

Geschäftsbericht 2021-2022

GaPa Tourismus GmbH

Inhalt

Geschäftsbericht der GaPa Tourismus GmbH 2021 - 2022

Grußwort	Seite 3
Das Unternehmen	Seite 4
Das Team	Seite 7
Organe, Gremien und Beteiligungen	Seite 8
Tourismusentwicklung: Daten & Fakten	Seite 11
Projekte & Maßnahmen im Jahr 2021	Seite 22
Projekte & Maßnahmen im Jahr 2022	Seite 30
Bergauf-Strategie 2.962+	Seite 35
Qualitätsmanagement & ISO-Zertifikat	Seite 40
Ausblick auf 2023	Seite 42
Jahresabschluss & Bilanz 2022 und 2021	Seite 46

Impressum

Herausgeber: GaPa Tourismus GmbH

Verantwortlich für den Inhalt: Michael Gerber, Geschäftsführer

Fotos: Anton Brey | Tourismus Oberbayern München e. V. | Christian Stadler Photographie | Dietmar Dengler | fend-fotos.com | German Lutz, Schule am Gröben | Manuel Peters & Maren Weißhaupt | Marc Gilsdorf Fotografie | Marc Hohenleitner | Marcel Lämmerhirt | Marktarchiv Garmisch-Partenkirchen | Nomi Baumgartl

Stand: Dezember 2022

Irrtum und Änderungen vorbehalten.

Grußwort

Garmisch-Partenkirchen – Heimat & Sehnsuchtsort

Mit Gründung der GaPa Tourismus GmbH im April 2019 hat der Markt Garmisch-Partenkirchen auf die umfassenden Herausforderungen durch den Wettbewerbsmarkt, in der Finanzierung und bei den rechtlichen Rahmenbedingungen für touristische Organisationen reagiert. Als 100%ige Tochter der Gemeinde und als ganzheitlich agierendes Unternehmen strebt die GaPa Tourismus GmbH für die Bürger*innen, Besucher*innen, Betriebe und Beschäftigte ein gleichermaßen attraktives Umfeld an, um den Markt Garmisch-Partenkirchen durch nachhaltige Lebensqualität im Wettbewerb zu behaupten und als starke Marke zu positionieren.

Der Wandel von einer Tourismusorganisation zu einer Destinationsmanagementorganisation (DMO) führt dazu, dass wir noch viel stärker als bisher es zu unsere Aufgabe machen, die Destination Garmisch-Partenkirchen, den Tourismus, die touristisch relevanten Einrichtungen sowie die infrastrukturelle gemeindliche Entwicklung zu fördern. Eine Aufgabe, die das noch junge Unternehmen durch die Beschränkungen der COVID-19-Pandemie vor große Herausforderungen gestellt und uns bisher nur wenige Möglichkeiten geboten hat, unseren Leistungspartner*innen sowie den Bürger*innen dieses neue Aufgabenverständnis verbunden mit konkreten touristischen Maßnahmen zu präsentieren.

Mit diesem ersten Geschäftsbericht der GaPa Tourismus GmbH für die Jahre 2021 und 2022 wollen wir nicht nur die Inhalte des traditionellen Tourismusberichtes vorlegen. Wir möchten vor allem aufzeigen, wie wir mit der zunehmenden Bedeutung von Produktentwicklung, Gäste- und Partnerservice, Sicherstellung einer hohen Qualität und das Wirken als Netzwerkorganisation und touristisches Kompetenzzentrum umgehen. Deshalb geben wir gleich zu Beginn einen Überblick über uns als Unternehmen: Was sind unsere Aufgaben? Wie ist unser Selbstverständnis? Mit welcher Struktur und welchem Team wollen dies angehen? Und wie sind wir in der Branche vernetzt?

An dieser Stelle geht mein Dank an alle Mitarbeiter*innen, die sich tagtäglich mit großem Engagement und Leidenschaft für unserer Marke Garmisch-Partenkirchen einsetzen. Mein Dank geht zugleich an unsere Leistungspartner*innen, die eng, konstruktiv und zuversichtlich auch in Krisenzeiten mit uns zusammenarbeiten. Last but not least bedanke ich mich auch bei den Mitgliedern des Marktgemeinderates und des Aufsichtsrates, insbesondere seiner Vorsitzenden, der 1. Bürgermeisterin Elisabeth Koch, für die Unterstützung und das Vertrauen in unsere Arbeit zum Wohle und zur Weiterentwicklung unserer Destination als Heimat und Sehnsuchtsort.



Michael Gerber
Geschäftsführer

Das Unternehmen GaPa Tourismus GmbH

Die Aufgaben

Aus dem Anspruch, eine moderne Destinationsmanagementorganisation (DMO) sein zu wollen, die ein höchstmögliches Maß an Zufriedenheit bietet und als Impulsgeber für die touristische Weiterentwicklung im bayerischen Raum wahrgenommen werden möchte, erwachsen die Aufgaben des Unternehmens. Die engagierten Mitarbeiter*innen der verschiedenen Abteilungen, Ressorts und Teams tragen täglich dazu bei, dass die Gäste eine wunderbare Zeit in Garmisch-Partenkirchen verbringen. Angefangen bei den Urlaubsberater*innen in der Tourist-Information über die Mitarbeiter*innen mit ihren vielfältigen Tätigkeiten in den Bereichen Gesundheit, Veranstaltungs- und Projektmanagement, Bewirtschaftung Kongresshaus sowie Produkt- und Destinationsentwicklung. Darüber hinaus gehören auch die den wichtigen Themen wie digitale Anwendungen und Angebote sowie Datenmanagement dazu.

Gemeinsam mit den Leistungspartnern aus dem Beherbergungsgewerbe, der Gastronomie, der Freizeitwirtschaft und dem Einzelhandeln werden nachhaltige Mehrwerte für Gäste und Einheimische geschaffen, damit sie den Ort und die Region begeistert als qualitätsvollen Lebens- und Erholungsraum erfahren.



Das unternehmerische Selbstverständnis

Die GaPa Tourismus GmbH ist eine Einrichtung des Marktes Garmisch-Partenkirchen. Als deren Destinationsmanagementorganisation (DMO) verantwortet sie die Förderung der Destination im Tourismus und der touristisch relevanten Einrichtungen sowie der infrastrukturellen gemeindlichen Entwicklung des Marktes Garmisch-Partenkirchen.

Sie bietet den nationalen und internationalen Gästen sowie der einheimischen Bevölkerung ein hochwertiges, zielgruppenorientiertes Produkt- und Leistungsprogramm. Durch aktives Mitwirken an einer fortwährenden Weiterentwicklung von Garmisch-Partenkirchen als attraktiver Lebens, Arbeits- und Erholungsraum für die einheimische Bevölkerung wird zugleich den Gästen ein nachhaltig großer Nutzen geboten.

Es ist selbstverständlich, dass geltende Rechtsvorschriften und andere Anforderungen, zu denen sich das Unternehmen und die Destination verpflichtet haben, erfüllt werden.

Zusammen mit den touristischen Leistungspartnern und den Mitarbeitenden werden in einem kontinuierlichen Dialog die Prozesse für die Gäste, die einheimische Bevölkerung und die Kunden optimiert.

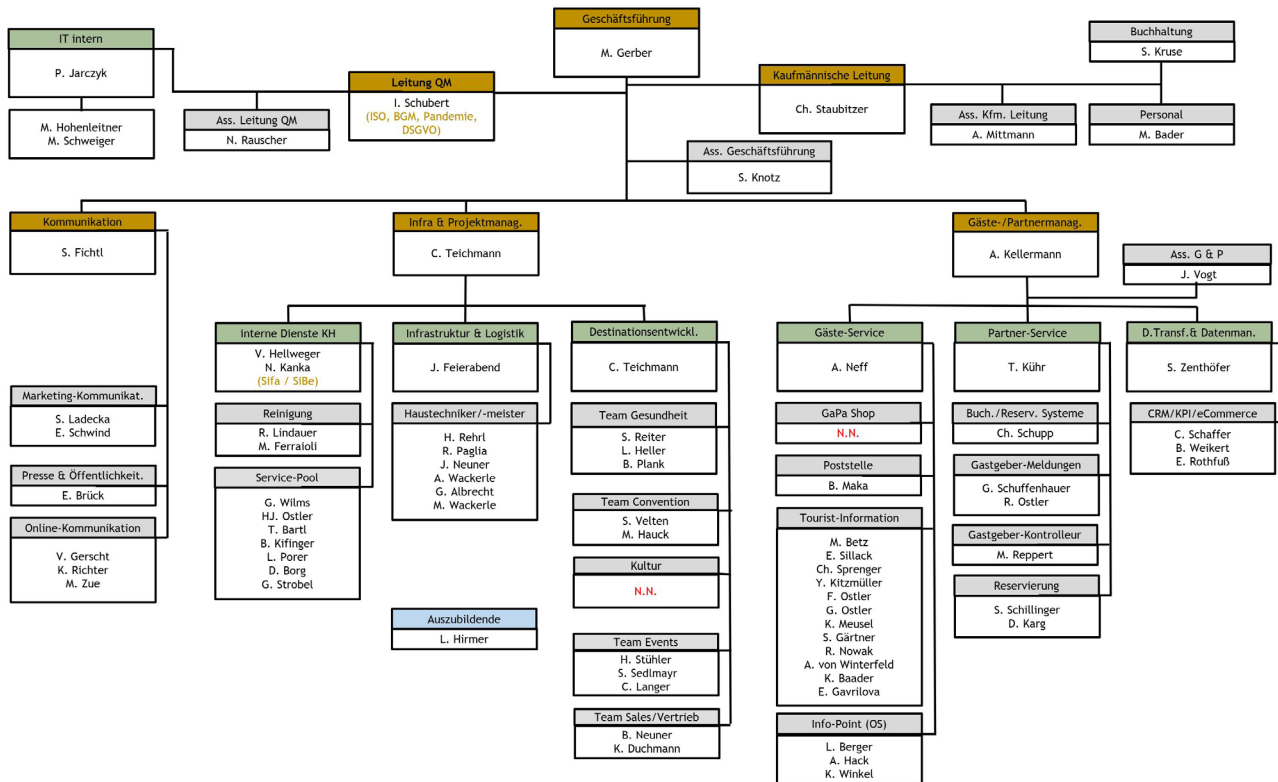
Dieser kontinuierliche Dialog ist durch folgendes Selbstverständnis und folgenden Anspruch geprägt:

Die Werte der Destination Garmisch-Partenkirchen - Lebensfreude, Weltoffenheit, Nachhaltigkeit, Qualität, Vielseitigkeit und Zukunft durch Herkunft - sind die Grundlage des Handelns nach innen und außen.

Die GaPa Tourismus GmbH hat sich zum Ziel gesetzt:

- Das höchstmögliche Maß an Kundenzufriedenheit für Gäste, Partner und Einheimische zu bieten.
- Die GaPa Tourismus GmbH ist der Impulsgeber für die touristische Weiterentwicklung im bayerischen Raum.
- Das Handeln darauf auszurichten, den Ertrag aus eigener wirtschaftlicher Tätigkeit und die Wertschöpfung in der Destination zu steigern.
- Die GaPa Tourismus GmbH unterstützt und nutzt generationenübergreifend Innovationskraft und Erfahrung in allen Bereichen der touristischen Ortsentwicklung (Destinationsentwicklung).

Organigramm



Das Team der GaPa Tourismus GmbH

So facettenreich wie der Ort und die Aufgaben ist auch das Team. Gemeinsam mit den touristischen Leitungspartnern stellt die GaPa Tourismus GmbH sicher, dass Gäste und Einheimische Garmisch-Partenkirchen als wundervollen Ort erleben.

Das Team besteht aus einer bunten Mischung: aus langjährigen Mitarbeiter*innen mit viel Expertenwissen und Lebenserfahrung, sowie Neuen mit dem frischen Blick von „außen“, Menschen, die hier aufgewachsen sind und ihren Ort in- und auswendig kennen und solchen, die die große Welt gesehen haben und ihre Expertise mitbringen.

Alle eint eine große Leidenschaft – die Liebe zu Garmisch-Partenkirchen. Die Werte Weltoffenheit, Nachhaltigkeit, Qualität, Vielseitigkeit, Zukunft durch Herkunft und vor allem Lebensfreude sind die Grundlage des Handelns nach innen und außen. Dies stellt eine verlässliche Basis in einer sich ständig ändernden Welt für das tägliche Tun und Schaffen dar.

Dabei leitet alle das Motto „Entdecke Deine wahre Natur.“ und die Vision „Garmisch-Partenkirchen - Heimat & Sehnsuchtsort“.



... das ganze Team ist auch zu finden unter gapa-tourismus.de/ueberuns

Organe, Gremien und Beteiligungen

Einzigster Gesellschafter der GaPa Tourismus GmbH ist der Markt Garmisch-Partenkirchen.

An der am 29. Juni 2021 erfolgten Gründung der GaPa Kultur gGmbH hält die GaPa Tourismus GmbH eine Beteiligung von 26 % der Gesellschafteranteile. Der Geschäftsführer der GaPa Tourismus GmbH ist in Personalunion zugleich geschäftsführender Gesellschafter der GaPa Kultur gGmbH.

Zu den Organen der GaPa Tourismus GmbH gehören der Aufsichtsrat, die Gesellschafterversammlung und die Geschäftsführung.

Geschäftsführer

Michael Gerber

Aufsichtsrat

- Elisabeth Koch, 1. Bürgermeisterin | Aufsichtsratsvorsitzende
- Claudia Zolk, 2. Bürgermeisterin
- Wolfgang Bauer
- Hubert Filser
- Hermann Guggemoos
- Michael Simon
- Kathrin Ostermair-Maurer
- Alexandra Roos-Teitscheid
- Daniel Schimmer

Die Gesellschafterversammlung folgte am 19. Juli 2022 der Empfehlung des Aufsichtsrats und beschloss gemäß § 18 Abs. 1 des Gesellschaftervertrags einen Beirat für Tourismus und Destinationsmanagement der GaPa Tourismus GmbH für die Dauer der Sitzungsperiode bis zum 30. April 2026 zu bilden.

Der Beirat für Tourismus und Destinationsentwicklung berät die Geschäftsführung und die Gesellschafterversammlung sowie, auf besonderen Beschluss der Gesellschafterversammlung den Aufsichtsrat bei gesamtgemeindlich relevanten touristischen Themen und Maßnahmen des Destinationsmanagement im Kontext des Unternehmensgegenstandes.

Er soll als Informations-, Meinungs- und Unterstützungsgremium Impulse für die Entwicklung im Tourismus- und Freizeitsektor des Geschäftsgebietes und den Wirtschaftsräumen des Marktes geben. Darüber hinaus dient der Beirat der Netzwerkpflge und seine Mitglieder sollen die verschiedenen relevanten Branchen für den Tourismus und das Destinationsmanagement in bzw. aus dem Markt Garmisch-Partenkirchen repräsentieren.

Für die Dauer des Bestehens des Beirats sind aus der Mitte seiner stimmberechtigten Mitglieder ein(e) Sprecher*in sowie die Stellvertretung zu wählen, die in den Aufsichtsrat der Gesellschaft mit Rede-, Antrags- und Vorschlagsrecht mit beratender Stimme, d.h. ohne Stimmrecht (sog. Beobachterstatus) berufen werden.

Gemäß § 16 Abs. 4 des Gesellschaftsvertrags wurde auf Vorschlag der Geschäftsführung folgende Personen in den Beirat für Tourismus und Destinationsmanagement berufen:

Beirat für Tourismus und Destinationsentwicklung

- Kerstin Schumann Ishizuka, 4Consulting&Innovation, 4Eck, Fremdenverkehrsverein Garmisch-Partenkirchen e. V. | Sprecherin des Beirats
- Christian Wolf, Hotel Obermühle | stellvertretender Sprecher des Beirats
- Kathrin Eissler, IHK Regionalausschuss / Spedition Neuner
- Andreas Fischer, Gasthaus Mohrenplatz
- Anne Maria Hertel, Tannenhütte
- Sarah Lulay, Tourismus Oberbayern München e. V.
- Werner Niedermaier, WN alpin
- Prof. Dr. Markus Pillmayer, Hochschule München University of Applied Science
- Wolfgang Pohl, Deutscher Skilehrerverband
- Christian Ruf, Volkstrachtenverein Garmisch e. V.
- Matthias Stauch, Bayerische Zugspitzbahn Bergbahn AG
- Alina Willgoose, Bieraterie, Partenkirchen erleben e. V.

Mitgliedschaften

- Best of the Alps | Gründungsmitglied
- bcsd Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.
- Tourismus Oberbayern München e. V.
- Verband Heilklimatischer Kurorte Deutschland
- Deutscher Heilbäderverband
- Bayerischer Heilbäderverband
- Zugspitz Region GmbH
- Zugspitzarena Bayern - Tirol



Bundesvereinigung
City- und Stadtmarketing
Deutschland e.V.



BAYERISCHER
Heilbäder-Verband e.V.
... das gesunde Bayern!



Tourismusentwicklung

Schon immer stellen die touristischen Kennzahlen eine wichtige Grundlage für die Beurteilung und Entscheidungsfindung einer Destinationsmanagementorganisation dar. Ein ganz besonderen Stellenwert nahmen die statistischen Daten und deren Interpretation ein, als ab 2022 die Maßnahmen zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie das öffentliche Leben und mit ihm die Tourismusbranche stark beeinträchtigten.

Zunächst mussten während der Pandemie in nahezu allen Bereichen – in der Politik, der Wirtschaft und im privaten Leben – Entscheidungen ohne Datengrundlage getroffen werden, denn es war eine völlig neue Situation, deren Entwicklung nicht abzusehen war.

Umso wichtiger ist die Interpretation der nun vorliegenden touristischen Zahlen aus 2019 bis 2022. Nicht zuletzt auch deshalb, da sich aus ihnen der Grad der Krisenresilienz eines Unternehmens ableiten lässt.

Erfreulich ist, dass sich nach den Jahren der Unsicherheit und der Verluste eine positive Entwicklung für die Destination Garmisch-Partenkirchen abzeichnet. Dies ist den großen und vor allem gemeinsamen Anstrengungen aller touristischen Akteure im Ort zu verdanken. Die Kampagnen und Maßnahmen der GaPa Tourismus GmbH zielten darauf ab, einen unterstützenden, vertrauensvollen und verbindenden Rahmen für Gäste, Bürgerinnen- und Bürger sowie lokalen Leistungspartnern zu bieten und mit einzelnen Aktionen konkrete Angebotslücken zu füllen, so z.B. die Drohnenshow als Ersatz für das Feuerwerk zum Jahreswechsel 2021/2022.

Diese Daten und Interpretationen dienen ebenfalls als Basis für Entscheidungen und Aktionen, die die Zukunftsfähigkeit Garmisch-Partenkirchens als Heimat und Sehnsuchtsort sichern: Welche Zielgruppen und welche Märkte möchte man in Zukunft aktiv bewerben? Mit welchen Angeboten sind wir für zukünftige Gäste gut aufgestellt und halten gleichzeitig eine gesunde Balance zwischen Mensch und Natur? In welchen Bereichen können wir den jeweiligen Partnern kooperieren und neue Partnerschaften generieren?

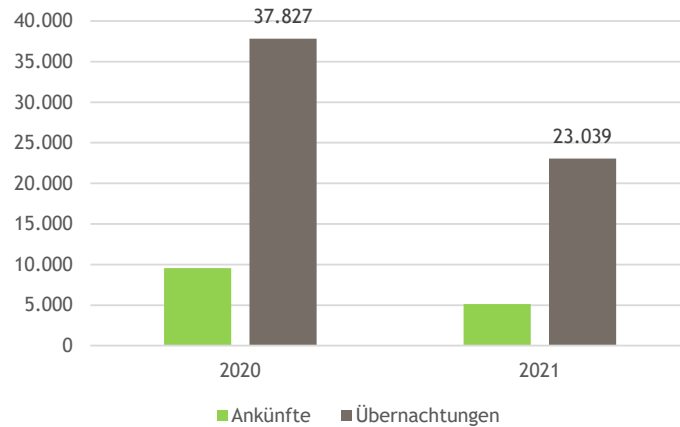
Diese Erkenntnisse nutze die GaPa Tourismus GmbH dazu, die Entwicklungspotentiale und Zieldefinition zu prüfen und sich mit der Bergauf-Strategie 2962+ neu und zukunftsfähig aufzustellen.

Ein folgerichtiger Schritt war die Entscheidung, das Unternehmen ISO-zertifizieren zu lassen. Dabei sind die Definition von Zielen, die Festlegung von klaren Strukturen und Abläufen und der Anspruch, Qualität im Sinne von Kundenzufriedenheit mit messbaren Ergebnissen als Grundlage für das unternehmerische Handeln zu manifestieren gefordert. Die erfolgreiche Zertifizierung im Herbst 2022 gibt dem Unternehmen ein verlässliches Fundament, seinen Partnern einen echten Mehrwert zu bieten, dem Selbstverständnis „Best Of Class“ gerecht zu werden und sich den Herausforderungen der Zukunft erfolgreich zu stellen.

Die Destination unter Covid-19

Rückblick

Gewerbliche Ankünfte und Übernachtungen 1.1.-31.5.

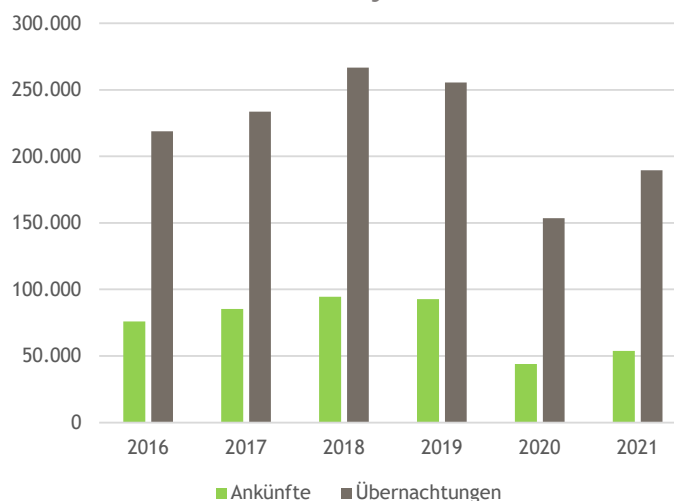


Das zweite Corona-Jahr 2021 stellte unsere Leistungspartner aus dem Beherbergungsgewerbe, der Gastronomie, der Freizeitindustrie und dem Handel erneut vor große Probleme.

Am 6. Januar gab die damalige Bundesregierung den zweiten harten Lockdown für Deutschland bekannt. Lange Schließzeiten, abgesagte Veranstaltungen und kurze Lockerungen ab dem Sommer gingen einher mit hohen Umsatzeinbußen. Auch in diesem Jahr bestimmte die Sorge um die Existenz unserer örtlichen touristischen Dienstleistern, ihren Familien, Mitarbeiter*innen und Geschäftspartner*innen zu einem großem Teil das Tagesgeschäft der GaPa Tourismus GmbH. In dieser Zeit wurde enger Kontakt mit den touristischen Leistungsträger*innen gehalten. Gleichzeitig wurde – wie bei vielen der Partner*innen – die Beschränkungen der COVID-19-Pandemie genutzt, um die Widerstandsfähigkeit (Resilienz) des Unternehmens und des Tourismus in Garmisch-Partenkirchen durch verschiedene Projekte und Maßnahmen zu stärken.

Wiedereinstieg

Mai-Juni



Am Pfingstwochenende 2021 war es endlich soweit: In bayerischen Landkreisen mit einer stabilen Sieben-Tage-Inzidenz unter 100 durften die Beherbergungsbetriebe, Seilbahnen und Betriebe der Freizeitindustrie unter bestimmten Auflagen und unter Einhaltung der von der bayerischen Landesregierung festgelegten Teststrategie wieder für touristische Gäste öffnen.

Kampagne „GaPa neu entdeckt“

Zur Unterstützung der Partnerbetriebe startete Mitte Mai die 2. Auflage der Kampagne „GaPa neu entdeckt“, die bei den Leistungsträger*innen einen großen und positiven Zuspruch auslöste. Diese Kampagne knüpfte an die durch die GaPa Tourismus GmbH im Sommer 2020 initiierte Kampagne an. Eine Vielzahl an Maßnahmen sollte einen gemeinsamen guten Re-Start von Gastgebern, Gastronomie, Einzelhandel und weiteren Partner*innen in der Freizeitwirtschaft nach dem COVID-19-bedingten Stillstand ermöglichen. Ziel der Kampagne war es, im ganzen Ort ein Gemeinschaftsgefühl bei den Partner*innen, Einheimischen und Gästen zu schaffen und zu transportieren. Die Maßnahmen sollten den Gast vor Ort willkommen heißen und ihnen das Gefühl geben, Teil unserer Orts-Gemeinschaft zu sein.



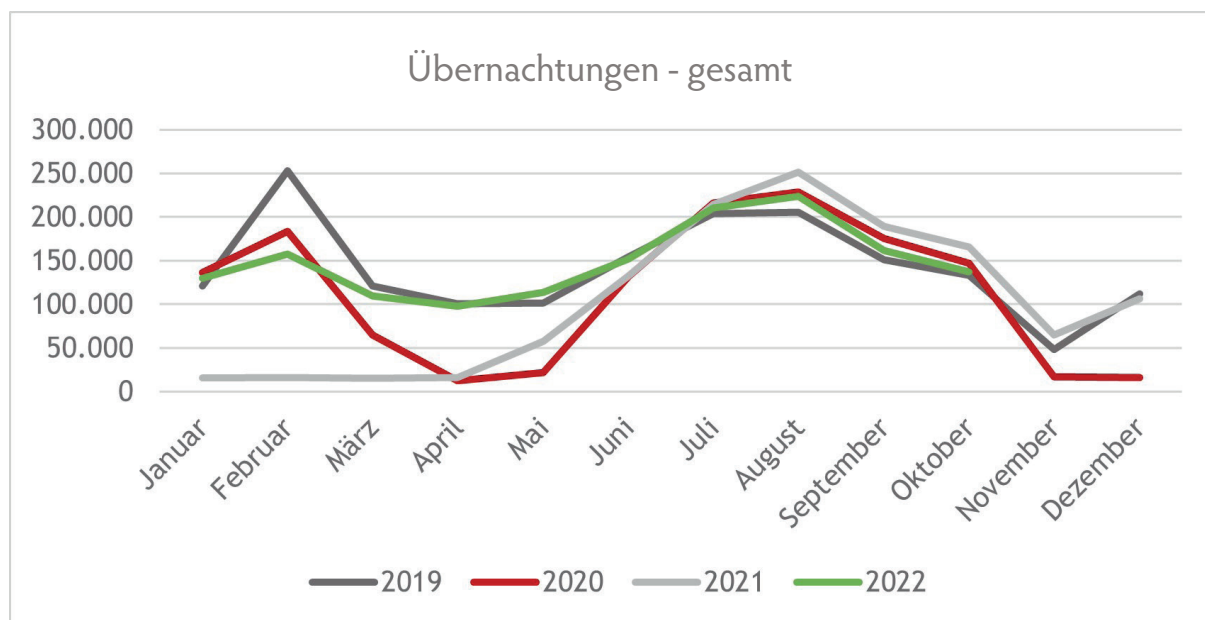
Lichtershow zu Silvester

Zu Silvester 2021 herrschte coronabedingt ein Feuerwerks- und Versammlungsverbot in Bayern und somit auch in Garmisch-Partenkirchen. Als Alternative organisierte die GaPa Tourismus GmbH einen poetischen Lichtertanz, um dennoch allen Bürger*innen und Gästen ein glückliches und gesundes Jahr 2022 zu wünschen. 100 Drohnen zeichneten eine Inszenierung aus Licht, Farben und Formen, die in Bezug zu Ort standen, an den Himmel über Garmisch-Partenkirchen. Das Besondere daran: Untermalt wurde die rund 10-minütige Lichtershow von Musik und gesprochenem Wort, die zeitgleich vom Lokalsender Radio Oberland übertragen wurden. Auch ein Livestream wurde unter www.gapa-tourismus.de allen angeboten, die nicht vor Ort sein konnten.



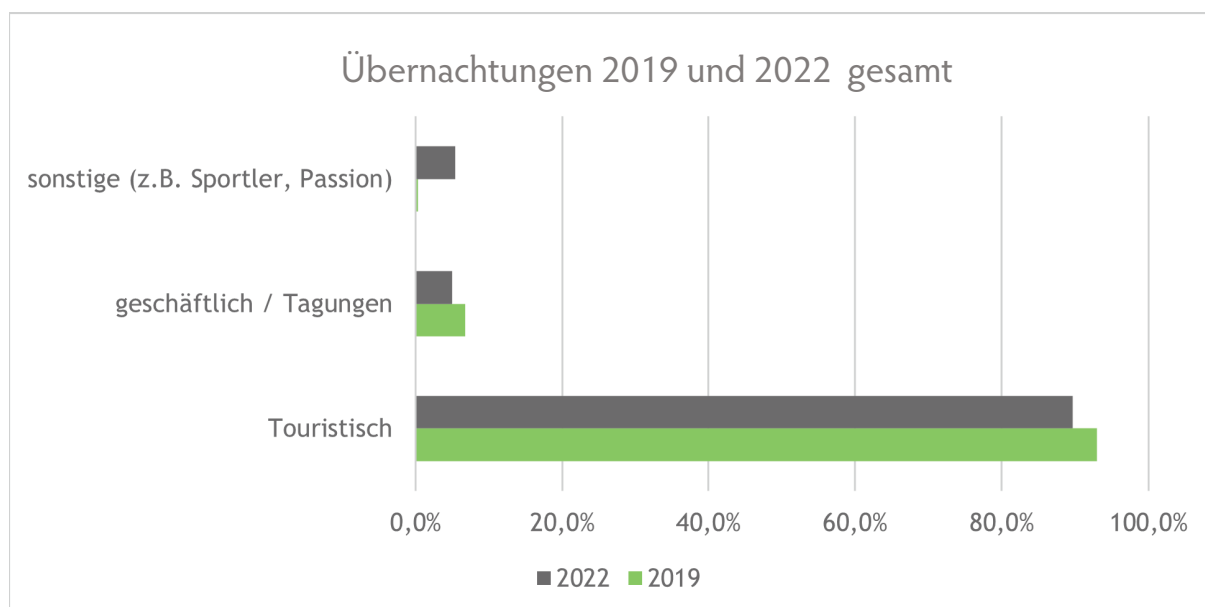
Entwicklung der Übernachtungen 2019 - Okt 2022

Bei den Gesamtzahlen der Übernachtungen zeichnet sich im Oktober 2022 ab, dass der im Jahr 2019 bisher höchste erzielte Wert von 1.705.079 Übernachtungen in 2022 nicht mehr erreicht wird.

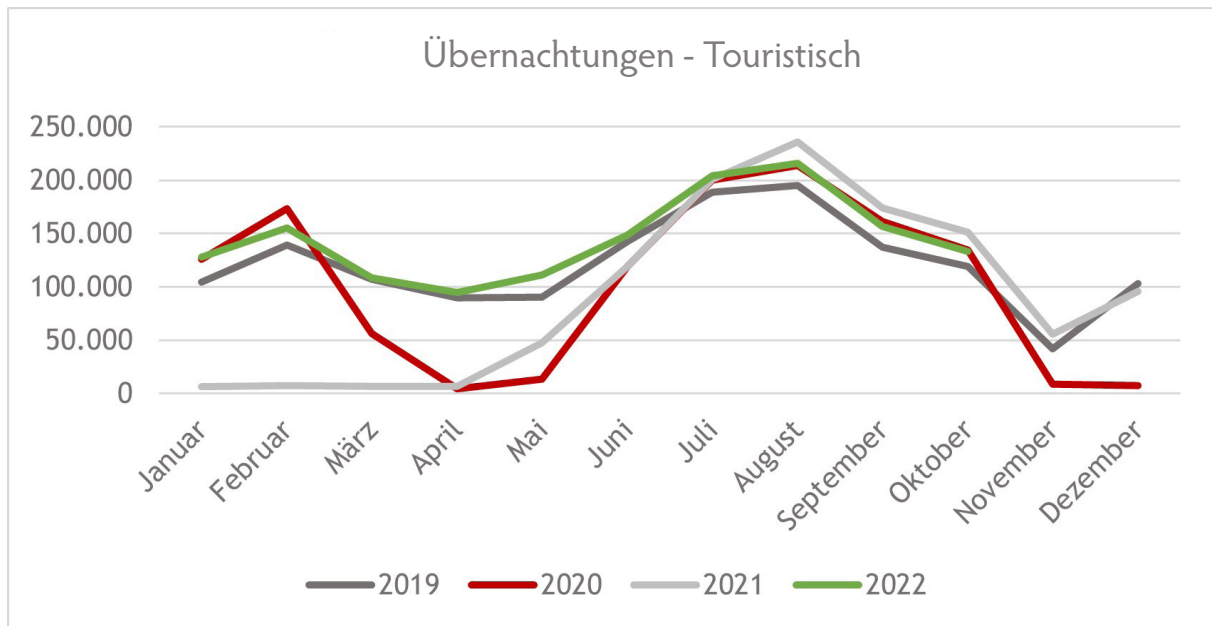


Bei einer differenzierten Betrachtung nach den unterschiedlichen Übernachtungsanlässen - touristisch, geschäftlich, tagungsbedingt und sonstigen - lassen sich aussagekräftigere Schlüsse ziehen.

Der Anteil an touristischen Übernachtungen liegt in der Regel bei 90 %. Im Jahr 2022 machen sich der G7-Gipfel (geschäftliche Übernachtungen und die Passionsspiele (sonstige Übernachtungen)) als besonderer Anlass bemerkbar.



Betrachtet man die **touristischen** Übernachtungszahlen isoliert, dann zeigt sich, dass der Gesamtwert des Jahres 2019 - das letzte Jahr ohne Covid-19 - bereits im Oktober 2022 so gut wie erreicht wird. Insoweit steht schon jetzt fest, dass es einen neuen Höchstwert der touristischen Übernachtungszahlen im Jahr 2022 geben wird.

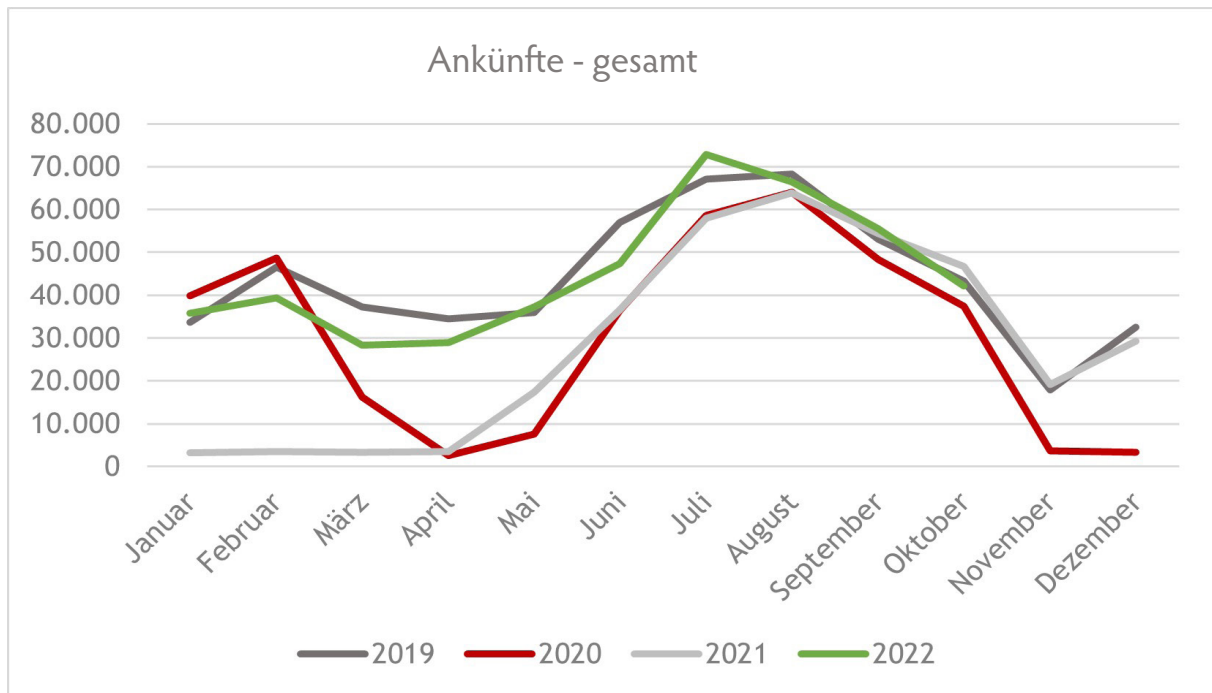


Die Übernachtungszahlen sind besonders wichtige Kenngrößen, da der Übernachtungstourismus stark zur Wertschöpfung beiträgt.

Die weiteren Kennzahlen wie Ankünfte und Aufenthaltsdauer geben zusätzliche Hinweise auf die Wirksamkeit des touristischen Geschäftsfeldes. Neben den Gastgeberbetrieben sind insbesondere für weitere touristische Leistungsträger die Daten zur Anzahl der Gäste und deren Aufenthaltsdauer wichtig und aufschlussreich.

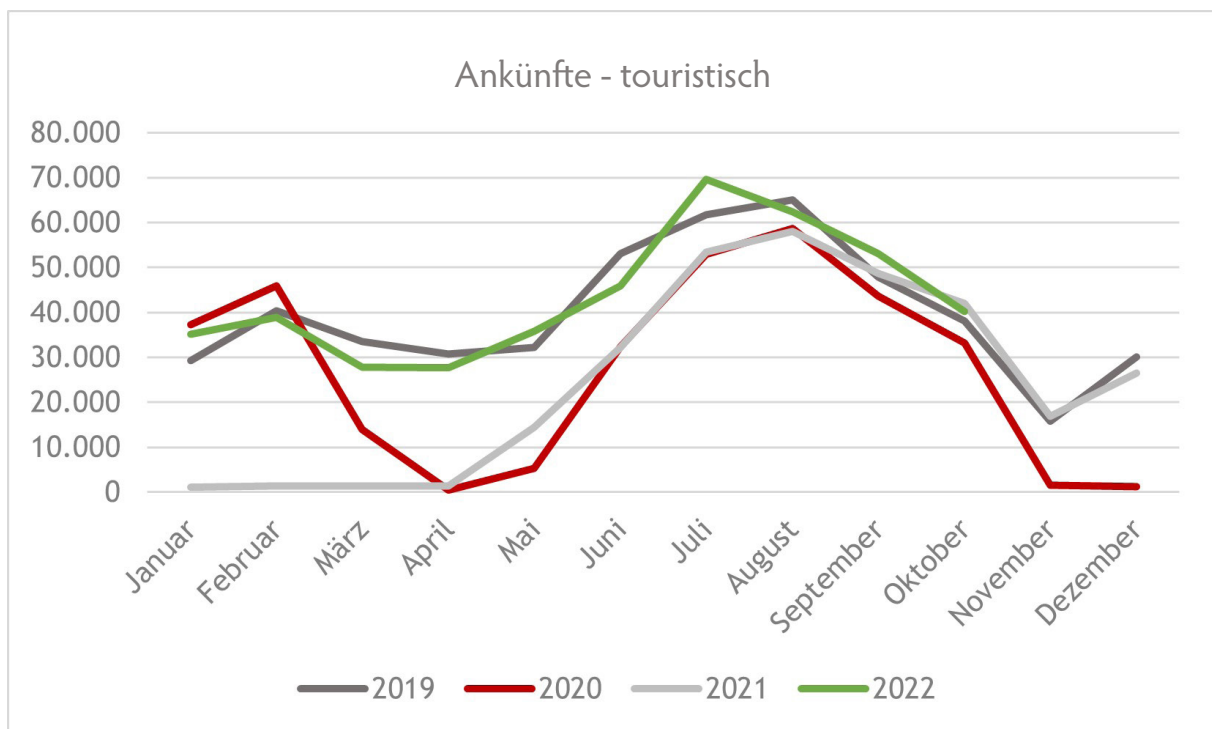
Entwicklung der Ankünfte 2019 - Oktober 2022

Die Ankünfte, die Anzahl der Gäste, die nach Garmisch-Partenkirchen kommen, spiegeln ebenfalls die besondere Situation der letzten Jahre wider.



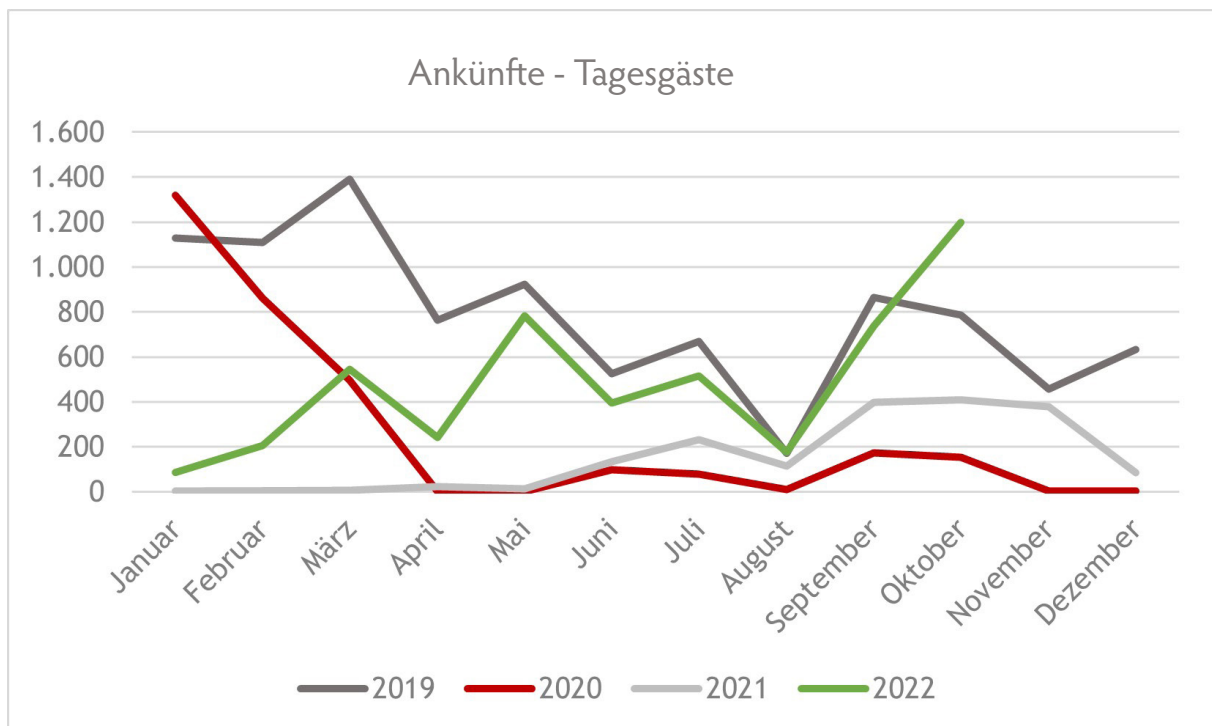
Klar erkennbar sind auch hier die Reiseverbote im ersten Lock-Down, die nicht nur die touristischen Gäste betrafen, sondern auch das Tagungs- und Kongressgeschäft. Ausschließlich wichtige Dienstreisen waren im Frühjahr 2020 gestattet.

Eine differenzierte Interpretation der Daten zeigt neben der erfreulichen Entwicklung im touristischen Sektor auch die Wichtigkeit des Tagungsbereich. Diese Gäste sorgen für Wertschöpfung außerhalb der touristischen Hauptsaison, da sie in diesen schwächeren Zeiten nicht nur die Betten füllen, sondern auch die höchsten durchschnittlichen Ausgaben pro Aufenthaltstag generieren, von denen auch Einzelhandel und Gastronomie überdurchschnittlich profitieren.



Betrachtet man die **touristischen** Ankünfte bis Oktober 2022, so lässt sich auch hier erkennen, dass nach einem ersten Halbjahr mit Zahlen leicht unter dem Niveau von 2019 das zweite Halbjahr die Werte von vor der Pandemie erreicht wurden.

Im wichtigen Tagungsbereich gibt es positive Trends zu verzeichnen, jedoch ist hier das Vor-Pandemie-Niveau noch nicht erreicht.



Sondereffekte

Zwei besondere Ereignisse haben in 2022 ihre Spuren in den statistischen Daten hinterlassen: Der G7-Gipfel in Elmau und die Passionsspiele in Oberammergau.

G7-Gipfel Elmau

	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer
März	35	77	2,2
April	132	724	5,5
Mai	597	2.819	4,7
Juni	3.295	27.916	8,5
Juli	63	939	14,9
Gesamt	4.122	32.488	7,8

Passionsspiele Oberammergau

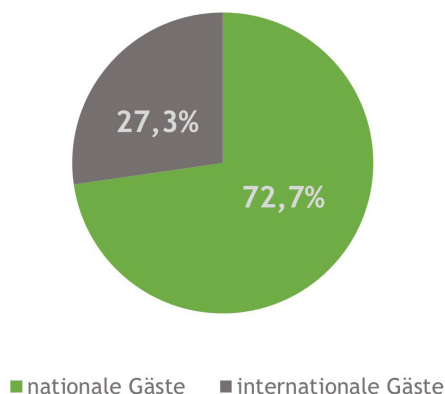
	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer
April	2	2	1,0
Mai	4.044	6.648	1,6
Juni	6.318	10.207	1,6
Juli	7.166	10.767	1,5
August	6.347	10.128	1,6
September	8.349	13.766	1,6
Oktober	415	1.113	2,7
Gesamt	32.641	52.631	1,6

Alles in allem zeigt der Blick auf die vorliegenden Zahlen von 2019 und 2022, dass nach 2020 auch in 2021 noch einmal ein Rückgang bei den Ankünften und Übernachtungen verzeichnet werden muss. Zwischen 2019 (dem letzten „regulären“ Jahr) und 2021 kam es zu einer Veränderung von -35% bei den Ankünften sowie -27,11% bei den Übernachtungen. Trotz dieser schwierigen Entwicklung ist Garmisch-Partenkirchen insgesamt touristisch gesehen noch mit einem „blauen Auge“ durch die Pandemie gekommen. Die Daten aus 2022 (bis Oktober) zeigen einen weiteren positiven Trend, der zuversichtlich in die Zukunft schauen lässt.

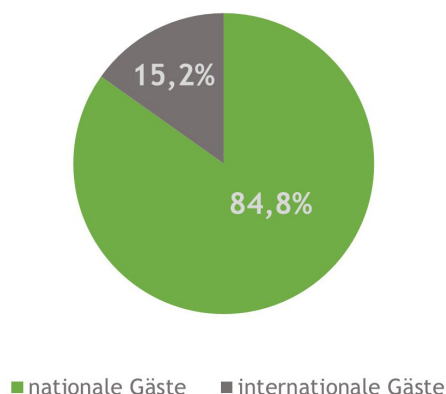
Anteil internationaler Gäste im Vergleich 2019 & 2022

Hinsichtlich der internationalen Gäste konnte noch nicht an den Wert von 2019 mit einem Anteil von rund 30 % angeknüpft werden.

Übernachtungen Jan - Okt 2019
touristisch national / international



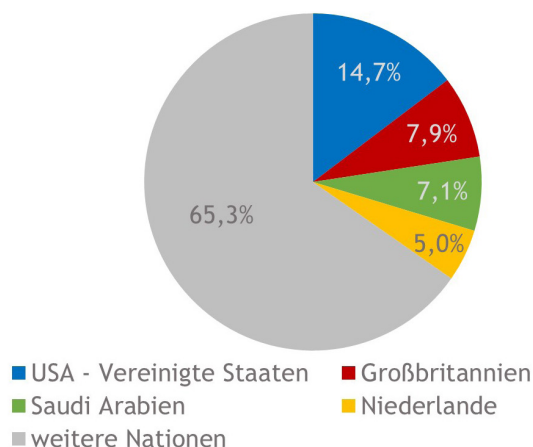
Übernachtungen Jan - Okt 2022
touristisch national / international



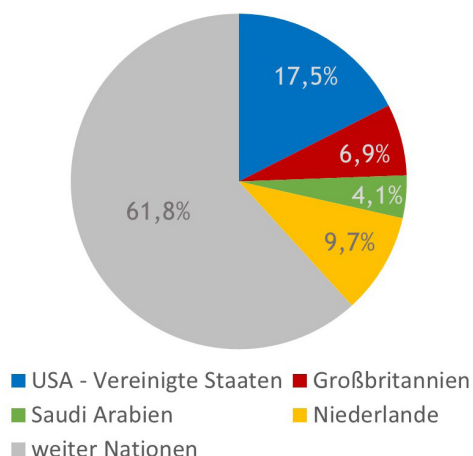
Internationale Quellmärkte - Top 4

Die wichtigsten vier Quellmärkte international haben sich nicht signifikant geändert. Weiterhin führen die USA, Großbritannien, Saudi-Arabien und die Niederlande die Liste der Herkunftsländer an. Es hat sich lediglich die Reihenfolge geändert. In 2022 stehen die Niederlande auf Platz 2 nach den USA und vor Großbritannien gekommen.

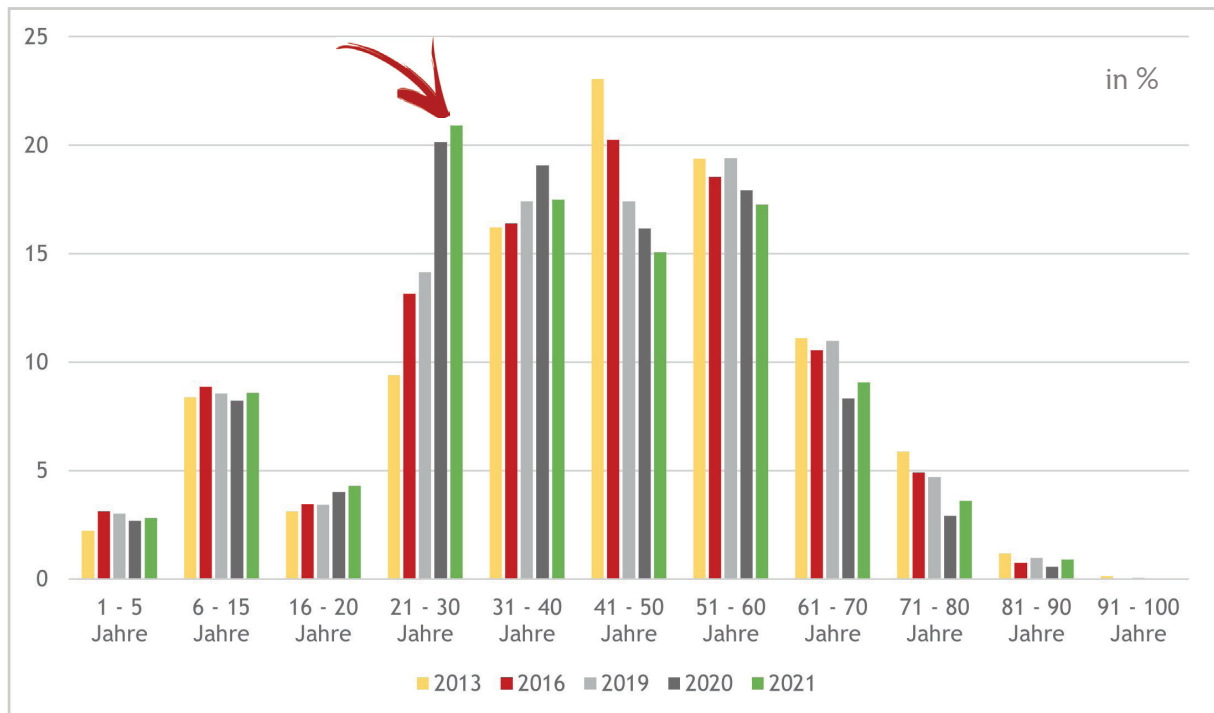
Übernachtungen Jan - Okt 2022
international TOP 4



Übernachtungen Jan - Okt 2019
international TOP 4



Altersstruktur der Gäste 2021 - nach Ankünften



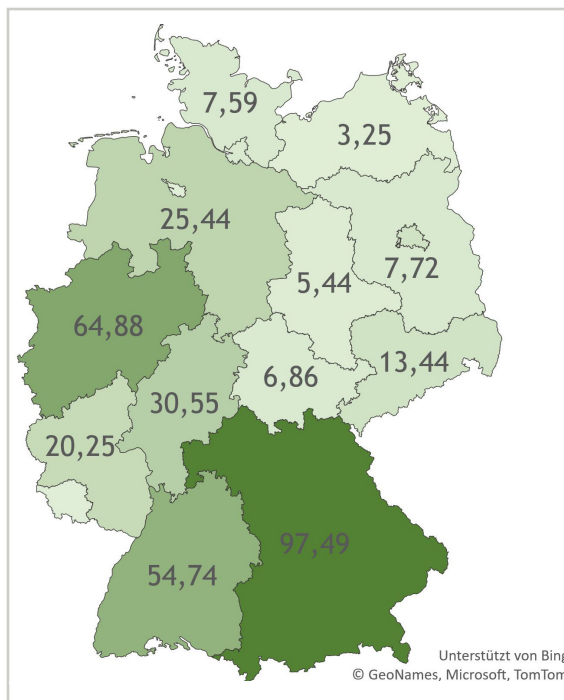
Entwicklung der Altersstruktur der Gäste

Zur Neupositionierung 2009 hat sich das damalige Amt 80 der Gemeinde - GaPa Tourismus – und im weiteren Verlauf die 2019 neugegründete GaPa Tourismus GmbH das strategische Ziel gesetzt, die Altersstruktur der Gäste langfristig zu senken und damit die Zukunft der Destination nachhaltig zu sichern.

Seit 2013 kann festgestellt werden, dass sich durch fokussierte Maßnahmen Schritt für Schritt diesem Ziel genähert wird. Gehörte 2013 noch die Kohorte der 41-50-jährigen zur stärksten Gästegruppe, wurde diese Rolle 2021 von der Altersgruppe der 21-30-jährigen übernommen, deren Anzahl sich seit 2013 nahezu verdoppelt hat.

Herkunftsstatistik national nach Bundesländern

	Ankünfte	prozentualer Anteil
Bayern	71.743	21,51%
Nordrhein-Westfalen	42.918	12,87%
Baden-Württemberg	38.290	11,48%
Hessen	20.611	6,18%
Niedersachsen	16.237	4,87%
Rheinland-Pfalz	13.727	4,12%
Sachsen	9.295	2,79%
Berlin	9.304	2,79%
Brandenburg	5.243	1,57%
Schleswig-Holstein	4.928	1,48%
Hamburg	4.821	1,45%
Thüringen	4.631	1,39%
Sachsen-Anhalt	3.650	1,09%
Mecklenburg-Vorpommern	2.058	0,62%
Saarland	2.079	0,62%
Bremen	1.136	0,34%
GESAMT	333.478	100,00%



Herkunftsländer national 2021

Garmisch-Partenkirchen hat als renommierte Alpendestination während der COVID-19-Pandemie vom verstärkten Trend zum „Urlaub daheim“ profitiert. Darüber hinaus kann in 2021 auch festgestellt werden, dass der Urlaub im eigenen Bundesland an Attraktivität gewonnen hat. Lag gemessen an den erzielten Übernachtungen in den letzten Jahren Nordrhein-Westfalen an erster Stelle der wichtigsten inländischen Quellmärkten, hat diese Position 2021 Bayern übernommen, gefolgt von Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg. Es ist zu vermuten, dass es gelungen ist, einige Tagesgäste, deren Anzahl in 2020 stark gestiegen ist, davon zu überzeugen, ihren Urlaub 2021 in Garmisch-Partenkirchen zu verbringen.

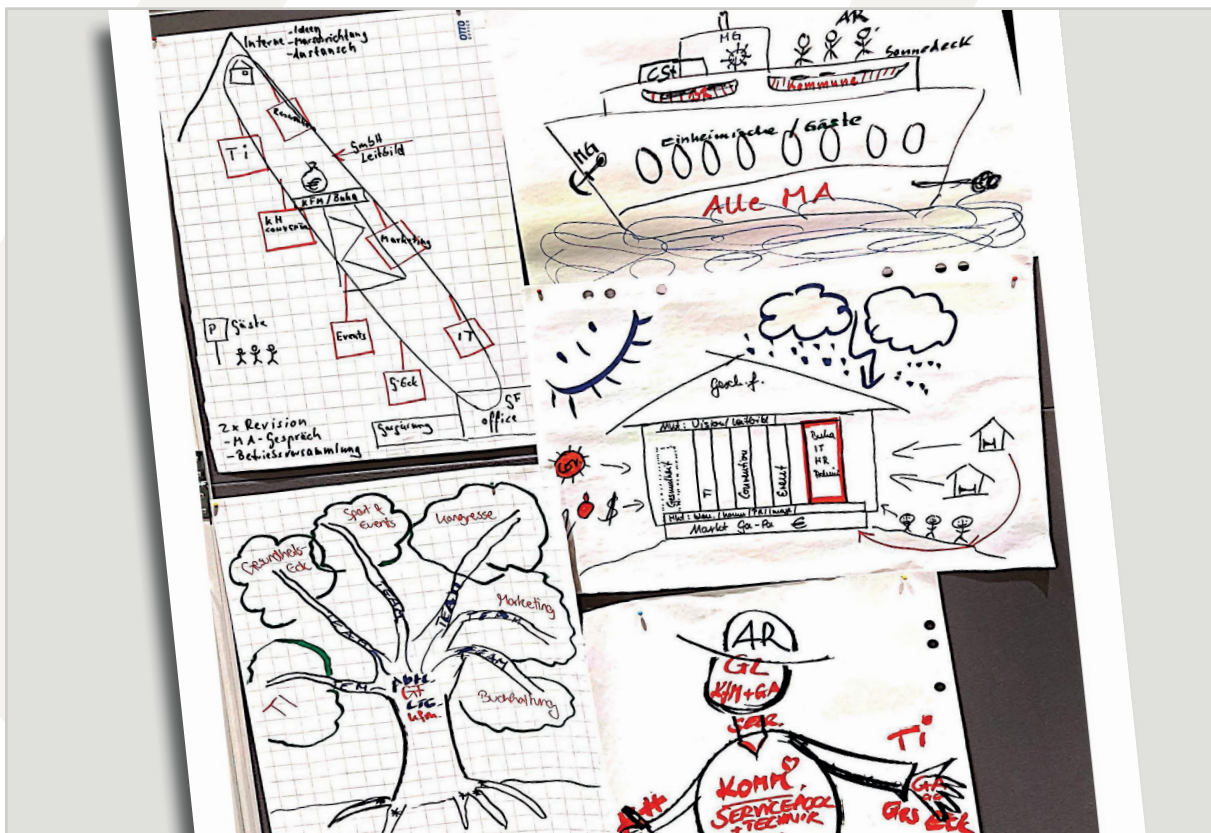
Aufenthaltsdauer 2019-2022

Der seit 2018 verzeichnete Anstieg der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer hat sich seit 2019 von 3,2 Tagen über 2020 mit 3,7 Tagen fortgesetzt. In 2021 konnte mit ebenfalls 3,7 Tagen dieser positive Tendenz bestätigt werden. Durch die Reisebeschränkungen haben sich viele Deutsche für Urlaub im eigenen Land auch für den „langen“ Sommerurlaub entschieden, wodurch dieser positive Effekt entstand.

Die Normalisierung im Jahr 2022 hat sich der Wert nur noch knapp über die Aufenthaltsdauer auf das Vor-Pandemie-Niveau von 2019 mit 3,2 Tagen auf nun 3,4 Tagen eingependelt.

Dies kann sicherlich auch auf den gesunkenen Anteil internationaler Gäste von 27,3 % in 2019 auf 15,2 % in 2021 zurückgeführt werden, da internationale Gäste durchschnittlich eine längere Aufenthaltszeit in Garmisch-Partenkirchen verbringen.

Projekte und Maßnahmen im Jahr 2021



2021 ging die GaPa Tourismus GmbH einen großen Schritt voran, um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und der Destination Garmisch-Partenkirchen sicherzustellen. Noch stärker als bisher trat sie als Kommunikator und Mittler in verschiedenen touristischen Netzwerken auf. Mit gezielten Marketingmaßnahmen hielt die GaPa Tourismus GmbH den Kontakt zu verschiedenen in- und ausländischen Märkten aufrecht und hat die Destination stetig in Erinnerung gebracht. Darüber hinaus wurden gemeinsamen mit Partner*innen wichtige Vorarbeiten zur Entwicklung der touristischen Bergauf-Strategie 2962+ geleistet.

Unternehmensinterne Maßnahmen

Im Verlauf des Jahres 2021 wurden die innerbetrieblichen Strukturen und Prozesse hinterfragt, um diese u.a. in den nachfolgend beschriebenen Bereichen zu verbessern. Viele der Arbeiten im Jahr 2021 sind in ihren Wirkungen insbesondere für die Leistungspartner erst einmal in Teilen unbemerkt geblieben. Doch mit diesen Arbeiten wurden wichtige Grundlagen für das zukünftige strategische und operative Geschäft geschaffen.

Implementierung einer neuen Organisationsstruktur

Das Aufgabenfeld einer modernen Destinationsmanagementorganisation (DMO) erforderte eine Anpassung vorhandener bzw. Umstrukturierung neuer Aufgaben- und Verantwortungsbereiche der GaPa Tourismus GmbH. Beispielsweise in der Abteilung „Infrastruktur- und Projektmanagement“, zu der das neu geschaffene Ressort Produkt- und Destinationsmanagement mit den Teams Gesundheit, Convention und Veranstaltungsmanagement, das Ressort Infrastruktur & Logistik mit den Kongresshaustechnikern und das Ressort Interne Dienste Kongresshaus gehört. Ebenfalls neu geschaffen wurden das Ressort Digitale Transformation und Daten-

management, das der Abteilung Gäste & Partnermanagement zugeordnet wurde sowie die Abteilung Qualitätsmanagement, der die interne IT angegliedert wurde. Im Zuge dieser Weiterentwicklung der Organisationsstruktur wurden für alle nach dem TVöD entlohten Mitarbeiter*innen eine Stellenbeschreibung und Stellenbewertung vorgenommen.

Bergauf-Strategie 2.962+

Der erste Workshop zur strategischen Neuausrichtung der GaPa Tourismus GmbH als Destinationsmanagementorganisation und der Entwicklung der Destination wurde 2020 durch den Lockdown überschattet. Mit der Einrichtung und Besetzung einer Stabsstelle für Produkt- und Destinationsentwicklung gelang es, 2021 die Arbeit daran erfolgreich fortzusetzen.

Einführung eines Qualitätsmanagement-Systems

Um eine erfolgreiche und nachhaltige Einführung eines Qualitätsmanagementsystems im Unternehmen zu ermöglichen, wurde die neue Abteilung „Qualitätsmanagement“ geschaffen. Damit wollte die Geschäftsführung zugleich entsprechend der aktuellen Revision ISO 9001:2015 die gewachsenen Anforderungen an ihre Rolle und Verantwortung als Förderin des Qualitätsmanagements (QM) Rechnung tragen. Durch eine eigenständige Leitung QM soll sichergestellt werden, dass die von der Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 formulierten Forderungen in Bezug auf das Qualitätsmanagementsystem des gesamten Unternehmens umgesetzt werden. Gemäß der ISO 9001 soll zudem zur weiteren Leistungsverbesserung mit Kunden und anderen interessierten Parteien über Fragen des Qualitätsmanagementsystems kommuniziert werden.

Einrichtung einer eigenständigen IT-Infrastruktur

In Einvernehmen mit dem Markt Garmisch-Partenkirchen, dessen IT-Abteilung bisher die GaPa Tourismus GmbH fachlich betreute, erfolgte die Einrichtung einer eigenständigen IT-Infrastruktur mit neuer Technik und cloudbasierter Datenspeicherung. Auf dieser Grundlage ist grundsätzlich allen Mitarbeiter*innen ein mobiles Arbeiten im Home Office möglich. Die Administration erfolgt durch ein neu eingerichtet, eigens IT-Ressort.

Zusätzliche EDV-Schulungen der Mitarbeiter*innen

Im Vorfeld der Umstellung auf die eigene IT-Infrastruktur und zum bestmöglichen Umgang mit dem neuen EDV-System MS Office 365 erfolgte eine breit angelegte und intensive Schulung der Mitarbeiter*innen aller Abteilungen des Unternehmens.

Feratel

Seitens Feratel wurde mit dem neuen TOSC 5-Design die Website einem Facelifting unterzogen. Dieses neue Design lockert die Detailseite auf und wirkt dadurch leichter und moderner. Ein spezielles Augenmerk wurde dabei auf die Anordnung und Ausrichtung der Bilder sowie Preise gelegt. Ebenso wurde der Navigationsbereich (Blick- und Orientierungsbereich) viel ausdrucksstärker gestaltet. Außerdem wurde das Farbschema vereinheitlicht und harmonisch integriert. Durch TOSC 5 wurde die Einbindung von Informationen auf der Website sowie die Filterungsmöglichkeiten verbessert und die mobile Nutzung sowie die Buchungstrecke optimiert. Insgesamt wurden Funktionalität und Optik den großen Buchungsplattformen angepasst.

Arbeitssicherheit und Datenschutz

Im Laufe des Jahres 2021 erfolgte die Qualifizierung zweier Mitarbeiterinnen zur innerbetrieblichen Fachkraft für Arbeitssicherheit und zur Sicherheitsbeauftragten. Zusätzlich erfolgte die Festlegung einer Pandemiebeauftragten. Darüber hinaus wurde eine DSGVO-Struktur mit einem externen Datenschutzbeauftragten etabliert.

Website www.gapa-tourismus.de und digitale Angebote

Die Startseite der Website wurde nutzerfreundlich überarbeitet. Aktuelle Informationen können damit noch schneller dargestellt werden, und zahlreiche sogenannte call-to-action Buttons laden zur Interaktion und Inspiration ein. Zudem wurde auf der Seite ein Gastgeberportal eingerichtet, um den Leistungspartner*innen einen besseren Zugang zu den für sie relevanten Informationen zu ermöglichen und die Kommunikation untereinander zu unterstützen und zu verstärken.

Auf der Website ist ebenfalls der neu produzierte Imagefilm „Little Big World Garmisch-Partenkirchen“ verfügbar. Dieser Film ist ein Sinnbild dafür, wie großartig auch die kleinen, im Alltag oft vernachlässigten Dinge anmuten, wenn sie erst wieder wahrgenommen werden.

Die Einführung des digitalen Erlebnishops war ein weiterer Meilenstein. Bei der Auswahl der Freizeitangebote setzt die GaPa Tourismus GmbH auf lokale Erlebnisse. Damit bietet sie Partner*innen eine regionale Plattform, um ihre eigenen Angebote für Gäste und Einheimische vermarkten zu können. Der Vorteil für die Gäste: Statt wertvolle Zeit mit aufwendiger Recherche zu verbringen genügt ein Klick, die Auswahl eines passenden Angebots, Bezahlung über Paypal oder Kreditkarte – und dann es kann es auch schon losgehen.

Mit der Fortbildung der Mitarbeiterin Christiane Schupp bzw. der Ausbildung von Lena Heller zum eCoach wird verstärkt dazu beigetragen, die Gastgeber*innen bei ihrem Webauftritt und weiteren Themen zur digitalen Präsenz zu unterstützen.





Hoagartn

[HOÀGARDN]

Ein Hoagartn beschreibt das gemütliche Beisammesein mit Nachbarn oder Freunden, einen Feierabendplausch, a Brotzeit und a Hoibe Bier oder auch gemeinsames Musizieren.



Der Podcast aus Garmisch-Partenkirchen

Hier gibt 's was auf die Ohren! Hoagartn, der Podcast aus Garmisch-Partenkirchen, von und mit Menschen, die hier leben, hier aufgewachsen sind, zurückgekehrt sind, zugeroast sind, was bewegen, Macher, Denker, Spinner, Urlauber, Sportler, Skifahrer, Entdecker, Genießer, Einheimische, Zugereiste, Große, Kleine, Schnelle, Langsame, Junge, Alte- einfach lässige Menschen!

Lass dich überraschen von Geschichten, die du vielleicht noch nicht kennst - Geschichten aus Garmisch-Partenkirchen für die ganze Welt und vor allem für Dich!

Du willst uns unterwegs folgen? Natürlich gibt es den Podcast auch auf Spotify oder Apple Podcast.

Mehr findest du auf gapa-tourismus.de/podcast oder ganz bequem unter dem QR-Code.

Hoagartn - der Podcast aus Garmisch-Partenkirchen

Mit der sehr erfolgreichen Einführung und Etablierung von „Hoagartn – der Podcast aus Garmisch-Partenkirchen“ wurde ein Format geschaffen, das bereits einige touristische Destinationen zur Nachahmung inspiriert hat. Dies liegt nicht zuletzt am außergewöhnlichen Konzept: Der Podcast nimmt Hörer*innen mit auf „sehr persönliche Reisen, die so unterschiedlich sind, wie Garmisch-Partenkirchen selbst. Dabei geht der Streifzug quer durch den Ort: in die Stuben, in die Werkstätten, in die Keller, in die Ateliers, in die Höfe, in die Küchen oder wo auch immer hin. Dahin, wo diese Geschichten von Einheimischen, Zugroasten, Heimkehrern oder Hängen-gebliebenen zu finden sind.“



Neugestaltung der Tourist Informationen

Die Außenstelle der Tourist Information am Olympia Skistadion wird im Rahmen der Sanierung in neue Räumlichkeiten verlegt. Unter Federführung des Bauamtes werden die neuen Räumlichkeiten sowohl die Denkmalschutzauflagen als auch die Anforderungen an eine gästeorientierte Tourist Information berücksichtigen.

Auch die Tourist Information am Richard-Strauss-Platz wird neu gestaltet. Mit der Sanierung des Gebäudes wird auch eine Neugestaltung der Tourist Information realisiert. Die GaPa Tourismus GmbH beabsichtigt, einen attraktiven, interaktiven und vor allem inspirierenden Treffpunkt zu schaffen. Zugleich soll sie als Service-, Informations- und Kompetenzzentrum sowohl für Gäste als auch Leistungspartner*innen wahrgenommen werden. Dazu wird der vom Bauamt Garmisch-Partenkirchen durchgeführte Umbau mit der Planung und Umsetzung eines von der GaPa Tourismus GmbH erarbeiteten Konzeptes unterstützt. Dieses wird in einer entsprechenden thematischen Rauminszenierung Umsetzung finden.

Die neue Tourist Information wird alle technischen und arbeitsschutzrechtlichen Anforderungen sowie die Erwartungen der Gäste und der Leistungsträger*innen erfüllen und den Mitarbeiter*innen bestmögliche Voraussetzungen für ihre tägliche Arbeit bieten.

Während das Bestandgebäude saniert wird, ist die Tourist Information in einen Ersatzbau auf dem Richard-Strauss-Platz gezogen. Trotz der verkleinerten Platzverhältnisse ist es das Team vom Gäste-Service gelungen, den Gästen mit unveränderter Qualität zur Seite zu stehen. Auch die Beratung des Gesundheitsteam wurde weiter allen Gästen angeboten. Sogar der Auditor für die Re-Zertifizierung für die Auszeichnung „PremiumClass“ als Kurort hat die Servicequalität lobend erwähnt.

Netzwerk-Arbeit

Die GaPa Tourismus GmbH ist in vielfältigen Netzwerken engagiert – Tourismus Oberbayern München e.V. (TOM), Zugspitz Arena Bayern Tirol e.V. (ZABT), Zugspitz Region GmbH (ZRS), Best of the alps, Bayerischer Heilbäderverband e.V. (BHV) und Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd). Der Geschäftsführer der GaPa Tourismus GmbH ist in diesen Netzwerken als Vorstandsmitglied des bcsd und der ZABT, als Präsidiumsmitglied von TOM sowie Beisitzer im Vorstand des BHV tätig. Bei Best of the Alps übernimmt er die Funktion des Kassenprüfers.



Besucherlenkung

Im Rahmen eines bayerischen Förderprogramms werden kamerabasierte Sensoren mit Zähllinientechnik an verschiedenen Parkplätzen in Garmisch-Partenkirchen zur Personenzählung und Abstandsmessung installiert. Sie ermöglichen Vorhersage und Steuerung von Besucherströmen sowie die optimierte Planung von einmaligen und wiederkehrenden Events.

Parkplätze mit technischer Ausstattung für Zählung in Garmisch-Partenkirchen:

- Kreuzeck- / Alpspitzbahn
- Olympia Eisstadion
- Hausbergbahn
- Kainzenbad
- Kongresshaus
- Maximilianshöhe
- Wankbahn
- Wittelsbacher Park
- Olympia Skistadion

Maßnahmen für die Destinationsentwicklung: Bevölkerungsumfrage zur Tourismusakzeptanz

Im Frühjahr 2021 initiierte die GaPa Tourismus GmbH eine Bevölkerungsumfrage zur Tourismusakzeptanz in Garmisch-Partenkirchen. Insbesondere ging es darum zu erfahren, wie die Menschen die Bedeutung des Tourismus für den Ort und seine Auswirkungen auf ihr persönliches Umfeld beurteilen. Die Ergebnisse gingen in die Entwicklung der touristischen Bergauf-Strategie 2.962+ ein. Angelegt als Mehrthemen- bzw. Busbefragung wurde die Umfrage darüber hinaus genutzt, um Informationen zu den Anforderungen an ein zukünftiges Kongresshaus zu erhalten.



„Zammhalten“-Gäste beim Hotel Hausberg

Solidaritätsbekundung „Zammhalten“

Die Hochwasser-Katastrophe im Juli 2021 führte zu einer besonderen Zusammenarbeit mit den Gastgeber*innen. Auf Anregung der Gastgeberin Marlis Neuhaus vom Gästehaus Antonia wurde die Aktion „Zammhalten“ gestartet. Zugunsten der vom Hochwasser strakt betroffenen Bevölkerung aus den Gebieten Ahrtal und Ahrweiler wurden von unseren Gastgeber*innen kostenlose Unterkünfte zur Verfügung gestellt, um für ein paar Tage Ruhe und Erholung von dem schrecklichen Ereignis in der Heimat zu finden. Die Organisation und Vermittlung der Unterkünfte übernahm die Abteilung Gäste- und Partnermanagement der GaPa Tourismus GmbH. Ein ganz herzliches „Vergelt's Gott“ geht an dieser Stelle an alle Gastgeber*innen sowie den beteiligten Mitarbeiter*innen, die diese Aktion ermöglichten.

GaPa
**NEU
ENTDECKT**



Hier fühle ich mich wohl.

♥ GaPa

Garmisch
Partenkirchen



Projekte und Maßnahmen im Jahr 2022

Im Geschäftsjahr 2021 hat die GaPa Tourismus GmbH eine Vielzahl an Strukturen geschaffen und Prozesse in Gang gesetzt. Durch die strategisch und operativ hinterlegten Projekte und Maßnahmen sollen diese ab 2022 verstärkt bei den Leistungspartner*innen, Gästen und Einheimischen sichtbar werden.

Bürgerbeteiligungsprozess GaPa 2030 zur Zukunft des Kongresshaus-Areals

Aus wirtschaftlicher und wettbewerblicher Perspektive ist es für die GaPa Tourismus GmbH von herausragender Bedeutung, dass sowohl eine zukunftsweisende Entscheidung über die bauliche Weiterentwicklung des Kongresshauses getroffen, als auch deren Umsetzung gewährleistet wird. Der Marktgemeinderat hat uns aufgefordert, die von uns initiierte Standortentwicklungsplanung GaPa 2030 fortzusetzen. Ziel war es, eine Entscheidungsgrundlage für die weitere Projektentwicklung und -umsetzung zu erarbeiten. Um einen faktenbasierten Blick auf die zukunftsorientierte bauliche Weiterentwicklung unseres „Kongresshauses“ zu erhalten, wurde die GaPa Tourismus GmbH mit der Durchführung eines Bürgerbeteiligungsprozesses betraut. Diesen Prozess hat das Team der GaPa Tourismus GmbH zwischen März und Juli 2022 – mit prozessualer Unterstützung durch das Moderationsteam der CIMA – durchgeführt. Am 26. Juli 2022 hat der Marktgemeinderat die Ergebnisse erörtert und beschlossen, am 14./15. Oktober 2022 im Rahmen einer Klausur ein Anforderungsprofil des Kongresshauses seitens der Mitglieder des Marktgemeinderates festzulegen. Zugrunde gelegt und zur Diskussion gestellt werden sollen die Faktenchecks aus dem Bürgerbeteiligungsprozess sowie den von der GaPa Tourismus GmbH formulierten Kriterien an ein Haus für Bürger, Vereine, Kultur und Kongresse, die sich weitestgehend mit dem Anforderungsprofil der Bürgerschaft aus dem Beteiligungsprozess decken. Die gemeinsam zu erarbeitenden Kriterien sollen dann die Grundlage über die Entscheidung zur Durchführung eines Bürgerentscheides bilden.

Im November 2022 hat der Marktgemeinderat nach der zweitägigen Klausur im Oktober zu diesem Thema den Beschluss zur Durchführung eines Bürgerentscheides gefasst. Am 12. Februar 2023 werden die Bürger*innen von Garmisch-Partenkirchen die Möglichkeit haben, durch ihre Wahlbeteiligung und -entscheidung die Zukunft des Kongresshaus-Areals zu bestimmen.

Kongresse und Tagungen im Kongresshaus

Die Durchführung von Veranstaltungen im Kongresshaus unterlagen lange Zeit den strengen Regelungen zum Schutz vor Covid-19. Hybride und auch rein digitale Treffen ersetzten viele der etablierten Präsenztermine. Es war eine sehr schwierige Zeit für das Convention- und Kongresshaus-Team. Doch mit großem Einsatz wurden Maßnahmen ergriffen, um die Vorschriften zu erfüllen und für die Kunden die Veranstaltungen mit dem gewohnt hohem Anspruch verlässlich durchzuführen. Es ging nach dem Lockdown endlich wieder bergauf.

Im Rahmen des Bürgerbeteiligungsprozesses öffnete das Team das Kongresshaus für interessierte Bürger*innen und führte durch das ganze Haus. Es wurden auch die für Gäste üblicherweise nicht zugänglichen Bereiche der Technik, Versorgung, Künstlergarderoben und die besonderen Herausforderungen des Hauses gezeigt und aus Praxissicht berichtet.

Veranstaltungsplanung

Der große weltweite Zuspruch bei den Impfungen und der Rückgang des Covid-19-Infektionsgeschehens haben es ermöglicht, 2022 endlich wieder gemeinsam mit den vielfältigen Kooperationspartnern Veranstaltungen durchzuführen. Dazu gehören insbesondere der

international besetzte Zugspitz Ultra Trail sowie der 360°TRAILRUN in Zusammenarbeit mit der Zugspitz Arena Bayern-Tirol. Mit „GaPa schmeckt's“ soll in Kooperation mit lokalen gastronomischen Betrieben ein neues Veranstaltungsformat etabliert und damit das wichtigen Themen Kulinarik und Qualität für Gäste und Einheimische erlebbar gemacht werden. Bei der zeitlichen Planung der verschiedenen Veranstaltungen, die unter anderem zusätzliche Gästen generieren sollen, wird noch stärker die touristische Nebensaison im Blick behalten. Auch die Kulturschaffenden konnten aufatmen. Unzählige lang vermisste Kulturveranstaltungen konnten endlich wieder stattfinden und fanden großen Zuspruch bei Gästen und Einheimischen.

ISO-Zertifizierung des Unternehmens

Die neu geschaffene Abteilung Qualitätsmanagement arbeitete ab Februar mit Unterstützung einer externen Beratung sowie in Zusammenarbeit mit den Qualitätsbeauftragten Qualitätsbeauftragten aller Abteilungen und Ressorts in Zusammenarbeit mit einer externen Beratung zielstrebig auf das Audit für die ISO-Zertifizierung des Unternehmens im Herbst hin. Das große Engagement aller Mitarbeiter*innen wurde mit der Erteilung des Zertifikats nach dem erfolgreichen Audit belohnt.

Tourismusheldin in 2022

UNSERE TOURISMUSHELDIN

CHRISTIANE SCHUPP

„ Es ist nicht nur die wunderbare Natur und der hohe Freizeitwert, den ich nicht missen möchte, sondern auch die Dankbarkeit in einer Gegend wohnen zu dürfen, in welcher die Welt noch relativ in Ordnung ist.“



OBERBAYERN
Echt Bayern



Seit Sommer 2021 ruft der TOM e.V. die Menschen in den Regionen auf, Tourismushelden zu benennen. Also Menschen aus dem Tourismus, die Großartiges leisten und auch während der Pandemie stets mit Rat und Tat an der Seite ihrer Partner standen. Und vielleicht auch gerade die, die nicht immer in der ersten Reihe stehen. Die Aktion fand überwältigende Resonanz. Herzliche Gratulation an Christiane Schupp vom Ressort Partner-Service | eCoach für diese ganz besondere Auszeichnung!



Klasse 5b an der Mittelschule am Gröben hat Loisl's Stempel-Ralley mitentwickelt.

Loisl's Stempel-Ralley

Im Sommer startete dieses neue Angebot für Kinder. Gemeinsam mit Schüler*innen der Grund- und Mittelschule am Gröben entwickelten und gestalteten Mitarbeiterinnen ein Entdecker- & Malheft, zehn Stationen bei Sehenswürdigkeiten zum Stempelsammeln vermitteln auf spielerische Art spannende Details zur Geschichte des Ortes. Die Holzkästchen der Stempelstation wurden von den Werdenfeller Werkstätten gebaut.

Ein großer Dank geht an alle Mitwirkenden der Schulen am Gröben, an die Werdenfeller Werkstätten und an alle, die uns die Standorte ermöglichen.

Auf dem Weg zu open Data: Content Hub auf Destination.one

Gemeinsam mit der Zugspitz Region GmbH wird seit 2022 an einen gemeinsamen sog. Content Hub gearbeitet. Auf der Datenbank destination.one werden zentral POIs (Orte mit touristischer Bedeutung) sowie Informationen zu Veranstaltungen, Touren, Gastronomie und Gastgebern der einzelnen Destinationen gesammelt und gemeinsam gepflegt. Dadurch können digitale Daten, die bisher an unterschiedlichen Orten gespeichert lagen, zentral bereitgestellt und ausgetauscht werden.

GaPa Erlebnisshop

Der digitale Erlebnisshop war im Jahr 2022 äußerst erfolgreich. Die hohen selbstgesteckten Ziele aus dem Ressort Digitale Transformation und Datenmanagement, die den Erlebnisshop betreuen, wurden bereits vor Jahresende erreicht. Insgesamt 24 Betriebe mit ca. 50 Erlebnissen sind nun Partner des GaPa Erlebnisshops.

Beirat für Tourismus

Der „Beirat für Tourismus und Destinationsmanagement“ hat sich am 11. Oktober 2022 konstituiert. Er dient der Netzwerkpfege und soll als Informations-, Meinungs- und Unterstützungsgremium der Geschäftsführung und der Gesellschafterversammlung sowie, auf besonderen Beschluss der Gesellschafterversammlung hin, den Aufsichtsrat Impulse für die Entwicklung im Tourismus- und Freizeitbereich geben. Der Beirat trifft sich zwei Mal jährlich.



Uschi Glas (4Eck) im Gespräch mit Aljona Timakova (Zugspitz Region GmbH)

Tourismuswoche Oberbayern

Im Oktober 2022 fand die diesjährige Tourismuswoche Oberbayern statt.

Am Dienstag, den 18. Oktober wurde der Tag der Digitalisierung und Beherbergung im Kongresshaus veranstaltet. Ein sehr informatives Netzwerktreffen mit fachlichem Austausch, Vorträgen und Podiumsgesprächen zog Gastgeber aus ganz Bayern an. Gastgeber vom Chiemsee hatten sich sogar einen Bus für diesen Tag organisiert.

Zu dieser Veranstaltung trafen sich auch alle oberbayerischen eCoaches, um interessierte Gastgeber zu beraten und ihr Netzwerk zu pflegen. Das Kongresshaus bot einen schönen Rahmen auch für die offizielle Überreichung der Urkunden an die neuen eCoaches, die ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben.

Als Schlusspunkt der Tourismuswoche fand am Samstag, den 22. Oktober der Tag der Tourist Info statt. Große Beachtung fanden die drei Ressorts Gäste-Service, Partner-Service sowie Digitale Transformation und Datenmanagement der Abteilung Gäste- und Partnerservice, sich und ihre Arbeit am Richard-Strauss-Platz präsentierten. Zudem gab es Gewinnspielaktionen und kostenlose Führungen für Einheimische und Gäste.

LichtBlick-Aktion

Die LichtBlick Seniorenhilfe e.V. engagiert sich für Senioren, die von Einsamkeit und Armut betroffen sind. Antonia Thieme, Inhaberin des Gästehauses „Zur Wally“, hat acht Senioren in ihr Gästehaus eingeladen und Ihnen eine Woche Urlaub geschenkt. Wie auch schon bei der „Zammhalten“-Aktion waren spontan weitere Partner im Ort mit dabei. So auch Familie Adlwärth, die Werfenfelserei und das AJA-Hotel. Die Aktion kam so gut an, dass über die Mitarbeiterinnen im Partner-Service mehr Aufenthalte mit weiteren Partnerbetrieben koordiniert werden.

Wieder einmal zeigt sich die große Hilfsbereitschaft im Ort. Ein herzliches Dankeschön geht an unsere großartigen Partner, die auch diese Aktion unterstützen.



v.l.n.r.: Georg Strohmeier | Hotel Zugspitze, Christian Neuroth | Berggasthof Pfliegersee, Verene Merget | Restaurant Husar, Jörg Heid | 4Eck, Sven Karge | Werdenfelserei

GaPa schmeckt's

Mit der neu geschaffenen Veranstaltungsreihe „GaPa schmeckt's“ soll das Thema Genuss und Kulinarik in Garmisch-Partenkirchen deutlich in den Mittelpunkt gestellt werden. Die erste Staffel fand im Frühjahr 2022 statt und geht in der Vorweihnachtszeit in die zweite Runde. Kernthema bilden kreative Menüs mit regionalen Zutaten in unterschiedlichen Restaurants. Jeder Küchenchef verwirklicht seine individuelle Interpretation - und in allen teilnehmenden Restaurants wird das Menü zum gleichen Preis angeboten.

In der zweiten Auflage wurde das erfolgreiche Kulinarik-Format um eine Küchenparty und ein Walking-Dinner erweitert.

Neugestaltung Tourist Information am Richard-Strauss-Platz

Der Umbau der Außenstelle der Tourist Information am Olympiastadion wird im Dezember 2022 fertiggestellt. Somit wird die GaPa Tourismus GmbH der erste Nutzer der umfangreich sanierten Räumlichkeiten sein.

Die Sanierungsarbeiten am und im Gebäude der Tourist Information am Richard-Strauss-Platz gehen sichtbar voran. Parallel wird intensiv an der Planung für die Innenraumgestaltung gearbeitet. Die neue Tourist Information am Richard-Strauss-Platz soll das neue touristische Aushängeschild des Ortes und ein Vorzeigeprojekt im gesamten Alpenraum werden.

Mit einem großen Holzmodell des Wettersteinmassivs mit AR-Anwendungen (AR = Augmented Reality) für die Gäste werden neue Maßstäbe gesetzt. Auch der Nachhaltigkeit wird Rechnung getragen und weiter Papier reduziert. Viele Informationen und Inspirationen werden digital ausgespielt.

Auch der lange vermisste GaPa-Shop wird darin seinen Platz finden und mit neuer Raumgestaltung und einem frischen Sortiment an Merchandise-Artikeln und Souvenirs aufwarten.



Bergauf-Strategie 2.962+

Was mit dem ersten Strategie-Workshop an den letzten beiden Tag vor dem ersten Lock-Down im März 2020 begann, zog sich wie ein roter Faden durch mehr als zwei Jahre.

Wichtiger Meilenstein war die Besetzung der Stabsstelle für Produkt- und Destinationsentwicklung im Jahr 2021 mit Camilla Teichmann. Dadurch nahm der Prozess weiter Fahrt auf.

Nach verschiedenen Workshops mit allen Abteilungs- und Ressortleitungen, umfangreichen Recherchen, Wettbewerbs- und Studienanalysen sowie vielen internen Diskussionsrunden wurde das Strategiepapier vollendet. Am 19. Juli 2022 folgte die Gesellschafterversammlung der Empfehlung des Aufsichtsrats, die Bergauf-Strategie 2.962+ im Sinne von § 16 Absatz 4 lit. c des Gesellschaftervertrags umzusetzen. Das Strategiepapier umfasst ausführliche Analysen und eine daraus abgeleitete Destinationsvision mit definierten Zielen, Zielgruppen und Strategien. Gemeinsam mit den zur Zielerreichung definierten Handlungsfeldern und einem Aktionsprogramm dient die Bergauf-Strategie 2.962+ der grundsätzlichen Zielvorstellung für den Tourismus und die Destinationsentwicklung in Garmisch-Partenkirchen.

Auch der in 2022 begonnene und erfolgreich abgeschlossene ISO-Prozess fordert Elemente einer fundierten Destinationsstrategie als Teil der Unternehmensziele zur Qualitätssicherung.

Mit der Bergauf-Strategie 2.962+ wird für den Markt Garmisch-Partenkirchen eine zukunftsorientierte und zugleich verantwortungsvolle Tourismusentwicklung angestrebt. Die bisherigen Markenwerte wurden integriert. Die daraus abgeleiteten Aktivitäten in Form von Projekten, Produkten und Dienstleistungen innerhalb der identifizierten Handlungsfelder sollen entscheidend daran mitwirken, die Destination Garmisch-Partenkirchen als qualitativ-hochwertigen Lebens-, Arbeits- & Erholungsraum für Einheimische und Gäste als Heimat und Sehnsuchtsort zu erhalten und kontinuierlich weiter zu verbessern.

So wurden in 2022 auf Basis der Bergauf-Strategie 2.962+ in mehreren Workshops die Unternehmensziele definiert. Diese werden nun in den einzelnen Abteilungen und Ressorts in konkrete Maßnahmenziele für die erfolgreiche Arbeit als DMO umgesetzt.

Im kommenden Jahr 2023 soll den Leistungspartner*innen in unterschiedlichen Beteiligungsformaten die Bergauf-Strategie 2.962+ vorgestellt werden, um im Dialog über deren partnerschaftliche Umsetzung zu sprechen.



Garmisch
Partenkirchen



Die Bergauf-Strategie 2962+ geht auf Perspektiven einer verantwortungsvollen Tourismusentwicklung ein, die vor allem gelebt werden müssen - von allen Akteuren der Destination Garmisch-Partenkirchen. Die Umsetzung der Bergauf-Strategie 2962+ ist so zu gestalten, dass sie Erhaltung und Verbesserung des Ortes als Lebens-, Arbeits- & Erholungsraum leistet. Die vier großen Themen bilden wegweisende Grundpfeiler.

WERTE & MARKEN- STRATEGISCHE GRUNDLAGEN



VISION & BERGAUF STRATEGIE 2962 +

THEMEN



WERTE

Markenstrategische Grundlagen



1. Was macht uns aus? Unsere Markenwerte



4. Welche Leitlinien steuern unsere Entwicklung? Unsere markenstrategische Prinzipien:

1. Authentizitäts-Prinzip
2. Nachhaltigkeits-Prinzip
3. **Hochwertigkeits-Prinzip**
4. Lebensfreude-Prinzip

2. Wohin wollen wir uns entwickeln? Unsere Positionierung:

Destination der Herzen für Einheimische und Gäste.

♥ GaPa

3. Wie wollen wir wahrgenommen werden? Unser Ein-Wort-Wert:

hochwertig

5. Mit welchen Regeln kontrollieren wir? Unsere Markenregeln:



Authentizitätsregel: Wird eine authentische Dienstleistung/ein authentisches Produkt geboten? Ist die Besonderheit unserer Kultur zu erkennen?

Nachhaltigkeitsregel: Werden alle 3 Säulen der Nachhaltigkeit (Ökonomie, Ökologie, & Soziales) bedacht?

Liebelebensfreuderegeln: Ist ein gelungenes & freudiges Miteinander gegeben?



Hochwertigkeitsregel: Ist die höchst mögliche Qualität gegeben?

Einheitsregel: Ist die Gestaltung CI-konform?

*Garmisch
Partenkirchen*

Die Markenwerte spiegeln unseren Charakter wider, sie sind das, was uns seit jeher ausmachen und was wir in Zukunft weiterführen möchten. Der Ein-Wort-Wert bündelt die Summe von all dem, was uns ausmacht und wie wir wahrgenommen werden wollen, unsere Produkte bzw. Dienstleistungen & wir alle als Akteure von Garmisch-Partenkirchen. Um unsere Positionierung zu stärken, folgen wir klaren und einfachen Regeln, die auf strategischen Prinzipien beruhen.

Garmisch-Partenkirchen: Heimat & Sehnsuchtsort.

Vision



VISION & BERGAUFSTRATEGIE 2962+

Einheimische und Gäste im Einklang erleben unsere Vielfalt in der Natur und im Ort.

Gerade die jüngste Vergangenheit hat uns gezeigt, dass insbesondere das Miteinander entscheidend ist - das Miteinander auf die Säulen der Nachhaltigkeit bezogen: sozial, ökonomisch und ökologisch. Dahin gehend ist sowohl unsere Vision, als auch unsere Strategie ausgerichtet. Heimat und Sehnsuchtsort stehen für den Ausdruck unseres Ortes im Sinne der einheimischen Bevölkerung und unserer Gäste.

Die Bergaufstrategie 2962 + stellt Wegmarkierungen dar, die zur Orientierung der Richtung für eine verantwortungsvolle und wettbewerbsfähige Tourismusentwicklung darstellen:

Garmisch-Partenkirchen als qualitativ hochwertigen Lebens- & Arbeits- & Erholungsraum gestalten

Eine harmonische Kombination aus Lebens-, Arbeits- & Erholungsraum ist die Basis für eine funktionierende touristische Entwicklung. Dies verlangt eine Verbesserung von Informationsfluss & Transparenz bei öffentlichen Projekten ab, Bürger müssen verstärkt integriert werden, wenn es um ihre Heimat geht. Um die Authentizität gewährleisten zu können, muss der Abwanderung von Einheimischen entgegen gewirkt werden. Hierfür müssen Lösungen für bezahlbaren Wohnraum und Verkehrs- & Besucherlenkung gemeinsam mit der Kommune realisiert werden.

Aufleben traditioneller Kultur & Digitalisierung als Fortschritt in die Zukunft

Gestalten von Kulturerlebnissen, die Tradition und Moderne vereinen. Die Esskultur, die die vielfältige und qualitativ hochwertige Kulinarik des Ortes in den Vordergrund stellen. Insbesondere hier zielt die touristische Produktentwicklung auf Interessen der Gäste gleichermaßen auf Interessen der Einheimischen ab. „Digital Detox“ in der Natur und Digitalisierung im Ort, heißt die Devise. Urbanes Flair in Kombination mit Digitalisierung.

Etablierung der GaPa Tourismus GmbH als DMO - Dienstleister für Einheimische & Touristen

Das Verständnis der modernen Organisation des Tourismus im Ort ist ein wichtiger Bestandteil für die Umsetzung, insbesondere das „Leben“ der Strategie. Das Image als Dienstleister & Betreiber des Kongresshauses muss verbessert werden, in diesem Zuge ist Employer Branding ein wichtiger Aspekt im Rahmen der Umsetzung der Destinationsstrategie. GaPa soll zur Lovebrand für alle werden, Bürger, Partner und Gäste. Dieser Ansatz dient dem Fachkräftemangel entgegen zu wirken.

Starke Verwurzelung der Leistungsträger kreieren um Zusammenhalt & Marktmacht zu stärken

Eine Destination wie Garmisch-Partenkirchen zusammen weiter zu entwickeln, erfordert, dass DMO nahbar für Bürgern und Leistungsträger ist. Gerade die Beziehungen zwischen der jungen Generation und DMO stehen im Vordergrund, da es um unsere und insbesondere ihre Zukunft geht. Gemeinsam als Generationen voneinander profitieren. Erfahrung und Netzwerk der älteren Generation mit neuer Professionalität der jungen Generation verbinden - Heimatbewusstsein als gemeinsamer Nenner.

Im Sinne dieser strategischen Herausforderungen arbeiten wir gemeinsam an Projekten und entwickeln Maßnahmen. Dafür dient die Definition von Themenfeldern, um unser Garmisch-Partenkirchen voran zu treiben.

♥ GaPa

THEMEN

Die Themen gliedern sich in Hauptthemen, die im Kern auf die Strategie abzielen, und Querschnittsthemen, die sich in allen Hauptthemen wiederfinden.

AKTIV IN DER NATUR

Dieses Themenfeld bezieht sich auf den Outdoorbereich. Neben sportlichen Aktivitäten, spielt die Sensibilisierung der Menschen für das Verhalten in der Natur eine wichtige Rolle. Offline als Luxusgut in der Natur vermitteln, jedoch als moderne Maßnahme in der digitalen Besucherlenkung vor Anreise.

TAGUNGEN, KONGRESSE & EVENTS

Sanierung oder dornNeubau eines modernen Kongresshauses als Zeichen der Weiterentwicklung für Garmisch-Partenkirchen als MICE-Standort am Puls der Zeit. Gesunde Rahmenprogramme unter Berücksichtigung des natürlichen Angebotes in unmittelbarer Nähe. Forcierung der Netzwerkarbeit.

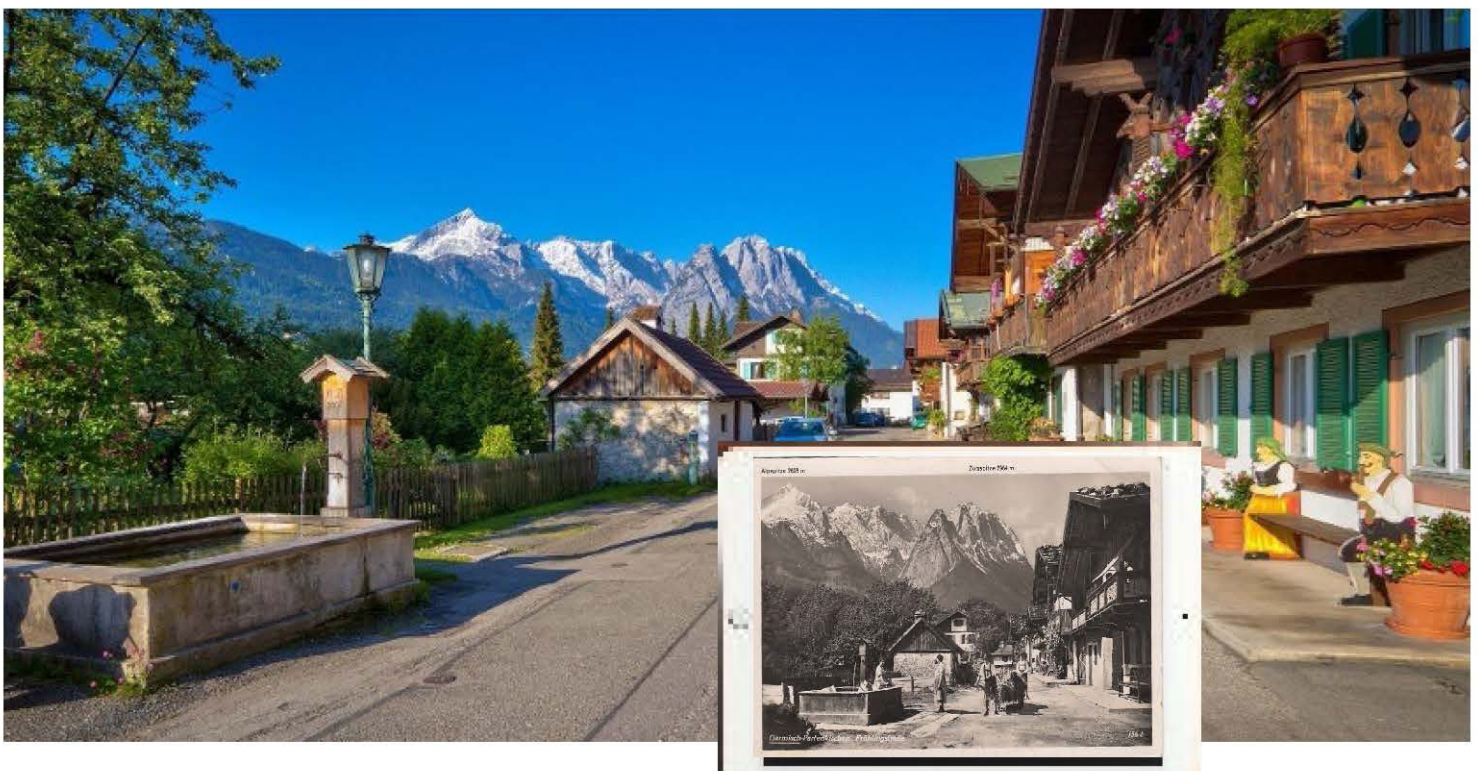
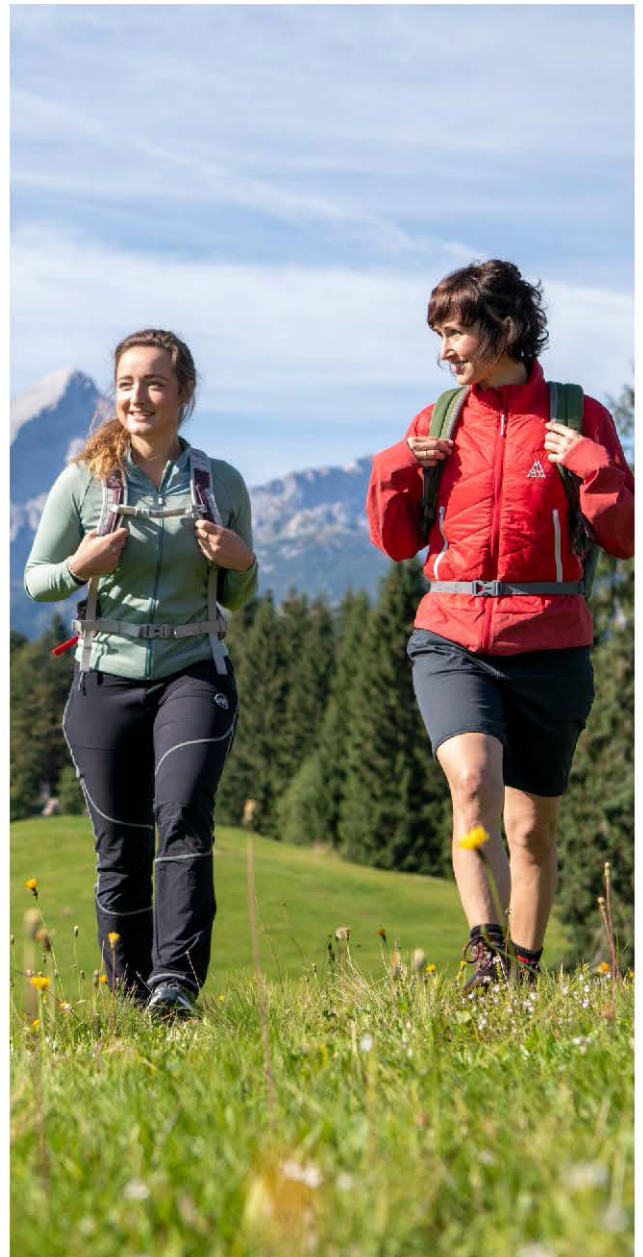
KULTUR & TRADITION

Unser natürliches Angebot nutzen im Sinne von „Natur als Bühne“. Darstellung der Geschichte der Ortsteile Garmisch und Partenkirchen und ihr Zusammenschluss. Garmisch-Partenkirchen als Wiege des deutschen Winterspitzensports.

GESUNDHEIT

Das Heilklima steht im Mittelpunkt der Produktentwicklung. Salutogenese statt Pathogenese, denn der Fokus wird auf Prävention gesetzt. Zielgruppengerecht werden hier die Angebote gemeinsam geschaffen. Der verstaubte Begriff Kur, soll eine Verjüngungskur erfahren.

Die Querschnittsthemen **DIGITALISIERUNG**, **NACHHALTIGKEIT** & **LOKALE IDENTITÄT** erzeugen eine gewisse Konstanz. Diese Themen geben der Strategie ein rundes Bild.





Management Service

ZERTIFIKAT

Die Zertifizierungsstelle
der TÜV SÜD Management Service GmbH
bescheinigt, dass das Unternehmen



GaPa Tourismus GmbH
Richard-Strauß-Platz 1 a
82467 Garmisch-Partenkirchen
Deutschland

für den Geltungsbereich

**Destinationsmanagement - sowie Vermittlung und Organisation von
touristischen Dienstleistungen**

ein Qualitätsmanagementsystem
eingeführt hat und anwendet.

Durch ein Audit, Auftrags-Nr. **707149643**,
wurde der Nachweis erbracht, dass die Forderungen der

DIN EN ISO 9001:2015

erfüllt sind.

Dieses Zertifikat ist gültig vom **23.11.2022** bis **22.11.2025**.

Zertifikat-Registrier-Nr.: **12 100 64917 TMS**.

Paul Dorn

Leiter der Zertifizierungsstelle
München, 25.11.2022



Qualitätsmanagement und ISO-Zertifizierung

Die neu geschaffene Abteilung Qualitätsmanagement strebte mit Unterstützung einer externen Beratung für den Herbst 2022 die ISO-Zertifizierung des Unternehmens an.

Dieser zeitliche Rahmen war sehr sportlich gesetzt. Um möglichst effektiv vorzugehen, wurde ein Initiierungskreis Qualitätsmanagement gebildet, dem Mitarbeiter*innen aus allen fachlichen Bereichen als Qualitätsbeauftragte (mit fachlicher Ausbildung) sowie die Führungskräfte aus sämtlichen Abteilungen und Ressorts angehörten.

So starteten Februar 2022 die Workshops unter Federführung der neu implementierten Abteilung Qualitätsmanagement, um eine zeitgemäße, einheitliche und den Anforderungen der Norm entsprechende Organisationsstruktur zu schaffen. Im weiteren Prozessverlauf wurden dann dauerhafte Ansprechpersonen aus den unterschiedlichen Aufgabenbereichen als sog. „QuZis“ festgelegt, die durch regelmäßige Qualitätszirkel die umfassende Erhebung aller qualitätsrelevanten Aspekte sowie deren Vernetzung, gegenseitige Abhängigkeiten und deren Dokumentation sicherstellten.

Gemeinsam wurden alle Arbeitsabläufe im Unternehmen überarbeitet, Prozesse erstellt und dokumentiert sowie klare Ziele definiert. Die dadurch entstehende Transparenz spart Kosten und steigert die Effizienz. Komplizierte Arbeitsabläufe werden vermieden, ebenso wie Doppelarbeiten. Es wird eine Qualitätskultur geschaffen, in der jeder Mitarbeiter seinen Anteil daran hat und seine Verantwortlichkeiten kennt.

Unter Leitung von Iris Schönach, die die Abteilung Qualitätsmanagement leitet und über mehr als 10 Jahre ISO-Erfahrung aus dem Bereich Convention / Kongresshaus verfügt, wurde dieser anspruchsvolle Prozess vorangetrieben. Das große Ziel, die Zertifizierung bereits im Herbst 2022 zu erreichen, wurde dank des außerordentlich hohen Engagements und der Überzeugung aller Beteiligten erfolgreich umgesetzt.

Die GaPa Tourismus GmbH möchte in Sachen „Qualität“ mit gutem Beispiel vorangehen. Mit dem Zertifikat der internationalen Qualitätsnorm ISO 9001 verpflichtet sich das Unternehmen zur kontinuierlichen Verbesserung der Organisation. Dabei steht die Kundenzufriedenheit, d. h. die Zufriedenheit der Gäste und Leistungspartner sowie der Mitarbeitenden, im Mittelpunkt. Der MICE-Bereich des Unternehmens ist bereits seit 2009 zertifiziert. Als moderne Destinationsmanagementorganisation und Impulsgeber für touristische Weiterentwicklung ist eine solches Bekenntnis zu Qualität Voraussetzung und Selbstverständlichkeit zugleich.



Garmisch Partenkirchen 

Winter im Park



25.12.2022 – 15.1.2023

täglich 16:30 – 21:00 Uhr

im Michael-Ende-Kurpark

...mit Food Trucks und Lichtinstallationen – Eintritt frei!



Ausblick auf 2023

In den Jahren 2021 und 2022 wurden zahlreiche neue Angebote entwickelt und wichtige Grundsteine für die Tätigkeit der GaPa Tourismus GmbH gelegt. Die Erfolge aus diesen Jahren motivieren zu Weiterentwicklungen und neuen Projekten. Die Zielsetzungen des Unternehmens geben die Leitplanken für die operative Arbeit in allen Abteilungen.

Einige wichtige Projekte und Veranstaltungen werfen schon Ende 2022 ihre Schatten voraus und werden bereits geplant, vorbereitet oder befinden sich sogar schon kurz vor der Umsetzung.

Höhepunkte und große Projekte in 2023:

- Offizielle Wieder-Eröffnung der neuen Tourist Information am Olympia Skistadion im Januar.
- Das wunderbare Gefühl der für viele Menschen schönsten Zeit des Jahres soll verlängert werden: „Winter im Park“ lädt mit Lichtinstallationen und Foodtrucks ab dem ersten Weihnachtsfeiertag bis 15. Januar in den Michael-Ende-Kurpark ein.
- Einführung der mobilen Gästekarte in der ZugspitzArena Bayern Tirol im Februar.
- Der am 12. Februar stattfindende Bürgerentscheid „Das Kongresshaus der Zukunft - Unser >Haus für Alle<“ ist von herausragender Bedeutung. Die Bürger*innen werden durch ihre Wahlbeteiligung und -entscheidung festlegen, wie die baulichen und funktionalen Voraussetzungen für die Durchführung von Veranstaltungen für die Bürger*innen, der Kultur und im Bereich der Tagungen zukünftig aussehen werden. Die GaPa Tourismus GmbH sieht es als ihre Aufgabe, bei Bedarf allen Interessierten mit Informationen zum Betrieb des Hauses zur Verfügung zu stehen.
- Netzwerkveranstaltungen des Ressorts Partnermanagement für die Partnerbetriebe.
- Zusammenarbeit mit dem Referat Kultur des Rathauses zum Jubiläumsjahr „50 Jahre Momo“.
- Im Jahr 2023 werden die letzten gedruckten Gastgeberverzeichnisse aufgebraucht. Ein weiterer Schritt zu weniger Papierverbrauch und mehr Nachhaltigkeit.
- Am 30.10.2022 jährte sich die Gründung der „Kurverwaltung Garmisch-Partenkirchen“ zum 100ten Mal. Aus diesem Anlass wird 2023 ein Jubiläumsjahr, in dem neben den historischen Fakten und Kuriositäten aus 100 Jahren aus dem Marktarchiv auch gezeigt wird, wie die GaPa Tourismus GmbH als Nachfolger der Kurverwaltung heute Tourismus versteht und umsetzt.
- Weiterführung des neu geschaffenen Veranstaltungsformats „GaPa schmeckt's“ in Zusammenarbeit mit lokalen Gastronomen.
- „GaPa Trail“ - neue Veranstaltung im Bereich Trailrunning und Breitensport im April.
- Fertigstellung des digitalen Besucherlenkungsvorhabens bis Mai.
- Geplante Kooperation mit der Bayerischen Zugspitzbahn Bergbahn AG, um sich an einem neuen Themenweg im Gebiet Garmisch Classic mit Elementen zum Heilklima. Die Eröffnung ist für die Sommersaison 2023 geplant.
- Das überregional bekannte und beliebte Alpentestival findet nach Corona-bedingter Pause im August endlich wieder statt.
- Eröffnung der neuen Tourist Information im umgebauten Bestandsgebäude am Richard-Strauss-Platz voraussichtlich im Herbst.
- Weitere Digitalisierungsmaßnahmen der internen Verwaltungsabläufe.

Garmisch, den 30. Oktober 1922.

Betreff:

Kurverwaltung Garmisch - Partenkirchen.

In heutiger Gemeinderatssitzung, zu welcher die vorschriftsgemäss geladenen 14 Gemeinderatsmitglieder völlzählig erschienen sind, und sämtliche an der Beratung und Abstimmung teilgenommen haben, wurde das Schreiben des Arbeitsausschusses der Verkehrs- und Sportvereine Garmisch - Partenkirchen vom 18. Oktober 1922, sowie der Satzungs- und Kostenentwurf bekannt gegeben.

Beschlossen wurde nach eingehender Beratung einstimmig, dass die Gemeinde Garmisch in die zu bildende Kurverwaltung Garmisch - Partenkirchen nach Massgabe des Satzungsentwurfs eintritt. Die Hälfte der Kosten für die Erhaltung des Büros und der Angestellten werden auf die Gemeinde Garmisch übernommen, während die zweite Hälfte die Gemeinde Partenkirchen zu tragen hat.

Als Vertreter der Gemeinde werden in die Kurverwaltung abgeordnet:

2. Bürgermeister Ostler und

Gemeinderat, Baumeister Johann Ostler.

Gemeinderat Garmisch:

Hilmar Weiss

Ne 3838 ✓

I. Adv. an Herrn Dr. Popovich.

I. J. Aug.

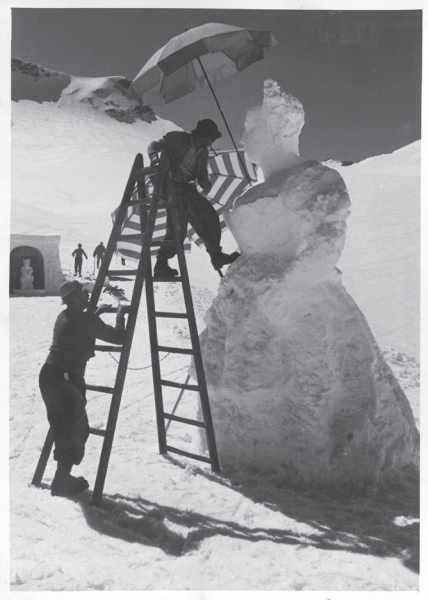
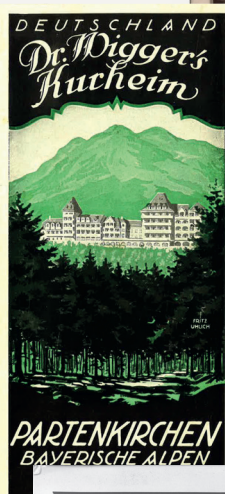
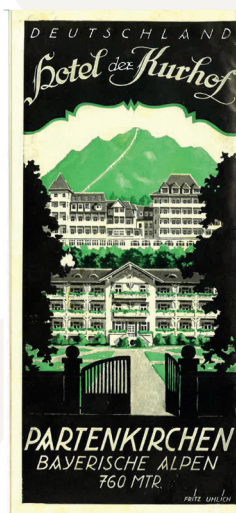
3. Nov. 1922

Gemeinderat Garmisch

Hilmar Weiss

Gv.

Wie alles begann... aus 100 Jahren



Jahresabschluss & Bilanz 2020 und 2021

Aktiva

A. Anlagevermögen

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

II. Sachanlagen

III. Finanzanlagen

B. Umlaufvermögen

I. Vorräte

II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks

C. Rechnungsabgrenzungsposten

Bilanzsumme, Summe Aktiva

Passiva

A. Eigenkapital

I. gezeichnetes Kapital

II. Kapitalrücklage

III. Verlustvortrag

IV. Jahresfehlbetrag

B. Rückstellungen

C. Verbindlichkeiten

davon mit Restlaufzeit bis 1 Jahr

Bilanzsumme, Summe Passiva

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die von der GaPa Tourismus GmbH erzielten Erträge für das Jahr 2020 gliedern sich wie folgt:

Convention

Gästeservice

Gesundheitsangebote

Kommunikation

Kultur

Veranstaltungen

Verwaltung

Gesamt

<u>31.12.2021</u>	<u>31.12.2020</u>
156.429,00	174.857,75
21.409,00	35.632,00
128.520,00	132.725,75
6.500,00	6.500,00
3.791.782,12	5.620.821,81
36.830,30	43.069,75
404.753,03	273.481,30
3.350.198,79	5.304.270,76
138.554,46	34.131,79
4.086.765,58	5.829.811,35

2.726.258,36	3.617.265,13
50.000,00	50.000,00
5.280.113,27	7.859.131,96
698,38	2.009.583,28
2.603.156,53	2.282.283,55
177.026,72	123.701,99
1.183.480,50	2.088.844,23
1.183.480,50	2.088.844,23
4.086.765,58	5.829.811,35

135.987,12	256.471,22
2.965.214,27	3.343.667,16
12.908,08	27.136,08
12.299,49	2.671,55
20.000,00	20.000,00
14.912,50	85.828,50
5.132,58	3.115,60
3.166.454,04	3.738.890,11

Entdecke Deine wahre Natur.



GaPa Tourismus GmbH
Richard-Strauss-Platz 1a · D-82467 Garmisch-Partenkirchen
Tel: +49 8821 180 700 · info@gapa-tourismus.de · gapa-tourismus.de



♥ GaPa