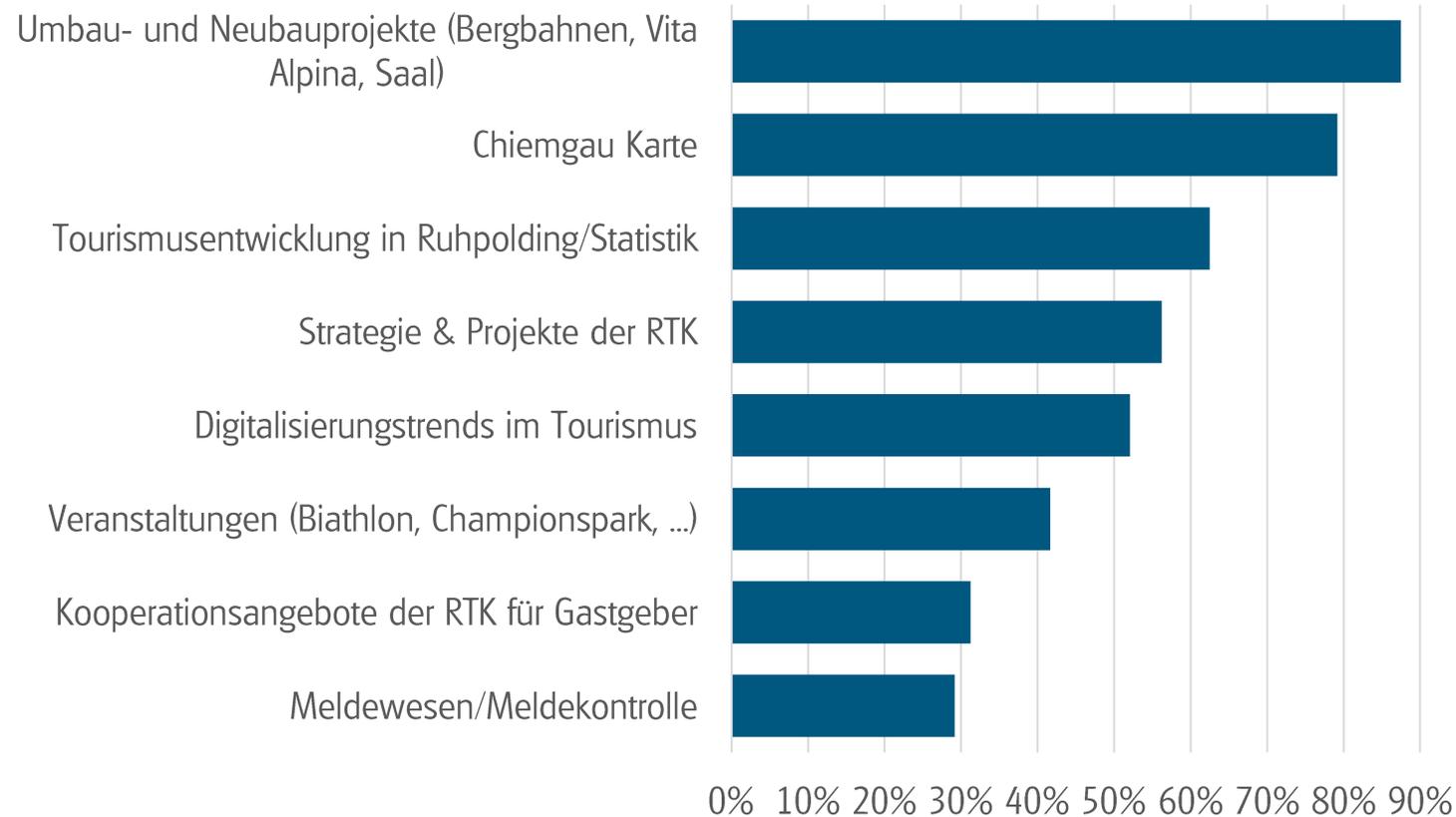


**Herzlich WILLKOMMEN zur  
GASTGEBERVERSAMMLUNG!**





# Unsere Themen für Heute



- Entwicklung Umlagebetrag Chiemgau Karte, Preise für Bergbahnen 50%
- Abrechnung der IRS-Provisionen IRS-Suche (Filter)



# Unsere Agenda für Heute

- Begrüßung & Grußbotschaft Justus Pfeifer
- Vorstellung RTK neu
- Tourismus-Zahlen
- Um- und Neubauprojekte
- Chiemgaukarte
- IRS & Meldewesen
- Veranstaltungen
- RTK Strategie & Kooperationsangebote



# Organisationsstruktur neu ab 2022/23

Gemeinde RUHPOLDING  
Bgm. Justus Pfeifer  
Verwaltungsratsvorsitzender

RUHPOLDING Tourismus KU  
Gregor Matjan

Betrieb Vita Alpina / Freibad / Eishalle  
Kurpark / Touristische Wege / Loipen

Meine Bergwelt GmbH (VB-RB)  
Engelbert Schweiger / Franz Hofmann

Gemeindewerke KU  
N.N.

Heizwerk,  
ab 1.7.23 Vita Alpina Liegenschaft

Chiemgau Arena GmbH  
N.N.



# Finanzen / Organisation

## Gemeinde bis 2021

- ▲ Erhebung und Vereinnahmung Kur- und Fremdenverkehrsbeitrag
- ▲ Umsetzung innerhalb der Kämmerei

## RTK ab 2022

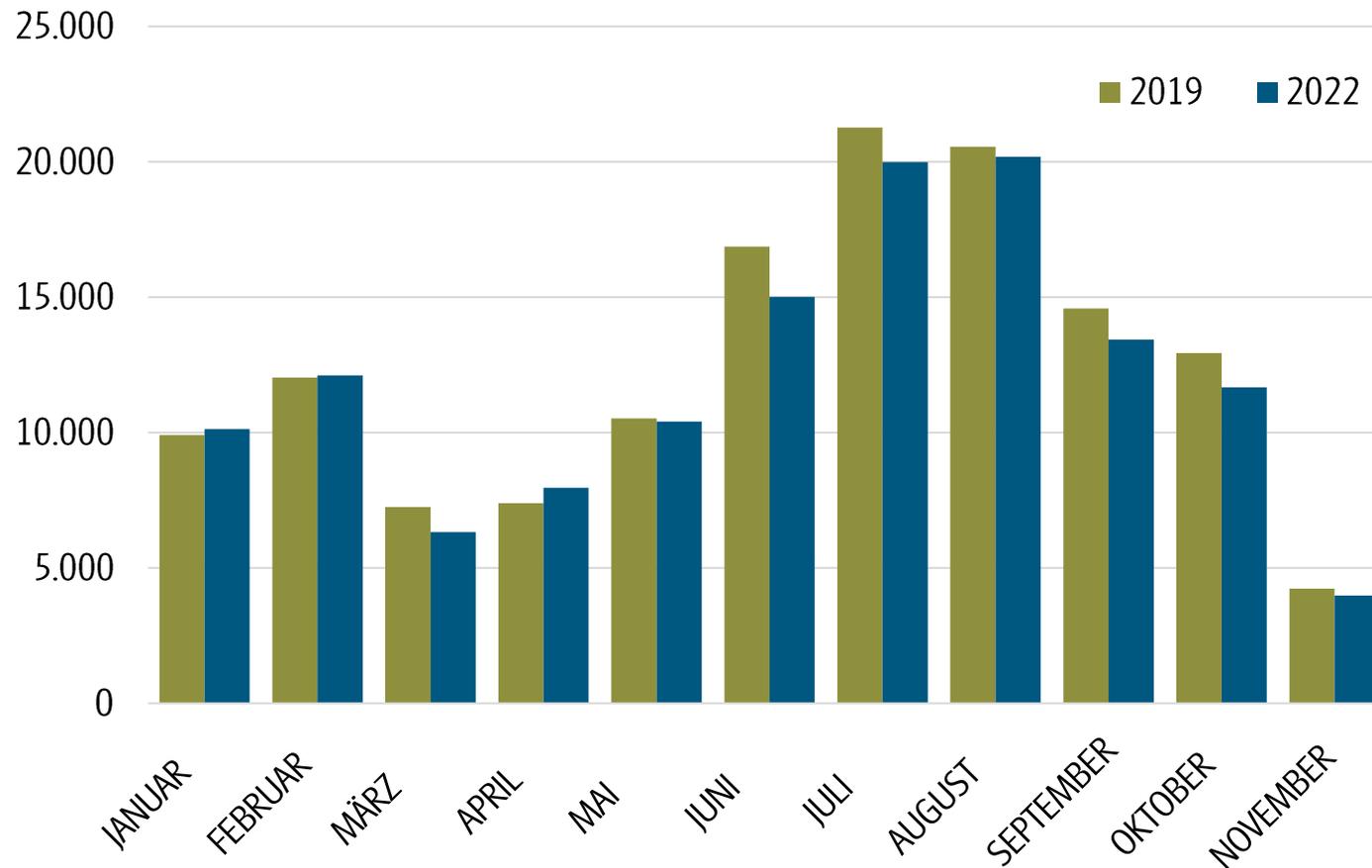
- ▲ Erhebung und Vereinnahmung Kur- und Fremdenverkehrsbeitrag
- ▲ Volle Budgetkontrolle, erhöhter Wirtschaftlichkeitsanspruch
- ▲ Eigenständige Finanzabteilung verbunden mit eigenständigem Controlling und neuen Prozessen



# Tourismusentwicklung 2022



# Gästeankünfte 2019 zu 2022

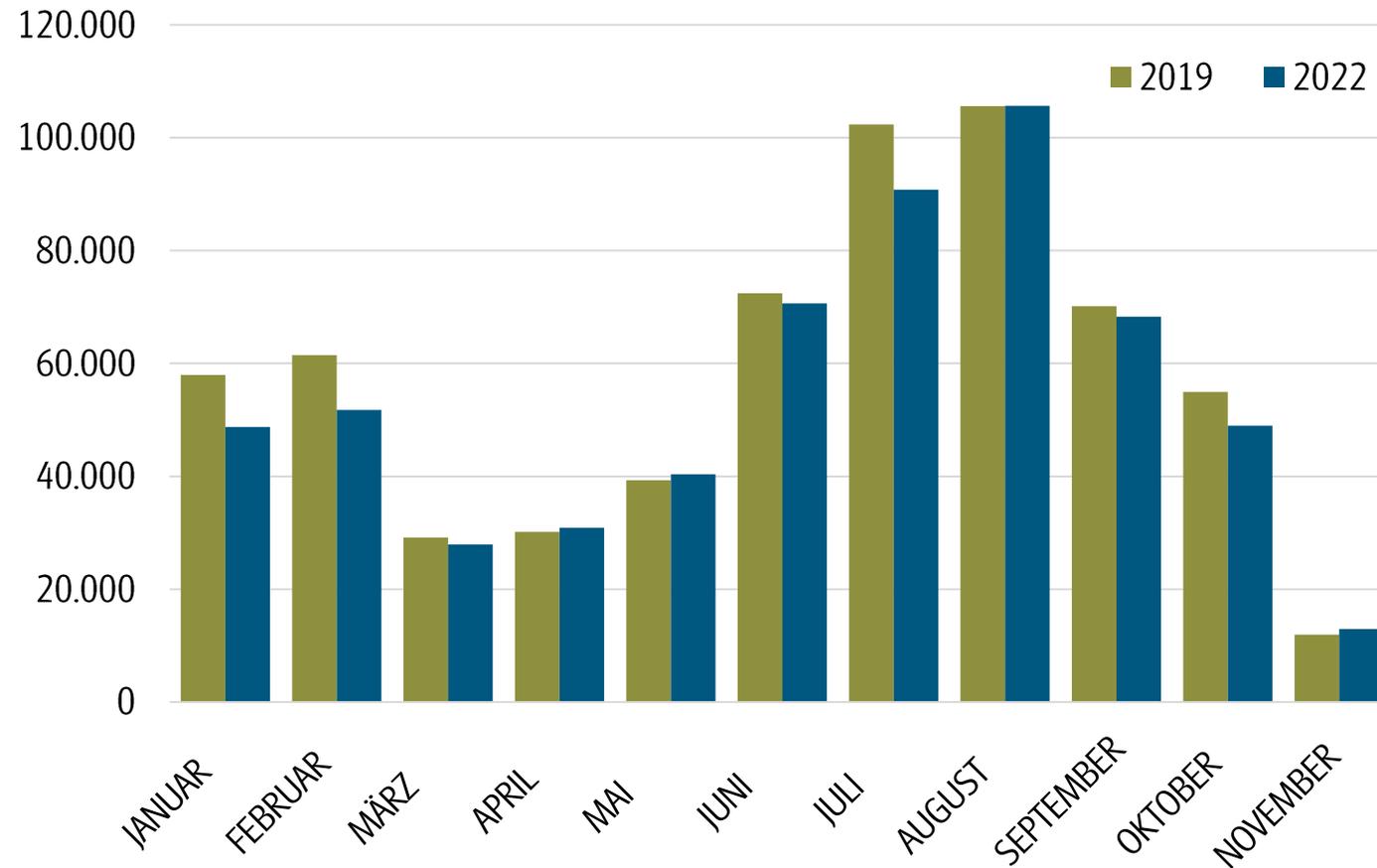


## Anmerkungen:

- ▲ Ankünfte haben sich dank starkem Sommer extrem positiv entwickelt
- ▲ Trend zur Sommerfrische in den Alpen hält an



# Übernachtungen 2019 zu 2022

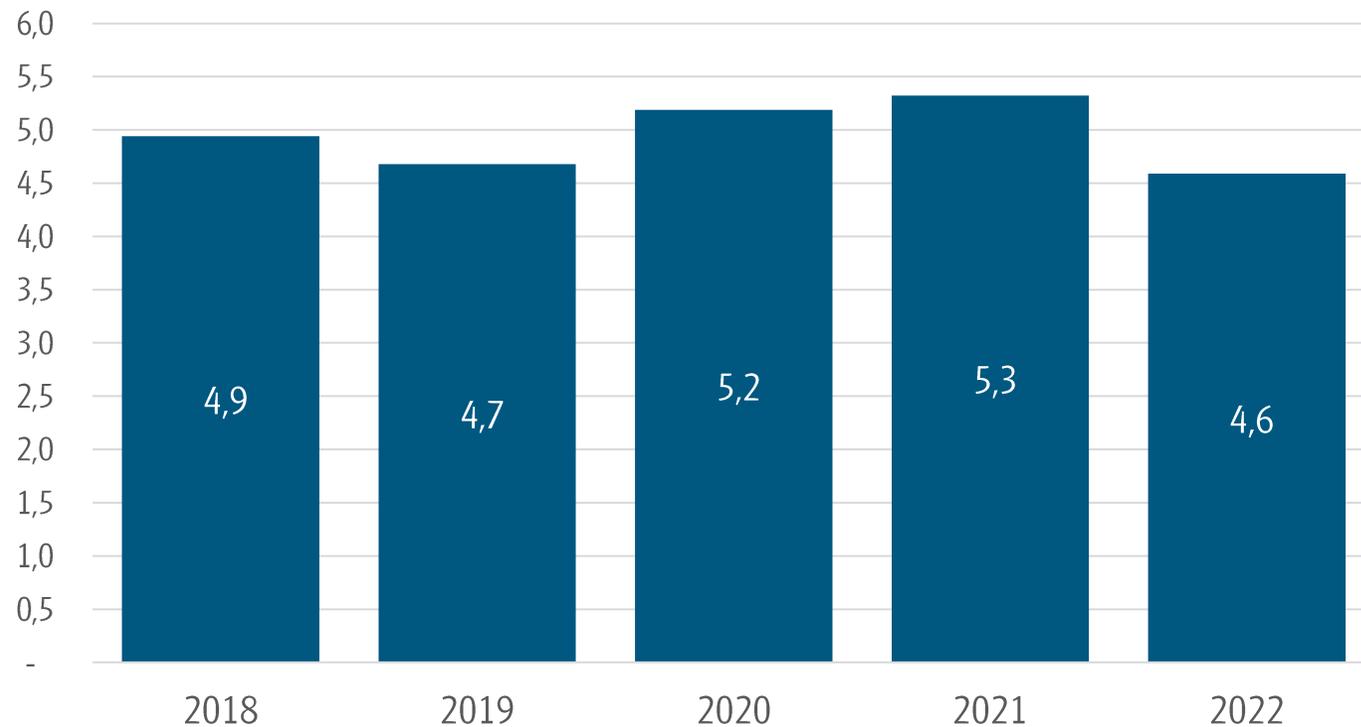


## Anmerkungen:

- ▲ Mit einem starken Sommer sind wir bereits fast wieder auf dem Niveau von 2019



# Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

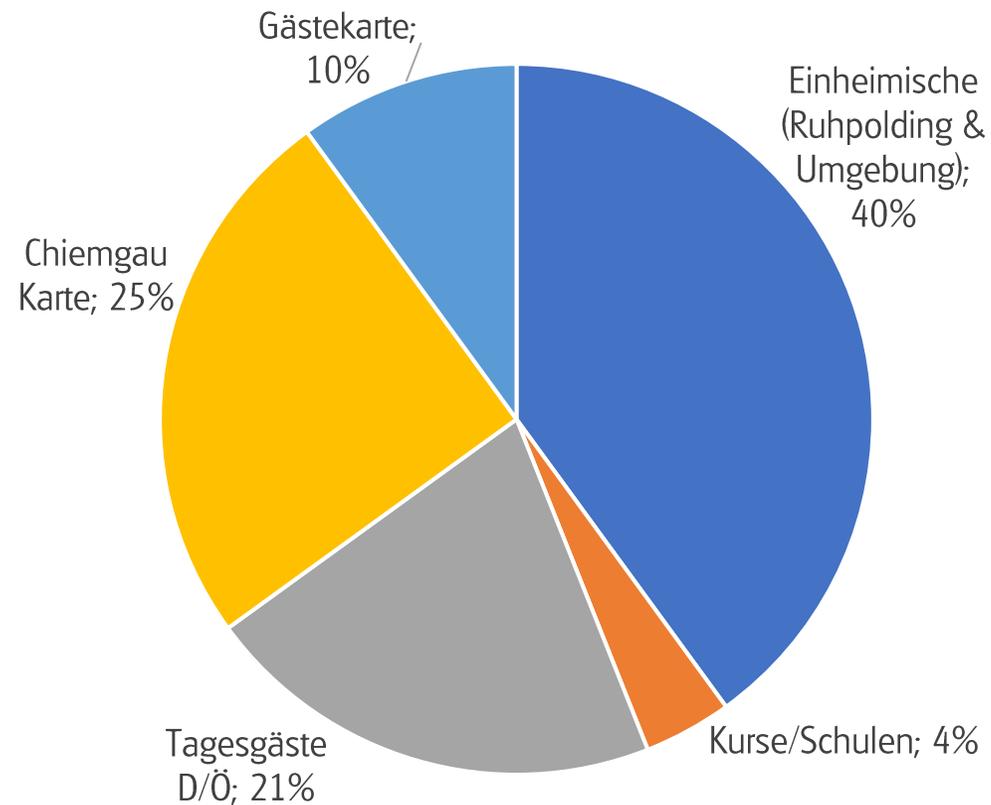


## Anmerkungen:

- ▲ Aufenthaltsdauer pendelt sich nach dem Corona-hoch wieder bei 4,6 Nächten ein.
- ▲ Trend zu Kurzurlaube hält an



# Vita Alpina



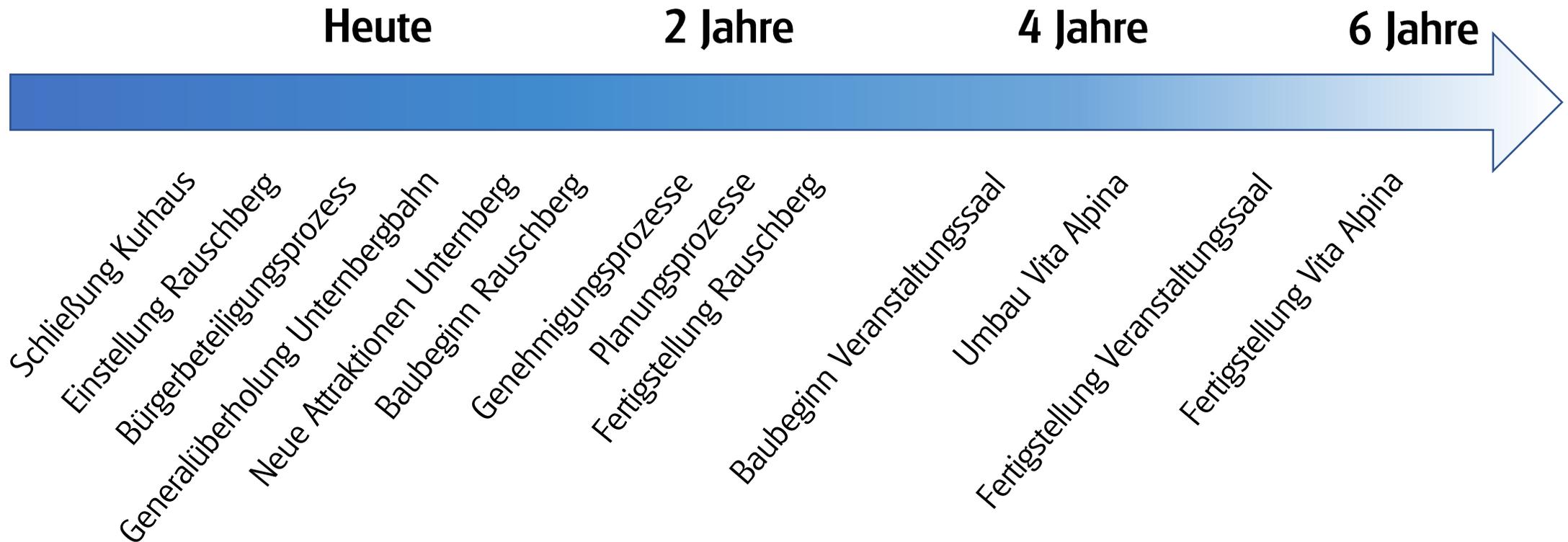
- ▲ Voraussichtlich über 120.000 Eintritte 2022
- ▲ davon 10% Sauna



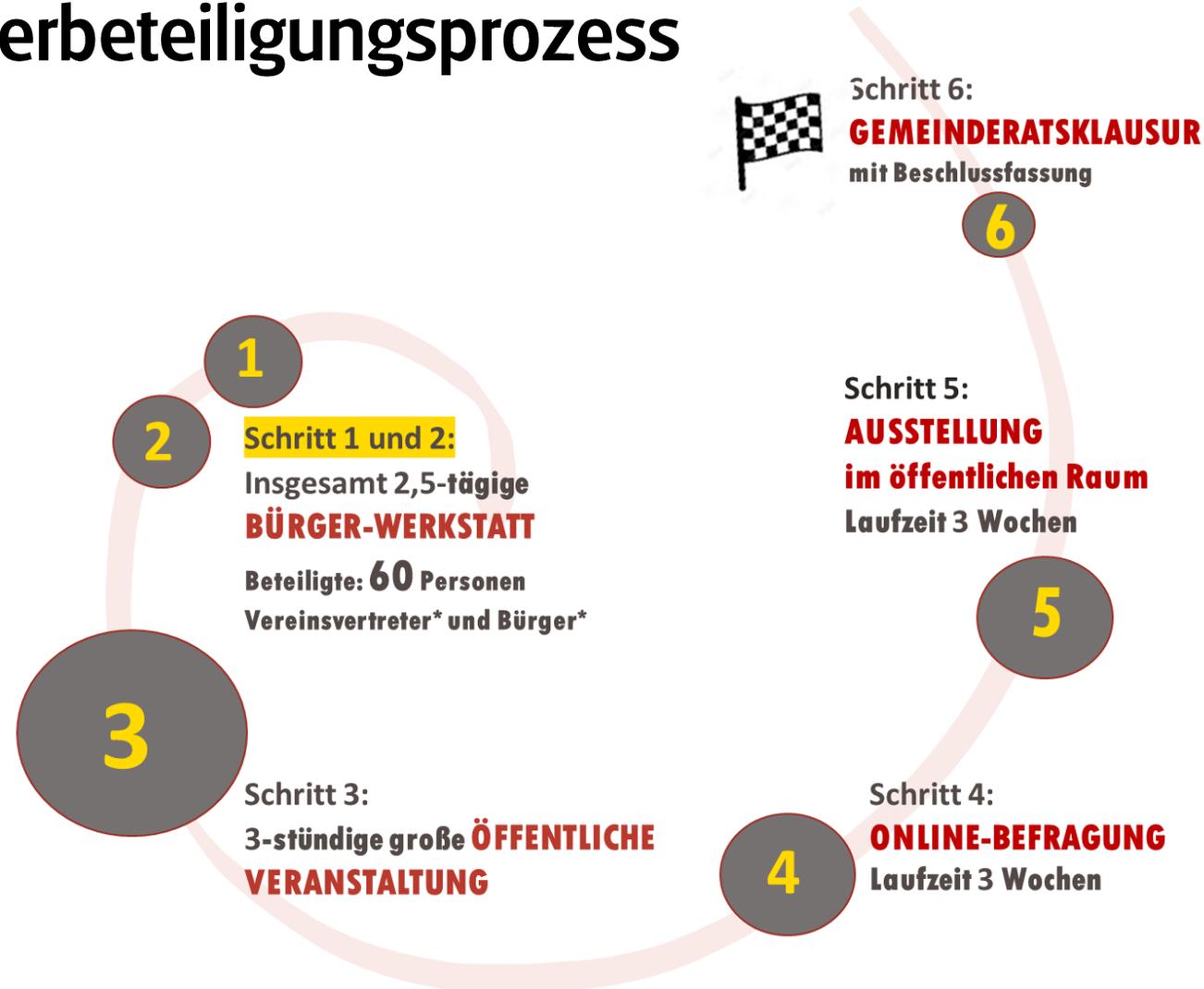
# Was die Zukunft bringt – Unsere Ruhpoldinger Tourismusinfrastruktur



# Aufbruch statt Abbruch



# Ablauf Bürgerbeteiligungsprozess



# VA Bürgerbeteiligungsprozess – Kleiner aber Besser

XIII Gruppe

Zukunft Vita Alpina Was soll umgesetzt werden - was ist uns für den Ort wichtig?

→ Wasserfläche reduzieren (v.a. im Freibad)

→ Freibad auflösen **KONSENS**

→ (Freibadbecken ans Hallenbad anbinden)

---

→ tolle Sauna für ca. 7 Mio. (+ Rückbau ca. 1/2)

A) **4 Stimmen**

- Kein Wasservorbot mehr
- kein Schwimmbereich
- Gesundheitsbäder

---

B) tolle Sauna + Hallenbad (25m + Lehrschwimmbecken) 20 Mio

Herst.-Nr. 1240 Bestell.-Nr. 155 0211 02

Vita Alpina / Bäder

Must have nice to have

⑥ Überdachte 25m → 5 Bahnen

⑫ Lehrschwimmbecken (Kurse: Aqua jogging etc) → Hubbaden

Attraktionen → Rutschen (2+), Strömungskanal, Wellen (erhalt) ②

Halle Baby-Decken

⑩ Gastro (zentral) → Wasser-Bar  
- Veranstaltungsraum  
- offen nach extern

⑩ Saunalandschaft (modifiziert + neu) → "Panorama"  
- Aufguss Sauna größer  
- attr. Ruhebereich / -zone

② Schwimmerbecken / -kombi

⑥ Sprungturm

④ "Wasserpark" f. Kinder

① Abenteuerspielplatz

② Zusatzangebot (Volleyb., TT; etc)

Gruppe 3, Blatt 5

Essentiell Vita Alpina "Anforderungskatalog"

Freibad

Erhalten: Rutsche, Sprungturm #3

Erhalten: Spielplatz, Sandplatz/Beachvolleyball, "Wassk"-Pommes, Eis #3

Erhalten: Liegefläche, mögl. verkleinern #3

Erhalten: Bahnen, Kinderbecken, Barrierefrei / reduziert Strukturwert #3

Hallenbad

Erhalten: Liegefläche, Kinder/landschaftl. Planschbecken #3

Erhalten: Rutsche, Aufschwimmbecken #3

Erhalten: Gesamte Wasserfläche mit unterschiedlicher Nutzung #3

Erhalten: Welle differenziert, 7-jährig, mehr Werbung, 7 nein, du neuer #3

Sauna erhalten/renovieren + gute Gastronomie → Atmosphäre schaffen, Wellenbad - keine Welle, vielfältige Nutzung, Wasserfläche mögl. reduzieren #3

Joleen: 25 m Becken Hubbaden vielfältig nutzbar

Lehrbecken raus

Kleinbäder

Wasserpark

# Warum benötigt der Ruhpoldinger Tourismus ein Erlebnisbad?

- ▲ Kernstück eines hochwertigen Freizeitangebots – „Wasser ist ein Publikumsmagnet“
- ▲ Wertvoller Bestandteil der Chiemgau Karte (besonders aktuell wo HB Inzell & RiW geschlossen)
- ▲ Essenzielles Schlechtwetterprogramm für Familien – Eintritte stark wetterabhängig
- ▲ Klares Alleinstellungsmerkmal in der Region als Erlebnis-Wellenbad erhalten
- ▲ Aber auch: Ort der Ruhe und Entspannung
- ▲ Sauna & Massage-Angebot für die ältere Zielgruppe attraktivieren und ausbauen
- ▲ Kursprogramme anbieten und ausbauen



# VITA ALPINA – die Zeit bis zum Umbau

- ▲ Massageangebot eingestellt ►► besserer Saunabetrieb
- ▲ Moderate Preiserhöhung ab 1.12., Kartenzahlung
- ▲ Attraktiver Webauftritt unter [ruhpadding.de](http://ruhpadding.de)
- ▲ Laufende Wartung und Erneuerung
- ▲ Personalstand halten
- ▲ Marketingoffensive: neue Fotos und Kurzvideos für Social Media – regionale Bewerbung
- ▲ Auslastungssteigerung durch Eintritte aus Inzell & Reit i. Winkel



## Kurhaus / Kurpark

- ▲ Kurhaus ist und bleibt geschlossen
- ▲ Bürgerbeteiligung: Verkauf?
- ▲ Location für Championspark
- ▲ Kurpark – Seerosenteich wird neu gestaltet
- ▲ Übergangslösung Pfarrsaal – keine anderen Optionen
- ▲ Notwendigkeit für neuen Saal ist unbestritten für Einheimische (Vereine) und Tourismus



# Warum benötigt der Ruhpoldinger Tourismus einen Veranstaltungssaal?

- ▲ Repräsentatives Umfeld für unsere Traditionsabende
- ▲ Winterevents wie Britische Meisterschaften, Makkabi Winter Games etc. benötigen eine Halle, die rund 300 Personen servicieren kann (Events, Catering, Organisation)
- ▲ Modulares Konzept: Saal auch für kleinere Veranstaltungen zu adaptieren.
- ▲ Abwicklung großer (externer) Privat-, Vereins- oder Firmenfeiern (Hochzeiten, Jahresversammlungen, Weihnachtsfeiern, ...)
- ▲ Neue Potenziale für Seminar- und Konferenztourismus oder regionale Messen durch technisch zeitgemäßen Saal



# Bergbahnen

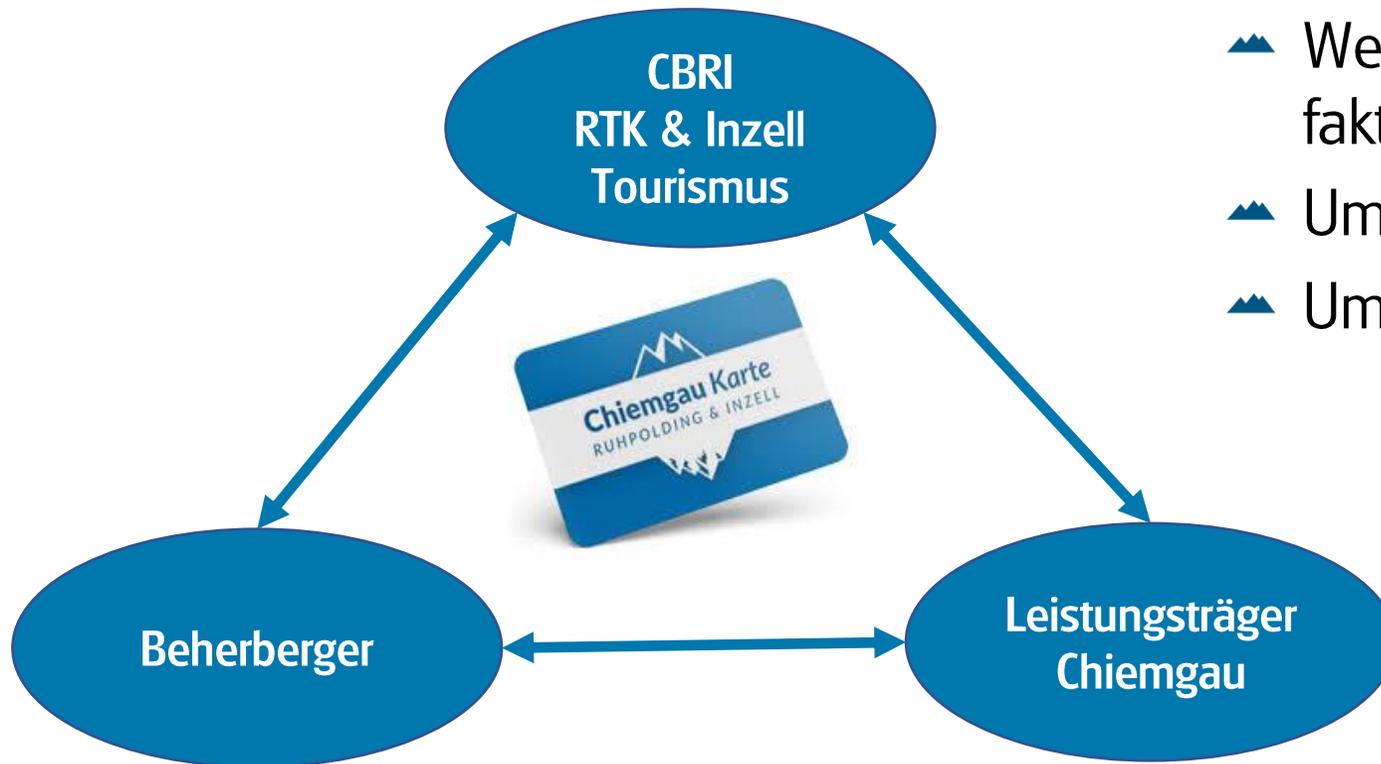
- Übernahme & Generalüberholung Unternbergbahn durch „Meine Bergwelt GmbH“
- Winterbetrieb technisch gesichert
- Neue Sommerattraktionen Flyline & Hochseilpark im Genehmigungsverfahren (Naturschutz)
- Rauschbergbahn: keine Einsprüche gegen Neubauprojekt
- Investorenentscheidung noch offen



# Chiemgau Karte & Veranstaltungen



# Partnermodell Chiemgau Karte Ruhpolding & Inzell

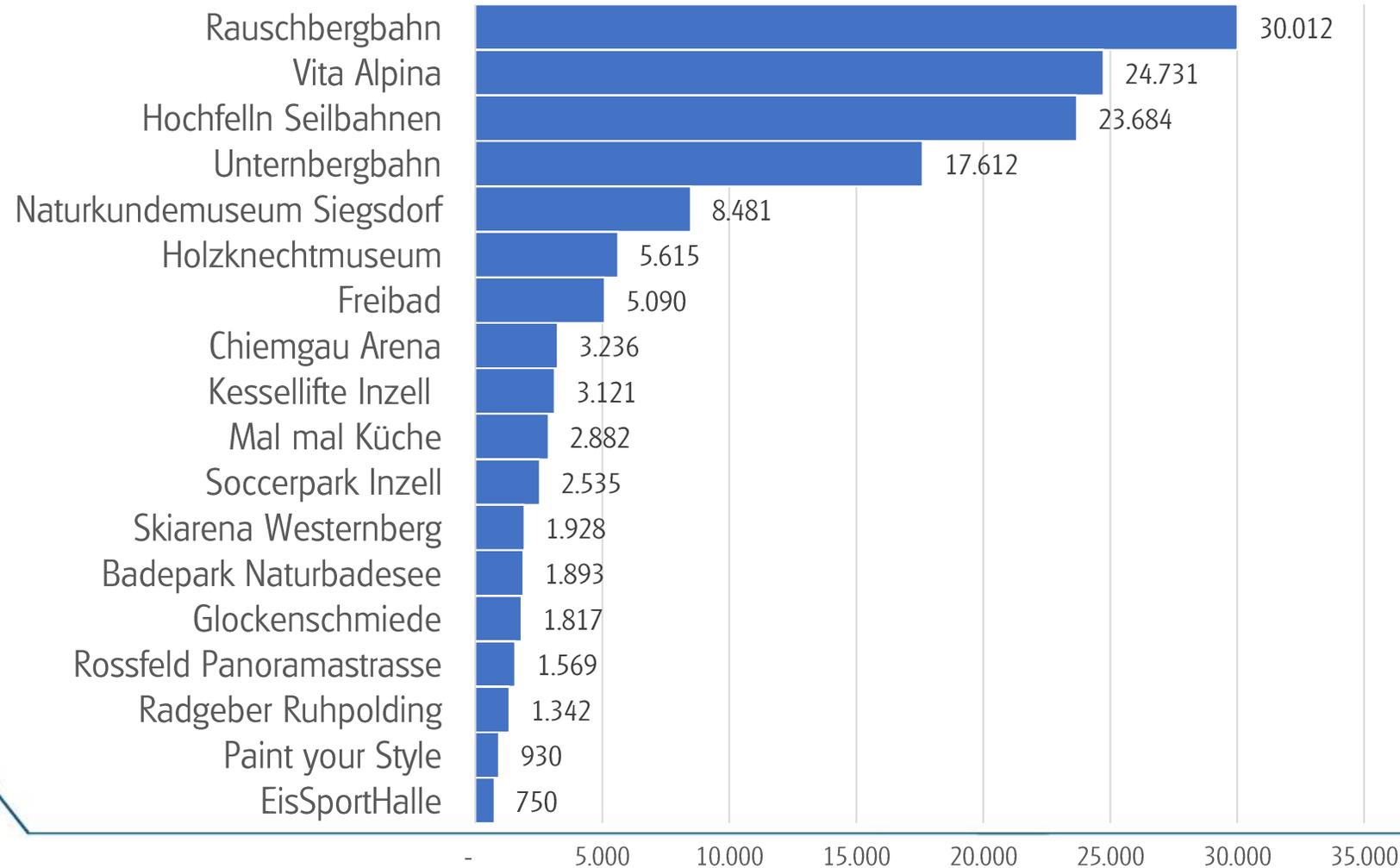


- ▲ Wesentlicher touristischer Wettbewerbsfaktor für Region und Betriebe
- ▲ Umlage seit 2017 konstant bei € 2,50
- ▲ Umlagebetrag 2023 gesichert

Bei 1 Woche Urlaub: für € 15  
Leistungen im Wert von € 350



# Eintritte mit Chiemgau Karte 2022



# Neuerungen zur Wintersaison

- ▲ **Vita Alpina** (Übernahme Leistungen Bad Inzell)
  - ▲ 2x Nutzung Hallenbad
  - ▲ 1x Nutzung Sauna (inkl. Hallenbad)
- ▲ **Hochfelln**
  - ▲ 2 Fahrten
  - ▲ 2 Halbtageskipässe Bründling
- ▲ **Hochschwarzeckbahn**
  - ▲ Winter: 1 Stunde Rodeln (entspricht ca. 3 Fahrten)
  - ▲ Sommer: 1 Berg- und Talfahrt



**AKTUELLE LEISTUNGEN**  
**CURRENT BENEFITS**  
**WINTER 22/23**



# Veranstaltungen & Events

- ▲ Lichteradvent und Rauhachtsmarkt zentral im Ort
- ▲ Bestehende Veranstaltungen professionalisieren & attraktiver machen (mit Wirtschaftsverband)
- ▲ Mit neuem GF Chiemgau Arena: Markenprozess „Biathlon in Ruhpolding“ – Biathlon als Ganzjahresthema
- ▲ Championspark Betreibermodell auf 2 Jahre
- ▲ Neue Veranstaltungsformate einführen
  - ▲ Festivals
  - ▲ Sportevents
  - ▲ Kunst & Kultur
  - ▲ Märkte
  - ▲ Essen & Trinken



# Traditionsveranstaltungen

- ▲ Tradition auf da Roas
- ▲ Traditionsabende Pfarrzentrum
- ▲ Konzerte der Trachtenkapellen
  
- ▲ PfingstFest der Berge / HerbstFest der Berge
- ▲ Chiemgau AlmFestival Schwarzachenalm
  
- ▲ Vereinsfeste (Waldfest, Dorffest, Wetzstoana, Georgiritt, ...)
- ▲ Veranstaltungen Dritter (Ochsenfest, Gartenfest, Feuerwehr, ...)



# RTK Strategie & Marketing



**MARKE**



**WIR ALS RTK**

„Die Schwierigkeit ist nicht neue Ideen zu finden, sondern den alten zu entkommen.“

(John Maynard Keynes)



# Gästekbefragung

- ▲ Rollierende Befragung Free WLAN, Aufsteller, Poster
- ▲ Wissen wie unsere Gäste ticken
- ▲ Tages- & Nächtigungs Gäste, Geschäftsreisende
- ▲ Datenbasis für Zielgruppen-Marketing
- ▲ Grundlage für NACHFRAGEORIENTIERTE Angebotsentwicklung
- ▲ Image
- ▲ Wertschöpfung
- ▲ Auswertung am Ende der Saison



DE  
Gästekbefragung  
Wie war ihr Urlaub in Ruhpolding?



[www.surveymonkey.de/r/ruhpolding](http://www.surveymonkey.de/r/ruhpolding)

**Sagen Sie uns Ihre Meinung**  
und gewinnen Sie ein besonderes  
Urlauberlebnis!

The poster features a scenic view of a village in Ruhpolding with a church and mountains in the background. It includes a QR code and a survey link.

# Unsere Marketing-Ziele

## Neue Gäste gewinnen

- Mutiger Markenauftritt – Awareness schaffen!
- Jüngere Zielgruppen identifizieren und ansprechen
- Lebendigere Bilder und Formate
- Gute Geschichten erzählen (O’Kema)
- Online Buchbarkeit schaffen
- Passende Erlebnisse anbieten

## Gute Stammgäste halten

- Stammgäste identifizieren
- Motive erkennen: Warum kommen Sie immer wieder? (Gästabefragung)
- Wissen speichern  
Individuelle Ansprache durch (automatisierte) Newsletter
- Das richtige Thema zur richtigen Zeit ausspielen
- Attraktive Bonusmodelle

## Wertschöpfung steigern

- Aufenthaltsdauer verlängern
- Chiemgau Karte attraktivieren
- Veranstaltungen ausbauen & professionalisieren
- Qualitäts- & Wertsteigerung bei Beherbergern und Leistungsträgern
- Online-Buchung & dynamische Preise
- Digitale Anzeigentafeln im Ort
- Wohnmobil-Stellplatz Johannisbrücke
- Merchandise-Artikel/(Online) Shop



# IRS18 & Meldewesen

## Das RTK Gastgeberservice



# IRS18

- ▲ Neue Provisionsmodell von IRS18 (direkter Vertrag mit IRS18)
- ▲ Vorteile:
  - ▲ Provision für Gastgeber reduziert sich von 10% auf 3%
  - ▲ 3% auch bei Buchungen über T-Booking und booking.com
  - ▲ Steigerung der online Buchbarkeit (alle Varianten buchbar)
  - ▲ Vereinfachung der Prozesse (z.B. direkte Abrechnung aller Buchungen über IRS18)
  - ▲ Verbesserung der Datenqualität (Bilder, Kontingente, Texte...)
- ▲ Vorstellung des Modells durch IRS18 ist im Frühjahr 2023 geplant.



# IRS18

The screenshot shows the IRS18 website interface. At the top, the browser address bar displays <https://irs18.de>. Below the address bar, the text "IRS - Region 18 e.V., Felden 10, 83233 Bernau am Chiemsee" is visible. The main navigation bar includes links for "Home", "Über uns", "Tourist-Info", "Gastgeber", "Kontakt", "Login", and "Fernwartung". The "Gastgeber" link is highlighted with a red box, and its dropdown menu is open, listing: "Teilnahme", "Tipps und Hinweise", "Häufige Fragen", "Produkte", "Gastgeber Support", and "Termin Vereinbaren". The background features a scenic landscape with mountains and a lake, overlaid with the text "Lohnen Sie Ihre Vermietung?". A yellow button labeled "WEITERLESEN" is positioned below the text. At the bottom, five service cards are displayed: "TPlus / TBase" (with TOMAS PLUS logo), "TSmart (für Tourist-Infos)" (with TSMART logo), "Event Manager" (with lmx event manager logo), "TManager (für Gastgeber)" (with TOMAS TManager logo), and "Event ABO (für Gastgeber)" (with lmx event manager ABO logo).



# Meldewesen - Geschäftsreisende

## § 1 Beitragspflicht

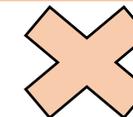
e) Bei Personen, die sich ausschließlich aus Anlass ihrer Berufsausübung in der Gemeinde aufhalten (die tatsächliche Berufsausübung ist bei der Anmeldung anhand einer formlosen Bestätigung des Arbeitgebers (bei unselbständig Beschäftigten) bzw. des Auftraggebers (bei Selbständigen) nachzuweisen und zu dokumentieren).

| Verantwortung liegt beim Gast  | Gleichberechtigung für den Gast  | Gleichberechtigung für den Gastgeber   | Wirtschaftlichkeit  |
|--|--|--|---|
| Liegt vom Anreisenden kein Nachweis vor, ist der Gast kurbeitragspflichtig | Nachweispflicht bei Geschäftsreisenden, Seminarteilnehmern und Schwerbehinderten | Alle Gastgeber werden gleich behandelt | Durchschnittlich 800 Geschäftsreisende im Monat, davon ca. 10-20 bei Kontrolle doch Privat, was Auswirkungen auf die Chiemgau Karte hat |



# Meldewesen – Nachweise Geschäftsreisender

| Gültiger Nachweis (mit An- und Abreisedatum)  | kein gültiger Nachweis  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formlose Bestätigung vom Arbeitgeber/Auftraggeber</li> <li>• Buchungsbestätigung über den Arbeitgeber</li> <li>• Kostenübernahme vom Arbeitgeber</li> <li>• Rechnung mit Anschrift Arbeitgeber</li> <li>• bei Reisegruppen Auskunft vom Gastgeber über Busfahrer, Reiseleitung, etc. im Kommentarfeld AVS oder per Mail</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitenkarte</li> <li>• Selbsterstellte Formulare</li> </ul> |



Nachweise bitte bis zum Monatsletzten an die Ruhpolding Tourismus KU weiterleiten (an [peter.heinrich@ruhpadding.de](mailto:peter.heinrich@ruhpadding.de) oder in Papierform).  
Liegt kein Nachweis des Gastes vor wird die Person automatisch auf Privat umgestellt.



# Geplante Kooperationsangebote für Gastgeber



# Angebotsgruppen (Beispiele)

Attraktive Marketingpartnerschaften mit Beherbergern, Leistungsträgern und Wirtschaftspartnern ersetzen ab 2024 das Gastgeberverzeichnis

## Zielgruppen & Märkte

- Angebote für spezielle Herkunftsmärkte, z.B. NL (Sprachkenntnisse)
- Angebote für spezielle Zielgruppen
  - Wanderer
  - E-Biker
  - Digital Detox
  - Workation, ...

## Saisonale Angebote

- Frühjahrs-Special
- Klimaflüchtlingsangebot
- Erntedank & Goldener Herbst
- Winter mal anders
- Biathlon-Packages

## Angebotspartnerschaften (mit Chiemgau Karte)

- Regionale Kulinarik
- Bier
- Wasser
- Sport – Testtage
- Festivals
- Land-Art
- ...



# Weitere Kooperationsmöglichkeiten für Gastgeber

## Präsenz

- In-House-Angebote & Specials in Concierge App
- Werbefläche in digitalen Anzeigetafeln

## Service

- Vorab-CheckIn
- Ergebnisse der Gästebefragung am Ende der Saison

## Vermietercoaching

- Auf Basis individueller Anfrage
- eCoaching Website und online Buchbarkeit
- Content Coaching (Texte/Bilder)
- Interieur Coaching
- Personal/Service Coaching
- Preiskalkulation



- ▲ Lösung, um Preispotenziale und Auslastung zu optimieren
- ▲ Laufendes Monitoring von Preis- und Markttrends
- ▲ Tagesbasierter Abgleich mit vergleichbaren Regionen (Benchmarks) – Millionen Daten pro Tag aus Online Buchungsplattformen
- ▲ Beherbergungskategorien
- ▲ Effekte von Veranstaltungen auch Buchungslage
- ▲ Erfolgsmessung von Marketingkampagnen
- ▲ myrate kann von RTK an Betriebe verteilt werden



A close-up photograph of a human hand, palm facing up, reaching towards the right. The hand is in sharp focus against a dark background filled with out-of-focus, warm-toned bokeh lights, likely from a sunset or city lights at night. The lighting is soft and directional, highlighting the texture of the skin and the lines on the palm.

**DANKE - Auf eine gute Zusammenarbeit!**