

**FLACHAU**

# Geschäftsbericht 2017

*Schwung erhalten – nächste Schritte verwirklichen.*





# ***Geschäftsbericht 2017***

TVB Gremien & MitarbeiterInnen . . . . .	4
Beitrag Obmann und Geschäftsführung . . . . .	5
Gastbeitrag: Ohne Leistung keine Marke . . . . .	6
Marke Flachau: Aktuelle Maßnahmen . . . . .	8
Zahlen, Daten . . . . .	22
Jahresabschluss 2017 . . . . .	24

# TVB Gremien MitarbeiterInnen

## Vorstand

Eugen Fischbacher | Obmann  
Georg Lackner | Obmann Stellvertreter  
Wilfried Hartl sen. | Finanzreferent  
KommR. Ernst Brandstätter  
Bgm. Thomas Oberreiter

## Ausschuss

Hannes Fischbacher  
Theresia Harml  
Josef Mooslechner  
Johannes Oberauer  
Margaretha Oberreiter  
Matthias Pichler  
Rupert Pichler  
Mag. Maria Theresia Schmid-Harml  
Josef Weitgasser  
Thomas Weitgasser

## Finanzkontrollausschuss

Reg.Rat Rudolf Weitgasser | Vorsitzender  
Herbert Huber  
Erich Tiefenthaler

## Tourismusbüro

Mag. Andreas Fischbacher | Geschäftsführung  
Peter Oberreiter | Büroleitung, Administration, Mitgliedermanagement  
Cornelia Angermann | Gästebetreuung, Vermieterservice, Deskline-Administration  
Verena Buchsteiner | Grafik, Online  
Barbara Gföller | Gästebetreuung, Vermieterservice  
Roswitha Granigg | Raumpflege  
Elisabeth Hartl | Marketing & PR, Online, Content-Management  
Fabia Marie Huber | Gästebetreuung, Vermieterservice, Sport- & Aktivzentrum  
Simone Kaswurm | Gästebetreuung, Vermieterservice, Deskline-Administration  
Simone Presslauer | Gästebetreuung, Vermieterservice  
Cornelia Rettenwender | Administration, Gästebetreuung, Sport- & Aktivzentrum  
Mag. (FH) Elisabeth Scharfetter | Marketing & PR, Assistenz der Geschäftsführung  
Roswitha Schnell | Gästebetreuung, Buchhaltung  
Martin Stifter | Events & Messen, Content- und Projekt-Management



## Mit Erfolg an morgen denken

Der Wettbewerb am Markt für Urlaub und Freizeit ist intensiv, weil es – aus Sicht des Gastes – eine Vielzahl ähnlicher Angebote gibt. Zudem hat er durch Online-Portale, Bewertungen sowie Social Media viele Informationen zur Verfügung und kann jederzeit spontan buchen. Das steigert nochmals die Intensität des Wettbewerbs. In Flachau dürfen wir daher zu Recht stolz darauf sein, dass wir in den letzten Jahren eine deutlich überdurchschnittliche Steigerung der Nächtigungen erreichen konnten (siehe Seite 23). Auch 2017 war wieder ein sehr gutes Tourismusjahr für Flachau.

Diese Erfolge waren nur möglich, weil wir stets bestrebt sind, uns auf Veränderungen und auf neue Anforderungen am Tourismus- und Freizeitmarkt einzulassen. Und weil wir unsere Antworten darauf gefunden haben: Flachau als Marke, Weiterentwicklung des Winter-Angebots, Ausbau des Sommer-Angebots und die gute Zusammenarbeit aller Leistungsträger im Ort haben Flachau zu einer führenden Urlaubs-Destination gemacht. Wir haben (uns) damit neuerlich bewiesen: Wenn wir Veränderungen als Chancen sehen, haben wir die Möglichkeit, besser und stärker zu werden. Darin haben wir nie nachgelassen – und das sollten wir auch jetzt nicht.

Denn gerade in Zeiten des Erfolgs ist der Blick nach vorn besonders wichtig. Daher werden wir uns den Schwung erhalten, der in den letzten Jahren entstanden ist – mit neuen Projekten, die wir starten und konsequent ins Ziel bringen. Denn sie sind die Voraussetzung dafür, dass unser Angebot und die Marke Flachau kontinuierlich an Substanz und Attraktivität gewinnen.

So eröffnen wir am 7. Juli den Stoneman Taurista, ein außergewöhnliches Mountainbike-Erlebnis, das unsere Bike-Kompetenz und unseren Qualitätsanspruch perfekt zum Ausdruck bringt (siehe Seite 18). Ein weiterer Impuls für den Sommer ist die Ausweitung des Liftbetriebs der Bergbahnen Flachau. Für den Winter wird die Liftverbindung zwischen Snow Space Salzburg und Shuttleberg Flachauwinkl-Kleinarl demnächst umgesetzt.

Herzliche Grüße

Eugen Fischbacher

Andreas Fischbacher

Peter Oberreiter

## Der Obmann

## Die Geschäftsführung

# Ohne Leistung keine Marke!

Gastbeitrag von Philipp Kazianka | Institut of Brand Logic, Innsbruck

## **Fokussierte Angebotsentwicklung als Schlüssel für den Destinationserfolg**

Das derzeitige Marktumfeld lässt die Touristiker in den Alpen jubeln. Die Konjunktur in den wichtigsten Herkunftsmärkten brummt, der Winter war wie aus dem Bilderbuch, vom Erfolgssommer 2017 gar nicht erst zu reden. Auch die Aussichten für den Sommer 2018 in den Alpen sind hervorragend. Die Alpen als sicherer und idyllischer Rückzugsort für den Aktivurlaub, fernab von Hektik, Stress und nicht zuletzt auch Terrorgefahr in Städten und einigen klassischen Sommerdestinationen, lassen den Alpentourismus derzeit auch im Sommer boomen.

Gerade in Zeiten der Hochkonjunktur gilt es, sich aus einer gestärkten Position heraus weiterzuentwickeln und auf künftige Herausforderungen vorzubereiten. Die größte Gefahr ist es, sich auf den Lorbeeren auszuruhen. Es braucht eine **kontinuierliche Angebotsentwicklung**, um für den Gast attraktiv und relevant zu bleiben. Dabei reicht es nicht aus, sich einfach brav weiterzuentwickeln, sondern gezielt **Spitzenleistungen aufzubauen** und den Gast immer wieder aufs Neue zu überraschen und zu begeistern. Nur so können der gute Ruf und die Begehrlichkeit einer Destination erfolgreich ausgebaut werden.

Den **Ausgangspunkt** zum Aufbau gezielter Spitzenleistungen bildet ein **klares und differenzierendes Zukunftsbild**. Es dient als Leitstern für eine fokussierte Angebotsentwicklung – sei es in der Hotellerie und Gastronomie oder beispielsweise beim Sport- und Unterhaltungsangebot. Vor allem **ein attraktives Angebot am Berg** ist in alpinen Destinationen zentral. Dabei sollte dieses Angebot echte Wow-Effekte erzeugen und den reiseerfahrenen Gast begeistern. Es geht um **Leistungsexzellenz** anstatt braver Weiterentwicklung des bestehenden Angebots. Doch exzellente Leistungen alleine reichen nicht aus. Etwas besonders gut zu machen, heißt noch lange nicht, auch dafür zu stehen. **Leistungsdichte** ist der entscheidende Schlüssel, um beim Gast der Inbegriff für ein bestimmtes Thema zu werden. Dieses eine Thema in der gesamten Destination exzellent zu spielen, hebt eine Region vom Wettbewerb ab. Dafür braucht es die Vernetzung von Infrastrukturen, Services und Angeboten vor Ort und digital **entlang der gesamten Customer Journey**.

Diese Dichte an herausragenden Angeboten ist nur mit **Konsequenz und Kontinuität** erreichbar. Es gilt, am gewählten Thema dran zu bleiben und immer wieder Neues rund um den differenzierenden Leistungskern aufzubauen. Ein exzellentes Beispiel hierfür ist Serfaus-Fiss-Ladis. Die Region spielt das Thema „Familie“ in all seinen Facetten kontinuierlich innerhalb der gesamten Destination und hat es damit geschafft, sich zur ersten Wahl für den Familienurlaub in den Alpen zu entwickeln.

Nicht zu vergessen ist, dass jede touristische Leistung einen **klaren Nutzen stiften** muss. So logisch das klingen mag, so wichtig ist die Rückbesinnung darauf in der Angebotsentwicklung. Nur bei einem als wertvoll wahrgenommenen Nutzen ist der Gast bereit, für ein Angebot auch einen angemessenen Preis zu bezahlen und damit die notwendige **Wertschöpfung für eine Destination** zu erzielen. Diese Wertschöpfung ist natürlich nicht nur mit dem Bereitstellen einer noch so schönen Natur zu erzielen, sondern durch **eine attraktive Zugänglichkeit und Erlebbarmachung** derselben. Dabei gilt es, das Spannungsfeld zwischen dem Grad der Inszenierung und einer drohenden Künstlichkeit optimal auszugleichen.

Fokussierte Angebotsentwicklung ist der Schlüssel zum Destinationserfolg. Bei der Weiterentwicklung sollte man weniger zum Nachbarn – sprich: andere erfolgreiche Destinationen – schielen, sondern **mutig eigene Konzepte, Produkte und Services entwickeln und auf den Weg bringen**.

Flachau hat mit seiner verkehrsgünstigen Lage, dem umfangreichen Sport- und Freizeitangebot und seiner etablierten Beherbergungsstruktur beste Voraussetzungen, sein Leistungsangebot gezielt auszubauen und damit seine Attraktivität und Begehrlichkeit weiter zu steigern.



*Philipp Kazianka arbeitet seit 4 Jahren als Senior Consultant am Institute of Brand Logic. Er ist Experte für Destinations- und Regionalentwicklung und hat bereits Regionen bzw. Destinationen wie Arosalpenzerheide, Ischgl, Serfaus-Fiss-Ladis, das Stubaital, das Land Tirol sowie aktuell St. Anton am Arlberg bei der strategischen Markenentwicklung und operativen Umsetzung beraten.*

# Marke Flachau: Aktuelle Maßnahmen

Eine Marke wie Flachau ist ein Bündel von Erlebnissen und Werten, die der Gast mit Flachau in Verbindung bringt und die er dann so attraktiv findet, dass er bei uns bucht. Damit die Marke ein einheitliches Bild vermittelt, muss sie professionell geführt werden: Alle Angebote und Marketing-Maßnahmen werden dabei genau geplant, ausgewählt und auf den Wertekatalog abgestimmt. Genauso wichtig für eine starke Marke ist die Beteiligung aller an der Umsetzung. Was der Gast bei uns erlebt, bestätigt sein Bild von Flachau – damit lebt die Marke Flachau so richtig auf, sie ist authentisch und glaubwürdig.

Um die Marke zu stärken und weiterzuentwickeln, wurden im letzten Jahr wieder zahlreiche Maßnahmen gesetzt. Eine Auswahl davon seht ihr auf den nächsten Seiten, ergänzt mit Eckdaten und Kennzahlen.

# Events & Veranstaltungen

Event-Highlights wie der Audi FIS Damen Nachtslalom Flachau, die Bike Night Flachau oder der Fisherman's Friend StrongmanRun sind Leuchttürme unserer Marken-Strategie: Sie betonen die zentralen Markenelemente und bringen „Am Gipfel der Gaudi“ auf den Punkt. Dadurch geben sie Orientierung nach innen, sie beleben die Marke und sorgen für große Reichweiten in den Zielgruppen.

Von der Marke zum entsprechenden Urlaubserlebnis braucht es zahlreiche weitere Maßnahmen im Umfeld dieser Leuchttürme. Wie die vielen Veranstaltungen während des Jahres, die Sport, Qualität und unsere Gastfreundschaft spürbar machen. Allen, die hier planen, organisieren und durchführen, danken wir sehr herzlich für ihr Engagement, darunter den Bergbahnen, Institutionen, Vereinen und Betrieben sowie vor allem den Grundbesitzern und Anrainern.

## Audi FIS Damen Nachtslalom Flachau 2018

15.000

Zuschauer an der Weltcup-Strecke – Rekord

120

internationale Journalisten in Flachau akkreditiert

1,467 Mio.

TV-Zuschauer im ORF während des 2. Durchgangs

508.990

Facebook Gesamtreichweite am Renntag

17

Stunden ORF Live-TV-Übertragung

25.000

Seitenaufrufe am Renntag [www.skiweltcup-flachau.at](http://www.skiweltcup-flachau.at)

Ski- und Schnee-Kompetenz, Professionalität, Spaß und Geselligkeit – der Audi FIS Damen Nachtslalom Flachau bringt unsere Markenwerte hochverdichtet zum Ausdruck. Durch die professionelle Art, wie dabei alle Flachauer als starkes Team auftreten, wird dem Rennen zudem große Sympathie entgegengebracht – im Ort und in der Region genauso wie bei den Medien und bei der FIS. Der Erfolg zeigt sich bei den Zuschauern: Neuer Rekord an der Strecke und top Quoten im TV.

**Nächster Audi FIS Damen Nachtslalom Flachau:**  
08.01.2019.



## Zauberhafte Weihnacht im Land der „Stillen Nacht“

Die großen Emotionen des Weihnachtsfests direkt aus Flachau – das ist der Zauber dieser TV-Sendung für das Publikum. Große Reichweite durch die Ausstrahlung in mehreren deutschen Sendern und im ORF, traumhafte Winterbilder zu Saisonbeginn und international bekannte Stargäste: So transportiert Flachau mit der „Zauberhaften Weihnacht“ seine Botschaft von Bergen, Schnee, Freude und guter Stimmung an die Zuschauer.

**Nächste TV-Aufzeichnung Zauberhafte Weihnacht im Land der „Stillen Nacht“: 02./03. Dezember 2018.**

### 1,31 Mio.

TV-Zuschauer in deutschen Sendern

### 511.000

TV-Zuschauer im ORF

## Fisherman's Friend StrongmanRun

### 1.500

Starter aus 21 Nationen

### 20

Hindernisse & 370 Höhenmeter auf der 10 km langen Strecke

Sport und ein sommerlicher Gipfel der Gaudi, mit dabei in einer inter-nationalen Veranstaltungs-Serie – der Fisherman's Friend StrongmanRun passt perfekt zur Marke Flachau. Langjährige Erfahrung bei der erfolgreichen Durchführung von Veranstaltungen hilft uns hier sehr, die rege Teilnahme sorgt zudem für spürbar mehr Übernachtungs-Buchungen.

**Nächster Fisherman's Friend StrongmanRun Flachau: 14.07.2018.**



## KluBBB3 Hüttenparty

Die Après-Ski-Kult-Party mit Florian Silbereisen und seiner Band – ein Live-Event im Flachauer Gutshof, der im ORF, BR, MDR und NDR als TV-Produktion gezeigt wird. Dabei sind viele Künstler im Ort und beim Spaß im Schnee zu sehen, Flachau wird so als sympathische Winterdestination in wichtigen Zielmärkten präsentiert.

## Winter Start Up 2018

„Jetzt geht's los!“ – durch den Saisonauftakt setzt Flachau einen Impuls zum Winterbeginn. Das Winter Start Up rückt Schnee und Pistenspaß wieder in den Mittelpunkt, es macht Lust auf Ski- und Boardvergnügen in Flachau.



## Bike Night Flachau

Die Bike Night Flachau ist eine der maßgeblichen Maßnahmen, um Flachau markenkonform als Bike-Destination zu positionieren. Sie verbindet MTB-Sport mit geselliger Atmosphäre und sorgt in der Zielgruppe für Aufmerksamkeit. Mit ihrem Rennmodus und der Streckenführung ist sie voll im Trend, solche Events besonders publikumswirksam zu gestalten.

**Nächste Bike Night Flachau: 11.08.2018.**

### 350

Starter

### 5.000

Zuschauer an der Strecke

### 2.400

Höhenmeter – bewältigt der Sieger in knapp mehr als 2 Stunden

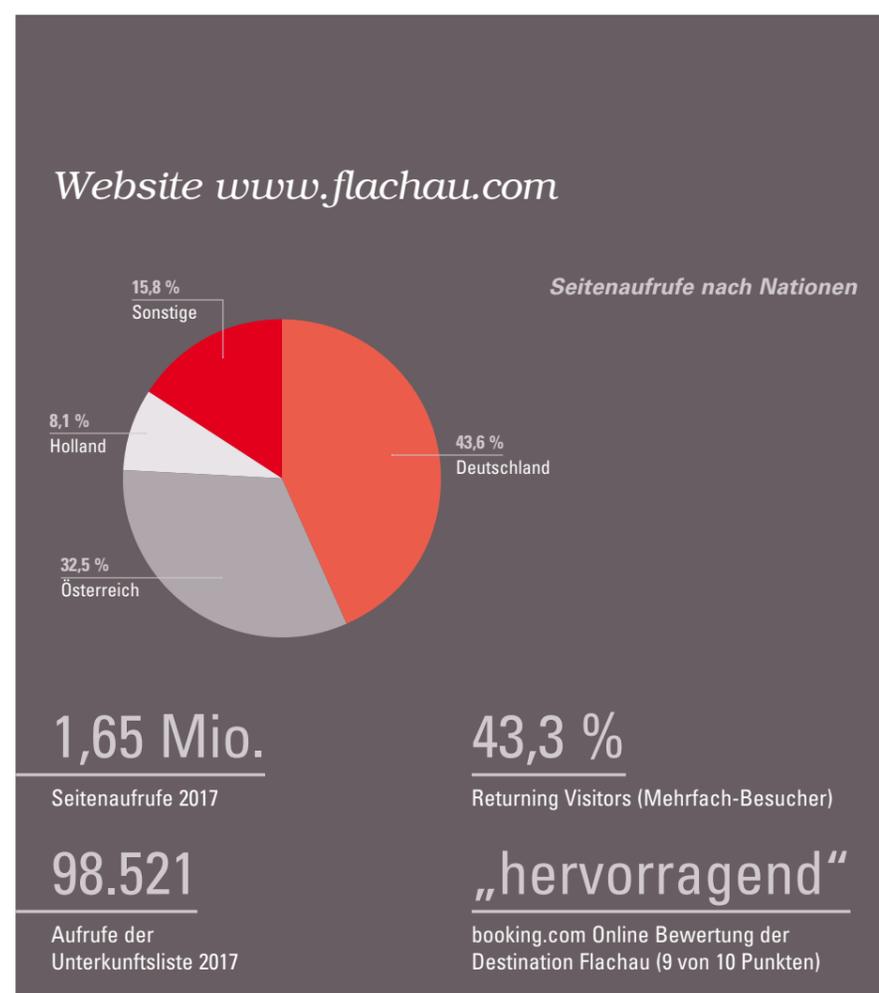
# Online- & Social Media Marketing

Für die Vermarktung und den Verkauf von Reisen ist Online-Marketing heute erfolgsentscheidend. Im Internet kann sich der immer kurzfristiger buchende Gast umfassend informieren, hier kann er spontan entscheiden. Gerade für sportlich aktive Zielgruppen ist diese Form der Freizeit- und Urlaubsplanung heute selbstverständlich, 81 % aller Deutschen – unser wichtigster Herkunftsmarkt – nutzen heute das Internet.

Wenn Informationen einfach und schnell verfügbar sind, werden sie von unseren Gästen gerne und oft verwendet. Deshalb arbeitet Flachau Tourismus ständig an Verbesserungen und Erweiterungen der Website. Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube schaffen – von Kampagnen begleitet – weitere Plattformen für die Online-Präsenz. Damit all diese Bemühungen zum Ziel führen, ist die Online-Buchbarkeit von Betrieben unverzichtbar.

„Bei der Online-Buchbarkeit auf Feratel Deskline liegt Flachau auf Platz 14 von 30 Destinationen in Salzburg – mit 11,2 % der Betriebe. Die besten Orte liegen hier bei 47 %. Das heißt: Viele Gäste werden über ein sichtlich gutes Marketing auf die [www.flachau.com](http://www.flachau.com) Website gebracht, die Buchung erfolgt dann aber – mit den entsprechenden Provisionen – größtenteils über Buchungsportale wie [booking.com](http://booking.com).“

Jochen Karl, Feratel AG



# Fachmessen & Kooperationen

Kräfte bündeln und gemeinsam mehr erreichen – das ist der Erfolg von Kooperationen. Die Dachmarken Salzburger Sportwelt und SalzburgerLand erzielen durch breite Streuung hohe Reichweiten, die Flachau als Hebel nutzt, um seine Werbebotschaften zu platzieren. In ähnlicher Weise dienen auch Fachmessen als Plattform, die Zielgruppen sind hier sehr konzentriert anzutreffen und bieten die Möglichkeit, das Angebot dem Gast direkt und in allen Details zu präsentieren.



## Weihnachtsmarkt CentrO Oberhausen

Das CentrO Oberhausen ist eines der größten Einkaufs- und Entertainment-Zentren Europas. Seit 10 Jahren ist sein Weihnachtsmarkt ein Fixpunkt der Flachauer Außenauftritte. Markenkonzern stellt die „FlachauAlm“ dabei die Geselligkeit in den Vordergrund. Das erleichtert es, mit den Besuchern über einen Urlaub in Flachau ins Gespräch zu kommen.

**200.000**

Besucher aus D & NL bereits  
am Eröffnungswochenende

**3,1 Mio.**

CentrO Besucher 16.11.-23.12.2017

**98.455**

Nächtigungen aus NRW 2017  
(8,12 % der Gesamtnächtigungen 2017)

## Kooperation SLT & Salzburger Sportwelt

Schwerpunkt der SLT ist die Bearbeitung von Märkten und das Platzieren von Themen wie Skifahren oder Bike-Urlaub. Hier greifen wir einzelne Angebote oder Projekte für eine Zusammenarbeit auf. Im Rahmen der Kooperation mit der Salzburger Sportwelt wurden Plakat- und Online-Kampagnen durchgeführt, gemeinsame Drucksorten erstellt, ortsübergreifende Angebote entwickelt u.v.m.

Sommer Online-Kampagne  
2017, Salzburger Sportwelt

**1.552**

Weiterleitungen auf  
[www.flachau.com](http://www.flachau.com)



## Beteiligung an Fachmessen

Mit 45.000 Besuchern ist das Bike-Festival Riva ein Hotspot der MTB Szene, bei dem sich Flachau seit mehreren Jahren präsentiert. Tschechien ist ein wachsender Markt – mit bereits 30.000 Besuchern auf der „For Bikes“ in Prag, auf der wir ebenfalls mit einem Stand vertreten waren. Die atb\_sales in Wien ist die größte Tourismus-Messe in Österreich mit 400 Einkäufern aus 40 Ländern. Die ideale Gelegenheit zum Vernetzen mit Veranstaltern und Reise-Spezialisten.



# Drucksorten, PR & Printwerbung

On- und Offline Aktivitäten nimmt der Gast in unterschiedlichen Situationen auf, sie ergänzen und verstärken sich gegenseitig. Trotz der starken Zunahme des Online-Marketings sind daher gedruckte Werbeformen für die Gesamtwirkung unverzichtbar. Sie reichen von Basisinformationen für den Urlaub bis zu konkreten Angeboten in Anzeigen und Erlebnisberichten in PR-Stories und Advertorials.



## Kataloge, Pläne, Informationsmaterial

Er ist handlich und bietet alle Informationen, die der Gast für eine schöne Zeit in Flachau braucht: So hat sich der Flachau Guide zu einem sehr gefragten Reiseführer für den Flachau-Urlaub entwickelt. Er ist für unsere Gäste kostenlos und sollte in keinem Zimmer fehlen – bitte einfach auflegen oder den Spender am Empfang aufstellen!

17.600

Wanderkarten Sommer 2017

25.110

Flachau-Guides

49.800

Lagepläne Winter 2016/2017 & Sommer 2017

12.000

Erlebniskarten Winter 2016/2017



# Weiterentwicklung touristisches Angebot

Beim Anpassen und Ausbau des Angebots in Flachau sind kleine Schritte genauso wichtig wie große. Denn die Stärke einer Marke bestätigt sich für den Gast erst dann, wenn das Leistungsversprechen umfassend eingelöst wird und wenn die Erwartungen in allen Bereichen erfüllt werden. Gerade für den Sommer gibt es jetzt viele Neuheiten, vom Leuchtturm-Projekt „Stoneman Taurista“ bis zur Weiterentwicklung und Qualitätsoptimierung einzelner Angebote. Nutzt auch ihr diese Möglichkeiten, um die Sommersaison in euren Betrieben weiter zu stärken und auszubauen.



## Neues Bike Top-Angebot

### NEU ab 7. Juli 2018: Stoneman Taurista MTB-Erlebnis

Nach drei Jahren Entwicklungszeit baut Flachau seine Sommer- und Bike-Kompetenz deutlich aus. Der Stoneman Taurista ist ein neues Mountainbike-Erlebnis, das in ein bis drei Tagesetappen absolviert wird. Die Strecke führt von Flachau über das Griesenkar, Wagrain, Rossbrand und Forstau bis nach Obertauern und zurück nach Flachau, der Einstieg ist überall möglich. „Stoneman“ ist eine Marke für MTB-Strecken im Hoch- und Mittelgebirge, die durch einzigartige Landschaften Europas führen. Der Stoneman Taurista ist der einzige und exklusive Stoneman in Österreich und ein neues, absolutes Top-Angebot für unseren Bike-Schwerpunkt. Der Stoneman Taurista wird am 7. Juli 2018 eröffnet.

[www.stoneman-taurista.com](http://www.stoneman-taurista.com)

123 km

Gesamtlänge

4.500

Höhenmeter

150

Alpengipfel im 360° Rundumblick

## Erfolgsmodell Flachau Sommer Card

2018 geht die Flachau Sommer Card bereits in ihr viertes Jahr. Die Zahlen zeigen, dass sie sehr gut angenommen und von unseren Gästen gerne verwendet wird. Zusätzlich bietet sie jetzt mit dem durchgehenden Sommer-Liftbetrieb (siehe nächste Seite) noch mehr Leistungen, denn auch das Sport- & Aktivprogramm wurde zeitlich ausgedehnt.

Jeder Gast ab 2 Nächten Aufenthalt erhält die kostenlose Flachau Sommer Card. Bitte informiert eure Gäste über die Inklusivleistungen – als Service eures Hauses!

14 Std.

durchschnittlich  
Aktivprogramm pro Tag

689

Teilnehmer am Aktivprogramm  
je Woche/Sommer Hochsaison

bis zu 40

Teilnehmer/Tag bei  
geführten Wanderungen

22.863

Bergbahnen-Fahrten  
im Sommer 2017



## Sport- & Aktivzentrum

Ein umfassendes Sport- und Aktiv-Angebot, das der Gast bereits von zu Hause aus buchen kann. Im Sommer ist das Team des Flachauer ‚Urlaubsclubs‘ im Foyer des Festsals wieder aktiv, um unsere Gäste professionell zu beraten.

11 Std./Tag

7 Tage/Woche geöffnet  
23.06. bis 08.09.2018 täglich 08:00-19:00



### Flori's Erlebnispfad erweitert und erneuert

Er hat sich als Gipfel der Gaudi für Kinder und Familien bewährt. Deshalb wurden auf Flori's Erlebnispfad jetzt alle Räseltafeln erneuert und auf 16 erweitert. Außerdem wurden neue Abenteuerstationen errichtet. Wie bisher gibt es kleine Geschenke für alle schlaun Fühse, die ihren vollständig ausgefüllten Räselpass im Waldgasthof oder im Tourismusbüro vorlegen.

### Glasberg am Kreisverkehr

Mit dem neuen, beleuchteten Glasberg am Kreisverkehr hat Flachau ein unverwechselbares Markenzeichen im öffentlichen Raum. Es symbolisiert unseren Slogan „Am Gipfel der Gaudi“, die Berge und ihre vielseitigen Sport- und Erlebnisangebote.



### NEU: Sommerliftbetrieb verlängert

Die Bergbahnen Flachau bieten den durchgehenden Sommerliftbetrieb jetzt deutlich länger an: **01.06. bis 30.09.2018**  
täglich **09:00-17:00**  
Zusätzlich gibt es in der Vorsaison **Sonderfahrten am 21., 25. und 28.05.2018.**

In der Flachau Sommer Card ist für jeden Gast eine kostenfreie Berg- und Talfahrt inklusive.



### Flachau Tourismus

Strategieentwicklung, Markenführung, Betreuung unserer Gäste und Unterstützung der Mitgliedsbetriebe – die Aufgaben von Flachau Tourismus sind umfangreich. Die Gestaltung und Weiterentwicklung des Angebots gehört genauso dazu wie die laufende Aktualisierung verschiedener Online-Portale, die Erstellung von Drucksorten und die Durchführung von Events.

## 330 Tage

Betrieb/Jahr (2.850 Stunden)

## offen

bis **17.06./ab 03.09.2018**  
MO-FR 08:00-18:00,  
SA 08:00-12:00

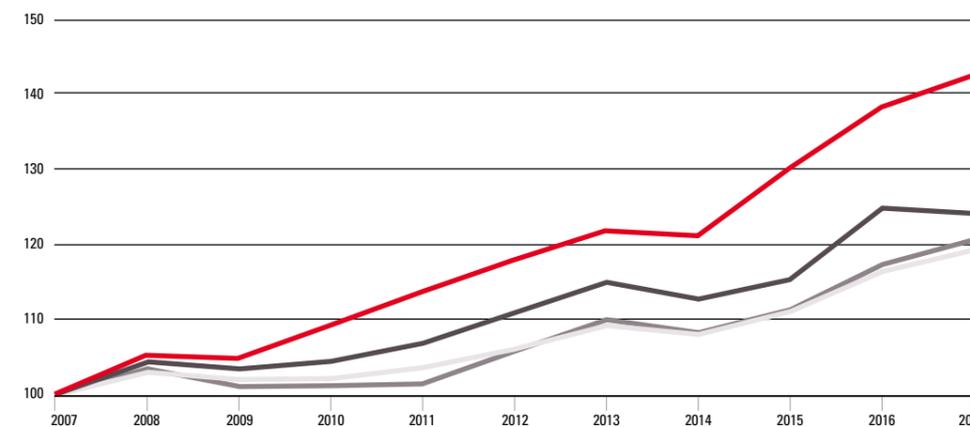
**18.06.-02.09.2018**  
MO-SA 08:00-18:00  
Sonn- & Feiertag 09:00-12:00

# Zahlen & Daten

Mit 2,47 % Steigerung haben sich die Nächtigungszahlen 2017 in Flachau neuerlich gut entwickelt. Im Winter gilt es, das hohe Niveau zu halten, aufgrund des starken Wettbewerbs ist auch dafür ein konsequentes Weiterarbeiten an den Leistungen erforderlich. Der Sommer entwickelt sich mit 12,7 % Zuwachs stark, 73 % der Nächtigungen entfallen auf Juli und August. Kontinuierlicher Ausbau sollte hier das Ziel sein, so haben zuletzt israelische Gäste Flachau immer stärker gebucht.

Genauso wichtig ist der Blick hinter die Nächtigungszahlen: Eine solide und nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung gelingt nur mit leistungsgerechten Preisen und mit der entsprechenden Wertschöpfung. Qualität, Marke und das Gesamterlebnis Flachau unterstützen uns in dieser Zielsetzung. Gleichzeitig sollten wir ein Augenmerk darauf haben, dass alle Betriebe im Ort davon profitieren.

## Entwicklung der Nächtigungen 2007 – 2017

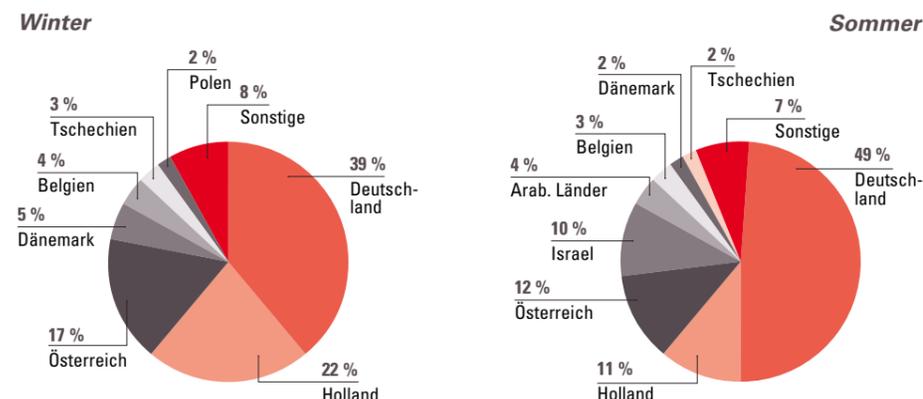


Leistungen, Qualität und Marke führen in Flachau zu einer überproportionalen Steigerung der Nächtigungen (2007 = 100):  
 Österreich + 19 %  
 SalzburgerLand + 20,7 %  
 Salzburger Sportwelt + 24,9 %  
 Flachau + 42 %

## Nächtigungen Flachau 2017

Monat	Ankünfte	Nächte	+/- Vorjahr %	Dauer	Auslastg. %	Auslastg. Tage
November	599	1.546	23,78	2,58	0,55	0,16
Dezember	25.460	94.914	-13,67	3,73	32,41	10,05
Jänner	43.973	235.860	5,07	5,36	80,54	24,97
Februar	49.397	274.344	0,08	5,55	103,72	29,04
März	33.013	178.022	-18,44	5,39	60,79	18,84
April	7.131	41.472	236,00	5,82	14,63	4,39
<b>Winter 2016/2017</b>	<b>159.573</b>	<b>826.158</b>	<b>-1,70</b>	<b>5,18</b>	<b>48,05</b>	<b>87,45</b>
Mai	2.734	6.994	-38,07	2,56	2,39	0,74
Juni	11.414	44.581	74,79	3,91	15,73	4,72
Juli	29.293	129.150	12,47	4,41	44,10	13,67
August	29.282	155.740	9,29	5,32	53,18	16,49
September	9.673	37.536	8,58	3,88	13,24	3,97
Oktober	3.257	11.814	-13,30	3,63	4,03	1,25
<b>Sommer 2017</b>	<b>85.653</b>	<b>385.815</b>	<b>12,70</b>	<b>4,50</b>	<b>22,20</b>	<b>40,84</b>
<b>Gesamt 2017</b>	<b>245.226</b>	<b>1.211.973</b>	<b>2,47</b>	<b>4,94</b>	<b>35,05</b>	<b>128,29</b>

## Nächtigungen Flachau 2017 nach Herkunftsländern



Winter 2016/2017			Sommer 2017			Gesamt		
Pos.	Destination	Nächte Vorj. +/- %	Destination	Nächte Vorj. +/- %	Destination	Nächte Vorj. +/- %		
1.	Saalbach-H'glemm	1.506.022 -3,90	Salzburg Stadt	1.849.064 7,90	Salzburg Stadt	3.029.674 8,91		
2.	Salzburg Stadt	1.180.610 10,50	Zell am See	810.696 3,90	Saalbach-H'glemm	2.207.617 -2,92		
3.	Obertauern	960.823 0,50	Saalbach-H'glemm	701.595 -0,80	Zell am See	1.616.062 3,68		
4.	Flachau	826.158 -1,70	Bad Hofgastein	526.050 10,80	Wagrain-Kleinarl	1.240.237 0,17		
5.	Zell am See	805.366 3,50	Bad Gastein	519.742 3,30	Flachau	1.211.973 2,47		
6.	Wagrain-Kleinarl	767.047 -3,10	Wagrain-Kleinarl	473.190 6,00	Bad Gastein	1.131.846 -0,24		
7.	Bad Gastein	612.104 -3,10	Kaprun	468.890 8,80	Bad Hofgastein	1.092.562 2,28		
8.	Kaprun	591.333 4,00	Flachau	385.815 12,70	Kaprun	1.060.223 6,07		
9.	Bad Hofgastein	566.512 -4,50	Leogang	339.191 3,20	Obertauern	1.051.172 1,86		
10.	Altenmarkt-Z'see	424.459 1,20	Maria Alm	335.619 -0,70	Leogang	709.217 2,12		
11.	Großarl	395.341 0,40	Großarl	297.232 -7,00	Maria Alm	700.818 -4,87		
12.	Leogang	370.026 1,10	St. Gilgen	295.427 2,20	Großarl	692.573 -2,93		

## Nächtigungen SalzburgerLand 2017

Flachau hält im Winter ein hohes Niveau, im Sommer gibt es starke Steigerungen (+ 12,7 %) und das größte Plus unter den führenden Orten.

Beitragsgruppe	Beitragsjahr 2012 Umsatz 2010	Beitragsjahr 2017 Umsatz 2015	+/- %
1	56.622.722,46	73.286.083,17	29,43
2	38.724.096,40	47.679.267,31	23,12
3	8.139.171,71	8.175.847,98	0,40
4	21.703.629,15	23.659.280,32	9,01
5	27.389.943,32	29.090.732,91	6,21
6	27.690.172,57	32.032.192,05	8,94
7	15.053.522,57	12.153.947,16	-19,27
<b>Gesamt</b>	<b>195.323.258,18</b>	<b>226.077.350,90</b>	<b>15,75</b>

## Entwicklung Wertschöpfung 2010-2015

Mit den Zuwächsen bei den Nächtigungen steigt auch der Umsatz – vor allem bei den Beherbergungsbetrieben.

# Jahresabschluss

## Haushaltserfolg 2017 Tourismusverband Flachau

### Aufwand laut Gewinn- und Verlustrechnung

Kto.	Bezeichnung	Gesamt 2016	Budget 2017	TVB 2017	GmbH 2017	Gesamt 2017	Budget 2018
<b>Personalaufwand</b>							
510	Gehälter	459.238,39	510.000,00	478.773,25		478.773,25	510.000,00
511	Aufwandsentschädigung Obmann	4.500,00	4.500,00	4.500,00		4.500,00	4.500,00
516	Kommunalsteuer	2.151,82	2.500,00	2.261,09		2.261,09	2.500,00
520	DB	22.619,53	26.000,00	21.655,32		21.655,32	26.000,00
530	Gesetzlicher Sozialaufwand	103.464,35	113.000,00	110.060,11		110.060,11	113.000,00
550	Fortbildungskosten	5.416,45	3.000,00	2.155,28		2.155,28	5.000,00
560	Reise- und Verpflegskosten	5.385,41	6.000,00	1.418,11		1.418,11	6.000,00
580	Sonstiger Personalaufwand	11.601,27	14.000,00	11.459,08		11.459,08	14.000,00
591	Mitarbeitervorsorge Beiträge	6.432,08	7.500,00	6.932,88		6.932,88	7.500,00
	<b>Summe Personalaufwand</b>	<b>620.809,30</b>	<b>686.500,00</b>	<b>639.215,15</b>	<b>0,00</b>	<b>639.215,15</b>	<b>688.500,00</b>
<b>Abschreibungen</b>							
680	Normalabschreibung	36.757,10	45.000,00	55.490,60		55.490,60	45.000,00
8141	Auflösung Investitionszuschüsse	-5.625,00		-16.250,00		-16.250,00	
	<b>Summe Abschreibungen</b>	<b>31.132,10</b>	<b>45.000,00</b>	<b>39.240,60</b>	<b>0,00</b>	<b>39.240,60</b>	<b>45.000,00</b>
<b>Werbeaufwand</b>							
400	Einkauf Handelswaren	17.714,38	25.000,00	33.720,35		33.720,35	30.000,00
499	Veränderung Handelswaren	-4.428,86	0,00	-5.843,13		-5.843,13	0,00
660	Prospekte und Werbemittel	167.321,00	200.000,00	190.601,20		190.601,20	185.000,00
6602	Werbeskulptur Kreisverkehr	0,00	100.000,00	0,00		0,00	0,00
661	Filme und Dias	37.822,34	70.000,00	78.468,62		78.468,62	60.000,00
662	Werbemedien/Journalisten	122.981,66	165.000,00	154.502,68		154.502,68	240.000,00
664	Printwerbung	94.608,01	110.000,00	113.012,67		113.012,67	120.000,00
665	Gemeinschaftswerbung	165.709,84	165.000,00	177.548,18		177.548,18	180.000,00
667	Zuschuss Bad	57.464,74	60.000,00	56.801,56		56.801,56	60.000,00
670	Gratisaufenthalt Gäste	6.945,34	7.000,00	7.945,17		7.945,17	8.000,00
671	Gästeehrung Aufwand	3.230,34	2.500,00	6.576,91		6.576,91	3.500,00
672	Repräsentation, Einladung	9.861,56	10.000,00	11.264,05		11.264,05	12.000,00
673	Werbefahrten, Messen	10.913,48	12.000,00	17.970,63		17.970,63	15.000,00
6761	Div. Veranstaltungen	249.473,73	264.000,00	242.486,73		242.486,73	400.000,00
6763	Saisonopening - Start up	152.245,65	160.000,00	142.545,74		142.545,74	160.000,00
6766	Best for Biker	3.250,21	5.000,00	5.939,51		5.939,51	40.000,00
6768	Kooperation Hermann Maier	50.000,00	70.000,00	71.003,86		71.003,86	70.000,00
677	Weltcup-Veranstaltung	592.599,60	240.000,00	431.413,18		431.413,18	240.000,00
678	Bike Night Flachau	101.591,83	100.000,00	107.625,76		107.625,76	100.000,00
684	Sponsoring	11.500,00	13.000,00	14.063,40		14.063,40	13.500,00
686	Förderungsverlust	702,22	0,00	826,35	600,00	1.426,35	0,00
689	Flachau Sommer Card	177.768,63	200.000,00	192.291,27		192.291,27	210.000,00
690	Fußball Trainingslager	1.632,90	5.000,00	282,00		282,00	2.000,00
750	Ski- und Wanderbus Aufwand	70.550,38	33.000,00	34.852,00		34.852,00	40.000,00
789	Mitfinanzierung Schloss Höch	10.000,00	10.000,00	10.000,00		10.000,00	10.000,00
790	Subvention Trachtenmusikkapelle	16.664,68	17.700,00	17.740,98		17.740,98	18.000,00
791	Heimatverein Aufwand	5.140,00	6.000,00	5.065,00		5.065,00	6.000,00
792	Sommeranlagen	69.075,12	114.000,00	116.432,11		116.432,11	117.500,00
793	Loipen	26.839,42	30.000,00	31.988,06		31.988,06	34.000,00
794	Aufwand Fußballplatz	10.665,11	11.000,00	10.587,09		10.587,09	11.000,00
796	Minigolf Aufwand	6.182,21	6.000,00	3.084,80		3.084,80	5.000,00
799	Mountainbikewege	5.664,95	7.000,00	6.640,86		6.640,86	7.000,00
	<b>Summe Werbeaufwand</b>	<b>2.251.690,47</b>	<b>2.218.200,00</b>	<b>2.287.437,59</b>	<b>600,00</b>	<b>2.288.037,59</b>	<b>2.397.500,00</b>

Kto.	Bezeichnung	Gesamt 2016	Budget 2017	TVB 2017	GmbH 2017	Gesamt 2017	Budget 2018
<b>Allgemeine Unkosten</b>							
601	Betriebskosten Tiefgarage	372,50	400,00	270,92		270,92	500,00
605	Betriebskosten Büro	7.176,36	10.000,00	7.560,07		7.560,07	9.000,00
606	Energieaufwand	6.252,84	8.000,00	6.348,30	576,23	6.924,53	8.000,00
608	Telefon	7.434,99	10.000,00	6.485,46		6.485,46	9.000,00
609	Portospesen	24.745,62	25.000,00	25.161,94		25.161,94	26.000,00
610	Reinigung	1.720,22	2.000,00	2.613,87		2.613,87	2.500,00
611	Versicherungen	9.579,88	10.000,00	8.629,07		8.629,07	10.000,00
613	Verbrauchsmaterial	3.654,27	5.000,00	4.573,23		4.573,23	5.000,00
614	Sonstiger Bürobedarf	14.392,10	13.000,00	16.460,48		16.460,48	15.000,00
615	Beratungskosten	22.966,15	21.000,00	15.667,75	1.467,13	17.134,88	21.000,00
616	Fachliteratur, Zeitungen	875,61	1.000,00	609,95		609,95	1.000,00
617	Fracht- und Transportspesen	1.275,74	1.000,00	1.439,83		1.439,83	1.000,00
618	Reparaturen, Instandhaltung	12.703,51	13.000,00	23.077,13		23.077,13	13.000,00
622	Meldewesen KufGem	7.983,30	9.000,00	9.309,74		9.309,74	9.500,00
640	Rechtsstreitigkeiten Aufwand	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00
651	Kundenskonti 20 %	1,33	0,00	2,50		2,50	0,00
653	Kundenskonti 0 %	1,89	0,00	1,08		1,08	0,00
659	Geldkosten, Spesen	3.120,07	3.000,00	4.853,88	355,10	5.208,98	3.000,00
700	Miete Büro	24.365,68	24.500,00	24.365,68		24.365,68	22.500,00
710	Versicherung Abfertigung	2.056,80	2.000,00	1.852,35		1.852,35	2.000,00
735	Nicht abzugsfähige Vorsteuer	6.375,61	5.000,00	6.197,02		6.197,02	7.000,00
795	Fahrzeuge Aufwand	16.379,40	16.000,00	13.505,22		13.505,22	15.000,00
	<b>Summe Allgemeine Unkosten</b>	<b>173.433,87</b>	<b>178.900,00</b>	<b>178.985,47</b>	<b>2.398,46</b>	<b>181.383,93</b>	<b>180.000,00</b>
<b>Steuern und Abgaben</b>							
734	Pflichtbeiträge und Gebühren	3.105,05	3.500,00	4.346,89	39,99	4.386,88	4.000,00
736	AKM Gebühren	613,65	1.000,00	386,92		386,92	1.000,00
737	Beiträge Landesabgabenamt	6.586,74	6.500,00	3.864,00	3.275,05	7.139,05	7.000,00
738	FVFF (Aufw.)	42.661,59	42.500,00	43.754,03		43.754,03	43.000,00
741	Körperschaftsteuer	1.750,00	2.000,00	0,00	1.750,00	1.750,00	2.000,00
742	Anteil Ortstaxe SLT	44.268,65	44.000,00	45.668,20		45.668,20	46.000,00
	<b>Summe Steuern und Abgaben</b>	<b>98.985,68</b>	<b>99.500,00</b>	<b>98.020,04</b>	<b>5.065,04</b>	<b>103.085,08</b>	<b>103.000,00</b>
<b>Zinsen</b>							
650	Zinsen Aufwand	1.400,59	1.500,00	12.123,03	60,78	12.183,81	16.500,00
850	Lieferantenskonti 20 %	-2.058,54	-1.500,00	-2.509,11		-2.509,11	-1.500,00
851	Lieferantenskonti 10 %	-0,00	0,00	0,00		0,00	0,00
852	Lieferantenskonti 0 %	-31,37	0,00	-296,14		-296,14	0,00
861	Kundenzinsen	-284,87	0,00	-154,91		-154,91	0,00
870	Bankzinsen Erlöse	-1.461,65	-500,00	-1.149,74	-10,63	-1.160,37	-1.000,00
871	Kapitalertragssteuer	361,22	0,00	287,44		287,44	0,00
	<b>Summe Zinsen</b>	<b>-2.074,62</b>	<b>-500,00</b>	<b>8.300,57</b>	<b>50,15</b>	<b>8.350,72</b>	<b>14.000,00</b>
<b>Gesamtsumme Aufwand</b>		<b>3.173.976,80</b>	<b>3.227.600,00</b>	<b>3.251.199,42</b>	<b>8.113,65</b>	<b>3.259.313,07</b>	<b>3.428.000,00</b>

## Erlöse laut Gewinn- und Verlustrechnung

Kto.	Bezeichnung	Gesamt 2016	Budget 2017	TVB 2017	GmbH 2017	Gesamt 2017	Budget 2018
<b>Erträge Hoheitsbereich</b>							
800	Ortstaxe	1.742.501,90	1.690.000,00	1.782.987,50		1.782.987,50	1.790.000,00
801	FVFF Erlöse	44.458,05	43.500,00	45.620,40		45.620,40	46.000,00
802	Abgaben für Abrechnung	49.331,38	48.000,00	50.555,11		50.555,11	51.000,00
805	Reg. Ausgleich - LAA	13.908,00	14.000,00	13.908,00		13.908,00	14.000,00
806	Verbandsbeiträge Vorjahre	22.005,81	20.000,00	2.663,63		2.663,63	10.000,00
807	Verbandsbeiträge laufend	1.307.001,70	1.320.000,00	1.407.245,58		1.407.245,58	1.400.000,00
814	Subventionen	240.000,00	0,00	220.000,00		220.000,00	0,00
	<b>Summe Hoheitsbereich</b>	<b>3.419.206,84</b>	<b>3.135.500,00</b>	<b>3.522.980,22</b>	<b>0,00</b>	<b>3.522.980,22</b>	<b>3.311.000,00</b>
<b>Erlöse Betrieb Gewerblicher Art</b>							
808	Vermittlungsgebühren	395,56	4.000,00	6.125,24		6.125,24	4.000,00
810	Gästebücher/Gästecards	6.039,49	5.000,00	11.621,90		11.621,90	5.000,00
812	Verkaufsartikel 20 %	4.416,23	5.000,00	7.394,79		7.394,79	5.000,00
813	Ehrendadeln	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00
815	Plakattafeln	2.665,60	2.000,00	2.312,50		2.312,50	2.000,00
817	Zimmernachweis Erlöse	96.665,00	87.000,00	88.940,00		88.940,00	85.000,00
818	Sport- und Aktivzentrum	12.458,99	8.000,00	8.485,69		8.485,69	8.000,00
821	Minigolfanlage Erlöse	14.628,83	13.000,00	15.410,11		15.410,11	13.000,00
823	Verkaufsartikel 10 %	1.002,85	1.000,00	2.073,13		2.073,13	1.000,00
824	SLT Cards Erlöse	3.085,63	4.000,00	4.468,94		4.468,94	4.000,00
825	Gästezeitung Erlöse	13.100,00	12.000,00	13.550,00		13.550,00	13.000,00
827	Erlöse Flachau Line	888,92	2.000,00	6.657,06		6.657,06	2.000,00
840	Erlöse Sonstiges 20 %	0,00	0,00	13.437,25		13.437,25	0,00
841	Erlöse Miete	0,00	0,00	15.000,00		15.000,00	20.000,00
874	Weiterverrechnete Werbekosten	50.000,00	50.000,00	50.000,00		50.000,00	50.000,00
	<b>Summe Erl. Betr. Gew. Art</b>	<b>205.347,10</b>	<b>193.000,00</b>	<b>245.476,61</b>	<b>0,00</b>	<b>245.476,61</b>	<b>212.000,00</b>
	<b>Gesamtsumme Erlöse</b>	<b>3.624.553,94</b>	<b>3.328.500,00</b>	<b>3.768.456,83</b>	<b>0,00</b>	<b>3.768.456,83</b>	<b>3.523.000,00</b>
	<b>Gesamterlöse laut GuV</b>	<b>3.624.553,94</b>	<b>3.328.500,00</b>	<b>3.768.456,83</b>	<b>0,00</b>	<b>3.768.456,83</b>	<b>3.523.000,00</b>
	<b>Gesamtaufwand laut GuV</b>	<b>3.173.976,80</b>	<b>3.227.600,00</b>	<b>3.251.199,42</b>	<b>8.113,65</b>	<b>3.259.313,07</b>	<b>3.428.000,00</b>
	<b>Jahresüberschuss laut GuV</b>	<b>450.577,14</b>	<b>100.900,00</b>	<b>517.257,41</b>	<b>-8.113,65</b>	<b>509.143,76</b>	<b>95.000,00</b>
	Dotierung Rücklagen Zukunftsprojekte	-100.000,00	-100.000,00	-100.000,00		-100.000,00	
	Auflösung Rücklagen Grundkauf			200.000,00		200.000,00	
	RL für Sondertilgung Grundkauf	-200.000,00		-300.000,00		-300.000,00	
	<b>Jahresgewinn laut GuV</b>	<b>150.577,14</b>	<b>900,00</b>	<b>317.257,41</b>	<b>-8.113,65</b>	<b>309.143,76</b>	<b>95.000,00</b>
	<b>Nichtausgabenwirksamer Aufwand</b>						
	Normalabschreibung	36.757,10	45.000,00	55.490,60		55.490,60	45.000,00
	Auflösung von Investitionszuschüssen	-5.625,00		-16.250,00		-16.250,00	
	Miete Büro (Aufl. ARAP Gde)	22.254,05	24.500,00	22.254,05		22.254,05	22.500,00
	Rechtsstreitigkeiten Aufwand	-22.762,23	-30.000,00	-15.206,10		-15.206,10	-5.000,00
	<b>Überschuss vor Investitionen u. Finanzierungen</b>	<b>181.201,06</b>	<b>40.400,00</b>	<b>363.545,96</b>	<b>-8.113,65</b>	<b>355.432,31</b>	<b>157.500,00</b>
	<b>Investitionen</b>						
	Investitionen laufend	193.034,10		15.763,97		15.763,97	
	Investition Glasberg			204.930,63		204.930,63	
	Investitionszuschüsse Gemeinde Glasberg	-90.000,00		-100.000,00		-100.000,00	
	Investition Grundkauf (samt Nebenkosten)			1.687.564,25		1.687.564,25	
	<b>Zwischensumme Investitionen</b>	<b>103.034,10</b>	<b>0,00</b>	<b>1.808.258,85</b>	<b>0,00</b>	<b>1.808.258,85</b>	<b>0,00</b>
	<b>Finanzierungen</b>						
	Aufnahme Kredit für Grundkauf			1.500.000,00		1.500.000,00	
	Rückzahlung Kredit für Grundkauf			0,00		0,00	-85.000,00
	Mitfinanzierung Festsaal	-14.676,00	-15.000,00	-13.608,00		-13.608,00	-15.000,00
	<b>Zwischensumme Finanzierungen</b>	<b>-14.676,00</b>	<b>-15.000,00</b>	<b>1.486.392,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.486.392,00</b>	<b>-100.000,00</b>
	<b>Überschuss/Verlust</b>	<b>63.490,96</b>	<b>25.400,00</b>	<b>41.679,11</b>	<b>-8.113,65</b>	<b>33.565,46</b>	<b>57.500,00</b>



## Impressum

© Flachau Tourismus  
Hermann-Maier-Platz 1,  
5542 Flachau, Austria  
T: +43(0) 6457 22 14,  
info@flachau.com,  
www.flachau.com

Stand 5-2018. Alle Inhalte, Texte, Fotografien und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt.  
Bilder: Christian Fischbacher, Flachau Tourismus, IP Media, Dennis Stratman, wildbild,  
zoom productions.  
Layout, Text, Druckdaten: www.hans-hansen.com  
Druck: Print & Stick  
Irrtum und Druckfehler vorbehalten.

