

BAYERISCHE GemeindeZeitung

KOMMUNALPOLITIK WIRTSCHAFT RECHT TECHNIK PRAXIS

Sonderdruck

16. Mai 2024

75. Jahrgang Nr. 10/2024



© Das Titelbild wurde mit der KI DALL-E erstellt.

Die Bayern Tourismus Marketing GmbH macht den bayerischen Tourismus fit für eine nachhaltige und digitale Zukunft.

Tourismus in Bayern

Grußwort von Staatsministerin
Michaela Kaniber



© SMIEF

wege, Spielplätze, Bäder und Parks, dafür, dass Kultur und Freizeit vor Ort mit Leben erfüllt werden. Ohne Tourismus wären viele Kommunen für eine lebendige Infrastruktur zu

Was wäre der Tourismus ohne unsere Kommunen und das Engagement unserer Kommunalpolitikerinnen und Kommunalpolitiker? Er würde nicht funktionieren. Denn unsere Gestalter vor Ort sind unerlässliche Antriebskräfte im Bayerntourismus. Sie wissen genau, was den Tourismus ausmacht. Sie sorgen für gepflegte Rad- und Wander-

klein, gäbe es weniger Arbeitsplätze und damit weniger Einwohner. Tourismus-Gemeinden sind immer auch Einheimischen-Gemeinden. Kommunales Engagement und starker Bayerntourismus sind zwei Seiten einer Medaille. Im vergangenen Jahr haben wir zum zweiten Mal mehr als 100 Mio. Gästeübernachtungen in Bayern gezählt. Dieses starke Ergebnis wäre ohne den Einsatz in Kommunalpolitik und Verwaltung nicht möglich. Dafür ein herzliches Vergelt's Gott.

Dieses Tourismusbewusstsein, also das Wissen über seine vielfältigen positiven Effekte, möchte ich weiter stärken. Gemeinsam müssen wir den Menschen nahebringen, dass sie auf vielfältige Art und Weise vom Tourismus profitieren, auch wenn sie nicht unmittelbar in der Branche tätig sind. Als neue bayerische Tourismusministerin ist es mir ein Herzensanliegen, gemeinsam mit unseren Kommunen den Tourismus weiterzuentwickeln. Nachhaltigkeit, Anpassung an den Klimawandel und Barrierefreiheit sind hier nur einige Stichworte. Es geht auch um das Thema finanzielle Unterstützung, vor allem um die Förderung kommunaler Tourismusinfrastrukturen und von Seilbahnen.

Beide Förderinstrumente haben sich bewährt, beide werden wir nach Kräften fortsetzen. Nähere Informationen dazu entnehmen Sie gerne diesem Sonderdruck.

Eine neue Fördermöglichkeit wird es ab Sommer für unsere bayerischen Kongressstandorte geben. Wir sind gerade dabei, ein Förderprogramm aufzulegen, mit dem wir die Akquisition neuer Kongresse in Bayern finanziell unterstützen. Wir werden das Programm so konzipieren, dass gerade auch kleinere Veranstaltungen gefördert werden können. Alle bayerischen Kongressstandorte werden davon profitieren können, gerade auch der ländliche Raum. Wir zünden den Kongress-Turbo, um die Sichtbarkeit Bayerns als Kongressstandort weiter zu erhöhen!

Auch wenn es um das Thema Digitalisierung geht, sind die Kommunen unverzichtbare Partner im Tourismus. Die Gäste erwarten, dass sie aktuelle Informationen und buchbare Angebote in digitaler Form erhalten. Deshalb wandeln sich auch die Anforderungen an die Tourismusinformationen in den Gemeinden. Neben der persönlichen Beratung geht es immer mehr um die digitale Eingabe und Pflege touristisch relevanter Daten. Öffnungszeiten, Auslastungs- und Verkehrsdaten in Echtzeit oder Informationen über Sehens-

würdigkeiten müssen digital verfügbar sein. Was digital nicht sichtbar ist, wird der Gast nicht finden!

Ziel ist es, unseren Gästen bestmögliche Informationen für ihren Aufenthalt bereitzustellen. Ich möchte alle kommunalen Akteure ermutigen, die Chancen von Digitalisierung und Open Data, also den freien Zugang zu strukturierten Daten, zu nutzen. Mit der Kompetenzstelle Digitalisierung und der BayernCloud Tourismus haben wir das passende Werkzeug geschaffen, um alle relevanten Daten zu sammeln, die in passgenaue Reiseerlebnisse und neue digitale Anwendungen umgemünzt werden können. Das bedeutet zufriedene Gäste! Und zufriedene Gäste kommen gerne wieder! Lassen Sie uns in diesem Sinne gemeinsam an einem Strang ziehen für unseren Bayerntourismus!

Michaela Kaniber

Bayerische Staatsministerin
für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

Das bringt Tourismus

Der Tourismus in Bayern boomt. Seit Jahren schreibt der Freistaat touristische Erfolgsgeschichte und behauptet auch im Jahr 2023 mit über 20 Prozent Marktanteil seinen Platz als Reiseland Nr. 1 in Deutschland. Rund 100 Millionen Übernachtungen und über 500 Millionen Tagesreisen verzeichnet Bayern pro Jahr und einen touristischen Gesamtkonsum von 47,5 Milliarden Euro.

Als Querschnittsbranche schafft der Tourismus damit rund 550.000 direkte und indirekte Arbeitsplätze in verschiedenen Sektoren, die maßgeblich zur regionalen Entwicklung beitragen – von der Gastronomie über den Einzelhandel bis hin zur Landwirtschaft sowie der Kultur- und Freizeitbranche. Darüber hinaus erhöht er als Lebensader die Unternehmens- und Einkommensvielfalt sowie die Steuereinnahmen in den bayerischen Gemeinden. Insbesondere im ländlichen Raum ist der Tourismus in vielen Regionen mitverantwortlich dafür, dass auch Klein- und Kleinstbetriebe eine Zukunftsperspektive haben.

Der Tourismus ist aber nicht nur ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für Bayern, sondern auch ein Garant für die konstant hohe Lebensqualität im Freistaat. Gemeinden

und Destinationen, die bewusst auf Tourismus setzen, verfügen nachweislich über eine bessere lokale Infrastruktur und ein breiteres Freizeitangebot, über mehr Rad- und Wanderwege, ein abwechslungsreicheres gastronomisches Angebot, eine bessere öffentliche Nahverkehrsanbindung, ein attraktiveres Ortsbild sowie ein umfangreicheres

Brauchtums- und Kulturangebot. Investitionen in den

Tourismus sind daher nicht nur Investitionen in die Urlaubs- und Erlebnisqualität der Gäste,

sondern vor allem auch Investitionen in die Bevölkerung vor Ort – denn sie ist es, die

maßgeblich von dem vorhandenen Angebot profitiert. Eine höhere Zufriedenheit,

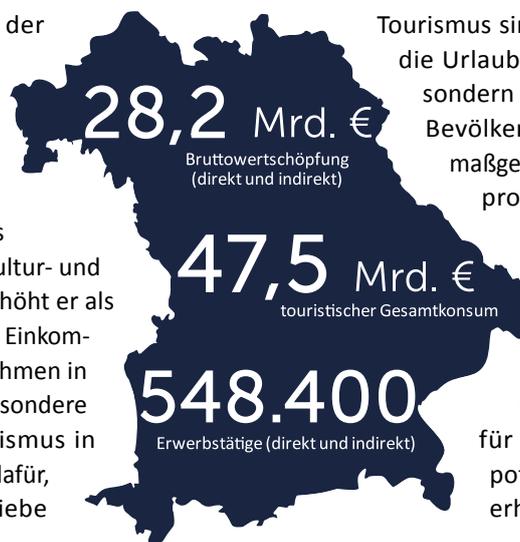
Wertschätzung und Identifikation mit ihrer Heimat sind die Folge.

Ebenso tragen Investitionen in den Tourismus dazu bei, einen

attraktiven Lebensraum zu bewahren sowie die Anziehungskraft

für Unternehmensansiedlungen und potenzielle Arbeits- und Fachkräfte zu erhöhen.

Um die Wirtschaftskraft und Lebensqualität Bayerns auch langfristig zu sichern und weiter auszubauen, braucht es eine starke, nachhaltige Tourismusedwicklung, die allen guttut. ■



Ein starkes Dach für den bayerischen Tourismus

Die Organisation, die in Bayern auf Landesebene für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft zuständig ist, ist die Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM). Als Landestourismusorganisation verantwortet sie im Auftrag des Freistaats und ihrer 28 Gesellschafter aus den verschiedensten Bereichen des Tourismus das nationale und internationale Marketing für das Urlaubs- und Reiseland Bayern. Sie unterstützt ihre Partner in den Orten und Regionen des Freistaats bei der Tourismusentwicklung als starker Wirtschaftsfaktor und wichtiger Arbeitgeber. Damit hilft die BayTM, regionale Wertschöpfungsketten, gute (Freizeit-)Infrastrukturangebote und natürliche Ressourcen zu bewahren – für eine lebenswerte Heimat für Einheimische und Gäste.

Die BayTM und ihre Aufgaben

Die BayTM ist der Motor der touristischen Entwicklung Bayerns. Sie begeistert für Bayern – nach innen und nach außen. Dabei setzt sie auf vier zentrale Aufgaben: Vernetzung, Wissensmanagement, Destinationsentwicklung und Vermarktung.

Bayern als Reiseziel platzieren

Die Vermarktung des Reiselandes Bayern ist Gründungsaufgabe der BayTM. Dabei kommuniziert sie den Freistaat mit einer klar definierten Storytelling- und Editorial-Marketing-Strategie als vielfältige und „traditionell andere“ Destination. Über ihre eigenen reichweitenstarken Kanäle

spricht die BayTM potenzielle Gäste an und vermittelt ihnen mit spannenden Geschichten ein facettenreiches, faszinierendes Bild von Bayern, das Sehnsüchte weckt sowie das einzigartige bayerische Lebensgefühl erlebbar macht und zu einer Reise in den Freistaat inspiriert.

Die BayTM ist gut vernetzt

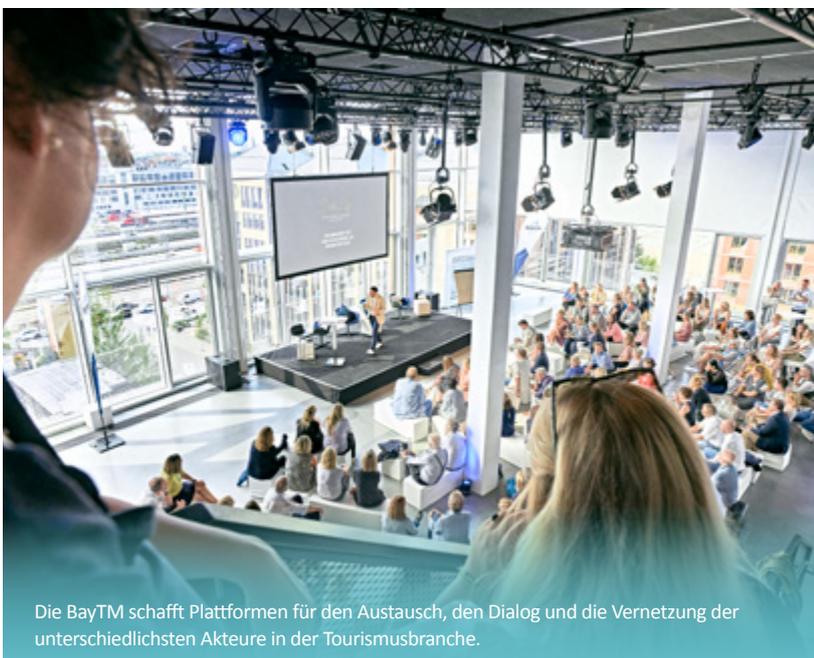
Die BayTM engagiert sich als Netzwerker für den gesamten Reisemarkt. Denn sie ist überzeugt, dass in einer Querschnittsbranche mit einer Vielzahl an Akteuren und einer vielfältigen Tourismuslandschaft wie Bayern eine starke Vernetzung sowie ein gegenseitiges voneinander lernen, für den Erfolg unerlässlich sind. Deshalb sorgt die BayTM für den Austausch, den Dialog und den Zusammenschluss der unterschiedlichsten Akteurinnen und Akteure in der Branche, sowohl im In- als auch im Ausland. Denn ein dicht geknüpftes, solides und verlässliches Netzwerk ist die wichtigste Voraussetzung für eine dynamische Weiterentwicklung der Destination Bayern.

Gleiches Wissen für Alle

Das Wissensmanagement ist eine der zentralen Aufgaben moderner Destinationsorganisationen. Der seit einigen Jahren stattfindende Wandel in den touristischen Aufgaben führt zu immer umfangreicheren Themen, die ein gewisses Grundlagenwissen voraussetzen. Die BayTM hat sich zum Ziel gesetzt, die Destinationen und Kommunen dabei zu unterstützen und gibt ihnen daher Hilfsmittel an die Hand, mit denen sie sich auf den Weg machen und in bestimmten Themenfeldern besser aufstellen können.

Wandel gestalten

Damit der Tourismus in Bayern auch in Zukunft weiter so erfolgreich ist, unterstützt die BayTM die touristischen Akteure im Freistaat auch bei der Destinationsentwicklung. Sie setzt Impulse, koordiniert neue Themen und stellt ihnen strategische Werkzeuge insbesondere in den Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung zur Verfügung, um die Branche bei der Umsetzung ihrer neuen Aufgaben zu unterstützen. Darüber hinaus engagiert sich die BayTM intensiv für die Verbesserung des Images der bayerischen Tourismusbranche für mehr Tourismusakzeptanz. ■



Die BayTM schafft Plattformen für den Austausch, den Dialog und die Vernetzung der unterschiedlichsten Akteure in der Tourismusbranche.

Eine Zukunft für alle

Nachhaltige Destinationsentwicklung ist ein Kernthema für die BayTM. Die Idee dahinter: ein Tourismus, der als Lebensraumgestalter wirkt und Gäste und Einheimische gleichermaßen im Blick hat.

Das einzigartige Naturerlebnis, die bayerische Kultur und Tradition, die vielfältige Kulinarik und vor allem das typische bayerische Lebensgefühl sind die Grundlage für das Image und den touristischen Erfolg Bayerns. Sie sind die wichtigsten Gründe, warum jährlich Millionen von Menschen in den Freistaat reisen. Und diese Reisenden tragen in enormem Maß zum wirtschaftlichen Erfolg Bayerns bei. Wenn der Tourismus in Bayern auch in Zukunft erfolgreich sein will, dann geht das nur durch die Bewahrung der Heimat und damit seiner Existenzgrundlage: mit guter regionaler Wertschöpfung, stabilen gesellschaftlichen Strukturen und ressourcenschonendem Umgang mit der Natur.

Mit einer Vielzahl von touristischen Akteuren hat sich die BayTM daher auf den Weg gemacht und eine gemeinsame Vision für eine nachhaltige Destination Bayern geschaffen. Diese Vision bedeutet nicht „irgendwas mit Umweltschutz“, denn diese weitverbreitete Definition von Nachhaltigkeit greift viel zu kurz. Sie betrachtet ökologische, wirtschaft-



Das Handbuch zum Download:
tourismus.bayern/handbuch-nachhaltige-destinationsentwicklung



Zahlreiche Kommunen und touristische Organisationen haben mit einem Workshop der BayTM bereits ihre individuelle Strategie zur nachhaltigen Entwicklung ihrer Destination erarbeitet.





Nachhaltigkeit im Tourismus heißt, eine Balance zu schaffen zwischen wirtschaftlichem Erfolg und sozialen und ökologischen Werten

© Copyright: Gert Krautbauer

liche und soziale Fragestellungen – und diese nicht isoliert voneinander, sondern gemeinsam und in ihrem Zusammenwirken. Schon lange kann der Tourismus nicht mehr als abgeschlossener Sektor begriffen werden. Als äußerst bedeutender Wirtschaftsfaktor muss er vielmehr als glaubwürdiger Lebensraumgestalter gesehen werden. Als Querschnittsbranche, die eine große Vielzahl von wirtschaftlichen Teilbereichen umfasst und die Verantwortung für das Allgemeinwohl trägt. Sprich, für eine hohe Lebensqualität von Gästen und Einheimischen gleichermaßen.

Die Matrix für nachhaltige Destinationsentwicklung

Darüber hinaus wurde ein gemeinsames Werkzeug erarbeitet, das den touristischen Akteurinnen und Akteuren im Freistaat konkrete Impulse gibt, wie sich Nachhaltigkeit in der eigenen Region fest verankern lässt – basierend auf den drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales sowie unter Berücksichtigung der von den Vereinten Nationen ausgegebenen „17 Ziele für nachhaltige Entwicklung“ (der sogenannten SDGs). Entstanden ist die Matrix für nachhaltige Destinationsentwicklung, angelehnt an einen Ansatz der Gemeinwohl-Ökonomie. Sie definiert 20 Aufgabenfelder mit zentralen Fragen und ausgewählten Beispielen, die als Inspiration für Projekte von DMOs sowie Touristikerinnen und Touristikern dienen sollen – weit über eine reine Produktentwicklung mit Ökolabel hinaus. Denn nachhaltiges Handeln ist seit jeher tief in der bayerischen Lebensart verwurzelt: Die traditionellen Formen des

Wirtschaftens in und mit der Natur, die Wertschätzung für die regionalen Erzeugenden und die hochwertige Arbeit bayerischer Handwerksbetriebe und Dienstleistungsunternehmen, der lebendige Erhalt der reichhaltigen Kulturschätze und der saisonale, regionale Konsum – all das gibt es bereits. Aber auch das engagierte Miteinander in den Regionen, die Maßnahmen zum Erhalt von Natur- und Kulturlandschaft und der Biodiversität, das Engagement für die Zukunftsfähigkeit der Wirtschaft und die Arbeit an einer immer besseren Lebensqualität für Bevölkerung und Gäste – auch das hat in Bayern längst Tradition. Nun kann es die Basis zu einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus sein.

Nachhaltigkeit muss zur Haltung werden

Die nachhaltige Organisation des Tourismus ist eine hochkomplexe Aufgabe, die sämtliche wirtschaftlichen, administrativen und gesellschaftlichen Aktivitäten rund ums Reisen betrifft. Doch zuallererst ist nachhaltiger Tourismus eine Frage der Haltung. Diese Haltung zu fördern und die Botschaft in die Destinationen zu tragen, dass Gäste und Einheimische im Einklang leben sollen – das ist die Mission der BayTM. Die BayTM versteht sich dabei als Inspirator und Wissensvermittler, aber auch als Koordinator. Sie bietet eine Vielzahl an Informationen zum Thema und ein eigenes Netzwerk für den Fach- und Erfahrungsaustausch zwischen den unterschiedlichen Akteuren an. Zudem können Destinationen und Kommunen Sensibilisierungsvorträge oder Workshops, die bei der Erarbeitung einer eigenen Strategie unterstützen, buchen. Erschienen ist auch ein Handbuch zur nachhaltigen Destinationsentwicklung in Bayern, das den Einstieg in die Matrix erleichtert und zudem viele praktische Tipps zur Arbeit mit ihr in der eigenen Organisation enthält. ■

Nachhaltige Destinationsentwicklung – das bringt's:

- Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg des Tourismus durch Erhalt der Natur und Stärkung des sozialen Miteinanders
- Zukunftsfähige Gestaltung und Positionierung des Tourismus
- Erhöhung der Tourismusakzeptanz und Zufriedenheit der Einheimischen
- Förderung lokaler Wertschöpfungsketten
- Sicherung von Arbeitsplätzen

Nähere Informationen zur nachhaltigen Destinationsentwicklung gibt's unter tourismus.bayern/matrix



Digital erfolgreich

Die digitale Zukunft des Tourismus in Bayern aktiv zu gestalten und zu fördern, ist eine der vier großen Kernaufgaben der BayTM. Die Destination Bayern soll noch digitaler und effizienter werden, um Gästen wie Einheimischen jederzeit und überall die bestmöglichen touristischen Informationen zur Verfügung zu stellen – denn das ist es, was Reisende immer häufiger als selbstverständlich erwarten – damit ihr Reiseerlebnis noch besser wird.

Mit der BayernCloud Tourismus (BCT) stellt die BayTM sämtlichen Akteuren eine zentrale Dateninfrastruktur für all ihre touristisch relevanten Informationen (von Points of Interest über Events, Wanderrouten und Öffnungszeiten bis hin zu Wetter- und Verkehrsdaten) zur Verfügung. Um eine breite Nutzung der Daten zu ermöglichen, sorgt die BCT für eine durchgängige und einheitliche Qualität sowie ein maschinenlesbares Format der Daten. Dadurch können diese unkompliziert in verschiedenen Anwendungen und Plattformen ausgespielt werden. Jede Änderung in der BCT wird anschließend auch in allen Ausspielungskanälen sichtbar. Dieser freie Datenfluss ist eine Grundvoraussetzung für mehr Effizienz, mehr Gästezufriedenheit, mehr Nachhaltigkeit und erfolgreicher Marketing im bayerischen Tourismus. Ein wichtiger Teil der Strategie ist zudem die Bereitstellung von Inhalten mit Open Data-Lizenzen, da diese erhebliche Synergien bei der gemeinsamen Datennutzung schaffen und somit die Reichweite der touristischen Daten erhöhen.

Die BayernCloud Tourismus ist ein Gemeinschaftsprojekt aller touristischen Akteure im Freistaat. Die lokalen Leis-

tungsträger, Kommunen und Touristinfos übernehmen die Pflege der touristischen Daten. Die übergeordnete Tourismusorganisation koordiniert optimalerweise die organisatorische und vertragliche Abwicklung der Anbindung an die BCT. Die Betreuung und Weiterentwicklung sowie die Koordination der verschiedenen Ausspielungskanäle sowie die Zusammenarbeit mit weiteren Datenplattformen übernimmt die BayTM. Gemeinsam tragen alle Akteure dazu bei, die BayernCloud Tourismus flächendeckend mit qualitativ hochwertigen Daten zu füllen und so die Grundlage für eine effiziente Gästeinformation und damit ein verbessertes Reiseerlebnis zu schaffen.

Beispiele für die Verwendung der BCT-Daten

Das Wintersportmodul

Die BayernCloud Tourismus wurde Anfang 2024 um ein Wintersportmodul erweitert, das Echtzeitdaten zu Schneehöhen, geöffneten Liften oder gespurten Loipen aus ganz Bayern via Schnittstellen in der BCT aggregiert. Damit schafft die BayTM eine standardisierte, qualitativ hochwertige Datenbasis und vereinfacht die Bereitstellung und Nutzung der entsprechenden Daten. Denn die gesammelten Daten können gebündelt an die verschiedenen Wintersportportale verteilt werden und stellen so eine einheitliche Qualität der Live-Informationen auf allen Portalen sicher. Akteure vor Ort pflegen ihre Daten künftig nur noch einmal in ihrem Managementsystem und sind trotzdem überall präsent. Über Widgets, interaktive Anwendungselemente, können die Daten kostenfrei auf den Websites von Destinationen und Kommunen eingebunden werden, was die Präsenz der Akteure vor Ort stärkt.

Das Karten-Widget

Mit dem Karten-Widget können interaktive Karten in eine Website eingebunden werden, die eine Vielzahl von touristischen Elementen aus der BayernCloud Tourismus anzeigen – ohne sich um die Aktualisierung dieser Daten kümmern zu müssen. Denn diese aktualisieren sich automatisch mit den aktuellen Informationen aus der BCT. Das Karten-Widget ermöglicht

- eine visuelle Übersicht über Sehenswürdigkeiten, Attraktionen oder Aktivitäten einer Region,
- die individuelle Auswahl der Datenkategorien (z.B. Attraktionen, Einkauf & Dienstleistungen, Essen & Trinken, Mobilität & Infrastruktur, Naturerlebnisse sowie Touren und Veranstaltungen) und

BayernCloud Tourismus – das bringt's:

- Kostenfreie Nutzung der BCT-Infrastruktur für Datenliefernde bzw. -bereitstellende
- Automatisierte Ausspielung und Aktualisierung der Daten auf verschiedenen Ausgabekanälen wie Online-Plattformen, Infoterminals, Apps, ...
- Offene Verfügbarkeit der Daten führt zu höherer Reichweite und Sichtbarkeit des eigenen Betriebs und/oder der Urlaubsregion
- Minimierter Pflegeaufwand durch Prinzip „einmal pflegen – überall ausspielen“
- Verwendung aller vorhandenen Daten für eigene Ausspielungen
- Rechtssicherheit bei Weiterverwendung von Daten, wie z. B. Bildern (Creative-Commons-Lizenzierung)
- Datenbasis zur Schaffung von neuen innovativen Lösungen für Gäste, z. B. digitale Gästekarte

Scannen Sie den QR-Code und sehen Sie „Die BayernCloud Tourismus kurz erklärt“:
<https://youtu.be/vFRIngfwDic>



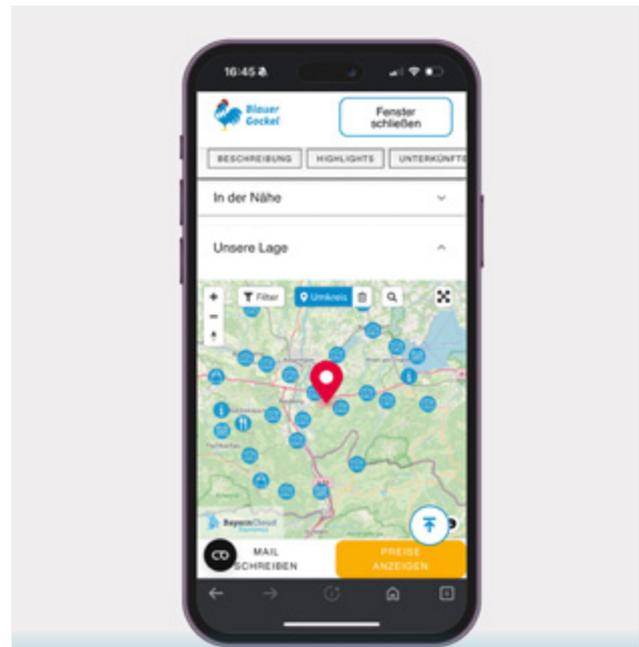
- flexible Filtermöglichkeiten, um die Informationen gezielt an die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe anzupassen (z.B. Filter nach Tourismusregionen oder Orten, sowie eine Umkreissuche um den gewünschten Standort).

Jetzt dabei sein!

Sie möchten die vorhandenen Daten der BayernCloud Tourismus nutzen oder Ihre Inhalte an die BCT anschließen? Die BayTM unterstützt Sie mit

- Anleitungen zur Verwendung der verschiedenen Widgets,
- einem Leitfaden zu Datenmanagement und Open Data,
- einem kostenlosen Digitalisierungsscheck,
- Sensibilisierungsvorträgen und
- Schulungen. ■

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung! Kontaktdaten sowie weitere Informationen finden Sie unter bayerncloud.digital.



Mit dem Karten-Widget kann eine Vielzahl touristischer Elemente aus der BayernCloud Tourismus auf der eigenen Website angezeigt werden.

Gut zu wissen: Richtlinien zur Förderung von öffentlichen touristischen Infrastruktureinrichtungen (RÖFE)

Eine wichtige Fördermaßnahme des Freistaats Bayern für Kommunen im Bereich Tourismus betrifft die Förderung öffentlicher touristischer Infrastruktureinrichtungen.

Attraktivität steigern und Qualität verbessern

Die Förderung soll zum Wohle der Gemeinschaft als Ganzes der Attraktivitätssteigerung und Qualitätsverbesserung der Tourismusinfrastruktur beitragen.

Wer kann gefördert werden?

Zuwendungsempfänger sind kommunale Körperschaften sowie ausschließlich kommunal getragene Organisationen (z.B. ILE, Zweckverbände). Das können auch privatrechtliche Unternehmen sein, an der die Kommune oder mehrere Kommunen 100 % der Anteile halten.

Was kann gefördert werden?

Gefördert werden öffentliche Einrichtungen des Tourismus im Sinne von Basiseinrichtungen der touristischen Infrastruktur, die von unmittelbarer Bedeutung für die Leistungsfähigkeit und wirtschaftliche Entwicklung von Tourismusgebieten sind und überwiegend dem regionalen Tourismus dienen. Das Vorhaben muss sich grundsätzlich in ein touristisches Entwicklungskonzept einpassen.

Es ist zwischen nicht einnahmeschaffenden (d. h. beihilfefreien) Maßnahmen wie etwa Kurparks, Kurwegen oder unentgeltlichen Tourismusämtern und -informationszentren und einnahmeschaffenden Maßnahmen wie beispielsweise Veranstaltungszentren, Kurhäuser oder Thermalbädern zu differenzieren.

Darüber hinaus sind auch Loipenspur- und Wegepflegegeräte förderfähig. Ebenfalls förderfähig sind Maßnahmen zur Besucherstromlenkung.

Wie hoch ist die Förderung?

Der Ausgangsfördersatz für Fördervorhaben liegt bei 35 Prozent. Unter Berücksichtigung der Lage des Investitionsortes in einem besonders strukturschwachen Gebiet, der finanziellen Leistungsfähigkeit des Maßnahmenträgers sowie weiterer Faktoren kann ein höherer Fördersatz gewährt werden. Was sind die wesentlichen Fördervoraussetzungen? Es werden nur Vorhaben gefördert, für die ein touristischer Bedarf vorliegt und die überwiegend touristisch genutzt werden.

Mindestinvestitionssumme

Die Mindestinvestitionssumme in diesem Programm beträgt 100.000 Euro, bei Loipenspur- und Wegepflegegeräten 50.000 Euro. Eigenständige Vorhaben zur Herstellung der Barrierefreiheit können bereits ab zuwendungsfähigen Ausgaben von 10.000 Euro gefördert werden.

Wo finde ich nähere Informationen?

Nähere Informationen zum RÖFE-Programm, insbesondere zur Förderrichtlinie, zur Antragsstellung und zu den Antragsformularen finden Sie auf der Website des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus unter:

www.stmelf.bayern.de/foerderung/foerderung-touristischer/index.html

Die Services der BayTM auf einen Blick

Der BayTM Hub

Im BayTM-Hub – dem Informationsportal für die bayerische Tourismuswirtschaft – finden Verantwortliche aus Destinationen und Kommunen jede Menge Wissen und Wissenswertes rund um den Tourismus im Freistaat: laufende Kampagnen, interessante Artikel aus Tourismus und Marketing, aktuelle und grundlegende Daten für ihre (Marketing-) Arbeit, Netzwerkmöglichkeiten und vieles mehr.

tourismus.bayern

Netzwerke und Veranstaltungen

Die BayTM schafft vielfältige Möglichkeiten für einen Austausch mit (neuen) Branchenkolleginnen und -kollegen sowie der BayTM. Die Netzwerke der Landestourismusorganisation sind die optimale Plattform für alle, die im oder für den Tourismus arbeiten, um sich übergreifendes Fachwissen anzueignen und Erfahrungen auszutauschen. Alle Events und Veranstaltungen gibt es unter:

tourismus.bayern/veranstaltungen

Tourismus Know-how

In unserem BayTM Magazin, in zahlreichen Artikeln auf dem BayTM Hub sowie den digitalen Knowledge-Breaks gibt es interessante Impulse, aktuelles Fachwissen und spannende Trends aus der Tourismusbranche, die die eigene Arbeit unterstützen.

Beteiligungsmöglichkeiten im Rahmen des Endkunden-Marketings

Destinationen und Kommunen, die ihre Produkte und Angebote über die BayTM vermarkten, profitieren von der Bekanntheit und Stärke der Marke Bayern. Mit mehr als 180.000 Websitebesuchen pro Monat, über 66 Mio. Impressionen auf Social Media und 520.000 Magazin-Exemplaren pro Jahr erreicht die BayTM eine Vielzahl potenzieller Gäste. Durch ihr gewachsenes Netzwerk an erfahrenen Autoren und Fotografen ist die BayTM in der Lage, hochwertigen Content zu den Urlaubsthemen ihrer Partnerinnen und Partner zu konzipieren und zu produzieren. So erreichen auch sie ihre Ziele und Zielgruppen ohne große Streuverluste.

tourismus.bayern/b2c-beteiligungsmoeglichkeiten

BayernCloud Tourismus

Offene Daten sind entscheidend für eine optimale Verfügbarkeit von Informationen aller Art, ob für Gäste oder Einheimische. Mit der BayernCloud Tourismus (BCT) stellt die BayTM die passende digitale Infrastruktur dafür zur Verfügung. Mit der BCT müssen Daten nur einmal eingepflegt und können dann überall ausgespielt werden – für mehr Reichweite und Sichtbarkeit. Ein Leitfadensystem und ein kostenfreier Digitalisierungsscheck unterstützen Destinationen und Kommunen bei einer effizienten Datenimplementierung und -aufbereitung. Alle weiteren Infos zur digitalen Destinationsentwicklung in Bayern unter bayerncloud.digital.

Zahlen und Fakten

Die BayTM stellt Destinationen und Kommunen grundlegende Daten rund um den bayerischen Tourismus zur Verfügung: Aktuelle Studienergebnisse, interaktive Statistiken und SVG-Grafiken zum Download. Damit können diese bestmögliche Marketingentscheidungen für ihre Arbeit treffen und sind bestens über die aktuellen Entwicklungen in der Tourismusbranche informiert.

tourismus.bayern/statistiken-und-studien

Fachwissen

Die BayTM teilt ihr Wissen für Märkte, Trends und Entwicklungen in verschiedenen Vorträgen und Workshops, die von Destinationen und Kommunen schnell und einfach gebucht werden können:

tourismus.bayern/b2b-beteiligungsmoeglichkeiten

Bildarchiv

Destinationen und Kommunen, die auf der Suche nach ansprechendem und inspirierendem Bildmaterial sind, werden unter bilder.bayern fündig. Die BayTM stellt dort eine umfangreiche und hochwertige Sammlung zur kostenfreien Nutzung zur Verfügung. Bewegtbildmaterial erhalten Interessierte auf Anfrage unter partner@bayern.info. ■

Sie möchten mehr über die Arbeit der BayTM und Möglichkeiten der Zusammenarbeit erfahren?

Dann vereinbaren Sie gerne einen Termin:

partner@bayern.info

Tel.: 089 212397-88

Hier geht's zur Anmeldung für den B2B-Newsletter der BayTM:

tourismus.bayern/newsletter



Besuchen Sie das Wissensportal für Deutschlands Tourismusland Nr. 1: tourismus.bayern

Sonderdruck der Bayerischen Gemeindezeitung

Bilder: Bayern Tourismus Marketing GmbH, StMELF

Gestaltung: Britta Eriskat

Verantwortlich: Constanze von Hassel (verantwortlich)

Redaktion: Sylvia Freund

Druck: Creo-Druck, Bamberg

Verlag: Bayerische Kommunalpresse GmbH

Postfach 825, 82533 Geretsried

Telefon 08171 / 9307-11, Telefax 08171 / 9307-22

info@gemeindezeitung.de, www.gemeindezeitung.de