellung eines ausreichenden Gastronomieangebots: alle Touren mit einer Länge von mehr als 2-3 Stunden verfügen über ein zielgruppengerechtes, mountainbikerfreundliches Gastronomieangebot (landkreisweit mindestens 30 MTB-freundliche Gastronomiebetriebe)

Baustein 11: Mountainbike-Gastgeber

- Sicherstellung einer ausreichenden Anzahl von MTB-freundlichen und -affinen Beherbergungsbetrieben: Im südlichen Landkreis (Tegernseer Tal, Schlierach-Leitzachtal) mindestens 30 zielgruppengerechte, zertifizierte bikefreundliche und MTB-affine Beherbergungsbetriebe mit entsprechendem Service (Abstellraum, Reparaturkoffer, Tourentipps, geführte Touren etc.)

Baustein 12: Marketing- und Vertriebsplattform

- Aufbau und Betrieb einer Marketing- und Vertriebsplattform für das gesamte Leistungsspektrum durch ATS, TTT, Infozentren und Tourist Informationen mit intensiver Einbindung der radfreundlichen Beherbergungsbetriebe



Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 9

Bis Ende 2011:

- Keine Maßnahmen in 2011, die Umsetzung des Leitprojekts 9 „Entwicklungsplanung Mountainbike“ beginnt im Jahr 2012

Bis Ende 2012:

- Einstieg in die Optimierung der MTB-Infrastruktur (Baustein 1)
- Einstieg in die Initiative zur Gewinnung, Qualifizierung und Zertifizierung zielgruppengerechter Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe (Bausteine 10, 11)
- Einstieg in den Aufbau und die Optimierung von Serviceleistungen für Mountainbiker (Baustein 2, 3, 6, 7, 8, 9)
- Konzeption und breite Einführung der FairBike-Initiative (Baustein 5)
- Einstieg in die vertriebsorientierte Produktentwicklung: Entwicklung beispielhafter Mountainbikeprodukte auf Basis der im Landkreis vielfältig vorhandenen und teils bereits hervorragend geeigneten Angebotsgrundlagen und Identifikation der dafür geeigneten Vertriebswege (Baustein 12)

2013-2014:

- Ausbau und Weiterentwicklung von vertriebsorientierter Produktentwicklung und Vertrieb: Auf Basis der Erfahrung aus der Einführungsphase (2012) Fortführung und Verbesserung der Entwicklung nachfragegerechter und in relevantem Umfang verkaufter Mountainbike-Produkte
- Forcierung der optimalen Einbindung des MTB-bezogenen Veranstaltungsangebots in der Region in die Produktentwicklung sowie in Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen (Baustein 4), ggf. Weiterentwicklung des Veranstaltungsangebots mit Blick auf eine Optimierung der Wertschöpfungswirkung für die Region in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Veranstaltern
- Fortführung und Abschluss der Maßnahmen zur Optimierung der MTB-Infrastruktur (Baustein 1) und zum Aufbau / zur Optimierung der MTB-Serviceleistungen (Bausteine 2, 3, 6, 7, 8, 9)
- Fortführung der Fair-Bike-Initiative (Baustein 5), nachhaltige Sicherstellung eines umwelt- und sozialverträglichen Mountainbikens in der Region
- Abschluss der Initiative zur Gewinnung, Qualifizierung und Zertifizierung zielgruppengerechter Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe (Bausteine 10, 11): landkreisweit sind mindestens 30 mountainbikefreundliche Betriebe zertifiziert.



2.2.10 Leitprojekt 10: Entwicklungsplanung „Gesundheit“



Zielsetzungen des Leitprojekts 10

Mit Blick auf den Gesundheitstourismus sind sowohl die angebotsbezogenen Voraussetzungen der Region wie auch die nachfragebezogenen Voraussetzungen hervorragend, um einen deutlichen Beitrag zur Sicherung und zum Ausbau der Tourismuswirtschaft im Landkreis Miesbach zu leisten.

Daher besteht das Ziel des Leitprojekts „Entwicklungsplanung Gesundheit“ darin, das gesundheitstouristische Profil der Region und die gesundheitstouristischen Angebots- und Vertriebsstrukturen in der Region zu stärken und fit für die Zukunft zu machen.



Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 10

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden in den Jahren 2011-2014 die folgenden Maßnahmen umgesetzt:

Bereich 1: Produktentwicklung

- Definition des gesundheitstouristischen Leistungsprogramms (Indikationen, Zielgruppen, Märkte)
- Aufbau einer Anbieter-, Angebots- und Bausteindatenbank, gezielte Ausweitung der beteiligten Betriebe
- Überprüfung und Weiterentwicklung der Produkt- / Qualitätsstandards (Strukturqualität, Prozessqualität)
- Sicherstellung der Qualitätssicherung (z.B. unabhängige Qualitätszirkel)
- aktive Produktentwicklung insbesondere in den Bereichen Primärprävention, betriebliches Gesundheitsmanagement, Selfness (mit Verbindung / Schnittstelle zu Leitprojekt 8 „Entwicklungsplanung Wandern“)

Bereich 2: Qualifizierung

- Aus- / Weiterbildungskonzept: u.a. therapeutische Landschaftsführer, Gesundheitswanderführer, Gesundheits-Walking-Führer ...
- Beratung und Entwicklungsunterstützung von Beherbergungsbetrieben in gesundheitstouristischen Fragen

Bereich 3: gesundheitstouristische Vermarktung & Vertrieb

- Aufbau der gesundheitstouristischen Vermarktung und des Vertriebs

Bereich 4: Infrastrukturentwicklung

- Auf- / Ausbau des Jod-Schwefel-Bads zum Gesundheitszentrum für medizinisch-gesundheitstouristische Dienstleistungen
- indikationsorientierte gesundheitstouristische Weiterentwicklung von einzelnen Wegen



Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 10

Bis Ende 2011:

- Übernahme Marketing Jod-Schwefel-Bad und Übernahme Gesundes Land GmbH
- Definition des künftigen gesundheitstouristischen Leistungsprogramms
- Umsetzung eines medizinisch-gesundheitstouristischen Pilotprojekts unter Einbindung des Jod-Schwefel-Bads
- Entwicklung eines Produkts für 2012 zur Erzielung schneller und sichtbarer Erfolge
- Einstieg in die Qualifizierungsmaßnahmen (vgl. Bereich 2)

Bis Ende 2012:

- Aufbau der gesundheitstouristischen Vermarktung und des Vertriebs
- Umsetzung eines Tegernsee-weiten medizinisch-gesundheitstouristischen Pilotprojekts an der Schnittstelle zu einem volumenreichen Aktivthema (Radfahren, Wandern, Nordic Aktiv)
- Vorbereitung der Ausweitung auf den gesamten Landkreis

2013-2014:

- Ausweitung auf den gesamten Landkreis durch Übertragung des Konzepts
- Erweiterung des Leistungsprogramms entsprechend der Schwerpunkte der anderen Orte
- Umsetzung eines landkreisweiten medizinisch-gesundheitstouristischen Pilotprojekts



2.2.11 Leitprojekt 11: Entwicklungsplanung „Wintererlebnis“

Zielsetzungen des Leitprojekts 11

Im Rahmen der durchgeführten Analysen wurde deutlich, dass die gesamte Wintersaison (d.h. die Monate November bis April) nahezu landkreisweit mit Ausnahme der Stadt Miesbach eine geringe bis sehr geringe Bettenauslastung aufweist. Die Ganzjährigkeit des Tourismusgeschäfts bzw. die Saisonverlängerung ist jedoch für die betriebswirtschaftliche Rentabilität und die Sicherstellung der Investitionsfähigkeit der Betriebe ein ganz entscheidender Faktor für die Zukunftsfähigkeit des Tourismus in der Alpenregion Tegernsee Schliersee.

Um hier einen positiven Impuls zu geben, wurde das Leitprojekt „Entwicklungsplanung Wintererlebnis“ konzipiert. Ziel des Leitprojekts ist es demnach, Impulse für eine Steigerung der Zahl der Übernachtungen und der Auslastung in den auslastungsschwachen Wintermonaten zu geben.

Für die Umsetzung wurden die folgenden Leitlinien festgelegt, an denen sich alle nachfolgend genannten Maßnahmen orientieren:

- Konsequente Fokussierung aller Maßnahmen auf die Steigerung der Auslastung und der Übernachtungszahlen in den auslastungsschwachen Wintermonaten
- Schwerpunktsetzung auf kleinere und mittlere Beherbergungsbetriebe mit besonderen Schwierigkeiten in der Vermarktung ihrer Kapazitäten in der Wintersaison
- Breite, nicht ausschließlich bzw. nicht vorrangig auf Wintersportangebote gestützte Erschließung des Nachfragepotenzials und Schaffung neuer Winterreiseanlässe
- Leistung eines Beitrags zum Aufbau eines starken Profils als Winterdestination
- Beitrag zur Positionierung als Premiumdestination in Süddeutschland und den (bayerischen) Alpen
- Sicherstellung eines durchgehend hohen zielgruppengerechten Qualitätsniveaus

Im Zentrum des Leitprojekts „Entwicklungsplanung Wintererlebnis“ steht somit ganz explizit nicht der Versuch, den Wettbewerb mit etablierten und stärker positionierten Wintersportdestinationen mittels eines umfassenden Infrastrukturausbaus gewinnen zu wollen. Der Grund: der Ausbau der Wintersportinfrastruktur (Aufstiegshilfen, Beschneigung) erfordert vorrangig private Investitionen, die - zumindest unter den gegebenen Rahmenbedingungen - nicht durch staatliches Handeln ersetzt werden können. Dort, wo dies möglich ist, soll die Optimierung der wintertouristischen Infrastruktur freilich unterstützt werden.

Der Maßnahmenschwerpunkt bei der Entwicklungsplanung „Wintererlebnis“ liegt jedoch ganz klar in der besseren touristischen Inwertsetzung der vielfach bereits vorhandenen Angebotspotenziale und einer nicht allein bzw. nicht vorrangig auf Wintersportangebote gestützte Erschließung neuer Nachfragepotenziale. Im Klartext bedeutet dies: Verbesserung der Produktentwicklung und des Vertriebs, so dass tatsächlich mehr Übernachtungsgäste in der Wintersaison in die Alpenregion Tegernsee Schliersee reisen:

- Untergliederung der nachfrageschwachen Zeit (Nov.-April) in mehrere teilsaisonale Angebotszeiträume mit definiertem Motto (z.B. WinterGenuss, WinterAktiv, WinterFamilie]
- Unterlegung der Angebotszeiträume mit zum Thema und den Zielgruppen passenden Veranstaltungen, Veranstaltungsreihen, Angebotsbausteinen, Packages etc.
- Organisation und zielgruppengerechte Bündelung von Veranstaltungen und Angebotsbausteinen zu mottobezogenen Angebotsbündeln und Pauschalen
- Starke Fokussierung auf Vertrieb und vertriebsorientiertes Marketing, Entwicklung und Umsetzung von zielgruppengerechten Vertriebsansätzen und Nutzung der erfolgversprechenden und absatzstarken Vertriebskanäle

Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 11

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen im Zeitraum 2011-2014 umgesetzt:

Bereich 1: Ausarbeitung der Winterstrategie

- Ausarbeitung der Vorgehensweise, des Marketing-Mix und der konkreten Maßnahmen für die künftige Winterstrategie: Festlegung geeigneter Produktkategorien und ansprechbarer Zielgruppen, Festlegung der Preisstrategie(n), Definition der erfolgversprechendsten Vertriebswege und der erforderlichen Kommunikationsmaßnahmen

Bereich 2: Vertriebsorientierte Produktentwicklung

- Ausgehend von der o.a. Winterstrategie: Entwicklung beispielhafter Winterprodukte und Identifikation der dafür geeigneten Vertriebswege auf Basis der im Landkreis vielfältig vorhandenen und teils bereits hervorragend geeigneten Angebotsgrundlagen, hierbei Berücksichtigung von Angebotsbausteinen aus verschiedensten Themenfeldern, u.a. auch aus den Leitprojekten 8-12 des Masterplans
- Weiterentwicklung bereits bestehender Produkte für die Wintersaison, Optimierung der Marketingkommunikation und des Vertriebs dieser Produkte

Bereich 3: Optimierung der Angebotsgrundlagen

- Identifikation der vorrangig optimierungsbedürftigen Angebotsgrundlagen auf Grundlage der definierten Winterstrategie (siehe Bereich 1)
- Festlegung der notwendigen Maßnahmen und der genauen Vorgehensweise zur Optimierung der Angebotsgrundlagen (z.B. Winterwandern, Schneeschuhwandern, Langlauf / Nordic Sports, ...)

Bereich 4: Binnenkommunikation und Vernetzung

- Sicherstellung einer regelmäßigen Kommunikation und Vernetzung mit den relevanten Leistungsträgern, Gremien und Interessensgemeinschaften und enge Einbeziehung in die Erarbeitung und Umsetzung der Winterstrategie (z.B. Bergbahnen, AlpenPlusPartner, Skiclubs, DSV, DAV, private Dienstleister, ...)

Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 11

Bis Ende 2011:

- Ausarbeitung der künftigen Winterstrategie
- Optimierung vorhandener Produkte bzw. Entwicklung beispielhafter Pilotprodukte für die Wintersaison 2011 / 2012 zur Erzielung schneller und sichtbarer Erfolge
- Systematischer Aufbau der Binnenkommunikation mit den relevanten Ansprechpartnern in der Region (z.B. Leistungsträger, Skiclubs, DAV, DSV, Bergbahnen, Alpen-PlusPartner, ...) und Einbeziehung in die weiteren Arbeiten

Bis Ende 2012:

- Umsetzung der Winterstrategie
- Starker Ausbau und Weiterentwicklung von vertriebsorientierter Produktentwicklung und Vertrieb für die Wintersaison
- Einstieg in die Optimierung der Angebotsgrundlagen auf Grundlage der in der Winterstrategie definierten Anforderungen und Entwicklungsbedarfe
- Weiterführung der Binnenkommunikation und der engen Einbindung und Abstimmung mit den betroffenen Anspruchsgruppen in der Region

2013-2014:

- Umfassende Weiterführung der vertriebsorientierten Produktentwicklung und Vertrieb für die Wintersaison
- Umfassende Weiterführung der Optimierung der Angebotsgrundlagen auf Grundlage der in der Winterstrategie definierten Anforderungen und Entwicklungsbedarfe
- Feste Etablierung der Kommunikations- und Beteiligungsmechanismen, die für eine optimale, in der Region und mit ihren Leistungsanbietern abgestimmte und verankerte Erschließung der touristischen Nachfrage während der Wintersaison erforderlich ist.



2.2.12 Leitprojekt 12: Entwicklungsplanung „Erschließung Nordkreis“

Zielsetzungen des Leitprojekts 12

Im Vergleich zu den Gemeinden im Süden des Landkreises spielt der Tourismus in den Gemeinden des Miesbacher Oberlandes bisher zum Teil eine eher nachrangige Rolle. Nichtsdestotrotz sind auch im Norden des Landkreises touristische Entwicklungspotenziale vorhanden. Diese müssen nicht zwangsläufig eine Konkurrenz zum Angebot der südlichen Gemeinden darstellen, sondern können bei entsprechender Umsetzung vielfach das touristische Angebot des Südens hervorragend ergänzen und hierdurch u.a. neue Zielgruppen und Märkte für den gesamten Landkreis erschließen. Ziel des Leitprojekts ist es daher, diese Potenziale in den kommenden Jahren zu entwickeln und damit die touristische Wertschöpfung und auch den Stellenwert des Tourismus in den nördlichen Gemeinden der Alpenregion Tegernsee Schliersee zu steigern.

Beschreibung der geplanten Maßnahmen des Leitprojekts 12

Um die oben dargestellten Zielsetzungen zu erreichen, werden in den Jahren 2011-2014 die folgenden Maßnahmen umgesetzt:

Arbeitsfeld 1: Wirkungsvolle Einbindung in kreisweite Leitprojekte

- Gleichwertige Einbindung ins Außenmarketing der Alpenregion Tegernsee Schliersee, dies beinhaltet unter anderem:
 - die Nutzung des regionsweiten Corporate Design und der Marke Alpenregion Tegernsee Schliersee zur Außendarstellung und Werbung
 - die Einrichtung einer touristischen Ortsdarstellung im Internet für jeden Ort
 - vollwertige Einbindung in die interaktive Regionskarte

- die Einbindung in auflage-, reichweiten- und vertriebsstarke Printmedien (u.a. Gastgeberverzeichnis, Veranstaltungskalender)
- die Teilnahme an einer Marketingkampagne u.a. mit tagestouristischen Schwerpunkten im Raum München
- die Einbindung in sämtliche thematische Entwicklungs- und Marketingaktivitäten der ATS, u.a. Wandern, Mountainbike, Gesundheit, Wintererlebnis, Schwerpunktprojekte Tourenrad
- Deutliche Unterstützung bei der Qualifizierung und Entwicklung touristischer und tourismusnaher Anbieter, unter anderem durch folgende Maßnahmen:
 - systematische Einbindung der Anbieter und Orte in den Informationsfluss
 - Ausbau des Know-How-Transfers durch Anbindung an eine IT- / Netzwerklösung von TTT und ATS
 - Unterstützung bei der touristischen Ortsentwicklung durch systematische Infrastrukturberatung und -vermarktung
 - Unterstützung der Beherbergungsbetriebe durch den Betriebsberater (vgl. Leitprojekt 7)
- Umfassende Einbindung in die Wege- und Routenentwicklung (Beschilderung, Möblierung, Produktentwicklung)
 - Wegebeschilderung Wandern, Radfahren, Mountainbiking
 - Anlage von Rastplätzen und Wegemöblierung
 - vertriebsgerechte Produktentwicklung in den Schwerpunktthemen und in einzelnen Schwerpunktregionen (u.a. Taubenberg)

Arbeitsfeld 2: Schwerpunktprojekt Regionalentwicklung und Tourenrad

- Entwicklung eines thematisierten Rad-Routennetzes mit Entwicklungsschwerpunkt im Norden des Landkreises:
 - Profil „urbayerische Lebensfreude & Landkultur mit dem Rad erfahren“
 - Zielgruppe: Tagesausflügler und Kurzurlauber aus dem Großraum München, Familien mit Kindern und Best Ager
- Entwicklung eines Routen- und Tourenangebots:
 - Entwicklung von 1-, 2-, 3-, 4- und 5-Tagespauschalen für Gruppen und Individualreisende
 - geführte Eintagestouren
 - Angebot von Rundrouten, Etappen- und Sternfahrten
 - Integration eines E-Bike-Konzepts

- Entwicklung von Produkten und Angeboten in verschiedenen Kategorien, u.a. Übernachten, Einkehren, Einkaufen, Kultur & Geschichte, Veranstaltungen & Aktionen
- Entwicklung und Umsetzung eines Beschilderungssystems für die Routenführung und für teilnehmende Betriebe:
 - Beschilderung einer Rundroute und eines Wabensystems, möglichst auch Einbindung als „Schleife“ in bestehende Fernradwege
 - von den Radrouten ausgehende Hinweisbeschilderung für teilnehmende Betriebe
 - Einrichtung von Einstiegspunkten mit entsprechender radtouristischer Ausstattung, z.B. an Bahnhöfen
 - Darstellung der Routen im Kartenmaterial und Download als GPS-Track im Internet

Arbeitsfeld 3: Aufbau Welcome-Center und Tourist-Informationssystem

- Konzeption und Entwicklung eines Welcome-Centers bzw. einer „Portal-Tourist-Info“ im Norden des Landkreises:
 - Ausstattung als radtouristischer Einstiegspunkt (Parkplätze, Abstellmöglichkeiten, Reparaturservice ...)
 - Information zu allen Aktivitäten und Angeboten der gesamten Region
 - Verkauf von Kartenmaterial und ggf. Equipment
 - Standort (noch im Detail zu prüfen): möglichst Hochfrequenz-Bahnhof, ggf. Kombination mit bestehendem Anbieterbetrieb
- Konzeption und Umsetzung von Infostellen für Touristen an Frequenz-Standorten:
 - Planung: fünf Infostellen mit Auskunft zu Angebot der Region
 - Prüfung und Festlegung geeigneter Standorte: BAB-Raststätten, Gasthöfe, Ortsmittelpunkte, Tankstellen, Reisebüros ...
 - Erarbeitung geeigneter Lösungsansätze für die Umsetzung: Infoterminals, Public-Private-Partnership-Modelle (z.B. Tankstellen, Reisebüros), Synergien (z.B. Bürgerbüros)



Meilensteine der Umsetzung des Leitprojekts 12

Bis Ende 2011:

- Realisierung einheitlicher touristischer Vorschaltseiten im Internetauftritt für alle Gemeinden im Nordkreis, ggf. mit eigenen Subdomains (z.B. www.tourismus.weyarn.de oder www.tourismus-weyarn.de)
- Entwicklung eines Wanderprodukts mit Schwerpunkt im Norden des Landkreises
- Durchführung einer Marketingkampagne im Rahmen des Leitprojekts 2 mit Schwerpunkt im Norden des Landkreises
- Erarbeitung der Detailkonzeption für das Regionalentwicklungs- / Tourenradprojekt (Arbeitsbereich 2) unter enger Einbeziehung der Leistungsanbieter
- Klärung der Standorte und der technischen Standards für die Infoterminals

Bis Ende 2012:

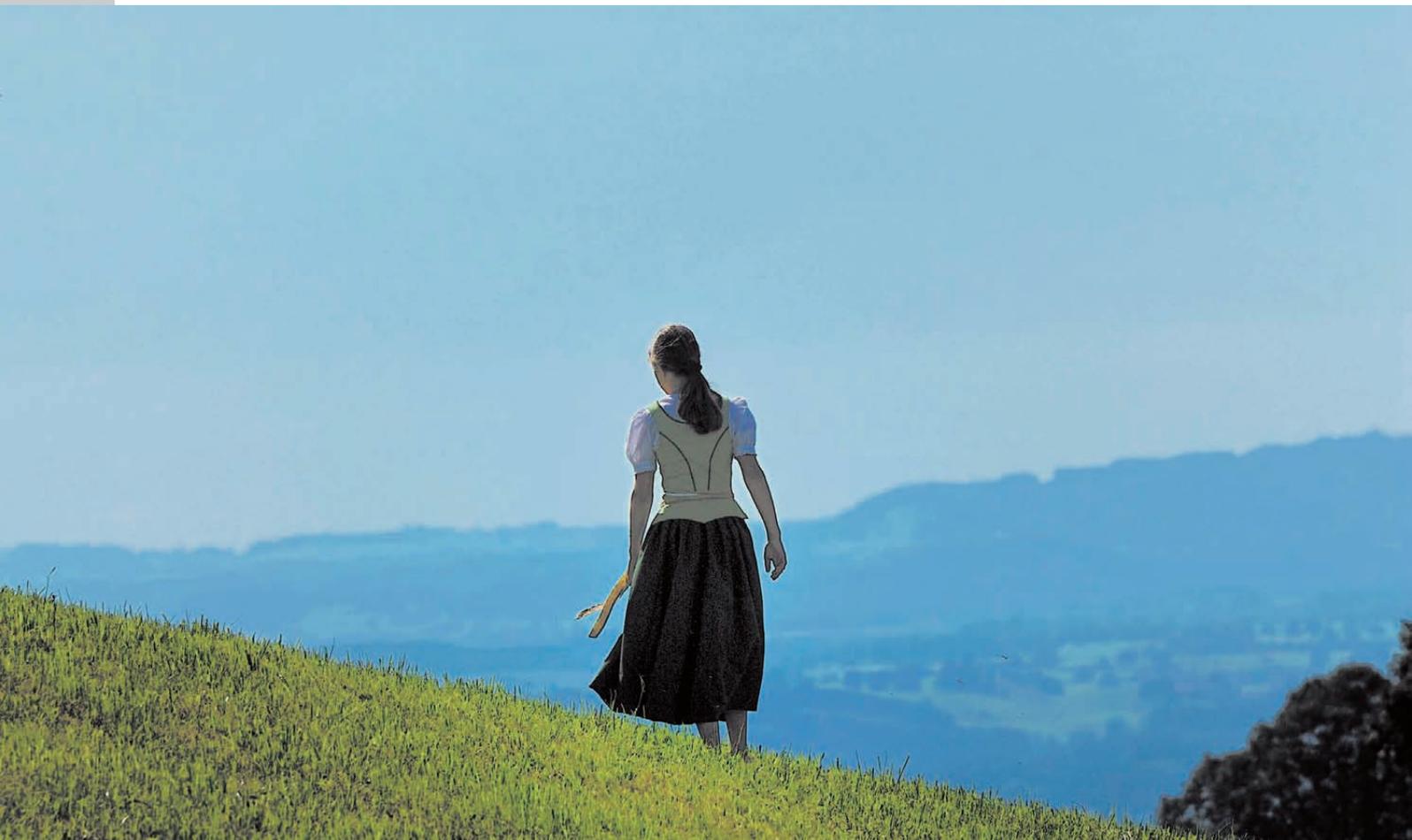
- Beginn der Umsetzung des Regionalentwicklungs- / Tourenradprojekts (Routenführung, Produktentwicklung, Beschilderung etc.)
- Realisierung der Infoterminals
- Erarbeitung des Grundlagenkonzepts für das Welcome-Center (Standort, Geschäfts- und Finanzierungsmodell etc.)
- Weiterführung / Verstärkung der Einbindung in übergreifendes Marketing

Bis Ende 2013:

- Umsetzungsbeginn Welcome-Center
- Eröffnung / Markteinführung des Regionalentwicklungs- / Tourenradprojekts, laufende Evaluierung und Weiterentwicklung

Bis Ende 2014:

- Realisierung des Welcome-Centers abgeschlossen
- Weiterentwicklung / weiterer Ausbau des Regionalentwicklungs- / Tourenradprojekts



3. Zusammenfassung und Ausblick

Mit den im Masterplan Tourismus für die Alpenregion Tegernsee Schliersee definierten Leitprojekten und Maßnahmen ist eine bedeutende Grundlage geschaffen, um den Tourismus in der Region in den nächsten Jahren entscheidend voranzubringen.

Aber diese Grundlage allein reicht bei weitem nicht aus. Damit sich im Landkreis wirklich etwas bewegt, sind weitere Dinge unbedingt notwendig:

- konsequente Umsetzung der definierten Maßnahmen und beständige Weiterentwicklung mit dem Ziel, die übergeordneten Zielsetzungen tatsächlich zu erreichen (Übernachtungszuwachs um 20 Prozent, führende bayerische Tourismusregion in Deutschland und in fünf internationalen Quellmärkten, herausragende Premiumdestination in Süddeutschland).
- konstruktives Miteinander und ein unbezwingbarer Wille, Probleme, Widerstände und Meinungsverschiedenheiten zu überwinden und zu gemeinsam getragenen und gemeinsam umgesetzten Lösungen zu kommen
- Mitwirkung, Unterstützung und konstruktive Mitarbeit aller (touristischen) Akteure im Landkreis, insbesondere natürlich der Leistungsanbieter

Die Entwicklung des Tourismus ist nicht auf den Masterplan beschränkt – Kommunen und private Investoren sind ebenfalls von maßgeblicher Bedeutung

Neben den im Masterplan gebündelten, landkreisweiten Aktivitäten sind zudem auch auf kommunaler und privatwirtschaftlicher Ebene Aktivitäten zur Weiterentwicklung des Tourismus in der Region unbedingt erforderlich:

- Ansiedlungsmanagement Hotellerie: Gemeinden, Tourismusorganisationen auf regionaler und örtlicher Ebene und die SMG Standortmarketinggesellschaft des Landkreises Miesbach sind aufgefordert, Hand in Hand den Hotelmasterplan für den Landkreis Miesbach umzusetzen und fortzuschreiben.
- Örtliche Infrastrukturentwicklung: Hier bedarf es einer Berücksichtigung der touristischen Notwendigkeiten seitens der Ortsentwicklung und der Entwicklung der örtlichen Infrastruktur.
- Aktivierung vorhandener Potenziale: Nicht zuletzt ist die Schaffung neuartiger und herausragender touristischer Angebote durch private Investoren aus der Region mit Visionen und unternehmerischem Mut von entscheidender Bedeutung für die touristische Zukunft des Landkreises.

Neben den im Masterplan gebündelten, landkreisweiten Aktivitäten sind auch auf kommunaler und privatwirtschaftlicher Ebene Aktivitäten zur Entwicklung erforderlich – v. a. im Bereich der Infrastruktur:

Masterplan Tourismus für die Alpenregion Tegernsee Schliersee			Über den Masterplan hinausgehende Entwicklungserfordernisse		
Handlungsfeld 1: Marke & Marketing	Handlungsfeld 2: Organisation & Strukturen	Handlungsfeld 3: Angebots- & Produktentwicklung	1 Ansiedlungsmanagement Hotellerie	2 Örtliche Infrastruktur- entwicklung	3 Aktivierung vorhandener Potenziale
					
Umsetzung innerhalb der vorgenannten zwölf Leitprojekte			Umsetzung und Unterstützung der Fortschreibung des Hotelmasterplans	Gewährleistung und Forcierung einer die touristischen Notwendigkeiten berücksichtigenden Ortsentwicklung und örtlichen Infrastruktur	Private Investitionen mit Visionen und unternehmerischem Mut zur Schaffung neuartiger und herausragender touristischer Angebote



4. Übersicht der Ansprechpartner zur Umsetzung des Masterplan Tourismus für die Alpenregion Tegernsee Schliersee

Postanschrift:

Tourismusverband Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V.	Tegernseer Tal Tourismus GmbH
Hauptstraße 2, 83684 Tegernsee Tel.: 08022 92738-90, Fax: 08022 92738-99 E-Mail: info@tegernsee-schliersee.de	Hauptstraße 2, 83684 Tegernsee Tel. 08022 92738-0, Fax: 08022 92738-22 E-Mail: info@tegernsee.com

Leitprojekte	Ansprechpartner	Telefon	E-Mail
LP 1	Hr. Georg Overs	08022 92738-0	g.overs@tegernsee.com
LP 2	Fr. Sandra Weiß	08022 92738-10	s.weiss@tegernsee.com
LP 3, 4, 5, 6	Fr. Sabine Floßmann	08022 92738-90	flossmann@tegernsee-schliersee.de
LP 7	Fr. Dorothea Holzmaier	08022 92738-45	holzmaier@tegernsee-schliersee.de
LP 8	Fr. Beatrix Peix	08022 92738-44	peix@tegernsee-schliersee.de
LP 9	Fr. Christine Miller	08022 92738-34	c.miller@tegernsee.com
LP 10	Fr. Brigitta Ammer	08022 8608-21	b.ammer@tegernsee.com
LP 11	Hr. Michael Hieke	08022 92738-43	hieke@tegernsee-schliersee.de
LP 12	Fr. Beate Rauch	08022 92738-94	rauch@tegernsee-schliersee.de
LP 8-12 Vertrieb	Hr. Martin Duda	08022 92738-42	duda@tegernsee-schliersee.de



Herausgeber

Tourismusverband Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V.
Hauptstraße 2
83684 Tegernsee
Tel. 08022 92738-90
Fax: 08022 92738-99
E-Mail: info@tegernsee-schliersee.de

Autoren

PROJECT M GmbH
Cornelius Obier
André Karp

Gestaltung

Kaufmann Grafikdesign

Fotos

123rf (1), Jörg Bodenbender (3)
Heinz Hirz (1), Gästehaus Haltmair (1),
Hans-Günther Kaufmann (2)
Rolf Kaul (1), Alois Pribil (1)
Bernd Ritschel (9), Tom Sievers (1),
shutterstock (1), Tourist-Informationen