



JAHRES BERICHT 2024

KÖSSEN
WALCHSEE
SCHWENDT
RETTENSCHÖSS

#hierbinich



EDITORIAL

VORWORT	3
RÜCKBLICK AUF BEWEGTE JAHRE	4 - 7
EINIGE „SCHNAPPSCHÜSSE“	8 - 9
BLICK IN DIE ZUKUNFT	10
STATISTIK	11
BILANZ 2023	12
BUDGET 2025	13
DRUCKSORTEN	14 - 15
DAS TOURISMUSJAHR 2024	16 - 17
TVB-GREMIEN	18
TVB-TEAM UND KONTAKTADRESSEN	19



VORWORT

LIEBE KAISERWINKLER!

Die Sommersaison 2024 war geprägt von überdurchschnittlich vielen heißen Sommertagen, allerdings auch mit wesentlich mehr Gewittern im Vergleich zu den Vorjahren. Trotzdem konnte das gute Vorjahresniveau bis Ende August gehalten werden. Erst der September, der die gesamte Wetterpalette von Sturm und Starkregen bis hin zu Traumwetter mit sich brachte, drückte auch die Nächtigungszahlen, im Vergleich zum Vorjahr, leicht ins Minus.

Eine erfreuliche Entwicklung zeichnet sich im Bereich Ostufer ab. Nach vielen Diskussionen und Verhandlungen mit den beteiligten Grundbesitzern und der ARGE Ostufer ist es uns gelungen, die Zukunft des Badestrand des Ostufer zu sichern.

Da meine Amtszeit als Obmann des TVB Kaiserwinkl mit Ende des Jahres endet, möchte ich mich bei allen, die in diesen vielen Jahren mitgeholfen haben, den Tourismus im Kaiserwinkl weiterzuentwickeln, bedanken. Geschäftsführer, Funktionäre, Vermieter, Mitarbeiter, Gemeinden, Grundbesitzer, Sponsoren sowie die vielen freiwilligen Helfer bei den Veranstaltungen – jeder Einzelne hat seinen Teil dazu beigetragen, um unseren Gästen den Urlaub so angenehm wie möglich zu gestalten. Dafür ein großes Dankeschön!

Ich wünsche meinen Nachfolgern alles Gute und eine glückliche Hand für die Herausforderungen der Zukunft. Euch allen frohe Weihnachten und ein gutes und vor allem gesundes Jahr 2025!

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Gerd Erharder".

Gerd Erharder
Obmann



RÜCKBLICK

AUF BEWEGTE JAHRE

Zum ersten Mal seit der Fusionierung im Jahr 2005 kommt es bei der heurigen Generalversammlung des TVB Kaiserwinkl zu einem Obmannwechsel. Nach vier Perioden im fusionierten Verband und einer vorherigen beim TVB Walchsee stellt sich Gerd Erharder nicht mehr der Wahl. „Es hat mich immer schon gestört, wenn Leute über eine Organisation schimpfen, sich selbst aber nicht einbringen, da nehme ich mich selbst auch nicht aus. Als ich 1999 gefragt wurde, die Nachfolge von Dr. Renée Palm, der damaligen Obfrau des TVB Walchsee anzutreten, habe ich zugestimmt und wurde in der Folge auch gewählt“, erinnert sich Erharder. Welche Entwicklung dieses Verband und somit in gewisser Weise auch sein Leben nehmen würde, das war für Erharder zu dem Zeitpunkt noch nicht absehbar.



ERSTE HERAUSFORDERUNGEN

Außer durch einige private Initiativen war damals in Walchsee noch keine öffentliche Weihnachtsbeleuchtung vorhanden. Eine der ersten Aufgaben des neuen Geschäftsführers Thomas Schönwälder, welcher den Salzburger Thomas Wimmer abgelöst hat, war, im Dorf eine Weihnachtsbeleuchtung entlang der Bundesstraße und Kirchgasse zu etablieren. Durch die finanzielle Unterstützung einiger Mitgliedsbetriebe und der Gemeinde Walchsee, erstrahlt seit dem Jahr 2000, Walchsee in der Weihnachtszeit in schönem Glanze.

Nächstes Thema waren die Öffnungszeiten des TVB-Infobüros. Die starren 8:00 - 12:00 und 14:00 - 17:00 Uhr wurden mit durchgehenden Öffnungszeiten von 8:00 - 18:00 Uhr ersetzt, um dem Anspruch einer modernen Servicestelle gerecht zu werden. Aufgrund der vielen Zustiegsmöglichkeiten zur Loipe war ein Loipeninkasso nicht umsetzbar. Daher führten die Gemeinde und der TVB Walchsee eine gemeinsame Parkraumbewirtschaftung ein. Diese hat sich bis zum heutigen Tag hervorragend bewährt.

Ein besonderes Highlight war 2002 die Einführung der Gratis-Skiwoche, gemeinsam mit dem TVB Kössen, die zum einen das Jännerloch füllte und zum anderen neue Stammgäste für die beiden Orte brachte. In diese Zeit fiel auch die erste Ballonwoche (2001), die mit nur sechs teilnehmenden Ballonteams auf dem zugefrorenen Walchsee stattfand. Ein weiteres Thema dieser Zeit war der bereits damals defizitäre Amberglift. Man konnte für den weiteren Betrieb die Liftanlagen Zahmer Kaiser gewinnen, welche sowohl im Bereich Personal als auch mit ihrem Fuhrpark den Lift optimal mitbetreiben konnten.

Ein besonderes Anliegen von Erharder war die Online-Buchbarkeit möglichst aller Beherbergungsbetriebe in Walchsee und Kranzach. Die für den Gast unzuverlässigen Freimeldungen im TVB-Infobüro sowie die „Zimmer frei“-Tafeln wurden nach und nach durch die Buchungsplattform Tiscover ergänzt. So war man 2004, mit einer Onlinebuchbarkeit von über 80 % der Bettenkapazität, tirolweit mit an der Spitze.

FUSIONIERUNG IM JAHR 2005

Seit Mitte der 1990er Jahre arbeitete das Land Tirol daran, aus den ehemals mehr als 240 TVBs weniger als 40 Destinationen zu schaffen, welche sich wesentlich effizienter am Tourismusmarkt präsentieren können. Durch ein sehr intensives Gespräch konnte man mit LH DDr. Herwig van Staa anstatt des ursprünglich geplanten Zusammenschlusses mit der Region Kufstein, den Kaiser-

winkl als eigenständige Tourismusregion mit den Orten Kössen, Walchsee, Rettenschöss und Schwendt bilden. Dank der Vermittlung des damaligen Landtagsabgeordneten Josef Hechenbichler kam es 2004 zu einem Treffen der beiden Bürgermeister Stefan Mühlberger und Andreas Mayr, sowie der TVB-Obmänner Andreas Schermer und Gerd Erharder mit dem Landeshauptmann.

Erharder erinnert sich schmunzelnd: „Wir saßen mit DDr. Herwig van Staa am Besprechungstisch in dessen Büro und trugen ihm unsere Vorstellung einer Fusion vor, als eine Mitarbeiterin an der Tür kloppte und den Landeshauptmann zu einem dringenden Anruf ins Vorzimmer holte. Der Landeshauptmann entschuldigte sich und kam Minuten später mit einem breiten Grinsen im Gesicht zurück an den Tisch und sagte: „Den Ferdinand (LR Ferdinand Eberle) kann man halt nach Wien schicken. Der kommt immer mit einem guten Ergebnis für Tirol zurück! Also, wo waren wir stehengeblieben?“ Offensichtlich war das Telefonat so zufriedenstellend gewesen, dass wir ohne Probleme unsere Wünsche erfüllt bekommen haben.“

Nun musste ein für alle Orte umsetzbarer Fusionsvertrag ausgearbeitet werden. Man war sich einig, dass ein starker gemeinsamer Verband nur dann möglich ist, wenn man sich bei der Vertragserstellung auf wenige und nur wirklich wesentliche Dinge beschränkt. „Eine ganze Reihe anderer Verbände hat versucht, so gut wie möglich die bisherigen Strukturen beizubehalten und einfach Ortsausschüsse unter dem Dach des fusionierten Verbandes eingeführt. Dies führte vielerorts zu Streit und Unfrieden. Zum Glück ist uns das alles erspart geblieben“, erzählt Erharder.

OBMANN DURCH MÜNZWURF

Nun stellte sich mit der Fusion die Frage, wer nun Obmann werden sollte, Gerd Erharder aus Walchsee oder Andreas Schermer aus Kössen. In der bis zum letzten Platz gefüllten Grenzlandhalle kam es schließlich zum Showdown. Beide erhielten jeweils 50 % der Stimmen und auch im zweiten und dritten Wahlgang änderte sich nichts am Ergebnis. Letztlich musste ein Münzwurf über die Führungsrolle im TVB Kaiserwinkl entscheiden und der fiel zugunsten von Gerd Erharder aus. Aufsichtsratsvorsitzender wurde Norbert Brunner, die beiden Obmann Stv. Andreas Schermer und Christian Mühlberger. Mit dieser knappen Entscheidung und der neuen Situation gingen alle beteiligten Funktionäre sehr vernünftig um und bald entwickelte sich eine ausgesprochen gute und effiziente Zusammenarbeit.

EIN MEGADEAL IST GELUNGEN

Eine Herausforderung war sicherlich die Zusammenführung der Buchungssysteme, denn Walchsee arbeitete mit Tiscover, Kössen mit einer Teilnutzung von Feratel. „Dabei ist uns ein wichtiger Deal gelungen“, freut sich Erharder noch heute. Uns ist damals gelungen, Dr. Markus Schröcksnadel (Feratel) und Mag. Konrad Plankenstein (Tiscover) zu einem Gespräch in den Kaiserwinkl einzuladen. Dies hat dazu geführt, dass sich die beiden Anbieter auf eine Schnittstelle einigten, und so war es allen Vermietern im Kaiserwinkl ab sofort möglich, ihren Betrieb auf beiden Buchungsplattformen zu präsentieren.



DIE MARKE KAISERWINKL

Bereits in den 1970er Jahren wurde von Vertretern aus Kössen, Walchsee und Schwendt der Name Kaiserwinkl für unsere Region ins Leben gerufen und eine Werbegemeinschaft gegründet, allerdings wurde diese Kooperation wenig genutzt. Erst die neu gewählten Obleute Andreas Schermer und Gerd Erharder verstärkten diese Zusammenarbeit bis zur Fusion 2005. Eine der Kernaufgaben des TVBs ist neben dem Marketing auch die Markenbildung. So war es enorm wichtig, den Namen Kaiserwinkl als die offizielle Bezeichnung einer geografischen Region zu verankern. Nach jahrelangem Bemühen wurde die Bezeichnung „Kaiserwinkl“ in die Nomenklatur aufgenommen und wird mittlerweile regelmäßig in TV und Radio genannt. Der Kaiserwinkl ist somit eine geographische Bezeichnung und ist in allen kartografischen Werken verankert.



MEILENSTEINE DER TOURISTISCHEN ENTWICKLUNG

Ein besonderes Anliegen von Erharder war nach der Fusion die Notwendigkeit, es für die Gäste so einfach wie möglich zu machen und ohne den privaten PKW nutzen zu müssen, alle Sehenswürdigkeiten im Kaiserwinkl zu erreichen. Nach mehreren unterschiedlichen Versuchen, wie zum Beispiel die Beförderung durch einen Oldtimerbus, konnte eine Einigung mit dem Verkehrsverbund Tirol ab der Sommersaison 2009 erzielt werden. Seither können alle Gäste kostenlos den Regionalbus nutzen.

Ein besonders wichtiger Punkt ist sicherlich das Projekt Seepromenade mit dem „See la Vie“. Die Gemeinde Walchsee erwarb das Grundstück mit dem Baderecht, der TVB errichtete das „See la Vie“ und finanzierte den Steg direkt davor mit den Wasserattraktionen wie den „Iceberg“ und die Trampoline. In einer ARGE betreiben nunmehr die Gemeinde Walchsee und der TVB die beliebte Einrichtung.



Ein weiterer Meilenstein war die Einführung eines E-Coaches. Viele Vermieter fühlten sich von der digitalen Entwicklung überfordert. Der Kaiserwinkl war eine der ersten Regionen Tirols, die auf diese Art und Weise allen Beherbergungsbetrieben eine Hilfe zur Seite stellte.



In Zusammenarbeit mit den Gemeinden konnte eine ganze Reihe von Projekten realisiert werden wie z. B. die Langlauf-Unterführung „Ewigkeitswies“, der brandneue Motorikpark in Mooslenz, Sanierung der Holzstege und der „Liebesinsel“ am Walchsee, Neubau und Umzug der TVB-Infobüros, Sanierung des Waldschwimmbades u.v.m. Nicht zu vergessen die Sicherung der Nutzung des Badestrandes Ostufer mit der neuen Beach Bar für die nächsten Jahrzehnte.



Nachdem er nun 25 Jahre lang die Geschicke des TVBs geleitet hat, sieht Gerd Erharder viel Positives für die Zukunft des Kaiserwinkls:

„In den letzten 25 Jahren hat sich die Tourismuslandschaft enorm weiterentwickelt und die Anforderungen haben sich verändert. Nicht zuletzt durch Corona ist auch ein Umdenken im Bereich des Tiroler Tourismus notwendig geworden. Eine möglichst intakte Naturlandschaft wird mittel- und langfristig ein zentrales Thema in der Tourismuspolitik werden. Ich bin überzeugt, dass der Kaiserwinkl mit seiner wunderschönen Berglandschaft und dem weiten Talkessel viele Chancen bekommen wird. Ich glaube auch, dass speziell der Großraum München den Kaiserwinkl noch viel stärker als Naherholungsgebiet für das ganze Jahr schätzen wird. Vieles konnte in den letzten Jahren erreicht werden, es gibt aber auch noch Vieles zu tun. Ich wünsche dem neuen Führungsteam des TVB Kaiserwinkl gutes Gelingen und eine glückliche Hand, um unsere wunderschöne Region in eine erfolgreiche Zukunft zu führen!“



EINIGE „SCHNAPPSCHÜSSE“ DES LETZTEN JAHRES



BLICK IN DIE ZUKUNFT

QUO VADIS WINTERTOURISMUS

Wenn man die letzten Winter Revue passieren lassen möchte, dann sieht man unausweichlich, dass die kommenden Wintersaisonen für unsere Region und die Betriebe immer herausfordernder werden.

Das 2023 initiierte „Winterforum Kaiserwinkl 2030“ hat gezeigt, dass alle Experten zukünftig von weniger Naturschnee ausgehen, die Ideen, wie man damit umgehen könnte, sind aber sehr unterschiedlich.

Seit vielen Jahren setzt man auf technische Beschneiung. Diese im wahrsten Sinne des Wortes flächendeckend erfolgreiche Anpassungsstrategie ist im Laufe der Jahrzehnte deutlich effizienter geworden. Zudem hilft modernes Schneemanagement in Form von immer ausgefitterten Methoden (Schneehöhenmessung, Snowfarming etc.), um mit vielerorts knapper werdenden Ressourcen wie Wasser oder leistbarer Energie hauszuhalten. Letztendlich gibt es aber doch Grenzen, was an einem bestimmten (Mikro-)Standort technisch machbar und wirtschaftlich sinnvoll ist. Die Seehöhe mit gesichertem Schneedeckenaufbau (natürliche Schneefallgrenze) gilt als Indikator.

Immer wichtiger wurde auch die Inszenierung. Speziell im Sommer ist das touristische Bergerlebnis mithilfe der (Seilbahn-)Infrastruktur im tatsächlichen und übertragenen Sinn barrierefrei geworden. Nicht jeder Mensch kann zu Fuß auf den Berg gehen oder mit dem Rad fahren. Auch im Winter können Attraktionen wie Funslopes für Spannung und Abwechslung sorgen und dazu beitragen, Besucherströme zu lenken. Im besten Fall kann eine und dieselbe Infrastruktur durch Varianten in der Inszenierung für verschiedene Zielgruppen aufbereitet werden. Denn strategisch gilt es, für möglichst viele Menschen bei möglichst wenig Flächenverbrauch oder sonstigen Eingriffen Nutzen zu stiften.

Ganz im Sinne der Nachhaltigkeit geht man von einer ganzjährigen Nutzung von Infra- und Suprastruktur aus. Der Tourismus in den Alpen ist historisch gesehen in der Schweiz, in Österreich oder auch in Oberbayern eng mit der Errichtung von Bahnlinien verbunden. Es ist kein Zufall, dass von St. Anton am Arlberg bis zum Semmering viele Tourismusorte bereits seit Ende des 19. Jahrhunderts durch die Eisenbahn ideal erschlossen sind. Damals war der Sommer die alpine Hauptsaison, mit der berühmten Sommerfrische gab es speziell in Großstadtnähe auch schon Langzeitaufenthalte. Nach dem Zweiten Weltkrieg begann dann der Urlaub mit dem eigenen PKW zu dominieren und während diverse Sommerdestinationen abseits der Alpen reüssieren konnten, wurde der Winter- bzw. Skitourismus zur Cashcow. Dieses Pendel schwingt zurück, es gibt kaum

noch Orte bzw. Beherbergungsbetriebe, die nur auf die Wintersaison setzen – Betriebssperren werden kürzer. Geht aber eine strategische Konzentration des „Must-have“ Schneesportangebotes?

Die mit Abstand wichtigste Frage – der sich alle alpinen Destinationen mit relevantem Skitourismus auf ihre Art stellen müssen – lautet, auf welche konkreten Pisten als Minimalangebot gesetzt wird. Was ist das jeweilige Minimum, das jedenfalls benötigt wird, um Gäste mit Schneesport zufriedenzustellen? Wo sollen die Weihnachtsferien abgesichert werden? Jede Reduktion der zu beschneienden Pistenfläche erhöht die Schlagkraft der Beschneiungsanlage, ermöglicht auch in kurzer Zeit für eine Grundbeschneiung zu sorgen. Diese strategische Entscheidung zur Konzentration auf das „Must-have“ soll ein konzentriertes Vorgehen in Destinationen oder Kleinregionen ermöglichen.

In Zukunft werden aber, wenn dann beispielsweise in manchen Bereichen kein oder nicht genug Schnee liegt, ausgewählte Biketrails, Kinderspielplätze, Wanderwege, Klettersteige etc. (vorübergehend oder auch permanent) im Winter in Betrieb sein. Vom Pumptrack könnte es in Richtung Trailpark am Berg gehen. Was den Charme hat, in der Jugendkultur bereits gut verankert zu sein.

Neue Trends werden entstehen bzw. werden sich verstärken: Das Gravelbiken ist beispielsweise eine heute noch relativ neue Disziplin, bei der – wie der Name schon sagt – Schotterstraßen aller Art befahren werden. Die Industrie hat das Potential erkannt und bietet einen Verschnitt aus Rennrad und Mountainbike an, selbstverständlich gerne auch elektromotorisch unterstützt, mit dem ausgewählte Forststraßen ideal befahren werden können.

In der Tourismuswirtschaft werden wir auch diese Herausforderung annehmen und Lösungsansätze ausarbeiten, um den Gästen, wenn auch vielleicht ein anderes, aber sicherlich ein spannendes Wintererlebnis bieten zu können.

STATISTIK

TOP IN TIROL

Mit 633.773 Nächtingen im Sommer zu 324.592 Nächtingen im Winter, zeigt sich wieder, dass der Kaiserwinkl im Sommer zu den Top-Regionen in Tirol gehört. Mit 958.365 Gesamtnächtigungen wurde das gute Vorjahresergebnis um knapp 1 % übertroffen, die Million konnte trotz guter Teilergebnisse leider nicht geknackt werden.

Das hat sicherlich mit der Bettenanzahl zu tun. Mit nur etwa 5.000 Betten muss alles rund laufen und das Wetter, wie auch die Feiertagslage ideal sein, um diese „magische“ Grenze zu erreichen. Generell kann man sagen, dass der Kaiserwinkl im Sommer bestens aufgestellt ist, im Winter hat man noch Potential nach oben.

Bei den Herkunftsländern ist Deutschland uneingeschränkt an erster Stelle mit über 85 % der Gästennächtigungen, gefolgt von den Niederlanden und Österreich. Interessant ist, dass im Bundesländervergleich der Tiroler an erster Stelle im Ranking liegt.

Bei der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer liegt der Kaiserwinkl mit 5 % zwar etwas unter dem Vorjahr, aber immer noch deutlich über dem Tirolschnitt.

958.365 NÄCHTIGUNGEN

324.592 Winter	+ 2,18 %
633.773 Sommer	- 0,27 %

192.814 ANKÜNFTE

67.350 Winter	+ 6,55 %
125.464 Sommer	+ 2,51 %

DURCHSCHNITTLICHE AUFENTHALTSDAUER

Tirolweit	4,6
Kaiserwinkl	5,0

AUFTeilung HERKUNFTSLÄNDER

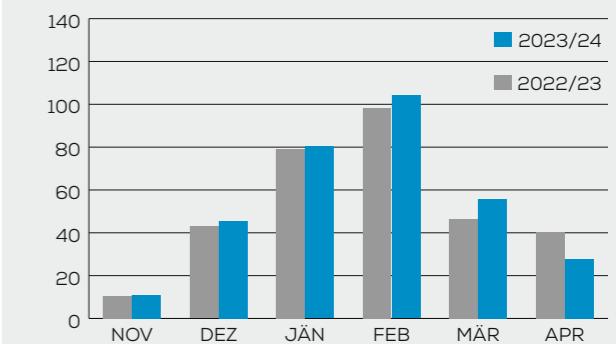
Deutschland	84,70 %
Österreich	4,94 %
Niederlande	4,17 %

IM VERGLEICH

WINTERNÄCHTIGUNGEN

Winter 2023/24	324.592 Nächtingen
Winter 2022/23	317.673 Nächtingen

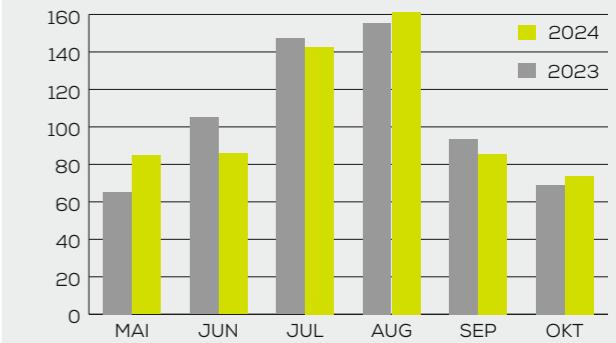
+ 2,18 %



SOMMERNÄCHTIGUNGEN

Sommer 2024	633.773 Nächtingen
Sommer 2023	635.466 Nächtingen

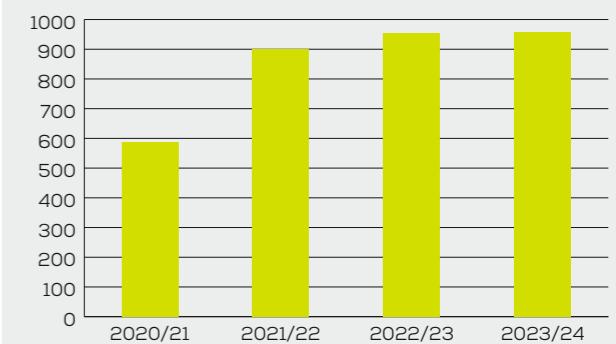
- 0,27 %



TOURISMUSJAHR NOV.–OKT.

TJ 2023/24	958.365 Nächtingen
TJ 2022/23	953.129 Nächtingen
TJ 2021/22	900.081 Nächtingen
TJ 2020/21	586.935 Nächtingen

+ 0,6 %



BILANZZAHLEN 2023

KENNZAHL	BESCHREIBUNG	FORMEL	ERGEBNIS	BEWERTUNGS-KRITERIEN LAND TIROL
Anlagendeckungsgrad	Finanzierung Anlagevermögen durch Eigenkapital	Eigenkapital (x 100) Anlagevermögen	94,49 %	Über 70 % = gut
Eigenkapitalquote	Verhältnis Eigenkapital zu Gesamtkapital	Eigenkapital (x 100) Bilanzsumme (Gesamtkapital)	73,82 %	Über 50 % = gut
Fremdkapitalquote	Verhältnis Fremdkapital zu Gesamtkapital	Fremdkapital (x 100) Bilanzsumme (Gesamtkapital)	26,18 %	Unter 50 % = gut
Verschuldungsgrad	Verhältnis Bankverbindlichkeiten zu Gesamtkapital	Bankverbindlichkeiten (x 100) Bilanzsumme (Gesamtkapital)	10,07 %	Unter 30 % = okay
Mobilitätsgrad (working capital ratio)	Bedeckung kurzfristiger Verbindlichkeiten durch liquide Mittel	Umlaufvermögen plus ARA (x 100) kurzfristiges Fremdkapital	110,88 %	Über 150 % = gut
Fremdkapitalbelastung / Bankverbindlichkeiten	Bankverbindlichkeiten im Verhältnis zu den Einnahmen (Pflichtbeiträge u. Aufenthaltsabg.)	Bankverbindlichkeiten (x 100) Pflichtbeiträge u. Aufenthaltsabg.	11,62 %	
Betriebsmittelrücklage	Pflichtbeiträge und Aufenthaltsabgaben gesamt (unter Berücksichtigung allfälliger Wertberichtigungen)	Vorgeschriebene Betriebsmittelrücklage (zumindest 10 % der Pflichtbeiträge und Aufenthaltsabgaben)	Abweichung in € von gesetzl. Vorgabe	Abweichung in % von gesetzl. Vorgabe
Mindestens 10 % des Gesamtbudgets (§ 24 Abs. 4 Tiroler Tourismusgesetz 2006)	2.848.022,40	284.802,24	- 327.946,01	-115,15 %

BILANZ 2023

GUV 01.01. BIS 31.12.2023	2023	BUDGET
1. Erträge aus Beiträgen und Abgaben	2.848.022,40	2.291.000,00
a) Aufenthaltsabgaben	1.683.969,05	1.450.000,00
b) Pflichtbeiträge der Mitglieder	1.164.053,35	841.000,00
2. Erhaltene Zuschüsse und Förderungen	323.019,88	100.000,00
3. Umsatz- und übrige Erlöse	304.965,76	250.300,00
davon Incoming	86.618,39	12.000,00
4. Sonstige betriebliche Erträge	39.388,07	5.000,00
5. Verbandsleistung	3.515.396,11	2.646.300,00
6. Sachaufwand für Infrastruktur und Werbung	- 2.433.615,91	- 1.648.500,00
a) Materialaufwand	- 158.745,17	- 101.500,00
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	- 2.041.199,94	- 1.500.000,00
c) Zuwendungen	- 115.720,82	- 31.000,00
d) Incoming	- 117.949,98	- 11.000,00
7. Personalaufwand	- 911.566,57	- 787.000,00
8. Abschreibungen	- 202.862,64	- 110.000,00
9. Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 315.568,24	- 266.900,00
10. Verbandsergebnis	- 348.217,25	- 166.100,00
11. Zinserträge und ähnliche Erträge	-	100,00
12. Zinsaufwendungen	- 16.730,99	- 3.500,00
13. Finanzergebnis (Zinserträge - Zinsaufwendungen)	- 16.730,99	- 3.400,00
14. Ergebnis der gewöhnlichen Verbandstätigkeit	- 364.948,24	- 169.500,00
15. Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag	- 364.948,24	- 169.500,00
16. Auflösung von Betriebsmittelrücklage	748.025,17	200.000,00
17. Zuweisung zur Betriebsmittelrücklage	-	-
18. Bilanzgewinn / -verlust	383.076,93	30.500,00

BUDGET 2025

ERLÖSE		
1. Erlöse Tourismusverband		
a) Erträge aus Beiträgen und Abgaben		
Erlöse Aufenthaltsabgaben	1.800.000,00	
Erlöse Freizeitwohnsitzpauschale	180.000,00	
Erlöse Wohnwagenpauschale	120.000,00	
Erlöse aus Pflichtbeiträgen	1.092.000,00	
	3.192.000,00	3.192.000,00
b) Zuschüsse und Förderungen	100.000,00	100.000,00
c) Umsatz und übrige Erlöse		
Erlöse aus Inserat-Druckwerken	20.000,00	
Werbung und Werbeartikel	36.000,00	
Veranstaltungen	25.000,00	
Reisebüro/Incoming	14.000,00	
Schwimmbad	79.300,00	
	174.300,00	174.300,00
2. Umsatzerlöse/Mieterlöse	10.000,00	10.000,00
3. Sonstige betriebliche Erträge		
LED-Wall	15.000,00	
Rückersätze von Ausgaben	5.000,00	
Erlöse aus Parkraumbewirtschaftung	25.000,00	
Sonstige betriebliche Erträge	25.000,00	
Erlöse Vorlage KW Card	15.000,00	
	85.000,00	85.000,00
A. SUMME POSITION 1-3		3.561.300,00

BUDGET AUFWENDUNGEN

4. Aufwendungen für Material u. sonstige Herstellungsleistungen		
a) Aufwand für satzungsgemäße Aufgabenerfüllung	- 1.381.500,00	
b) Skontoerträge	2.500,00	
	- 1.379.000,00	- 1.379.000,00
5. Personalaufwand		
a) Löhne	- 385.000,00	
b) Gehälter	- 350.000,00	
c) Aufwendungen für Abfertigungen und MVK	- 20.000,00	
d) Aufwendungen für gesetzliche Sozialabgaben	- 113.000,00	
e) Sonstige Sozialaufwendungen	- 20.000,00	
	- 888.000,00	- 888.000,00
6. Abschreibung/AFA	- 110.000,00	- 110.000,00
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen		
a) Steuern	- 7.200,00	
b) Übrige Aufwendungen	- 1.131.900,00	
	- 1.139.100,00	- 1.139.100,00
B. SUMME POSITION 4-7		- 3.516.100,00

BUDGETANSATZ

1-3 Summe Erlöse	3.561.300,00
4-7 Summe Aufwendungen	- 3.516.100,00
8. Auflösung Betriebsmittelrücklage	-
9. Betriebsergebnis (Erlöse - Aufwände)	45.200,00
10. Erträge aus Wertpapieren	0,00
11. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	100,00
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 3.500,00
13. Finanzergebnis (10-12)	- 3.500,00
14. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (9-13)	41.800,00
15. Jahresüberschuss	41.800,00
JAHRESGEWINN	41.800,00

DIE DRUCKSORTEN DES TOURISMUSVERBANDES KAISERWINKL

Diese Prospekte sind neben Wanderkarten, Pins, Aufklebern, Kappen, Poloshirts, Berg- und Nordic-Walking-Stöcken in den Infobüros der Region für Gäste und Einheimische erhältlich.

BROSCHÜREN/FOLDER

Kreative Sommerwerkstätte, Programm und Malbuch



PLAKATE, FLYER, LED-WALL

Kaiserwinkl Veranstaltungen



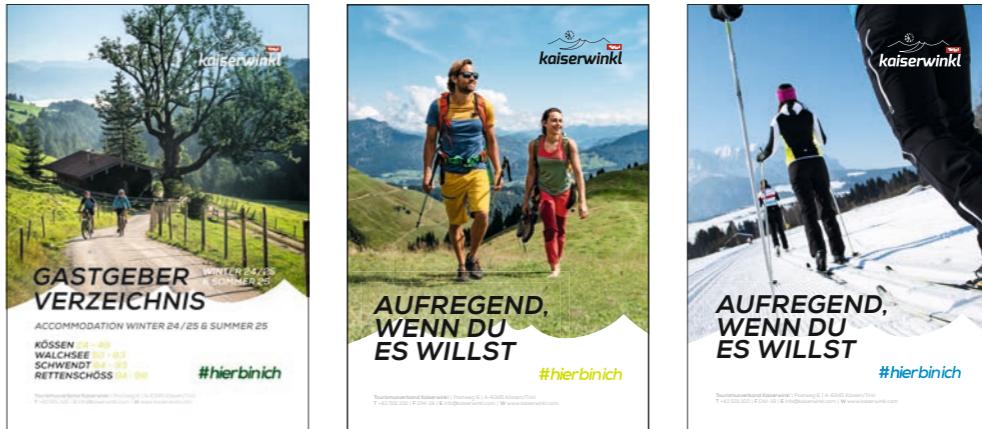
GÄSTEZEITUNG

Informiert über das Urlaubsangebot unserer Region.

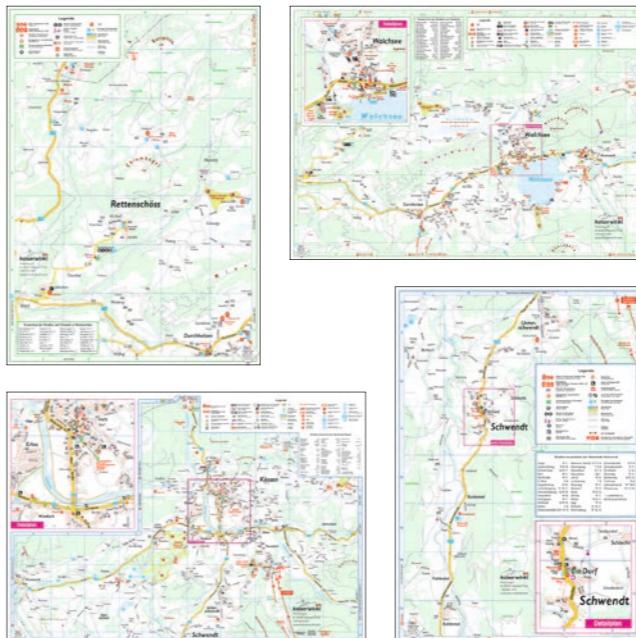


GASTGEBERVERZEICHNIS / SOMMER- UND WINTER-PROSPEKT

Die wichtigsten Prospekte für unsere Gäste, aber auch für unsere Vermieter – am Infocounter und beim Messeeinsatz!



ORTSPÄLE



KAISERWINKL CARD

Sommersaison 2024
Wintersaison 2024/25



PANORAMAKARTEN

Als Infobroschüre oder nettes „Mitbringsel“ bei unseren Gästen sehr beliebt.
Ebenso sehr begehrte: Die Winterkarte, der Radführer sowie die Wander-Rad- und MTB-Karte.



DAS TOURISMUSJAHR 2024

JAN

03.01.2024

WINTERZAUBER

11.01.2024

KAISERWINKL VOLLVERSAMMLUNG

20. – 27.01.2024

KAISERWINKL
ALPIN BALLOONING
MIT 50 BALLON-
FAHRERTEAMS



23. – 27.01.2024

PRESEREISEN IM KAISERWINKL

23. – 27.01.2024

CONTENT CREATOR
@STEFANIELINDNER

FEB

07./15./21.02.2024

WINTERZAUBER



14. – 18.02.2024

F.RE.E IN MÜNCHEN



MÄR

04.03.2024

IMM EVENT BERLIN

05.03.2024

ITB BERLIN

13.03.2024

PRESSEFRÜHSTÜCK WIEN

14. – 17.03.2024

FERIENMESSE
WIEN



JUN

07.06.2024

ERÖFFNUNG MOTORIKPARK

20. – 23.06.2024

CONTENT CREATOR
@ABENTEUERMOMENTE &
@ALPENACTIEF

21. – 23.06.2024

CHALLENGE
KAISERWINKL-WALCHSEE



28. – 30.08.2024

FOTO- UND VIDEOSHOOTING
FÜR KAISERWINKL KAMPAGNE 2025

28.08.2024
PRESSEFRÜH-
STÜCK PRAG

31.08.2024
TZ-WIESENADL HALBFINALE
IM SEEHOF

APR

11.04.2024

REISEABEND ESSEN
FUNKE MEDIA GROUP
AKTION NRW GARAGE
EMIL FREY E-FIAT 500 & 600

MAI

08. – 12.05.2024

HAMBURGER GOLFWOCHE

11.05.2024

27. KASFEST
IN KÖSSEN



17.05.2024

ERÖFFNUNG
DAS WALCHSEE LAKESIDE

19.05.2024

25. EGASCHT FEST'L IN WALCHSEE

28.05. – 13.06.2024

ZDF FERNSEHSPOTS

JUL

04. – 07.07.2024

BMW OPEN
MÜNCHEN



10.07. – 28.08.2024

KAISERWINKL
SOMMERNACHTSTRAUM

SEP

12. – 15.09.2024

RACE TO KAISERWINKL

21.09.2024

S'KAISERWINKL
SCHMUGGLERFEST



25.09.2024

TZ-WIESENADL FINALE IN MÜNCHEN

DEZ

18.12.2024

KAISERWINKL VOLLVERSAMMLUNG

31.12.2024

KAISERWINKL
SILVESTERGRUSS



DIE GESCHICKE DES TOURISMUSVERBANDES KAISERWINKL WERDEN GELENKT VON:

VORSTAND



Gerd Erharder
Obmann



Hans-Peter Kaserer
Obmann-Stellvertreter



Christian Fritz
2. Obmann-Stellvertreter



Georg Kaltschmid
Vorstand



Christian Münsterer
Vorstand



Bgm. Georg Kitzbichler
Aufsichtsratsvorsitzender

AUFSICHTSRAT



Thomas Schönwälder

GESCHÄFTSFÜHRER



DAS TVB-TEAM

Das Wohlergehen der „Kaiserwinkl Gäste“ liegt uns am Herzen.
Ob in den Infobüros oder beim Außendienst, es gibt jede Menge zu tun! Wir sind für Sie da!

Vorne von links: Geschäftsführer Thomas Schönwälder, Theresa Trockenbacher, Tanja Stuefer, Nicola Leitner, Miriam Wagner, Elisabeth Egger, Stefanie Hamberger

Hinten von links: Hans-Peter Kaiser, Fabian Grandner, Franz Schlechter, Markus Rettenwander, Sebastian Grandner, Franz Schilcher, Stefan Klingenschmid (nicht im Bild Markus Straif)

KONTAKTADRESSEN

Gerd Erharder
Obmann
T +43 501100-11 oder 21
obmann@kaiserwinkl.com

Thomas Schönwälder
Geschäftsführer
T +43 501100-12 oder 22
marketing@kaiserwinkl.com

Elisabeth Egger
T +43 501100-14
elisabeth@kaiserwinkl.com

Stefanie Hamberger
T +43 501100-15
stefanie@kaiserwinkl.com

Nicola Leitner
T +43 501100-20
nicola@kaiserwinkl.com

Tanja Stuefer
T +43 501100-10
tanja@kaiserwinkl.com

Theresa Trockenbacher
T +43 501100-24
theresa.t@kaiserwinkl.com

Miriam Wagner
T +43 501100-23
miriam@kaiserwinkl.com



**TOURISMUSVERBAND
KAISERWINKL**

Postweg 6 | A-6345 Kössen/Tirol
T +43 501 100 | E info@kaiserwinkl.com | W www.kaiserwinkl.com
© kaiserwinkl_tirol | Kaiserwinkl - Tirol | Kaiserwinkl Tirol