



Geschäftsbericht 2023

GaPa Tourismus GmbH

Inhalt

Geschäftsbericht der GaPa Tourismus GmbH 2022 - 2023

	Seite
Grußwort	3
Bergauf unterwegs - den Herausforderungen entgegen	4
Tourismusentwicklung: Daten & Fakten	12
Aus den Teams:	
Gäste- & Partnermanagement	20
Destinationsentwicklung & Infrastruktur	27
Kommunikation	36
Qualitätsmanagement & IT	41
Kaufmännischer Bereich	44
Jahresabschluss & Bilanz 2022	46

Impressum

Herausgeber: GaPa Tourismus GmbH

Verantwortlich für den Inhalt: Michael Gerber, Geschäftsführer

Fotos: Nomi Baumgartl | ART OF SEEING | Fendstudios | Christian Stadler Photography | Roadtrip the World
Manuel Peters & Maren Weißhaupt

Druck: DRUCKEREI CITYPRINT, Garmisch-Partenkirchen

Stand: Februar 2024

Irrtum und Änderungen vorbehalten.

Grußwort

Garmisch-Partenkirchen – Heimat & Sehnsuchtsort

Das Jahr 2023 war insgesamt sowohl für den Tourismus in Garmisch-Partenkirchen, als auch für die GaPa Tourismus GmbH ein gutes Jahr. Hinsichtlich der touristischen Übernachtungszahlen verpassen wir bis auf 0,2 % (< 4.000 Übernachtungen) das Vor-Covid-Niveau aus dem Jahr 2019. Unser immer noch relativ junges Unternehmen konnte sich befreit von den Beschränkungen der Corona-Pandemie gegenüber den Leistungspartnern sowie den Bürgern endlich mit einer Vielzahl an konkreten touristischen Maßnahmen und Projekten entlang seiner Bergauf-Strategie 2.962+ als Destinationsmanagementorganisation (DMO) präsentieren.

Auch in unserem zweiten Geschäftsbericht werden wir Ihnen nicht nur die Inhalte eines traditionellen Tourismusberichtes vorlegen. Im Gegensatz zum ersten rücken in dieser Ausgabe allerdings deutlicher die Ziele, Projekte und Themen der einzelnen Abteilungen und Ressorts des Unternehmens in den Mittelpunkt. Sie sollen einen Eindruck davon bekommen, wie das Team der GaPa Tourismus GmbH an der Weiterentwicklung und Sicherstellung einer nachhaltigen Lebensraumqualität von Garmisch-Partenkirchen arbeitet – für die touristischen Gäste und für die Einheimischen sowie für Leistungspartner und deren Mitarbeitenden.

Für mich wird es zu meinem größten Bedauern der letzte Geschäftsbericht. Der Blick nach vorn wird deshalb weniger dem abgelaufenen und dem bevorstehenden Geschäftsjahr gelten, sondern mit „Bergauf unterwegs - den Herausforderungen entgegen“ eine etwas grundsätzlichere Perspektive einnehmen.

An dieser Stelle möchte ich mich ein letztes Mal bei allen Mitarbeitenden der GaPa Tourismus GmbH von ganzem Herzen dafür bedanken, dass sie sich unermüdlich mit großem Engagement und viel Leidenschaft für Garmisch-Partenkirchen als Destination einsetzen.

Mein Dank geht auch an unsere Leistungspartner, die eng, konstruktiv und zuversichtlich mit uns zusammenarbeiten. Zu guter Letzt bedanke ich mich bei den Mitgliedern des Marktgemeinderates und des Aufsichtsrates für die Unterstützung und das Vertrauen in unsere Arbeit zum Wohle und zur Weiterentwicklung von Garmisch-Partenkirchen als Heimat und Sehnsuchtsort.



Michael Gerber
Geschäftsführer

Bergauf unterwegs - den Herausforderungen entgegen

Garmisch-Partenkirchen verfügt über sehr viel Expertise: viele kluge und engagierte Menschen sowie Gutachten, Studien und Konzepte. Gleichwohl fällt auf, dass beispielsweise der Gründung der GaPa Tourismus GmbH ein 14 Jahre andauernder Prozess über eine Änderung der Rechtsform des vormaligen Regiebetriebs Amt 80 voranging. Auch eine mehrheitlich nicht umgesetzte Nachhaltigkeitsstrategie „Garmisch-Partenkirchen 2020“ oder die ebenfalls über mehr als ein Jahrzehnt unbeantwortet gebliebenen Fragen nach der baulichen Zukunft des Kongresshauses und einer touristischen Nutzung des Olympia Skistadions lassen darauf schließen, dass das Verhaftetsein an Liebgewonnenem oder an der Gewohnheit oftmals stärker ist als eine möglicherweise notwendige Veränderung.

Ein Zitat aus Guiseppe Tomasi di Lampedusas Roman „Der Leopard“ beschreibt den Ausweg aus diesem Dilemma sehr genau: „Wenn wir wollen, dass alles so bleibt, wie es ist, dann ist es nötig, dass sich alles verändert.“

Veränderungen bringen oft Unsicherheiten und Unruhe mit sich. Anforderungen ändern sich, neue Talente oder anfangs auch mehr Kraft und Durchhaltevermögen werden benötigt. Aber Veränderungen geschehen und es braucht auch Veränderung, um Erhaltenswertes erhalten zu können.

Wichtig ist ein konstruktiver Diskurs aller Akteure im Ort und die Bereitschaft, gemeinsam Verantwortung zu übernehmen. Diese kooperative Ortsentwicklung kann keiner allein leisten. Kein einzelnes Unternehmen, nicht die Lokalpolitik allein - dies ist die Aufgabe einer breiten Mehrheit von verlässlichen Partnern, denen Garmisch-Partenkirchen am Herzen liegt.

Einige Themen, die 2023 das Unternehmen und die Destination bewegt haben, werden auch für die kommenden Jahre von Bedeutung sein.



Entwicklung der Übernachtungszahlen im Kontext der Entwicklung der Bettenzahlen

Seit der Covid-19-Pandemie 2020 wurden die touristischen Kennzahlen mit dem Jahr 2019 als Bezugswert verglichen. Mit -0,2 % bei den touristischen Übernachtungen in 2023 ist dieser Wert so gut wie erreicht. Der Erfolg ist umso bemerkenswerter, da der Anteil der internationalen Gäste noch nicht aufgeholt wurde. Ebenso liegen die Zahlen aus den Übernachtungen im Geschäftsreise- und Kongressbereich noch hinter denen des Jahres 2019. Hier ist die Bedeutung des Kongresshauses für die Wertschöpfung des Ortes zu beachten.

So erfreulich die touristischen Übernachtungszahlen des Jahres 2023 sind, so muss die gut 40%ige Steigerung der Bettenzahlen zwischen 2019 und 2023, davon 70 % in den Kategorien Ferienhäuser und Ferienwohnungen, nachdenklich stimmen. Für eine weiterhin gute Auslastung bei den Gastgebern wird eine deutliche Steigerung der Gästezahlen in Garmisch-Partenkirchen benötigt. Doch hier sind erkennbare Grenzen gesetzt. Schon jetzt sind die beliebten Ziele wie Partnachklamm und Zugspitze häufig so stark frequentiert, dass teilweise deren Zugang gesperrt werden muss.

Die in 2021 durchgeführte Tourismusakzeptanz-Studie zeigt, dass gerade junge Menschen sich im Ort nicht mehr mit dem Tourismus identifizieren und das wichtigste wirtschaftliche Standbein nicht mehr als Teil ihrer Lebensqualität einstufen. Ein deutliches Wachstum an Gästen kann nicht das Ziel für den Ort sein. Somit stellt sich die Frage, wie ein gutes Gleichgewicht zwischen Lebensqualität für die Einheimischen und Wirtschaftlichkeit für die Gastgeber herzustellen ist. Die Gefahr, dass die großen kapitalstarken Einheiten durchhalten und die kleineren Vermieter, die entscheidend das authentische Erlebnis des Ortes ausmachen, wegbrechen, darf nicht unterschätzt werden.

Die Steigerung der Bettenkapazitäten wirkt sich zusätzlich auf die ohnehin schon seit vielen Jahren angespannte Wohnmarktsituation in Garmisch-Partenkirchen aus. Sowohl für die verstärkt gesuchten Arbeitskräfte in den touristischen Betrieben als auch für die (jungen) Einheimischen steht durch die häufig erfolgte Umwidmung immer weniger – und noch dazu bezahlbarer – Wohnraum zur Verfügung.

Arbeits- und Fachkräftemangel

In der von der Euregio Zugspitze-Wetterstein-Karwendel beauftragten „Grenzüberschreitenden Analyse des Arbeitskräftemarktes im Tourismus“ aus dem Jahr 2023 zeigt sich, dass verfügbarer, bezahlbarer Wohnraum die Attraktivität einer Region als Lebensraum deutlich steigert. Fehlender bezahlbarer Wohnraum wird als häufiger Grund genannt, warum sich Arbeitnehmer nicht für die Region entscheiden. „Leistbarer Wohnraum“ zählt in der Befragung zu den Top 2 Faktoren der Lebensqualität aus Sicht der Arbeitnehmer (Wichtigkeit von 4,5 von 5). Zugleich wird der Faktor „leistbarer Wohnraum“ in Bezug auf die Lebensqualität in der Region am schwächsten bewertet (2,4 von 5).

Der schon seit sehr vielen Jahren nicht mehr verfügbare bezahlbare Wohnraum verstärkt in Garmisch-Partenkirchen erheblich die in den letzten Jahren deutlich zunehmende Herausforderung der Arbeitskräftesicherung insbesondere in Beherbergung und Gastronomie. Viele Faktoren, die häufig nur eingeschränkt beeinflussbar sind, gilt es zu berücksichtigen. Den Strukturwandel in der Destination, neue Arbeitswelten, veränderte Ansprüche junger Generationen, aber auch globale Krisen. Diese Herausforderung kann nur gemeinschaftlich gemeistert werden.

Entscheidung Sanierung Kongresshaus

Nach vielen Jahren der Diskussion und Meinungsbildung war den Entscheidungsträgern und Menschen im Ort mehrheitlich klar: „Nichts tun ist keine Handlungsoption mehr“. Der Beschluss des Marktgemeinderats zur Sanierung des Kongresshauses war wichtig. Der öffentliche Besitz und Betrieb eines Kongresshauses ist grundsätzlich keine Pflichtaufgabe für eine Kommune, sondern eine freiwillige Aufgabe. Dies macht es verständlich, dass angesichts der finanziellen Rahmenbedingungen des kommunalen Haushalts des Marktes Garmisch-Partenkirchen für Investitionen in freiwilligen Aufgaben grundsätzlich die Handlungsspielräume begrenzt sind. Mit der beschlossenen Sanierung in drei Bauabschnitten hat die Kommunalpolitik diesem Umstand Rechnung getragen.

Neben der vorgesehenen Machbarkeitsstudie und den ersten Schritten in Richtung Planung werden die Umsetzung und erforderliche eine Neuausrichtung des Geschäftsmodells von Bedeutung sein.

Abschnittsweise Sanierungsmaßnahmen über einen Zeitraum von rund 10 Jahren werden die Nutzung der Räumlichkeiten stark beeinträchtigen und somit eine negative Wirkung auf die Wirtschaftlichkeit des Hauses haben. Zudem sieht der beschlossene Sanierungsansatz vor, dass die Säle und alle weiteren Räumlichkeiten auf ihre ursprünglich vorgesehenen Nutzungen zurückgeführt werden sollen. Dieser Ansatz schließt eine bauliche Veränderung auf die zukünftigen räumlich-funktionalen und technischen Erfordernisse der Tagungs- und Kongress-Formate aus. Viele wichtige Veranstaltungen sind bereits verloren gegangen, weitere werden folgen. In den Jahren 2015 bis 2023 haben Tagungen und Kongresse einen durchschnittlichen Anteil von ca. 35 % der Veranstaltungen ausgemacht. Dieser Nutzungsanteil macht zugleich 75 % der Umsatzerlöse aus. Dieses Niveau wird sich nicht halten lassen.

Aus diesem Grund ist ein neues Nutzungskonzept mit Ausblick auf neue Kundenkreise für den wirtschaftlichen Bereich erforderlich. Ein Lösungsvorschlag ist die Etablierung des Kongresshauses als echtes Bürger- und Kulturhaus, in dem neben den bereits stattfindenden Veranstaltungen neue Nutzungen angeboten werden, von der Geschäftsführung der GaPa Tourismus GmbH vorgeschlagen. Die Räumlichkeiten im Obergeschoss sowie das Foyer könnten durch ein Bürger- und Kulturcafé, Bereiche für Kinder und Jugendliche, eine Bibliothek und einen Technologiebereich oder auch Gruppenarbeitsräume und multifunktionale Flächen zu einem belebten Ort der Begegnung und Bildung im Ortszentrum werden.

Olympia Skistadion

Im Sommer 2023 entschied sich der Marktgemeinderat für ein bessere touristische Nutzung des Olympia Skistadions. Eine Entscheidung, die die GaPa Tourismus GmbH - die schon als vormaliges Amt 80 an dieser Idee mit großem Engagement mitgewirkt hat - sehr begrüßt.

Das Konzept, die einzigartige Verbindung von Garmisch-Partenkirchen mit dem Wintersport sowie die Faszination des Wintersportlebens für Gäste im gesamten Skistadion inklusive Schanze, Sprungrichterhaus und Zeitmesserhaus erlebbar zu machen, stellt ein herausragendes Angebot für jedes Wetter dar. Auch als außerschulischer Lernort könnte das Skistadion mit diesem Erlebniskonzept Anerkennung gewinnen und somit zusätzliche Zielgruppen erschlossen werden.

Die naheliegende Verbindung zu weiteren Ort mit wintersportlicher Geschichte wie dem Gudiberg, dem Riessersee, der Kandahar und dem Olympia Eissportzentrum eröffnen weitere touristische Möglichkeiten.



Nachhaltigkeit und Klimawandel

Die Nachhaltigkeitsstrategie Garmisch-Partenkirchen 2020 mit den Teilbereichen Mobilität und Verkehr, Soziales und Demographie, Wirtschaft und Tourismus, Energie und Klimaschutz sowie Natur- und Landschaftsschutz wurde in großen Teilen bisher nicht umgesetzt. Ihre Maßnahmen und Leitprojekten haben aber vielfach unverändert Bedeutung. Gerade in Hinblick auf die überregionale Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln hat Garmisch-Partenkirchen keine Möglichkeit die erforderlichen Maßnahmen selbst herbeizuführen.

Garmisch-Partenkirchen ist eine Ganzjahresdestination, in der der Sommertourismus für ca. 60 % und der Wintertourismus für ca. 40 % des Gästeaufkommens sorgt. Der Ort ist kein reiner Wintersportort, sondern hebt sich im Winter mit seinem vielfältigen Mix aus Kultur-, Veranstaltungs-, Einzelhandels- und Gastronomieangebot abseits der Pisten von vielen Mitbewerbern ab. Winterwanderwege, Themenwege mit edukativen Inhalten rund um Natur und Landschaft, eine transparente Thematisierung der Gletscherschmelze und viele weitere Angebote werden bestens angenommen.

Dies darf jedoch nicht darüber hinweg täuschen, dass der Klimawandel in den kommenden Jahren zu Veränderungen im Ort führen wird. Immer weniger Schneetage werden Anbietern rund um den Skibetrieb zu schaffen machen. Der Tourismus wird im Winter nicht ausbleiben, er wird sich aber weiter verändern.

Das Thema Nachhaltigkeit ist auch für die GaPa Tourismus GmbH als Organisation von Bedeutung. Ab 2026 wird die „Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)“ der EU - die Berichtspflicht zur Nachhaltigkeit des Unternehmens - auch für die GaPa Tourismus GmbH bindend. Dazu wird es einen Nachhaltigkeitsbeauftragten im Unternehmen geben. Ab 2024 werden die Weichen für eine Nachhaltigkeitsstrategie und ein Nachhaltigkeitsmanagement gestellt.

Kulinarik

Das Angebotsfeld „Kulinarik“ hat sich in 2023 fest etabliert. „GaPa schmeckt's“ wurde zum vierten Mal gemeinschaftlich mit den Gastronomiepartnern erfolgreich durchgeführt. Ein Format, das sowohl von Gästen als auch von Einheimischen begeistert aufgenommen wird.

Zusätzliche Ideen wie eine Weiterentwicklung von „GaPa schmeckt's“, bei der die traditionellen Gasthöfe und deren typisch bayrische Küche im Mittelpunkt steht, oder die Überlegung ein „Kochstudio Werdenfelser Land“ im Kongresshaus für Kochshows und Kochkurse einzurichten, beschäftigten bereits 2023 - zumindest als Gedankenspiel - die Geschäftsführung.



Nebensaison

Die Nebensaisonzeiten stehen im besonderen Fokus der GaPa Tourismus GmbH. Sorgen in den vergangenen Jahren Tagungen und Kogresse für die nötigen Buchungen bei den Gastgebern außerhalb der klassischen Ferienzeiten, so sind nun neue Ansätze und Maßnahmen erforderlich.

Die Partnerschaft mit der SC Riessersee Eishockey Vermarktungs GmbH könnte durch die Schaffung von zum Schnee alternativer Angebote dazu beitragen, die Nebensaison in den ersten Monaten des Jahre etwas zu stärken. Eine Halle im Olympia-Eissport-Zentrum mit Eis für Eishockey und Eislauf etc. und eine weitere Halle ohne Eis für Inlineskaten, Skate-Disko und ähnlichem. Weitere Ideen und Kooperationspartner sind willkommen - gemeinsam geht viel mehr.

Die Nebensaion in den letzten beiden Monaten des Jahres wird von November bis kurz vor Weihnachten von „GaPa schmeckt's“ gestärkt und belebt. Der Erfolg der vergangenen zwei Jahre kann sich sehen lassen.

Wiedereröffnung Tourist Information am Richard-Strauss-Platz

Dies ist ein Herzensprojekt der GaPa Tourismus GmbH. Viel Erfahrung und Wissen, Recherche und Kreativarbeit, Arbeitszeit und finanzielles Engagement stecken in diesem Konzept, an dem viele Mitarbeitende von der Geschäftsführung bis in die unterschiedlichsten Fachbereiche gearbeitet haben.

Neben den „selbstverständlichen“ Bereichen und Services für die Gäste wie ein moderner Counterbereich für die Urlaubsberatung und Buchungen sowie interaktive Bildschirme für Informationen, ist die thematische Inszenierung des gesamten Raumes entscheidend, um die Tourist Information zu einem Treffpunkt für Gäste und Aushängeschild für den gesamten Ort zu machen. Hier finden Gäste neben der individuellen Beratung durch das Team des Gäste-Services Anregungen und Informationen für ihren Urlaub. Ist der Aufenthalt in der Tourist Information inspirierend, ansprechend und angenehm, so werden auch verstärkt Urlaubsangebote direkt gebucht. Dies gilt nicht nur für die individuelle Auswahl des Übernachtungsbetriebs, sondern vor allem auch für die vielen attraktiven Aktivitäten, die die Leistungsträger im Ort anbieten und somit direkt an den Gast vermittelt werden können.

Zentrales Element und Blickfang - von innen wie auch von außen durch die großen Fenster - soll ein Modell des kompletten Wetterstein-Zugspitz-Massivs mit modernster Augmented-Reality-Technik sein. Die AR-Technik bietet spielerisch Inspiration, Unterhaltung, Information und Buchungsmöglichkeit in Einem, mit Tablets vor Ort oder auch mit dem eigenen Handy.

In das ehemalige Gesundheits-Eck soll zukünftig der GaPa Shop mit neuem erweiterten Sortiment - natürlich auch mit „Inser Hoamat“-Produkten. Der lange und schmale Raum entlang der Olympiastraße stellte für eine durchgehende Inszenierung eine Herausforderung dar. Durch die räumliche Anordnung der Bildschirmarbeitsplätze des Gäste-Services zu den Schaufenstern wurde aus der Not gar eine Tugend. Die Verengung des Raumes in diesem Bereich soll für die Inszenierung der Partnachklamm genutzt werden.

Auch hier wird die Umsetzung durch die zu erwartende schwierige Haushaltslage nicht einfach werden. Das Team der GaPa Tourismus GmbH wird sich mit all seinem Können, Wissen, Engagement und seiner Kreativität einbringen, um die Tourist Information am Richard-Strauss-Platz auch mit schwierigen Voraussetzungen zu einem zukunftsweisenden und erfolgreichen Willkommensort für ihre Gäste zu machen.

Was Gäste, Mitarbeitende und Einheimische gemeinsam haben

Die Ausgestaltung der derzeitigen Gästekarte ist für alle Beteiligten unbefriedigend. Gäste sehen in ihr so gut wie keine attraktiven Vorteile. Gerade der Vergleich mit Gästekarten aus österreichischen Destinationen ist ernüchternd. Die Mitarbeitenden der Abteilung Gäste- & Partnermanagement sind mit der Gästekarte ebenso unzufrieden. Zudem steckt darin noch viel ungenutztes Potenzial, vor allem auch für mögliche Partnerinnen und Partner.

Bereits die Nachhaltigkeitsstrategie 2020 schlug im Bereich „Wirtschaft und Tourismus“ die Einführung eines „Einheimischen-Rabatts bei Freizeitangeboten“ vor. Die Ergebnisse der Tourismusakzeptanzstudie aus 2022 unterstreichen diesen Aspekt - die einheimische Bevölkerung spürt keine Vorteile durch den Tourismus, sie fühlt sich sogar gegenüber den Gästen benachteiligt. Hier besteht ebenfalls Handlungsbedarf. Insoweit liegt es nahe, parallel mit den Überlegungen für eine Aufwertung der Gästekarte die mögliche Schaffung einer Einheimischen-Karte zu prüfen.

Die „Grenzüberschreitenden Analyse des Arbeitskräftemarktes im Tourismus“ benennt zudem die Schaffung von „Benefit-Card(s) für Mitarbeitende“ als unterstützende Maßnahme, um als Destination insgesamt attraktiver für Arbeits- und Fachkräfte zu sein. Bei allen diesen Karten sind sowohl Freizeit- und Infrastrukturangebote als auch Mobilitäts-, sprich: ÖPNV-Angebote, zu berücksichtigen, um einen spürbaren und vor allem wertgeschätzten Mehrwert für die jeweiligen Nutzergruppen zu schaffen.

In der Bergauf-Strategie 2.962+ der GaPa Tourismus GmbH findet sich ebenfalls das Thema „Mitarbeitende-Karte“. Die unterschiedlichen Karten, Gästekarte, Einheimischen- oder Mitarbeitenden-Karte, werden die nächsten Jahr weiterentwickelt werden (müssen). Sie sind essentieller Bestandteil und Instrument eines funktionierenden und zukunftsorientierten Miteinanders in der Destination.



Digitalisierung | Digitale Transformation und Datenmanagement

Im Zuge der organisatorischen Weiterentwicklung der GaPa Tourismus GmbH wurde 2021 das Ressort „Digitale Transformation und Datenmanagement“ geschaffen. Die Digitalisierung erfordert neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung von Website, Online-Marketing-Maßnahmen und Social Media Kanälen auch die Nutzung von Daten und digitalen Vermarktungs- und Buchungsmöglichkeiten zur erfolgreichen Weiterentwicklung des Unternehmens sowie der Destination.

Neue Vermarktungsangebote für lokale Partnerbetriebe aus dem Vermietungs- und Freizeitbereich wurden entwickelt und umgesetzt. Verbesserte Leistungen für die Partner der GaPa Tourismus GmbH wie das Trust You Bewertungstool, der Premiumvertriebskanal von booking.com und die Kooperation mit Destination Solutions, die die Anbindung auf über 60 überregionale und internationale Portale beinhaltet, werden gut angenommen.

Um Synergien innerhalb des Unternehmens besser zu nutzen, Chancen und Entwicklungen früher zu erkennen und somit Entscheidungen fundiert auf der Basis von Fakten und Daten treffen zu können, wurde der Grundstein zur Entwicklung einer Datenstrategie und die

Erstellung eines sog. Dashboards in 2023 gelegt. Dieses Projekt wird in 2024 erste Ergebnisse zeigen. Auch mit der Nutzung von künstlicher Intelligenz (KI) für die Weiterentwicklung von bestehenden Produkten und für die Effizienzsteigerung der täglichen Arbeit mit Daten wird sich das Ressort Digitale Transformation und Datenmanagement befassen.



Der Destination Garmisch-Partenkirchen wird es in den kommenden Jahren sicher nicht an Herausforderungen mangeln. Viele dieser Hürden müssen andere Destinationen, die durch einen starken Zuspruch von Übernachtungs- und Tagesgästen gekennzeichnet sind, ebenfalls überwinden.

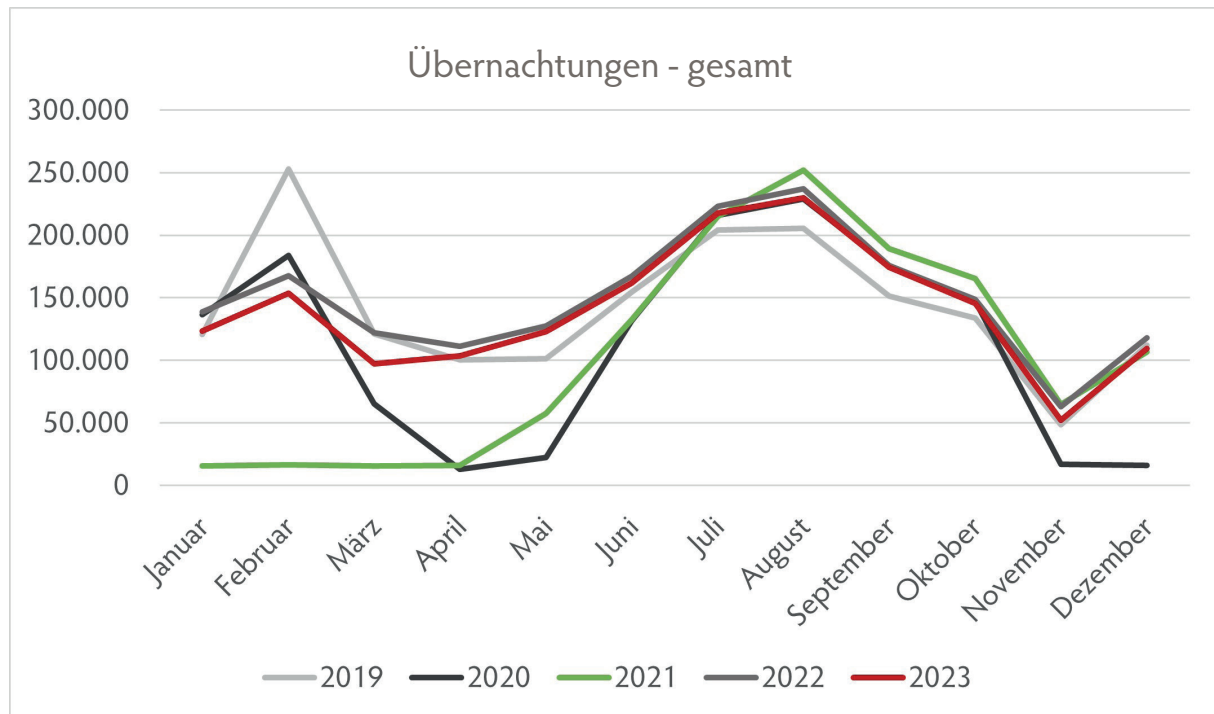
Die Bergauf Strategie 2.962+ für Garmisch-Partenkirchen bietet hierbei eine sehr gute Orientierung, um mit möglichst vielen touristischen Leistungspartnern gemeinsam Entscheidungen für eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Destination als „Heimat & Sehnsuchtsort“ zu treffen und umzusetzen.

Das Team der GaPa Tourismus GmbH ist dafür gut aufgestellt. Die hohe Expertise in den unterschiedlichsten Fachbereichen, eine gute Organisationsstruktur und nicht zuletzt die spürbare Motivation und große Leidenschaft aller Mitarbeitenden für „ihren“ Ort zu arbeiten sind beste Voraussetzungen für ein erfolgreiches Miteinander, um sich diesen Herausforderungen zu stellen.

Tourismusentwicklung: Daten und Fakten

Entwicklung der Übernachtungen 2019 - 2023

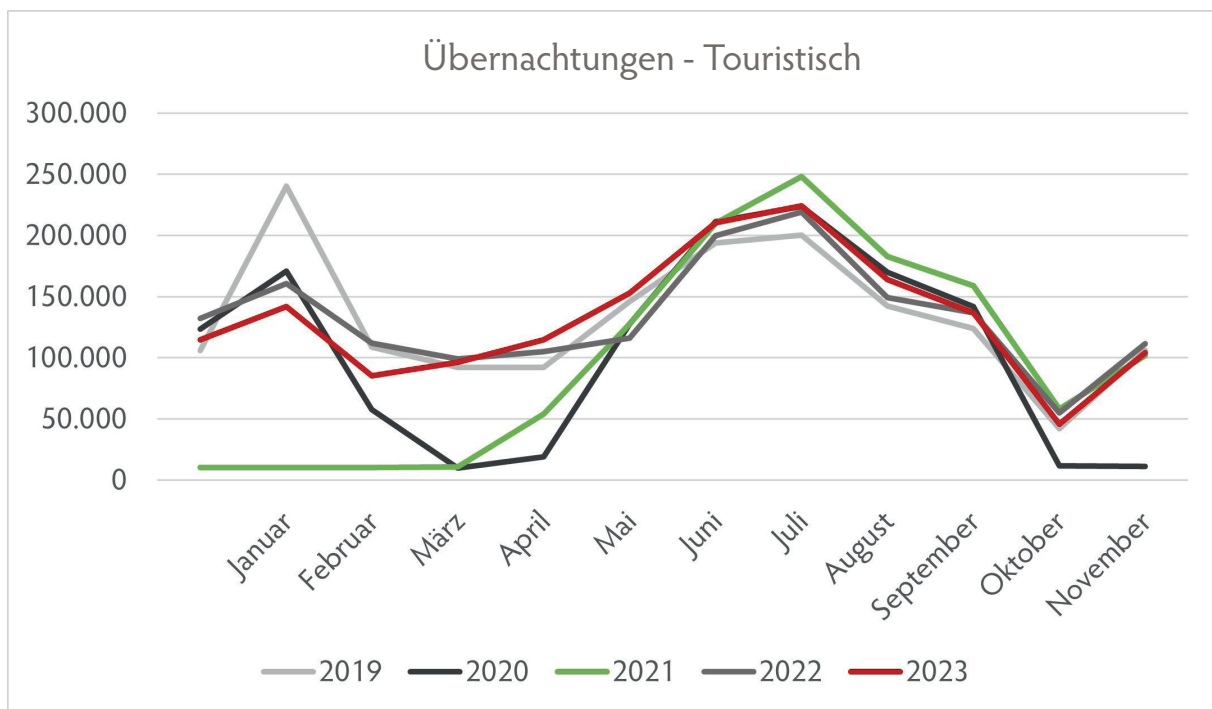
Die Übernachtungszahlen haben sich in 2023 erfreulich erholt und liegen mit insgesamt 1,69 Mio. nur noch 0,8 % unter denen des Jahres 2019.



Bei einer differenzierten Betrachtung nach den unterschiedlichen Übernachtungsanlässen - touristisch, geschäftlich / Tagungsgäste - lassen sich aussagekräftigere Schlüsse ziehen.

Der Anteil an touristischen Übernachtungen liegt in der Regel bei 90 %. In 2023 fielen 94 % der Übernachtungen auf touristische Gäste, der Geschäfts- und Tagungsbereich lag nur bei 6%. Der Rückgang der Tagungs- und Kongressbuchungen im Kongresshaus lässt hier einen Zusammenhang erkennen, der sich auch in den Auslastungszahlen der Hotels / Hotels Garni in der sog. Nebensaison abzeichnet, die bisher durch Tagungen und Kongresse belebt wurde.

Die rein touristischen Übernachtungszahlen haben sich sehr gut entwickelt und sind mit weniger als nicht ganz 4.000 Übernachtungen bis auf 0,2 % an das Niveau von 2019 herangekommen.



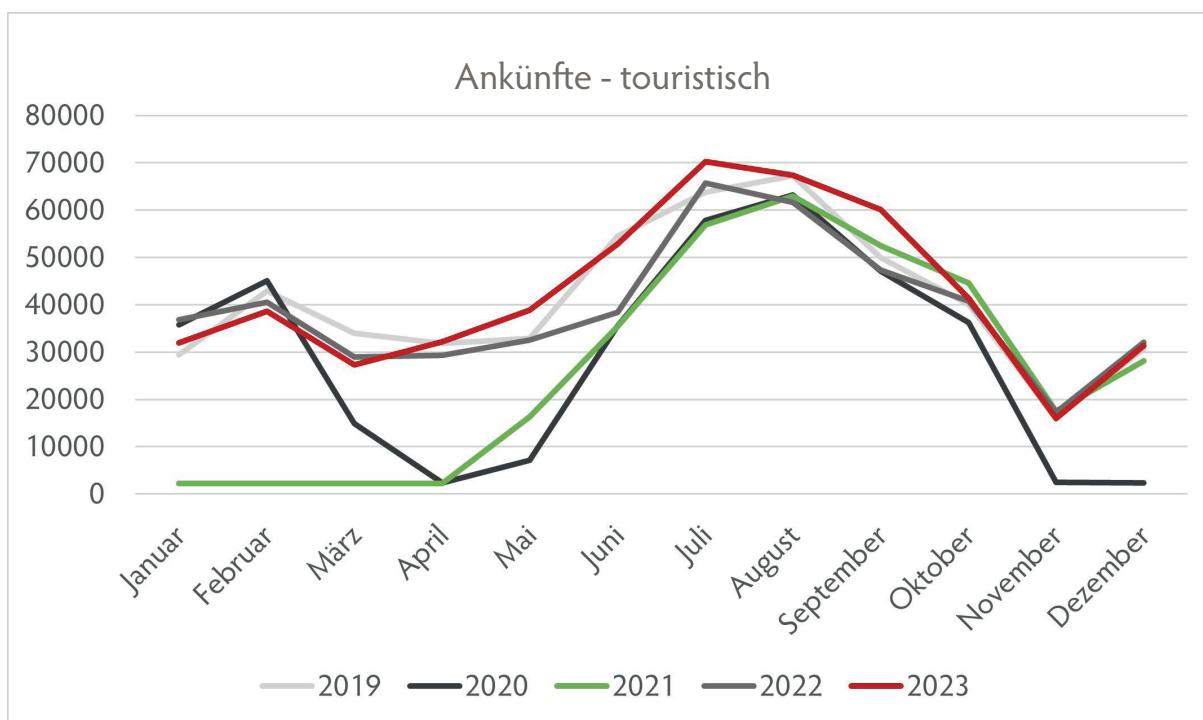
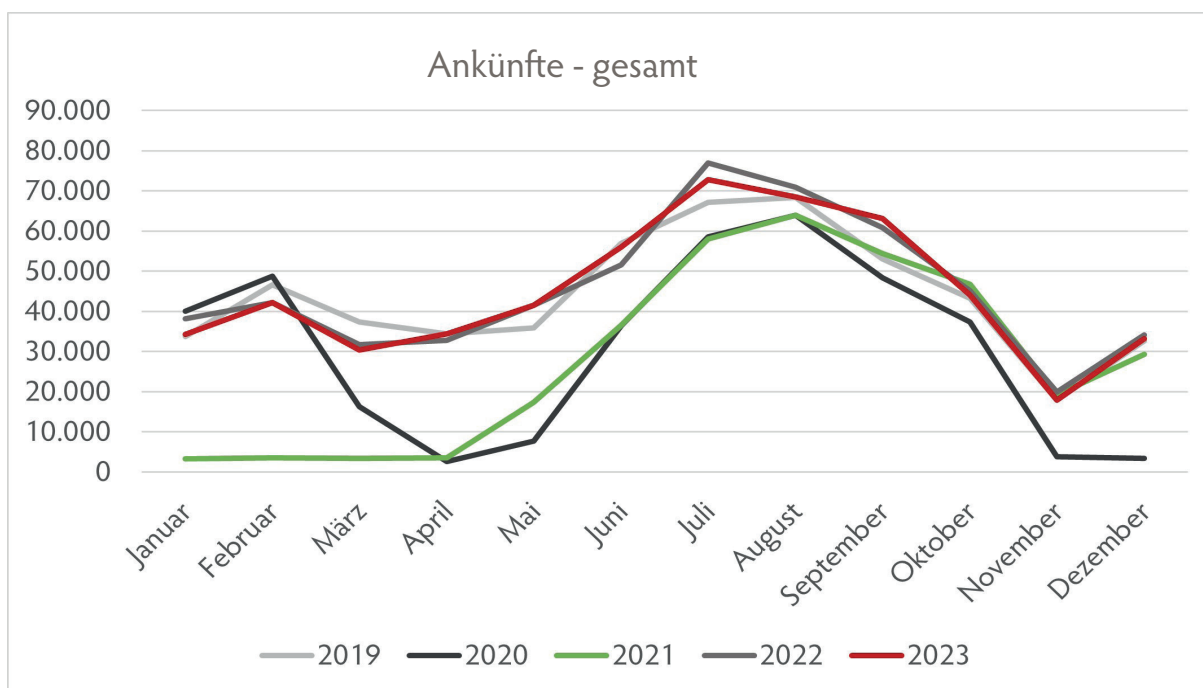
Die Übernachtungszahlen sind besonders wichtige Kenngrößen, da der Übernachtungstourismus stark zur Wertschöpfung beiträgt.

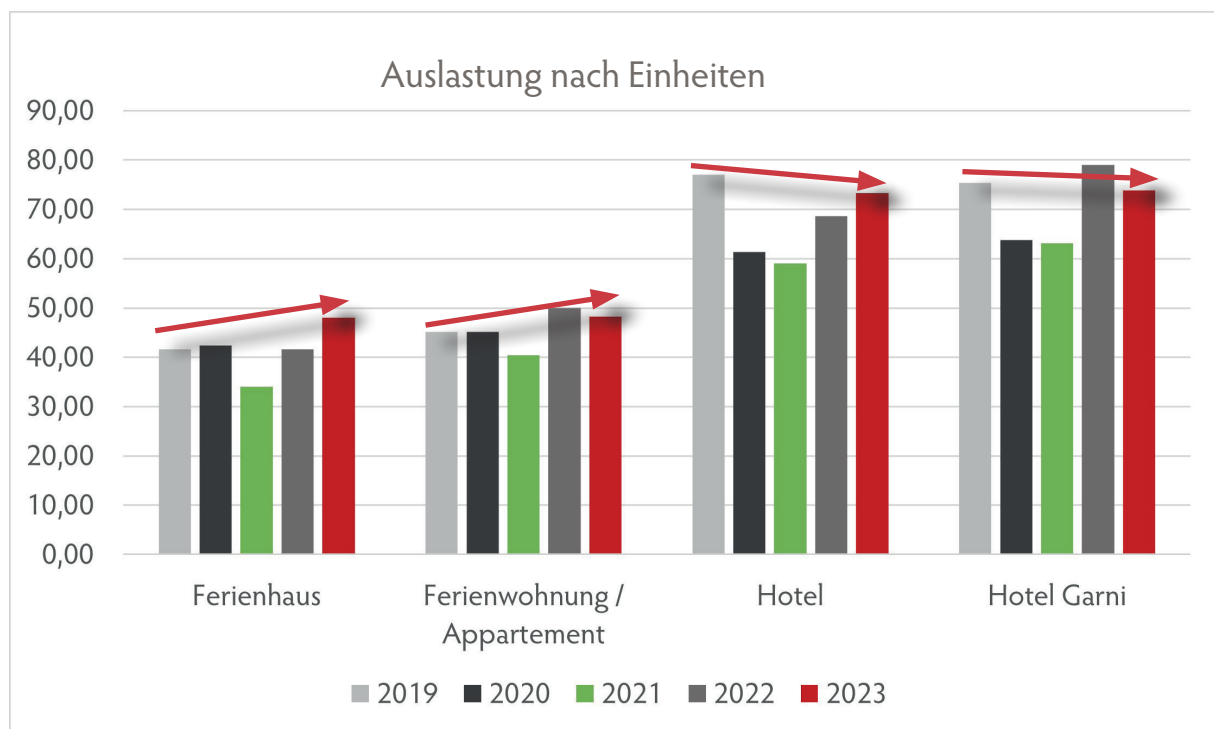
Die weiteren Kennzahlen wie Ankünfte und Aufenthaltsdauer geben zusätzliche Hinweise auf die Wirksamkeit des touristischen Geschäftsfeldes. Neben den Gastgeberbetrieben sind insbesondere für weitere touristische Leistungsträger die Daten zur Anzahl der Gäste und deren Aufenthaltsdauer wichtig und aufschlussreich.

Entwicklung der Ankünfte und Auslastung 2019 - 2023

Die Ankünfte verdeutlichen die aktuelle Entwicklung sogar noch klarer.

In 2023 sind rund 11.000 Ankünfte mehr als in 2019 zu verzeichnen. Dieser Zuwachs kommt eindeutig aus dem Bereich der touristischen Ankünfte. Die gewerblichen / tagungsbedingten Ankünfte sind um knapp 3.500 im Vergleich zu 2019 gesunken. Die touristischen Ankünfte haben somit diesen Rückgang mehr als kompensiert und sind für die positive Entwicklung der Gesamtankünfte verantwortlich.





Die Anzahl der Betten in den Vermieterbetrieben hat von 2019 auf 2023 um über 3.700 zugenommen. Insgesamt stehen in Garmisch-Partenkirchen in 2023 über 13.000 Betten zur Verfügung. Dieser Zuwachs stellt eine große Herausforderung für alle Beteiligten dar.

Eine wichtige Kenngröße ist die Auslastung / Belegung der angebotenen Einheiten je Unterkunfts-kategorie. Während in manchen Bereichen keine bemerkenswerte Änderung zu verzeichnen ist, fallen vier Kategorien durch ihre Entwicklung auf.

In den Bereichen Ferienhaus und Ferienwohnung war mit Abstand die größte Zunahme an „neuen Betten“ zu verzeichnen. Umso erfreulicher ist es, dass diese beiden Kategorien sogar noch eine Steigerung der Auslastung aufweisen. Dies mag an der guten Akzeptanz von neuen Zimmern / Wohnungen liegen, die offensichtlich von den Urlaubsgästen gern gebucht werden.

Der - wenn auch leichte - Rückgang der Auslastung in den Kategorien Hotel und Hotel Garni ist jedoch weniger erfreulich. Bei einer genaueren Betrachtung auf Monatsbasis fällt auf, dass dieser Rückgang aus den Monaten Januar, Februar und März kommt.

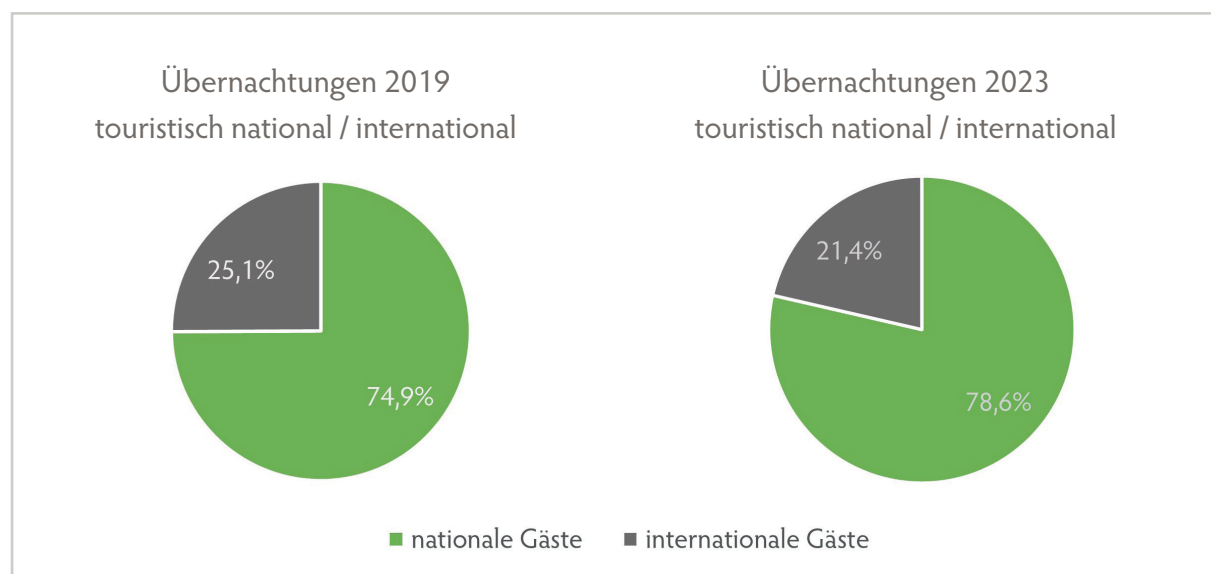
Dies könnte auf drei mögliche Einflüsse zurückzuführen sein. Zum einen kann die Schneelage, die in 2019 besser als in 2023 war, zu verhalteneren Urlaubsbuchungen geführt haben. In 2023 wurde nach dem erfolgreichen Nachtslalom am Gudiberg das Kandaharrennen abgesagt, womit die Buchungen rund um dieses Weltcup-Rennen ausfielen.

Den wahrscheinlich stärksten Einfluss hat aber der Wegfall großer Kongresse und Tagungen wie Aareon, die bewusst die Belegung in der Nebensaison gerade in den Hotels unterstützt haben.

Anteil internationaler Gäste im Vergleich 2019 & 2023

Der Anteil an internationalen Gästen hat auch in 2023 nicht das Niveau von 2019 erreicht. Betrachtet man die absoluten Übernachtungszahlen, kann man hier einen Rückgang von 14,8% bei den internationalen Gästen feststellen.

Auch dieser Rückgang aus den internationalen (wie auch aus den gewerblichen) Übernachtungen wurde in 2023 von den nationalen touristischen Übernachtungen annähernd ausgeglichen.



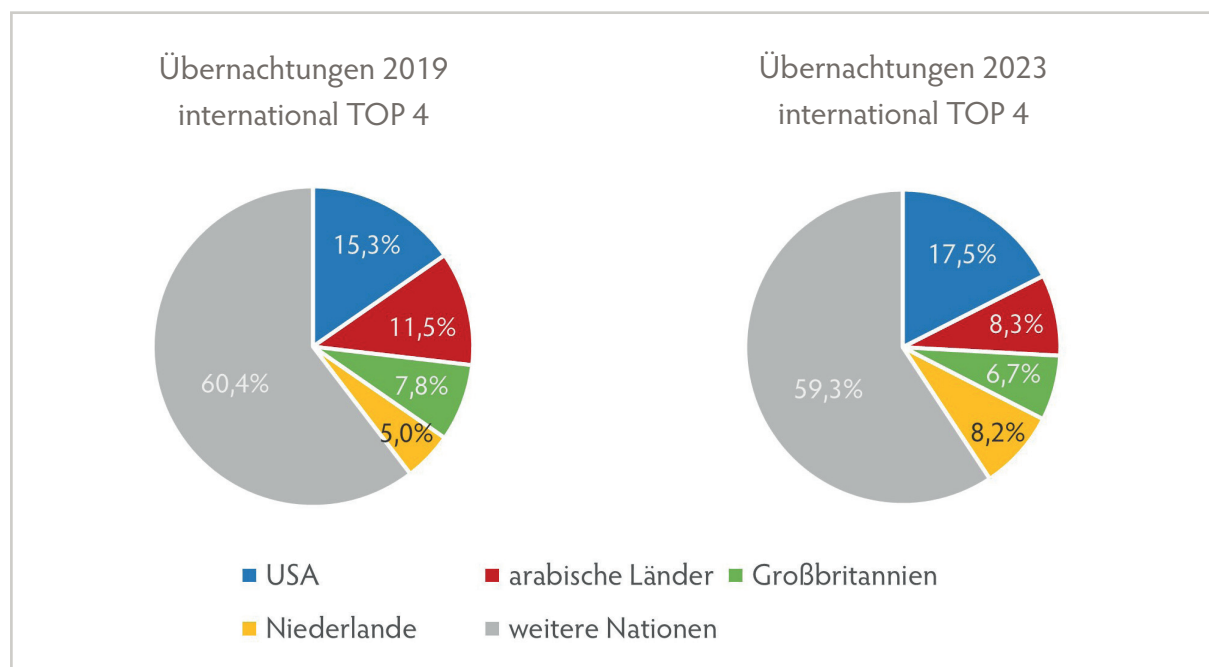
Internationale Quellmärkte - Top 4

Die Verteilung der Übernachtungen aus den internationalen Quellmärkten hat sich im Vergleich zu 2019 etwas verändert. Sind die USA, die arabischen Länder, Großbritannien und die Niederlande immer noch die wichtigsten Herkunftsländer, so hat sich doch die Aufteilung etwas verschoben.

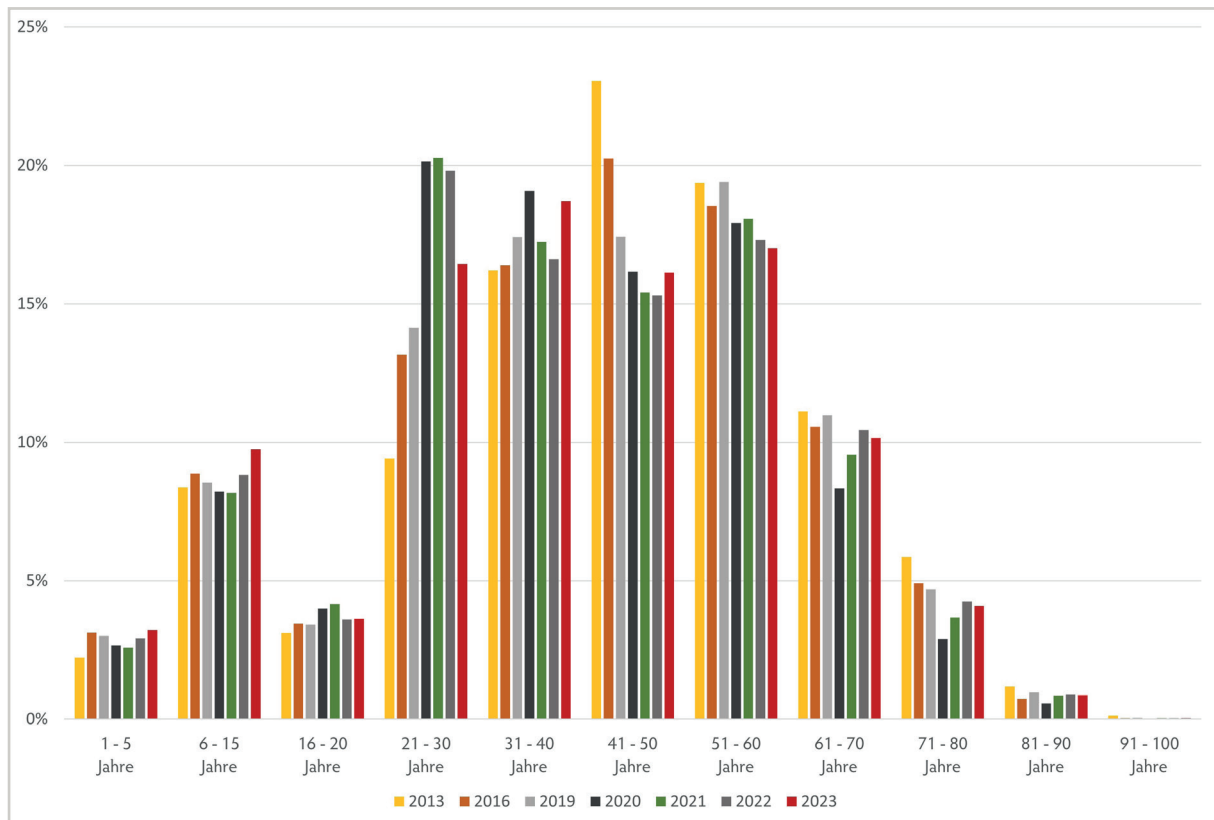
Der große Wachstumsmarkt sind die Niederlande mit einem Zuwachs von knapp 8.000 Übernachtungen. Die USA haben in Relation an Wichtigkeit gewonnen, jedoch ist hier ein leichter Rückgang in den absoluten Zahlen zu verzeichnen.

Die Übernachtungen aus dem britischen Markt sind ebenfalls gesunken, was man unter anderem auf die erschwerten Reisebedingungen nach dem Brexit zurückführen könnte.

Den größten Rückgang mit knapp - 40 % verzeichnen die arabischen Länder. Hier kamen die Übernachtungen zum größten Teil aus dem Bereich des medizinischen Tourismus. Die Kliniken des Landkreises genießen international einen ausgezeichneten Ruf und zogen in den vergangenen Jahren viele Patienten aus den arabischen Ländern an, die für den Aufenthalt der Behandlung auch ihre Familien mitgebracht haben. Seit 2020 verzeichnet der Medizintourismus deutschlandweit aufgrund von politischen Unstimmigkeiten zwischen Deutschland und Saudi-Arabien einen Rückgang, der sich auch in unseren touristischen Kennzahlen erkennen lässt.



Altersstruktur der Gäste nach Ankünften 2013 - 2023



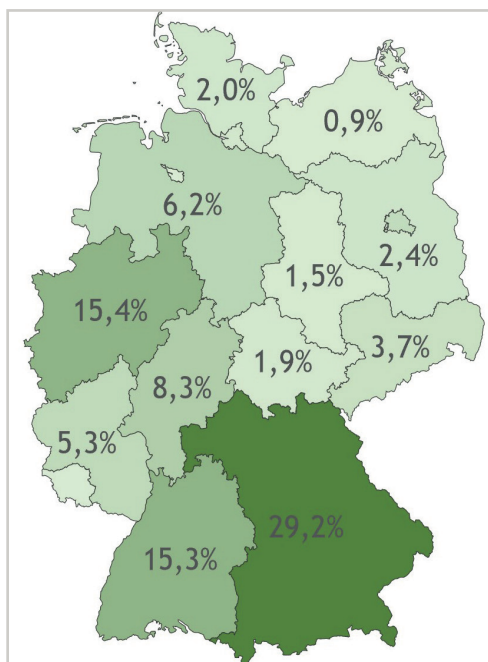
Entwicklung der Altersstruktur der Gäste

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.

Zielgerichtete Maßnahmen tragen seit 2013 dazu bei, dass sich die Altersstruktur kontinuierlich verjüngt. Die Jahre der Pandemie geschuldeten Reisebeschränkungen zeichnen sich durch einen überdurchschnittlichen Anteil der 21 bis 30 Jährigen aus. Dieser Effekt hat sich in den beiden Folgejahren etwas relativiert. In 2023 zeigt sich jedoch ein solider Langzeitzuwachs in den Altersgruppen der Jugendlichen (6 bis 15 Jahre) sowie vor allem bei den 21 bis 30 und 31 bis 40 Jährigen aus.

Herkunftsstatistik national nach Bundesländern

	Ankünfte	prozentualer Anteil
Bayern	95.549	29,2%
Nordrhein-Westfalen	50.316	15,4%
Baden-Württemberg	50.072	15,3%
Hessen	27.033	8,3%
Niedersachsen	20.307	6,2%
Rheinland-Pfalz	17.170	5,3%
Berlin	15.433	4,7%
Sachsen	12.225	3,7%
Brandenburg	7.732	2,4%
Schleswig-Holstein	6.645	2,0%
Hamburg	6.363	1,9%
Thüringen	6.092	1,9%
Sachsen-Anhalt	4.966	1,5%
Mecklenburg-Vorpommern	2.835	0,9%
Saarland	2.747	0,8%
Bremen	1.356	0,4%



unterstützt von Bing | © GeoNames, Microsoft, TomTom

Herkunftsländer national 2023

Seit der Covid-19-Pandemie und dem verstärkten Trend zum „Urlaub daheim“ hat Bayern als größter inländischer Quellmarkt Nordrhein-Westfalen von der ersten Stelle bei den Ankünften verdrängt. Dies hat sich auch in 2023 weiter gefestigt. An zweiter Stelle stehen Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg fast gleichauf.

Betrachtet man die Übernachtungszahlen, so liegt Nordrhein-Westfalen mit 229.112 Übernachtungen knapp vor Bayern mit 226.165 Übernachtungen. Die sich daraus ergebende durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Gästen aus Nordrhein-Westfalen bei 4,6 Tagen und die der Gäste aus Bayern bei 2,4 Tagen lässt sich gut durch die unterschiedliche Anreiseentfernung erklären.

Aufenthaltsdauer 2019 - 2023

Insgesamt zeigt sich beim Blick auf die übrigen Bundesländer eine längere Aufenthaltsdauer von 4 Tagen bei den nördlich gelegenen Quellländern. Auf Bayern mit dem relativ kurzen Schnitt von 2,4 Tagen folgt direkt Baden-Württemberg mit 3,0 Tagen.

Über alle Quellmärkte In- und Ausland hat sich der durchschnittliche Aufenthalt fast auf das Vor-Pandemie-Niveau von 2019 mit 3,2 Tagen nun in 2023 auf 3,1 Tage eingestellt.

Dies kann sicherlich auch auf den immer noch niedrigeren Anteil internationaler Gäste (30 % Ankünfte in 2019 und 21 % in 2023) zurückgeführt werden, da internationale Gäste durchschnittlich eine längere Aufenthaltszeit in Garmisch-Partenkirchen verbringen.

Gäste- & Partnermanagement



Die Abteilung Gäste- & Partnermanagement wird von André Kellermann geleitet und umfasst drei Ressorts: Gäste-Service, Partner-Service und Digitale Transformation und Datenmanagement.

Das Ressort Gäste-Service ist unter der Leitung von Andreas Neff für die Beratung und Betreuung der Gäste verantwortlich. Hierzu gehören die beiden Tourist Informationen am Richard-Strauss-Platz und am Olympia Skistadion, in denen die Urlauber persönlich betreut werden. Auch am Telefon und per eMail stehen die Urlaubsberaterinnen den Gästen mit Rat und Tat zur Seite: Zimmerbuchungen, Ausflugstipps sowie individuelle Freizeitempfehlungen und vieles mehr.

Im Bereich Partner-Service werden die Gastgeber in Garmisch-Partenkirchen von Tine Kühr und ihrem Team unterstützt. Neben der Abrechnung der Kurbeiträge, der Erstellung von Statistiken und den Gruppenreservierungen steht die individuelle Beratung der Gastgeber und die Vermarktung ihrer Unterkünfte ganz im Vordergrund.

Das Ressort Digitale Transformation und Datenmanagement unter der Leitung von Sylvia Zenthöfer ist ein zentraler Knotenpunkt für digitale Projekte. Der Fokus liegt auf der Integration digitaler Lösungen und der effektiven Verwaltung von Datenressourcen, um den Gästen noch bessere Lösungen und Services anbieten zu können. In 2023 wurde der Grundstein für eine umfassende Datenstrategie gelegt, um sämtliche relevante Daten zu konsolidieren, zu analysieren und letztlich verschiedenen Zielgruppen als fundierte Entscheidungsgrundlage und zur Optimierung von Services zugänglich zu machen.

Digitale Gästekarte

Nach einer Phase intensiver Planung und Abstimmung mit den Destinationen sowie den Partnern vor Ort ging zum 1. April 2023 in Garmisch-Partenkirchen die Zugspitz Arena Bayern-Tirol (ZABT)-Card in digitaler Form an den Start. Diese digitale Gästekarte gilt neben Garmisch-Partenkirchen auch im Zugspitzort Grainau sowie den Orten der Tiroler Zugspitz Arena und bietet Besuchern vielfältige Angebote und attraktive Vorteile.

Die Einführung der ZABT-Card als digitale Gästekarte markiert einen weiteren wichtigen Meilenstein im Zuge der Digitalisierungsstrategie der GaPa-Tourismus GmbH. Einen zusätzlichen Mehrwert für Gäste bietet die Integration der Gästekarte in den digitalen Urlaubsbegleiter „Loisl“, einer progressiven Web-App, die Urlauber vor, während und nach ihrer Reise mit hochwertigen Informationen und Services rund um die Region versorgt.

Die Umstellung der Gästekarte von analog auf digital unterstützt die GaPa Tourismus GmbH auf dem Weg hin zu einem noch nachhaltigeren Angebot für Urlauber. Um das zentrale Thema Digitalisierung für die Destination sowie sämtliche Partnerbetriebe und Leistungsträger weiter voranzutreiben, hat die GaPa Tourismus GmbH Anfang 2022 den Kompetenzbereich Digitale Transformation & Datenmanagement gegründet. Das Team arbeitet seither erfolgreich und mit viel Herzblut an der Konzeption und Umsetzung neuer Strategien und Standards, um digitale Angebote für Gäste, Partner und Einheimische weiter auszubauen und attraktiver zu gestalten. Zugleich werden die gesammelten Daten dazu genutzt, die positive Wahrnehmung der Gemeinde und die Wertschöpfung im Ort nachhaltig zu steigern.



Bild: André Kellermann (Abt.-Leiter Gäste- & Partnermanagement), Tine Kühr (Ressortleiterin Partner-Service) und Sylvia Zenthöfer (Ressortleiterin Digitale Transformation und Datenmanagement) präsentieren die brandneue digitale Gästekarte

„Die digitale Transformation ist ein absoluter Megatrend, der die Welt verändert und den wir in Garmisch-Partenkirchen mit viel Engagement und Nachdruck angehen. Wir haben bereits einige innovative Maßnahmen auf den Weg gebracht und so das Gästelerlebnis insgesamt hochwertiger und nachhaltiger gestaltet“, erklärt Sylvia Zenthöfer, und ergänzt: „Die Einführung der digitalen ZABT-Card ist ein weiteres, wichtiges Puzzlestück hin zu einer nahtlosen digitalen Servicekette für unsere Gäste hier in Garmisch-Partenkirchen, auf das wir sehr stolz sind.“

Eröffnung TI am Skistadion

Nach zwei Jahren Pause ist die Tourist Information zurück am Skistadion. Im Zuge der Sanierung des Skistadions wurden für die Urlaubsberaterinnen der GaPa Tourismus GmbH neue barrierefreie Räumlichkeiten am Osteingang geschaffen, die Gästen nun wieder täglich zwischen 9 Uhr und 15 Uhr mit Rat und Tat zur Seite stehen. „Für viele unserer Gäste ist die Tourist Information am Fuße der Olympia Skisprungschanze eine wichtige erste Anlaufstelle in Garmisch-Partenkirchen, und wir freuen uns sehr, mit den neuen Räumlichkeiten ein Willkommensambiente geschaffen zu haben, das unserem hohen Qualitäts- und Serviceanspruch gerecht wird“, so André Kellermann, Leitung Gäste- und Partnermanagement. Einladend und edel präsentiert sich die neue Tourist Information, mit alpenländischem Charme, Liebe zum Detail und ausgestattet mit aktueller Digitaltechnik.

In dieser Arbeitsumgebung fühlen sich auch die Urlaubsberaterinnen Annika Hack, Katrina Winkel, Lucia Berger und Angelika von Winterfeld sehr wohl, die ihren Gästen täglich Auskünfte zu den vielfältigen touristischen Attraktionen, Wandermöglichkeiten sowie Veranstaltungen in der Region und zur heimischen Gastronomie geben und bei der Zimmervermittlung unterstützen. Zu Besuch bei ihren ersten neuen Mietern konnte sich auch die 1. Bürgermeisterin Elisabeth Koch von der hochwertigen Ausstattung der Räumlichkeiten und der Servicequalität der Mitarbeitenden überzeugen. „Die aufwändige Sanierung des Ostflügels im Skistadion durch den Markt Garmisch-Partenkirchen war wirklich die Mühe und die Kosten wert. Das gesamte Erscheinungsbild dieser einzigartigen Immobilie strahlt jetzt die hohe Wertigkeit aus,



Bild: André Kellermann (Abt.-Leiter Gäste- & Partnermanagement), 1. Bürgermeisterin Elisabeth Koch, Michael Gerber (Geschäftsführer), Andreas Neff (Ressortleiter Gäste-Service) Katrina Winkel und Angelika von Winterfeld (Urlaubsberaterinnen) in der neu gestalteten Tourist Information am Olympia Skistadion

die sie in der Tat für uns auch hat, als historisch einzigartiges Ensemble. Schön ist zu sehen, dass wir im Zuge dessen jetzt auch eine Tourist Information am Skistadion haben, die sich als echte Visitenkarte des Ortes präsentieren kann", zeigt sich Elisabeth Koch begeistert.

„Partner-Netzwerk'l'n“

Rund 180 Gastgeber und Partner folgten am 27. April der Einladung zum ersten Netzwerktreffen des Partner-Service der GaPa Tourismus GmbH im Konzertsaal Richard Strauss. André Kellermann, Leiter der Abteilung Gäste- und Partner-Service und sein Team freuten sich über den großen Zuspruch. „Die hohe Teilnehmerzahl zeigt uns, dass das Thema Digitalisierung sowie Servicequalität bei unseren Partnern und Gastgebern und vor allem der Austausch mit uns auf großes Interesse stößt“, so André Kellermann. Denn genau darum soll es auch bei den zukünftig geplanten Netzwerktreffen gehen. „Das Ressort Partner-Service unter Leitung von Tine Kühr – vormals Gästeanmeldung – wurde nicht umsonst umbenannt“, betonte Kellermann. Der neue Name steht für das Selbstverständnis des Ressorts: Gastgebern und Partnern den bestmöglichen Service zu bieten und diesen als kompetente und vertrauensvolle Ansprechpersonen zur Verfügung zu stehen.

Vor den Teilnehmenden lag ein informativer und kurzweiliger Abend, in dessen Verlauf sie ihre Ansprechpartner beim Gäste- und Partner-Service sowie deren Projekte im Zuge der Digitalisierungsstrategie der GaPa Tourismus GmbH zur Zukunftssicherung des Tourismus im Ort noch besser kennenlernen konnten. Einer der Höhepunkte des Abends war ein unterhaltsamer Schwank, in dem das Team am Beispiel des „Gästehaus Tine“ anhand verschiedene Szenarien aus der Praxis die Anwendung der ZABT-Card für sowohl für Gäste als auch für Gastgeberinnen und Gastgeber Schritt für Schritt darstellten.

Seit Juni lädt das Ressort Partnermanagement auch zum Vermieterstammtisch an jedem letzten Donnerstag im Monat ein. „Für uns ein echter Stammtisch mit Mehrwert!“, so Tine Kühr. „Wir

genießen die wirklich guten Gespräche mit unseren Partnern in einer lockeren Atmosphäre. Und dabei kommen wir auf so viele gute Themen und erhalten wirklich tolle Anstöße, um unseren Service immer weiterzuentwickeln.“

Am 12. Oktober fand das zweite Netzwerktreffen statt. Themenschwerpunkte waren dieses Mal die neuen Vermarktungspakete sowie die Kooperation mit DS Solutions als Partner für direkte Buchbarkeit im Internet.

Bei der Entwicklung der Vermarktungspakete lag der Fokus auf nutzerfreundliche und klare Lösungen, die durch eine einfache Handhabung bestechen. Das alles mit echten Ansprechpartnern des GaPa Partnermanagements, die persönlich erreichbar sind und kompetent zur Seite stehen. Ergänzend dazu bietet die Zusammenarbeit mit dem neuen Kooperationspartner praktischen Mehrwert durch eine optimale Auslastung auch in der Nebensaison mit voller Kontrolle über Preis, Mindestaufenthalt und Anreisebedingungen. Wie erfolgreich andere Destinationen und Gastgeber dies umgesetzt haben, wurde in der Podiumsdiskussion auf diesem zweiten Netzwerktreff präsentiert.



Bild: André Kellermann, Daniel Schimmer (Kreisvorsitzender, Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband), Tine Kühn, Peter Ries (1. Vorsitzender Fremdenverkehrsverein Garmisch-Partenkirchen)

Über 100 Gastgeberinnen und Gastgeber folgten am 29. November der gemeinsamen Einladung des Partner-Service, dem Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband und dem Fremdenverkehrsverein Garmisch-Partenkirchen zu einem adventlichen Netzwerktreffen im Richard-Strauss-Saal.

Neben einem Rückblick auf die erfolgreichen Neuerungen in 2023 erinnerte Tine Kühn an die ständigen Informations- und Beratungsangebote ihres Teams. Ein besonderes Anliegen ist ihr das Gastgeberportal auf gapa-tourismus.de sowie der monatliche Newsletter, der sich ganz spezifisch an die Gastgeber richtet. Aber auch organisatorisch hat sich einiges getan. So stehen ab sofort zwei Netzwerkmanagerinnen mit Daniela Karg und Christiane Schupp als erste Ansprechpersonen für Hoteliers und privat Vermietenden zur Verfügung. Sie helfen bei Fragen rund um die Vermietung und geben wertvolle Tipps rund um die Vermarktung der Unterkünfte, die Darstellung auf der Website oder die Auslastungssteuerung. Nach seiner Tätigkeit in der Hauptsaison in der Tourist Information hat Tido Sonnenwald zum Partner-Service gewechselt und komplettiert damit das Team.

Infoterminals

In diesem Jahr wurden zwei innovative digitale Infoterminals als Ersatz für die veralteten TIS-Tafeln aufgestellt. Eines davon befindet sich an der Tourist Information am Richard-Strauss-Platz, das zweite an der Tourist Information am Olympia Skistadion.

Die Installation der neuen Infoterminals trägt ebenfalls zur Digitalisierung des Tourismus in Garmisch-Partenkirchen bei. Hier werden lokale Betriebe vorgestellt und aktuelle Informationen rund um die Uhr geteilt. Gleichmaßen dient diese Plattform als Inspirationsquelle für Touristen und Einheimische. Besonders außerhalb der regulären Öffnungszeiten der Tourist Information sind die Terminals eine wertvolle Service-Erweiterung.



Verbessertes Angebot der Vermarktung von Unterkünften

Da sich das Buchungsverhalten der Gäste stark verändert hat, hat das Team Partner-Service neue Vermarktungspakete eingeführt. Entscheidet sich ein Gastgeber für die direkte Online-Buchbarkeit, so wird er automatisch an das Bewertungssystem TrustYou angeschlossen - natürlich mit tatkräftiger Beratung und Unterstützung durch das Team des Partner-Services. Neu ist auch die Kooperation mit booking.com sowie DS Solutions, wobei die buchbaren Unterkünfte in mehr als 60 Portalen ausgespielt werden.

Qualitätserhebung in TI

Seit 2023 stehen den Gästen in beiden Tourist Informationen Gästebewertungsterminals zur Verfügung. Durch eine ganz einfache Bedingung können die Gäste vor Ort den Service bewerten und weitere Fragen wie zu Besuchsgrund und Herkunft beantworten. Es sind bereits über 10.000 Bewertungen abgegeben worden - und das mit einem sehr erfreulichen Ergebnis mit 4,7 von 5 möglichen Punkten. Kompliment an das Team der Tourist Infos!

Outdooractive Audioguides

In 2023 führte die GaPa Tourismus GmbH in enger Kooperation mit dem Werdenfels-Gymnasium ein spannendes Projekt durch. Unter der Leitung von Lena Heller (Ressort Gesundheit) und Eva Rothfuß (Ressort Digitale Transformation & Datenmanagement) wurde gemeinsam mit zwölf Schülerinnen und Schülern des P-Seminars dieses Projekt ins Leben gerufen. Gemeinsam wurde an 14 sog. „Points of Interest“ in der Umgebung eine innovative Methode entwickelt,

die es Gästen und Einheimischen auf unterhaltsame und moderne Weise ermöglicht, Einblicke in Sehenswürdigkeiten, Geschichte und Kultur zu erhalten. Diese Informationen sind nun über die Plattform Outdooractive über eine Audiodatei abrufbar und werden sogar automatisch abgespielt, wenn Nutzer der App sich in der Nähe eines Standorts befinden. Die Schülerinnen und Schüler des Werdenfels-Gymnasiums gestalteten maßgeblich die Texte für die Standorte. Mit großem Engagement und Kreativität gestalteten sie die Inhalte und produzierten eigenständig Audiodateien sowie Soundeffekte für die einzelnen Stationen.

Diese Zusammenarbeit stärkt nicht nur das Bewusstsein für den Tourismus in der Region, sondern fördert auch die Akzeptanz solcher Projekte. Sie bietet den Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, die Bedeutung des Tourismus für die lokale Entwicklung zu erkennen, Erfahrungen zu sammeln und an der Erstellung des touristischen Angebots mitzuwirken. Für die GaPa Tourismus GmbH repräsentieren derartige Partnerschaften eine Gelegenheit, junge Talente zu fördern und gleichzeitig das Verständnis für die vielfältigen Aufgaben als lokales Tourismusunternehmen zu vermitteln. Dieses Projekt unterstreicht unseren Einsatz für die Weiterentwicklung des Ortes und verdeutlicht das Potenzial einer solchen Kooperation.

Aufgrund dieses erfolgreichen Projekts hat sich das Gymnasium dazu entschlossen, sich beim Kultusministerium für eine Auszeichnung zu bewerben. Diese Anerkennung bestätigt unsere Überzeugung, dass Kooperationen zwischen Bildungseinrichtungen und Unternehmen bedeutende Erfolge erzielen können. Wir sind stolz auf das Erreichte und sehen mit Freude der weiteren Zusammenarbeit mit Schulen sowie der Entwicklung kommender Bildungsprojekte entgegen.

Digi Hoagartn

In 2023 organisierte das Ressort Digitale Transformation und Datenmanagement, unser „Digi-Team“ wie es gern genannt wird, erneut zwei Digi Hoagartn-Veranstaltungen im März sowie im November. Diese Veranstaltungen ermöglichten es Erlebnisanbietern und dem Team, sich noch enger zu vernetzen und den Zusammenhalt zu stärken. Inspirierende Impulsvorträge sowie ein Workshop, der dazu diente, gemeinsam Ideen zu entwickeln, machten diese beiden Digi Hoagartn wieder zu etwas ganz besonderem. Daraus entstand auch die „Erlebnis-Gemeinschaft“, die nun als Plattform für intensiverem Austausch und gegenseitiger Unterstützung zwischen allen Erlebnispartnern und GaPa Tourismus dient.

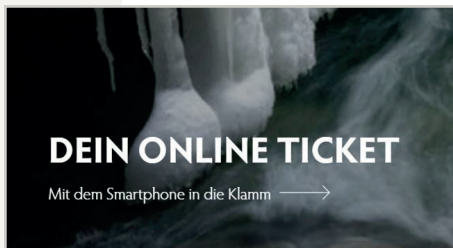


Digi Hoagartn - Eva Rothfuss vom Digi-Team mit den Erlebnisshop-Partnern

Vortrag zum Erlebnissshop bei „Echt digital“ von Tourismus Oberbayern-München e. V.

Während der Veranstaltungsreihe „echt digital“ des Tourismus Oberbayern München e.V. erhielten wir die Gelegenheit, unseren GaPa-Erlebnissshop vorzustellen. In diesem Rahmen wurde unser Erlebnissshop als „Erfolgsbeispiel aus Bayern“ angekündigt. Diese Anerkennung bestärkt das ganze Team in seinem Kurs und zeigt, dass der richtige Weg eingeschlagen wurde.

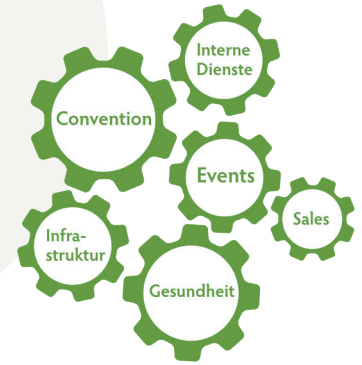
Das Engagement und der Fokus liegen weiterhin darauf, den Erlebnissshop kontinuierlich zu verbessern und zu optimieren. Der Shop bietet nicht nur den Gästen hochwertige Erlebnisse und sichert einen reibungslosen Buchungsprozess, sondern stellt auch für die Leistungsträger im Ort einen verlässlichen, regionalen Verkaufskanal dar.



Online-Tickets für die Partnachklamm

Durch den Verkauf von Online-Tickets für die Partnachklamm über den Erlebnissshop werden die Kassenkräfte der Partnachklamm insbesondere bei Hochfrequenztagen spürbar entlastet. In enger Abstimmung mit dem Verantwortlichen der Partnachklamm, Rudi Achtnr, und den Kassenkräften, werden die Verkäufe, Öffnung und Schließungen digital gesteuert, um somit den Besuchern der Partnachklamm den bestmöglichen Service zu bieten.

Destinationsentwicklung & Infrastruktur



Die Abteilung Destinationsentwicklung und Infrastruktur deckt unter der Leitung von Camilla Teichmann sieben unterschiedliche Bereiche ab.

Im Bereich Destinationsentwicklung kümmert sich Camilla Teichmann um die strategische Ausrichtung des Ortes als „Heimat & Sehnsuchtsort“. Hierein fallen auch große übergeordnete Projekte wie die Besucherlenkung sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung der Strategie der GaPa Tourismus GmbH.

Garmisch-Partenkirchen als Heilklimatischer Kurort der Premium Class wird vom Team Gesundheit gestaltet, das Angebote für gesunden Urlaub und den Kurpark entwickelt, das Betriebliche Gesundheitsmanagement der GaPa Tourismus GmbH verantwortet und die Betreuung der Kurgäste sicherstellt.

Das Team Events entwickelt, organisiert und führt zahlreiche Veranstaltungen für Gäste und Einheimische durch und steht externen Veranstaltern mit Rat und Tat zur Seite.

Auch der Bereich Convention mit dem Kongresshaus als größte Infrastruktur der GaPa Tourismus GmbH gehört in diese Abteilung. Hier werden Veranstaltungen im Kongresshaus organisiert, technisch umgesetzt und vor Ort die Veranstalter individuell betreut - von der gesamten Veranstaltungstechnik über die Bestuhlung bis hin zur Reinigung und dem Einlassdienst.

Komplettiert wird die Abteilung und das Ressort Produktentwicklung durch den Bereich Sales, der schwerpunktmäßig das Auslandsmarketing verantwortet.

Besucherlenkung

Praxis statt Theorie und learning by doing - Es ist wunderbar, dass es so viele Menschen aus nah und fern in unser schönes Garmisch-Partenkirchen zieht. Zu einigen Zeiten stellt die Beliebtheit unserer Destination die Natur, Kapazitäten und somit auch die Infrastruktur vor Herausforderungen: Treffen Wochenende, Feiertage oder Ferienzeit und gutes Wetter aufeinander, kann es an einigen Ausflugszielen und Sehenswürdigkeiten, insbesondere den dazugehörigen Parkplätzen voller werden als gewohnt. Um unseren Gästen dennoch einen unbeschwerten Aufenthalt und unseren Einheimischen ihre gewohnte Routine erhalten zu können, sind wir der Herausforderung Besucherlenkung ganzheitlich angegangen. Nach der Recherche, erfolgten Absprachen auf Landkreisebene (ZugspitzRegion), denn nur gemeinsam kann langfristig eine Verbesserung geschaffen werden. Erste Schritte sind getan, die Weiterentwicklung des Konzeptes erfolgt während des Lernprozesses und Entstehen neuer Möglichkeiten und Technologien.

Dank der Förderung „Bayern fit für die Zukunft“ des bayerischen Wirtschaftsministeriums wurden im ersten Halbjahr die Maßnahmen zur Umsetzung der Besucherlenkung durchgeführt. Insgesamt konnten acht Parkplätze in Garmisch-Partenkirchen mit Zählsensorik ausgestattet werden: Eisstadion, Maximilianshöhe, Kongresshaus, Kreuzeck, Wank, Kainzenbad, Hausberg und Wittelsbacher Park. Gemeinsam mit dem Bauhof, den Gemeindewerken, Elektro Döllgast und der Lufthansa Industry Solutions wurde die Fördermaßnahme fristgerecht umgesetzt.

Neben dem Projektteam gilt besonderer Dank auch dem Tierheim Garmisch, der Gaststätte Almhütte, den Bayerischen Staatsforsten und der Bayerischen Zugspitzbahn für das gute Miteinander. Seit Juni 2023 können über eine Plattform die Daten der Auslastung der Parkplätze

erfasst werden. Direkt am ersten verlängerten Wochenende bestätigte das System die Vermutungen. Schon in der Früh war der Parkplatz Maximilianshöhe laut System drei Mal so hoch ausgelastet, wie die offizielle Anzahl an Stellplätzen hergibt. Dies war ein Indiz dafür, dass wieder in Wiesen, im Halteverbot die gesamte Zufahrtsstraße zugeparkt war. Bisher werden die Daten genutzt um sie zu interpretieren und Maßnahmen daraus abzuleiten. Ausgespielt werden die Daten im Ausflugsticker Bayern: Ausflugsziele in Bayern: Jetzt im aktuellen Ausflugsticker | Bayern. Mittels eines Ampelsystems können die Gäste sehen ob noch viele Kapazitäten vorhanden sind (grün), es sich füllt (gelb) oder bereits voll ist (rot).

Ab 2024 ist das System durch die Generation der Daten innerhalb eines Jahres in der Lage, Prognosen zu erstellen. Hier fallen nun auch andere Schnittstellen wie die Wettervorhersage sowie Veranstaltungsdaten hinein. Auch die Kommunikation wird in 2024 eine große Rolle spielen. Mittels Push-Benachrichtigungen sollen Alternativ Parkplätze angezeigt und somit die Überlastung spürbar verringert werden.

Team Gesundheit

Viele kennen noch das Gesundheits-Eck, das sich von 2013 bis 2021 im Gebäude der Tourist Information befand. Heute ist das Gesundheits-Team Teil der Abteilung Destinationsentwicklung und Infrastruktur. Doch was sich aus dem Kern der alten „Kur-Verwaltung“ entwickelt hat, wissen vielleicht nicht alle. Hier sitzt die geballte Kompetenz und Begeisterung für gesundes Leben! Bettina Plank, Simone Reiter und Lena Heller sprühen vor Energie und Ideenreichtum, Gästen, Einheimischen und den Mitarbeitenden der GaPa Tourismus GmbH das Besondere an unserem Heilklima erlebbar zu machen und somit einen entscheidenden Beitrag für die persönliche Gesundheit zu leisten.



Das GaPa Gesundheitsteam: Bettina Plank, Simone Reiter und Lena Heller (von links)

Heilklimatischer Kurort

Garmisch-Partenkirchen hat Seltenes zu bieten – klimatische Bedingungen, die wahre Wunder vollbringen können. Allergen-Armut, wenig Nebel, kaum schwüle Tage und eine außerordentlich hohe Luftqualität – die Klassifizierung als Heilklimatischer Kurort der Premium-Class ist mit der Erfüllung anspruchsvoller Qualitätsstandards verbunden. Im Dezember 2022 haben wir die Klassifikation „Premium Class“ bereits zum dritten Mal in Folge mit Auszeichnung erhalten.

Als heilklimatischer Kurort sind wir in Deutschland höchstprädikatisiert und stolz darauf auch diesen Titel tragen zu dürfen. Im Auftrag des Marktes hat die GaPa Tourismus GmbH in den letzten beiden Jahren den umfangreichen Prozess der Reprädikatisierung durchgeführt, zu dem wir alle 10 Jahre vom Ministerium aufgefordert werden. Unter anderem mussten verschiedene Gutachten zur Ortshygiene, der Infrastruktur, vor allem aber zum Bioklima und zur Luftqualität erstellt werden. Das medizinisch-wissenschaftliche Gutachten über die Heilanzeigen des Klimas stellte den Abschluss dar und dem Ort wurde die Prädikatisierung als heilklimatischer Kurort weiterhin empfohlen. Nun liegen alle Ergebnisse dem Ministerium vor und die GaPa Tourismus GmbH wartet gespannt auf eine Entscheidung.

Auch der Verband der heilklimatischen Kurorte weiß um die hervorragenden Bedingungen in Garmisch-Partenkirchen und bildet bereits zum zweiten Mal in Folge dort deutschlandweit seine Klimatherapeuten aus.

Weiterhin einzigartig ist unsere Kurform der heilklimatischen Bewegungstherapie, besser bekannt unter dem Namen „Wandern auf Rezept“, die es sonst nirgendwo in Deutschland gibt. Um diese Kurform bekannter und „jünger“ zu machen, hat das Team Gesundheit diese modernisiert und mit attraktiven Elementen, wie Waldbaden, Yoga oder Gipfelwanderungen aufgewertet. Die neue GaPa-Schnupperkur „Kurztrip ins Heilklima“ gibt einen Einblick in das Kurprogramm und wird individuell und passgenau auf jeden zugeschnitten.

Michael-Ende-Kurpark

Die Ausgangssituation war die Fragestellung, „Warum ist es sinnvoll, das Konzept für den Michael-Ende-Kurpark anzupassen?“ Der Fragestellung voraus gingen einige Punkte, die sich im Laufe der vergangenen Jahre herauskristallisiert haben. Die Grünanlagensatzung war veraltet und nicht mehr zeitgemäß und gleichzeitig haben sich die Zielgruppen verändert. Hier bestand die Notwendigkeit, den Kurpark in seinem Angebot abzuwandeln. Zudem sollten Angebote für Gäste und Einheimische gleichermaßen geschaffen werden. Ein Ziel, das sowohl die GaPa Tourismus GmbH als moderne DMO als auch der Markt Garmisch Partenkirchen, als zukunfts-trächtiger Ort, verfolgen.



Die neue Grünanlagensatzung: Jetzt darf man auch auf die Wiese.

Des Weiteren verlangten einige Stimmen aus der Bevölkerung danach, dass der Kurpark aktiver genutzt und familienfreundlicher werden soll. Dies ging unter anderem auch aus der von der GaPa Tourismus GmbH in 2021 durchgeführten Tourismusakzeptanz-Studie hervor. Zudem wünschten sich die Gärtner eine andere Nutzung, das GaPa Gesundheits-Team möchte das Thema Heilklima deutlicher in den Vordergrund rücken und die Arbeit des Sicherheitsdienstes sollte durch eindeutige Regeln erleichtert werden wie beispielsweise in Bezug auf die Grünanlagensatzung.

Aus dieser Ausgangssituation formulierte die GaPa Tourismus GmbH gemeinsam mit dem Rathaus und weiteren Experten konkrete Ziele, für deren Umsetzung ein stimmiges Konzept formuliert werden musste. Gemeinsam mit Vertretern verschiedener Interessensgruppen (Rathaus, Kultur, Gärtner, Bauhof, Phantastische Gesellschaft), sammelte die GaPa Tourismus GmbH Ideen und Vorschläge für ein Kurparkkonzept. Um diese zu bündeln, zu visualisieren und in einem stimmigen Gesamtkonzept zusammenzufassen, wurde vom Markt Garmisch-Partenkirchen eine Landschaftsarchitektin beauftragt, deren Planungsergebnis dem Bauausschuss vorgestellt und dort einstimmig beschlossen wurde.

Erste Umsetzungen aus dem Konzept werden bereits zum Frühjahr 2024 von der GaPa Tourismus GmbH umgesetzt. Hierzu zählen das Aufstellen von zwei ergonomischen Sonnenliegen sowie der Bau eines kleinen Slackline-Parcours im Bereich des Barfußpfades. Des Weiteren wurde ein Gradierwerk in Auftrag gegeben, das auf der Fläche des alten Schachbretts aufgestellt wird. Weitere Elemente des Konzepts werden vom Markt für ein Förderprogramm eingereicht und dann nach und nach ebenfalls realisiert.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Unsere Arbeitswelt verändert sich stetig. Erhöhtes Tempo, mehr Flexibilität, neue Aufgabebereiche und Digitalisierungsprozesse stellen nur einen Teil der Herausforderungen dar. Dazu gibt es immer weniger Fachkräfte und Arbeitgeber müssen sich sehr darum bemühen geeignetes Personal zu finden und dieses auch zu halten. Die GaPa Tourismus GmbH ist sich dieser Herausforderungen bewusst und stellt als moderner Arbeitgeber der gesamten Belegschaft ein umfangreiches Betriebliches Gesundheitsmanagement zur Verfügung. Bei dieser vielfältigen Aufgabe wird das Unternehmen von der AOK Bayern hervorragend unterstützt, wofür sich die GaPa Tourismus GmbH recht herzlich bedankt.



Stefan Schackmann, Direktionsleitung der AOK Garmisch-Partenkirchen mit Simone Reiter und Michael Gerber





Partnachklamm barrierefrei

Wildes und unbändiges Wasser - wer die Partnachklamm betritt, wird von ihrer Magie in den Bann gezogen und erlebt eine atemberaubende Naturgewalt, die mit allen Sinnen entdeckt werden kann. Finger ertasten die raue und zerklüftete Felsformation, Ohren nehmen das wild- rauschende Geräusch des Wassers auf, Augen erblicken das Lichterspiel der Sonne zwischen Partnach und Gestein und die Nase nimmt den frischen Geruch des Gebirgsflusses auf. Alle diese Eindrücke gemeinsam lassen das Gefühl entstehen, Teil dieses einzigartigen Naturschauspiels zu sein.

Die Partnachklamm ist tatsächlich ein Erlebnis für Alle. In Zusammenarbeit mit dem Gesundheits-Team und Rudi Achtnr, Abteilungsleiter Partnachklamm des Marktes Garmisch-Partenkirchen, entstand bereits Ende 2022 das gleichnamige Projekt „Partnachklamm für Alle“, das 2023 fortgesetzt wurde.

Von Juni bis Oktober 2023, an jedem ersten Donnerstag im Monat, konnten Erwachsene und Kinder mit körperlichen, kognitiven oder Mobilitätseinschränkungen an einer exklusiven Führung durch die Partnachklamm teilnehmen. Das Projekt war und ist ein voller Erfolg und wurde von Teilnehmerinnen und Teilnehmern unterschiedlicher Altersgruppen wahrgenommen.

„Diese einzigartigen Führungen sind etwas ganz besonderes. Die Freude und die Begeisterung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer war während der gesamten Wanderung durch die Klamm spürbar und zaubert mir immer wieder ein Lächeln auf die Lippen. Dieses Projekt mitgestalten zu dürfen, liegt mir sehr am Herzen. Ich wünsche mir, dass ALLE die Chance haben, das einzigartige Naturschauspiel unserer Partnachklamm einmal hautnah zu erleben.“ so Lena Heller vom Team Gesundheit. Auch 2024 soll das Projekt „Partnachklamm für Alle“ fortgeführt werden und wir freuen uns schon auf alle Besucherinnen und Besucher, die gemeinsam mit uns auf eine Entdeckungsreise durch die Partnachklamm kommen.

Team Events

Unsere Event-Kolleginnen Tina Langer, Susanne Sedlmayr und unsere Kollegen Hubert Stühler sowie Reinhold Bauer, genannt Mucki, arbeiten mit großer Kompetenz, viel Engagement und Herzblut daran, dass Garmisch-Partenkirchen als attraktiver Veranstaltungsort von Einheimische und Gäste wahrgenommen wird. Und das Aufgabenspektrum ist im Laufe der Jahre stark gewachsen. Sei es die organisatorische Unterstützung unserer Kooperationspartner, wenn diese Veranstaltungen vor Ort planen und durchführen, zum Beispiel beim Salomon Zugspitz Ultra Trail, der mittlerweile zum größten Trailrun-Event in Deutschland zählt oder die Konzertreihe „Musik im Park“, die Weiße Nacht der Werbegemeinschaft Garmischer Zentrum oder Wank Unplugged der Bayerischen Zugspitzbahn, um nur einige zu nennen. Da kann auch mal ein Baumaschinenschein für Radlader oder ein Staplerschein von Vorteil sein. Kenntnisse und Erfahrung mit der Versammlungsstättenverordnung sowie technisches Verständnis sind unerlässlich. Und da nicht immer alles klappt wie geplant, zählen Flexibilität und Stressresistenz zur Grundvoraussetzung eines „Eventlers“.

Ebenso gehört die Entwicklung eigener Veranstaltungen der GaPa Tourismus GmbH zum Aufgabenfeld des Ressorts Events. Grundsätzlich muss die Veranstaltung zum Ort passen und unsere Markenwerte stützen, für die Garmisch-Partenkirchen steht. Ganz wichtig ist dabei Nachhaltigkeit – nicht nur ökologisch, sondern auch sozial und ökonomisch gedacht. Regelmäßiger kreativer Austausch mit den Partnern im Ort und eine enge Abstimmung untereinander sind dabei sehr wichtig. Denn am Ende muss es auch für das Event-Team und die Partner im Ort umsetzbar sein.



Bild: Event-Team mit Reinhold Mucki Bauer, Susanne Sedlmayr, Hubert Stühler, Camilla Teichmann und Christina Langer

AlpenFestival

10.000 Besucher, 50 Touren und ein großartiges Wochenende mit einer unfassbar guten Stimmung! Das war das AlpenFestival 2023.

Nach langer Pause konnte endlich wieder getestet werden, was das Zeug hält! Vom 03. – 06. August verwandelte sich das Skistadion zum Dreh- und Angelpunkt für Outdoor-Enthusiasten, Bergliebhaber, Genießer, Familien und alle, die einfach nur mal AlpenFestival Luft schnuppern



wollten. Verschiedenste Touren in den Bereichen Bergsteigen, Klettern, Bike und Wassersport begeisterten trotz bescheidenem Wetter die Teilnehmer des Festivals. Wie die Jahre zuvor war Sport Conrad und über 15 Aussteller vor Ort und beratenen und baten ihr neuestes Equipment zum Testen und Kaufen an.

Der Spirit des AlpenFestivals kam wieder zum Vorschein und das gesamte Team und alle Beteiligten waren mit Herzblut dabei und freuten sich über eine gelungene Veranstaltung. Die Planung für 2024 laufen bereits!

Winter im Park



Am 25. Dezember fiel der Startschuss für die erste Auflage von Winter im Park im Michael-Ende-Kurpark und verlängerte die Weihnachtsstimmung in das neue Jahr hinein. Für Gäste und Einheimische wurde der Park lichtvoll mit Heimattieren und beleuchteten Bäumen inszeniert und lud zum Verweilen ein. Knapp 5.400 Besucher flanierten durch den Park und kamen in den Genuss des kulinarisch vielfältigen Angebotes.

Vom 27. Dezember 2023 bis 7. Januar 2024 fand Winter im Park erneut statt. Dieses Mal mit einem erweiterten Angebot, einem speziellen Kinderprogramm und vielen zusätzlichen Highlights..

GaPa Trail

Am 29.04. fiel der Startschuss für das neu geschaffene Trailrunning Event für Alle – der GaPa Trail. Es war eine gelungene Premiere im Olympia Skistadion, die Klein und Groß zum Laufen begeisterte. Verschieden Distanzen und Varianten ermöglichten, dass nicht nur Profi-Läufer,



sondern auch Gelegenheitsläufer, Anfänger und Genießer auf ihre Kosten kamen.

Besonders gut wurden auch die Wander-Strecken angenommen, welche ohne Zeitnahme stattfand und an den einzelnen Genuss-Stationen zum Verweilen einlud.

ALPIN Putz Blitz Aktion

Am 7. Oktober wurde im Kreuzeck- und Eibsee Gebiet „geputzt“. Mit rund 70 Teilnehmern sammelte GaPa Tourismus und das Alpin Magazin bereits zum dritten Mal Müll in den Bergen. Das Tagesziel war klar: Nämlich so viel Müll und Unrat einzusammeln, wie nur irgendwie möglich. Die Funde waren oftmals echt schräg von Autoreifen bis hin zur Kaffeemaschine war alles dabei. Am Ende des Tages kam ein großer Berg Müll zusammen, welcher achtlos zwischen Bäume und Felsen weggeworfen wurde. Eine tolle gemeinsame Aktion, welche für ein eigentlich ein ganz selbstverständliches Verhalten sensibilisieren soll.

Ressort Sales

Basierend auf unserer Marktanalyse 2022 wurden folgende internationale Kernmärkte für die aktive Bearbeitung in 2023 festgelegt:

Dabei erfolgte die Budgetaufteilung für die Bearbeitung der Märkte folgendermaßen:

A-Märkte 50%

B-Märkte 30%

C-Märkte 20%

A-Märkte Nordamerika Benelux Schweiz / Österreich
B-Märkte Frankreich Skandinavien Großbritannien Spanien
C-Märkte Polen / Tschechien Italien Brasilien

Die Bearbeitung erfolgte durch folgende Maßnahmen im Jahr 2023, um dadurch für 2024 die Übernachtungszahlen der genannten Quellmärkte zu erhöhen. Es wurde ein Mix aus B2B, B2C und Presse Aktivitäten gewählt, um über verschiedene Kanäle die relevante Zielgruppe zu erreichen:

Leisure Sales & Marketing B2B

Messen / Workshops

ITB Berlin

German Travel Market der DZT in Essen
(über 40 Meetings mit internationalen Reiseveranstaltern)

DZT Deutschland Workshop Schweiz
(über 10 Meetings mit Schweizer Reiseveranstaltern)

BayTM Bavaria Workshop Regensburg
(über 15 Meetings mit internationalen Reiseveranstaltern)

Webinare

in Kooperation mit der DZT am 12. September für den US-Markt mit über 70 Teilnehmern



Kooperationen

Profipartner der BayTM Bavarian Connection USA
inkludiert verschiedene Maßnahmen wie

- US Trade Newsletter
- B2B Trade Shows
- B2B Webinare
- Fam Trips



Leisure Sales & Marketing B2C

Newsletter

in Kooperation mit Maison de la Montagne für Belgien und Luxemburg

Crossmarketing

Social Media Kampagne (Facebook & Newsletter) für Belgien im Juni

Public Relations

Kooperationen

zwei verschiedene Anzeigen in der National Geographic Traveller Food UK von September 2023 bis Februar 2024



Team Convention & Infrastruktur

Das Team von Convention & Infrastruktur betreut die Kongress-, Tagungs- und Veranstaltungskunden im Kongresshaus. 2023 fanden zum 10. Mal die Kindernotfalltage in Zusammenarbeit mit der Lücke Kongresse GmbH, einem langjährigen Partner von GaPa Convention, statt. Vor allem die Golden Party hat den Glanz des 10-jährigen Bestehens voll und ganz zum Ausdruck gebracht. Die weiteren Belegungen des Hauses bestanden mehrheitlich aus Kulturveranstaltungen wie Konzerten, Gastspielen und größeren Festlichkeiten.

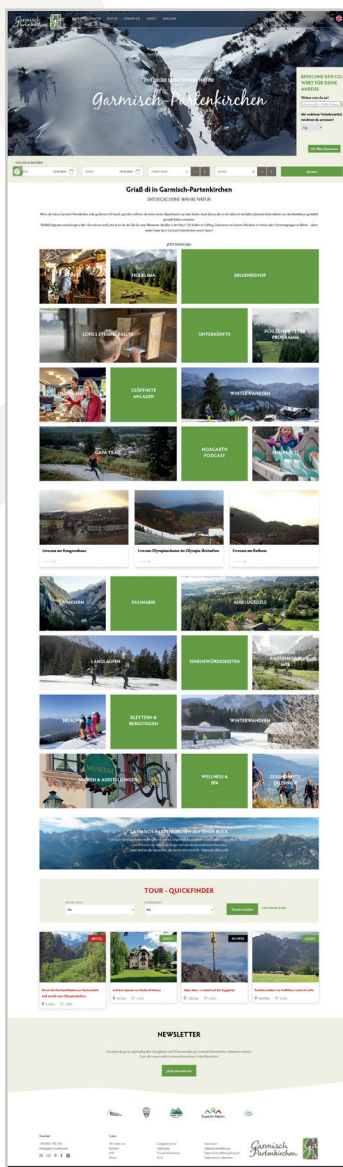
Kommunikation



Die Abteilung Kommunikation kümmert sich unter der Leitung von Stephanie Fichtl um sämtliche Kommunikationsmaßnahmen und -kanäle in den Bereichen Online Marketing, Pressearbeit und klassisches Marketing - digital wie ganz klassisch auf Papier und persönlich in den Bereichen B2C und B2B.

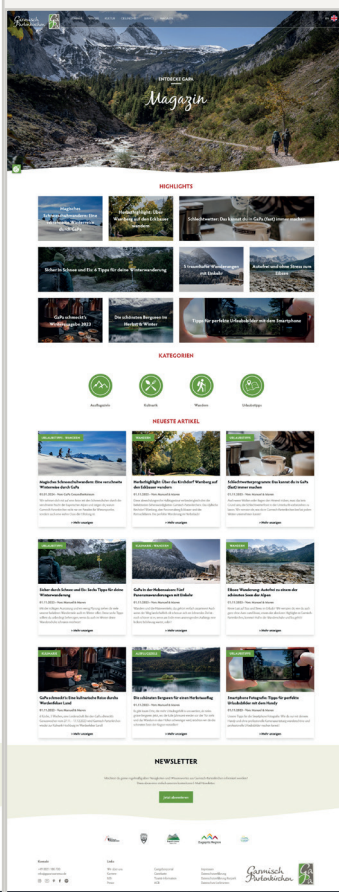
Hier werden Journalisten, Blogger und Influencer betreut, ein enger Kontakt mit den Medien und vor allem auch der Lokalpresse gehalten, sämtliche Drucksachen wie Broschüren, Plakate, Merchandise-Artikel und Banner entworfen, gestaltet und produziert. Im Online-Bereich wird als zentrales Medium die Website ständig weiterentwickelt und gepflegt, die social media Kanäle bespielt, die Newsletter erstellt und über die Online-Marketing-Maßnahmen kontinuierlich und zielgerichtet Angebote und Events beworben, Gäste für Urlaub in Garmisch-Partenkirchen gewonnen und durch spezielle ergänzende Maßnahmen zu Stammgästen gemacht.

Neben den täglichen Kommunikationsmaßnahmen waren in 2023 einige Projekte besonders herausfordernd und erfolgreich:



Website Relaunch

Ein Meilenstein stellte der Relaunch der Website gapa-tourismus.de in 2023 dar. Die Website wurde aufgrund eines geplanten Technik-Update komplett überarbeitet. Hierbei wurde Wert auf eine vereinfachte Nutzerführung, einheitliche Bildsprache (GaPa Look & Feel) sowie die Aktualisierung der Texte und Informationen



vorgenommen. Zudem kamen neue Instrumente wie SEO-Integration dazu. Des Weiteren wird gerade an einer Strategie für die Website der Zukunft gearbeitet, um diese dynamisch und perfekt für den Gast aufzustellen.

Mit der Umsetzung der neuen Website wurde auch ein weiteres Content-Marketing Instrument der Blog, das „GaPa Magazin“, umgesetzt. Hier werden spannende oder aktuelle Themen zu Events und den Projekten wie auch Sommer- und Wintergeschichten informativ und unterhaltsam zugleich aufbereitet veröffentlicht.

ClimatePartner Widget

Auf der Website wurde in Zusammenarbeit mit Team Gesundheit ein CO2-Widget implementiert, um interessierten Gästen die Möglichkeit zu geben, ihren CO2-Fußabdruck für die Anreise mit dem Verkehrsmittel ihrer Wahl messen zu lassen.



GaPa schmeckt's Kampagne

Für das Kulinarik-Angebot im März und November/Dezember mit ausgewählten Restaurants und Köchen in Garmisch-Partenkirchen „GaPa schmeckt's“ wurde eine spezielle Kampagne für Social Media konzipiert, online gestellt und laufend optimiert, um somit erfolgreich die Buchungen bei den Partnerbetrieben zu unterstützen.

Ziel der Kampagne war es, den Bekanntheitsgrad der Veranstaltungsreihe zu steigern und neue zusätzliche Gäste dafür zu gewinnen. Zudem unterstützten Anzeigen, Plakate, Ortsteingangswerbung, Fähnchen in der Fußgängerzone und vieles mehr. Eine witzige redaktionelle Kooperation ergab sich mit der Süddeutschen Zeitung, bei der die Redakteurin den Produkttest „Handrührgerät“ mit der Küchenchefin vom 4Eck (GaPa schmeckt's Partner) Johanna Schaaf durchführte und veröffentlichte.

Richard-Strauss-Tage & Zugspitz Ultratrail

Eine besonders reizvolle Herausforderung stellte in 2023 die Termingleichheit der Richard-Strauss-Tage und des Zugspitz Ultratrails statt. Beide Veranstaltungen wurden in den jeweiligen Zielgruppen stringend beworben. Als ausgefallene Aktion vor Ort in Garmisch-Partenkirchen wurden über die Ortseingangstafeln, Plakate, Anzeigen und weitere Kanäle die Gemeinsamkeit dieser auf den ersten Blick doch so unterschiedlichen Veranstaltungen ins Rampenlicht gestellt: Sowohl die Künstler als auch die Sportler verbindet eine große Leidenschaft und Spitzenniveau für ihre jeweilige Sparte. Daraus wurde das aufmerksamkeitsstarkes, sympathisches Motiv entwickelt „Leidenschaft verbindet“.





AlpenFestival

Das AlpenFestival ging 2023 nach der coronabedingten Zwangspause endlich wieder an den Start. Hierfür wurden alle Kommunikationsmöglichkeiten genutzt, um diese beliebte und erfolgreiche Veranstaltung bestmöglich zu unterstützen.

Neben der Erstellung der Werbemittel wie Banner, Beachflags, Plakaten, Ortseingangstafeln, Fähnchen in der Fußgängerzone, Anzeigen und Flyern wurde auch die Fachpresse mit Pressemeldungen und Berichterstattung versorgt. Eine Radiokampagne in Südbayern unterstützte die Kommunikationsmaßnahmen.

Das Online-Marketing wurde umfangreich aufgestellt: Eine große Social Media Kampagne wurde ausgerollt. Ein individueller Redaktionsplan für den Kanal „alpentestival“ wurde erstellt und auf Instagram und Facebook kontinuierlich gepostet und für Aktion mit den Followern gesorgt. Während des AlpenFestivals wurde live und vor Ort Content-Material geschootet und direkt gepostet.

Heilklima - „Kur modern“

Das neue gesunde Urlaubsangebot, in dem das Team Gesundheit die Elemente aus der Heilklimatischen Kur auch für kürzere Aufenthalte zusammengestellt hat, wurde mit redaktionellen Beiträgen und einer großen Berichterstattung im Nachhaltigkeitsmagazin „mint“ unterstützt.

Für alle Kommunikationsmaßnahmen wurde neues Bildmaterial mit frischem, jungen Look benötigt. Dafür wurde im Sommer ein in großes Fotoshooting durchgeführt, um die typischen Motive für Heilklimatherapeutische Angebote, die „Kur modern“ sowie Bildmaterial rund um die gesunden Urlaubsaktivitäten zu produzieren.



Loisls Stempelrallye

Für das Familienangebot „Loisls Stempelrallye“, das mit den Schülern der Gröbenschule erstellt wurde, bekam 2023 ein neu aufgelegtes Stempelhefte. Für neues Bildmaterial wurde ein Fotoshooting durchgeführt. Neben dem Stempelheft wurden die neuen Motive auch zur Bewerbung des Angebots für Familien auf Social Media und der Website verwendet.

Gäste- und Gastgeber-Newsletter

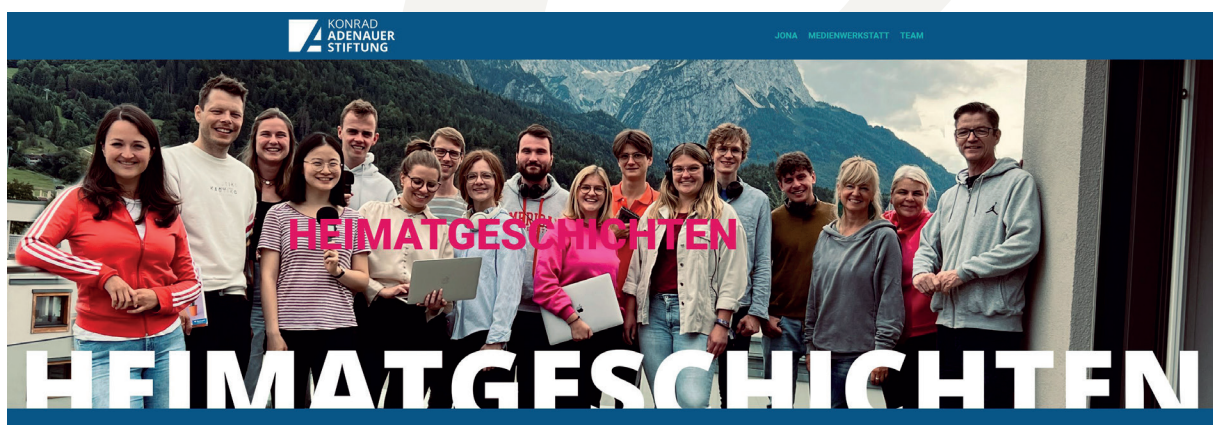
Einmal im Monat geht der GästeneNewsletter mit ort- und urlaubsrelevanten Themen an über 20.000 nationale und internationale Gäste. Der GästeneNewsletter macht dem Gast Lust auf Urlaub in Garmisch-Partenkirchen und gibt Infos zu Veranstaltungen, aktuellen Themen und gibt inspirierende Tipps für den nächsten Urlaub. Ein gern gelesener „Gruß aus der Urlaubs-Heimat“ unserer Gäste - ein bewährtes Instrument zur Kundenbindung.

Das Online-Team verschickt in Zusammenarbeit mit dem Partnerservice ebenfalls einmal im Monat einen Newsletter an die Gastgeber. Alle für Gastgeber relevanten Neuigkeiten von der GaPa Tourismus GmbH, aus der Branche und dem Beherbergungsbereich werden hier monatlich zusammengetragen und aufbereitet. Er ist als ergänzender Service zum Gastgeberportal auf der Website gapa-tourismus.de konzipiert. Das Gastgeberportal bietet neben aktuellen Infos auch zahlreiche Formulare für die Gastgeber, Fortbildungsangebote der Verbände und viele weitere nützliche Informationen.



Abschlussseminar Konrad-Adenauer-Stiftung für Nachwuchsjournalisten

Vom 31.07. bis 06.08.2023 durften wir 12 Nachwuchsjournalisten und -journalistinnen der Konrad-Adenauer-Stiftung zu ihrem Abschlussseminar in Garmisch-Partenkirchen begrüßen. Aufgabenstellung der Abschlussarbeit nach fünfjähriger Ausbildung und Grund der Recherche vor Ort war eine sechsteilige Podcastreihe zum Thema „Heimat – als Ort und als Gefühl“. Die GaPa Tourismus GmbH unterstützte die Stipendiaten und Stipendiatinnen bei der Recherche und vermittelte Kontakte zu den jeweiligen themenrelevanten Ansprechpartnern. Das Ergebnis: Eine hörenswerte Reihe, in der den verschiedenen Facetten des Heimatgefühls der einheimischen Bevölkerung nachgespürt wird. Heimatgeschichten - Das Journalismus Stipendium (das-journalismus-stipendium.de).



Kritisch Reisen „Albtraum Alpen?“

Kritische Fragen nicht nur aufwerfen sondern auch kompetente, erklärende Antworten und Lösungsvorschläge zulassen. Das war der Anspruch des mehrfach ausgezeichneten Journalisten Marko Rössler, der im Sommer 2023 für die WDR-Fernsehredaktion „Die Story – Kritisch reisen“ vor Ort recherchierte und produzierte. Unterstützt wurde er bei der Vorrecherche, der Organisation der Dreharbeiten und während des Drehs in Garmisch-Partenkirchen durch das Team Kommunikation. Nachdenklich und sehenswert. die story: Kritisch Reisen: Alptraum Alpen? | ARD Mediathek



GaPa kocht-Kalender

Ein besonders feines Gemeinschaftsprojekt in 2023 war der GaPa kocht-Kalender. Vom Gesundheits-Team initiiert mit Rezepten von Einheimischen und den GaPa kocht-Köchen, die vom Event-Team betreut werden, wurde ein immerwährender Kalender erstellt.

GaPa schmeckt's-Koch Christian Neuroth vom Gasthof Pflegersee hat alle Rezepte für das Fotoshooting nachgekocht und Marc Gilsdorf hat sie professionell bildlich in Szene gesetzt.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Ein schön gestalteter Kalender mit Holzkochlöffel und einem individuell abgestimmten Kräutersalz vom Wildkräuter-Erlebnis-Haus aus Partenkirchen, der im GaPa Shop erworben werden kann.



Das Kommunikationsteam v. l. n. r. Vivian Gerscht (Online Marketing), Kathrin Richter (Content Marketing und Social Media), Elisabeth Brück (PR), Sabina Ladecka (Grafik & Design), Stephanie Fichtl (Abteilungsleiterin), Elisabeth Schwind (Grafik & Design) und Martina Benedikt (PR).

Qualitätsmanagement & IT



Bei der GaPa Tourismus GmbH sind 81 Mitarbeitende mit 44 unterschiedlichen Stellenprofilen beschäftigt. Das zeigt eine große Vielfalt an verschiedenen Aufgaben.

Für eine reibungslose Zusammenarbeit ist es für alle wichtig, die Zusammenhänge und unterschiedlichen Arbeitsbereiche zu kennen. Auch was bei der Kommunikation mit Kunden, Partnerbetrieben sowie intern zu beachten ist. Dafür sorgt das Qualitätsmanagement.

Die zur Umsetzung dieser Abläufe benötigte digitale Infrastruktur wird durch das Ressort IT gestellt.

Qualitätsmanagement (QM)

Im Jahr 2023 jährt sich erstmalig das, nach ISO 9001:2015 zertifizierte QM System der GaPa Tourismus GmbH. Die Arbeit „nach System“ hat sich weiter etabliert und verbindet nun abteilungsübergreifend Mitarbeitende die neu hinzukommen mit denen, die schon lange im Betrieb arbeiten.

Erfassung von ca. 700 gelenkten Dokumenten:

Im vergangenen Jahr wurde intensiv daran gearbeitet, die Arbeitsdokumente, wie z. B. Formulare und Anweisungen sowie auch Arbeitsabläufe systematisch zu erfassen. Diese „Bestandsaufnahme der Arbeit“ wird kontinuierlich aktuell gehalten. Erfahrene Kolleginnen und Kollegen bringen ihr Wissen in die dokumentierten Prozesse ein, nach denen die neuen Teammitglieder eingearbeitet werden.

Diese einheitlichen Vorgaben verhindern, dass falsche bzw. alte Dokumente verwendet werden. Zudem werden dadurch bewährte Arbeitsvorlagen aus den unterschiedlichen Fachbereichen der Allgemeinheit zur Verfügung gestellt.

Die Beschreibung von Arbeitsabläufen hilft nicht nur neuen Mitarbeitenden bei der Einarbeitung, sie zeigt auch auf, wo ggf. Doppelarbeit geleistet wird oder Gefahren für Fehlerquellen sind. Zudem wird die Einhaltung von rechtlichen Vorgaben in den Prozessen berücksichtigt und dadurch sicher gestellt.

Mit der Implementierung eines digitalen Dokumentenmanagementsystems wurde im 4. Quartal 2023 begonnen.

Monatliche abteilungsübergreifende Zusammenarbeit im Q-Zirkel:

Bei diesem Arbeitskreis kommen 13 Vertreterinnen und Vertreter aus den verschiedenen Fachbereichen zusammen, um Schnittstellen bei abteilungsübergreifender Arbeit zu regeln, Herausforderungen bei der Optimierung und Dokumentation von Arbeitsabläufen zu besprechen und gemeinsame Lösungen zu finden. Dieser regelmäßige Austausch hat die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen verbessert und zu einer stärkeren Integration der Teams geführt.

Kontinuierliche Verbesserung:

Das Qualitätsmanagementsystem fördert eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung. Durch die regelmäßige Überprüfung der Prozesse, das Sammeln von Feedback von Kundinnen und Kunden sowie von Mitarbeitenden wie auch die Durchführung interner Audits werden

Verbesserungspotenziale identifiziert und Maßnahmen zur Optimierung der Leistungen umgesetzt. Neu etabliert wurde das digitale Meldetool „Mein Vorschlag“, das gerne von allen Mitarbeitenden genutzt wird. Um die Bearbeitung dieser Vorschläge kümmert sich das QM Team.

Informationstechnik (IT)

IT Infrastruktur:

Die wohl wichtigste Aufgabe die mit der in 2021 begonnenen Netzwerktrennung vom Rathaus einher ging, war der Aufbau einer komplett eigenständigen IT Infrastruktur, die allen Anforderungen des Betriebs gerecht wird.

Zur technischen Realisierung wurde ein Server angeschafft, der zentral das Arbeiten in den Gebäuden der GaPa Tourismus GmbH und der GaPa Kultur ermöglicht. Dazu gehören derzeit das Kongresshaus mit Verwaltung, der Container der Tourist Information, das Kurhaus, die Tourist Information am Olympia Skistadion und das Richard-Strauss-Institut.

Zwei verbleibende Servermigrationen für die Fachprogramme Bankett Profi (Convention) und die zentrale Schlüsselverwaltung (DOM) stehen für 2024 an.

Einrichtung eines Anfragekanals für IT Dienstleistungen und Infrastruktur:

Mit der Einführung eines sog. „Ticketsystems“ werden Anfragen an den IT Support gestellt, Hilfeartikel erstellt sowie Bestellungen von Hard – und Softwarezugängen getätigt. Dieses System hat sich gut etabliert und wird kontinuierlich durch Hilfeartikel ausgebaut, damit sich die Mitarbeitenden bei wiederkehrenden Problemen selbst helfen können. Dieses Jahr konnten im Ticketsystem bereits über 500 Tickets gelöst und knapp 200 Hilfeartikel erstellt werden.

IT Infrastruktur für die Tourist Information:

Das Team der IT sind auch in die Planungen der neuen Tourist Information involviert, damit die stetig wachsenden Anforderungen an die digitalen Arbeitsplätze nachhaltig geplant und umgesetzt werden können.

Informationssicherheit:

Neu in 2023 ist eine Leitlinie für Informationssicherheit, die die Mitverantwortung der Mitarbeitenden für die Sicherheit der Informationen, Geschäftsprozesse und IT-Systeme gewährleistet. Mit der Umsetzung der Vorgaben dieser Leitlinie wurde bereits begonnen, die komplette Implementierung wird voraussichtlich Ende 2024 abgeschlossen sein.

Insgesamt konnte in den neu aufgebauten Bereichen QM und IT die Effizienz gesteigert, die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit verbessert und die Qualität der Dienstleistungen weiterentwickelt werden. Die stetige Verbesserung der Kundenzufriedenheit in allen Bereichen ist eine Hauptaufgabe, der die Teams QM und IT aus Überzeugung nachkommen.



Das Team IT und QM mit Marc Hohenleitner, Pascal Jarzyk, Michael Schweiger (hinten) und Nicola Rauscher und Iris Schubert: Erst mal „über den Tellerrand schauen“ um dann die Abteilungsziele zu besprechen. Der Besuch im Schneefarnhaus auf der Zugspitze lieferte dafür Inspirationen.

Kaufmännischer Bereich



Allgemeines

Das vierte Geschäftsjahr war vorrangig geprägt durch die anhaltende Klärung der (steuer-) rechtlichen Rahmenbedingungen der unternehmerischen Geschäftstätigkeit, zahlreiche externe Prüfungen sowie laufende operative Tätigkeiten. Die Trennung der Bereiche DAWI (Daseinsvorsorge) und wirtschaftlicher Bereich erfolgt in der Finanzbuchhaltung im Rahmen einer mehrstufigen Kostenstellenrechnung, zu der inzwischen alle Abteilungsleitungen Zugang haben.

Mitarbeitende

Die GaPa Tourismus GmbH weist für 2023 laut Wirtschaftsplan 80 Mitarbeiter (59,4 Vollzeit-äquivalente) und eine Geschäftsführerstelle aus. Zum 30.09.2023 beschäftigt die Gesellschaft 78 Mitarbeitende (58,16 Vollzeitäquivalente) zzgl. Geschäftsführer.

Die Mitarbeitenden gliedern sich in ein Geschäftsführer, 37 Mitarbeitende in Vollzeit, 30 Mitarbeitende in Teilzeit, neun geringfügig Beschäftigte, eine Auszubildende, eine Mitarbeiterin in Elternzeit sowie ein Mitarbeiter in der Freistellungsphase der Altersteilzeit.

Drei Mitarbeitende sind befristet beschäftigt, 76 Mitarbeitende unbefristet. Die befristeten Verträge von zwei Mitarbeitenden laufen 2023 aus. Sechs Mitarbeitende haben das Unternehmen 2023 verlassen, davon schieden zwei Mitarbeitende altersbedingt aus. Acht Mitarbeitende kamen dazu. Zum 30.09.2023 sind zwei Stellen unbesetzt.

Die Krankheitsquote liegt im Unternehmen bei 7,58% (Vorjahr 9,95%).

Der Altersdurchschnitt der Mitarbeitenden liegt bei 46,2 Jahren. Der Altersdurchschnitt der 22 männlichen Arbeitnehmer liegt bei 51,86 Jahren, der Altersdurchschnitt der 57 weiblichen Arbeitnehmerinnen liegt bei 44,02 Jahren. Im Jahr 2023 wird noch eine Mitarbeitende rentenbedingt aus dem Unternehmen ausscheiden.

Abteilung Kaufmännische Leitung

Die gesamte administrative Software wurde Anfang 2022 auf Cloudbasierte Versionen umgestellt. Eine Vielzahl von Prozessen im Bereich Rechnungswesen wurden digitalisiert, elektronische Rechnungsfreigaben und ein digitales Dokumentenmanagementsystem wurden implementiert. Digitale Schnittstellen zwischen den zuliefernden Systemen (z.B. Feratel, Kassensysteme, Online-Zahlungssysteme) wurden eingeführt.

Die systematische digitale Erfassung der ca. 1.500 bestehenden Verträge des Unternehmens wurde im September 2023 abgeschlossen. Ein Dokumentenmanagementsystem mit Vertragsverwaltung wurde eingeführt.

Anfang 2023 wurde erstmals der Jahresabschluss der Gesellschaft für 2022 nicht durch eine Steuerkanzlei, sondern durch eigene Mitarbeitende erstellt. Der Jahresabschluss und drei Verwendungsnachweise wurden für die GaPa Kultur gGmbH erstellt.

Seit Februar 2023 läuft eine Betriebsprüfung des Finanzamts Garmisch-Partenkirchen für den Zeitraum 2018 bis 2020.

Im März fand eine Prüfung der Sozialversicherung für den Zeitraum seit Unternehmensgründung bis Ende 2022 statt.

Ebenfalls im März konnte eine Überprüfung durch die Berufsgenossenschaft (KUVB) erfolgreich absolviert werden.

Beide Jahresabschlüsse wurden durch Wirtschaftsprüfungsgesellschaften im Mai und Juni 2023 geprüft.

Im Juli 2023 fand eine Prüfung des Rechnungsprüfungsamts für die GaPa Kultur gGmbH für den Zeitraum 2021 bis 2023 statt.

Ebenfalls im Juli 2023 kündigte sich das Finanzamt Garmisch-Partenkirchen für den Zeitraum 01.04.2019 bis 30.06.2023 zur Lohnsteueraußenprüfung an.

Im September hat die Agentur für Arbeit die Abrechnung der Kurzarbeit im Zeitraum 2020 bis Ende 2022 geprüft.

Ende Oktober hat der Bayerische Kommunale Prüfungsverband im Rahmen der überörtlichen Prüfung des Marktes Garmisch-Partenkirchen auch die GaPa Tourismus GmbH geprüft.

Alle Prüfungen konnten ohne eine einzige Beanstandung erfolgreich abgeschlossen werden.

Im Personalbereich wurden 2023 alle Personalakten digitalisiert, alle Prozesse im Mitarbeiter-Life-Cycle wurden an einheitliche Standards angepasst. Die Mitarbeitenden erhalten die Gehaltsabrechnung inzwischen – auf Wunsch - digital.

46 Stellenbeschreibungen wurden bis August 2023 überarbeitet.

Zum Datenschutz wurden drei interne Schulungen innerhalb der Abteilung durchgeführt. Der Beschäftigtendatenschutz wurde klarer strukturiert und für alle Mitarbeitenden kommuniziert.

Bis Ende 2023 wurden alle vom Markt Garmisch-Partenkirchen übernommenen Dienstvereinbarungen überarbeitet und mit dem Betriebsrat abgestimmt.

Die Meldestelle gemäß Hinweisgeberschutzgesetz wurde zum 17.12.2023 eingerichtet und für 2024 ist ein neuer Datenschutzbeauftragter für die GaPa Tourismus GmbH beauftragt.

Bis Jahresende 2023 wurden zudem die innerbetrieblichen Strukturen geschaffen, um den Anforderungen des Plattformen-Steuertransparenzgesetz (PStTG) gerecht zu werden. Dazu fanden mehrere Schulungen statt und ein innerbetrieblicher Arbeitskreis wurde dazu etabliert.

Im Kaufmännischen Bereich sind aktuell vier Mitarbeiterinnen einschließlich Abteilungsleitung beschäftigt, (3,76 VZÄ).

Jahresabschluss & Bilanz 2022

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

D. Rechnungsabgrenzungsposten

Bilanzsumme, Summe Passiva

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die von der GaPa Tourismus GmbH erzielten Erträge für das Jahr 2022 gliedern sich wie folgt:

Convention

Gästeservice

Gesundheitsangebote

Kommunikation

Kultur

Veranstaltungen

Verwaltung

Gesamt

<u>31.12.2022</u>	<u>31.12.2021</u>
12.520,00	21.409,00
96.573,00	128.520,00
6.500,00	6.500,00
9.444,93	36.830,30
117.678,31	404.753,03
5.605.420,93	3.350.198,79
36.693,77	138.554,46
5.884.830,94	4.086.765,58

50.000,00	50.000,00
3.871.496,10	5.280.113,27
0,00	698,38
1.187.759,41	2.603.156,53
208.410,04	177.026,72
2.941.885,89	1.183.480,50
798,32	0,00
5.884.830,94	4.086.765,58

1.274.261,42
1.788.862,02
210.501,58
402.478,57
20.000,00
2.171.712,32
24.505,88
5.892.321,79

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