



„Holzermuseum – Wege des Holzes“

Zielgruppenkonzept



Quelle: www.karwendel.org/von-den-wegen-des-holzes/

**EDINGER TOURISMUSBERATUNG GMBH
INNSBRUCK**

Kaufmannstraße 58, A-6020 Innsbruck



**Edinger Tourismusberatung GmbH
Innsbruck**

DISPOSITION

1 AUSGANGSLAGE UND AUFTRAG	3
1.1 Unterlagen	4
2 DIE RAHMENBEDINGUNGEN	5
3 DAS PROJEKT.....	6
3.1 Projektbeschreibung	6
3.2 Projektkosten	8
3.3 Zielsetzungen des Projektes.....	8
4 POTENTIALBEURTEILUNG DER „HOLZERMUSEEN“	9
4.1 Standortpotential.....	9
4.2 Themenpotential	12
4.3 Wettbewerbspotential	14
4.4 Zusammenfassende Beurteilung des Projekt-Potentials.....	15
4.5 Mitbewerber	16
5 ANFORDERUNGEN AN DAS „HOLZERMUSEUM“	17
6 DEFINITION DER ZIELMÄRKTE UND ZIELGRUPPEN	19
6.1 Zielmärkte	19
6.2 Zielgruppen	20
6.3 Veranstaltungen.....	23
6.4 Multiplikatoren	24
7 ANFORDERUNGEN AN DIE VERMARKTUNG DES PROJEKTES.....	26
8 ZUSAMMENFASSENDES ERGEBNIS.....	32
ANHANG	34



1 AUSGANGSLAGE UND AUFTAG

Der Naturpark Karwendel plant gemeinsam mit der Gemeinde Scharnitz, den bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz, sowie dem Markus Wasmeier Freilichtmuseum am Schliersee, die touristische Aufbereitung der Geschichte zur Holznutzung in den Nordalpen.

Im Rahmen eines INTERREGG-Projektes sollen in Scharnitz – im Bereich der „Länd“ – und auf dem Gelände des Wasmeier Museums am Schliersee, ehemalige Holzer-Hütten aufgestellt und als Museum mit einer Ausstellung bespielt werden.

Es ist beabsichtigt, die Geschichte der Holznutzung, das Leben der Holzer, aber auch die Ökologie der Bergwälder und deren natürliche Vielfalt darzustellen.

Durch entsprechende Führungen, Wechselausstellungen, Einbeziehung des Außengebäudes etc. soll das Angebot abwechselnd und für die Besucher interessant gestaltet werden.

Der Naturpark Karwendel, vertreten durch Herrn M.A. Franz Straubinger und Hermann Sonntag, beauftragte die Edinger Tourismusberatung GmbH mit der Ausarbeitung eines Zielgruppenkonzeptes für das geplante Projekt.

Im Detail sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- Darstellung der Rahmenbedingungen
- Darstellung der geplanten Projektidee sowie der beabsichtigten Einrichtungen, Attraktionen und Maßnahmen
- Analyse von Standort-, Themen- und Wettbewerbspotential
- Definition der Zielmärkte und Zielgruppen
- Identifikation spezieller Interessensgruppen, Organisationen als Multiplikatoren, Definition zusätzlicher Nutzergruppen



1.1 Unterlagen

Nachfolgender Bericht basiert auf folgenden Unterlagen:

- ein Informationsgespräch mit den Vertretern des Naturpark Karwendel, Herrn M.A. Franz Straubinger und Hermann Sonntag
- eine Besichtigung der beiden Standorte – „Länd“ in Scharnitz und Wasmeier Museum, Schliersee
- Ausstellungsplanung im Innen- und Außenbereich Wettbewerbsbeitrag / Version 1.2, 14.01.2016 VERDANDI, Ausstellungs- und Museumsplanungs GmbH
- Informationen auf der Homepage <http://www.karwendel.org/wege-des-holzes/>
- Naturpark Karwendel, Jahresbericht 2016
- Informationen über die Aktivitäten des Naturpark Karwendel
- Informationen über die Besucherzahlen des Naturpark Karwendel und des Wasmeier Museums
- Statistikunterlagen über Einwohner und Nächtigungen im Einzugsbereich der beiden Museen
- Internetrecherche über mögliche Zielgruppen in den Einzugsbereichen
- Erfahrungs- und Vergleichswerte der Edinger Tourismusberatung GmbH, Innsbruck



2 DIE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Holznutzung war bis ins 20. Jahrhundert ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in den Nordalpen zwischen Inntal und Voralpengebiet, in der Grenzregion zwischen Bayern und Tirol.

Somit war es verständlich und logisch nachvollziehbar, dass die Aufbereitung eines Stücks Kulturgeschichte – die Wege des Holzes aufzudecken bzw. die Holznutzung einst und jetzt einem breiten Publikum näher zu bringen – an den Standorten „Länd“, Scharnitz und Wasmeier Museum, Schliersee am idealsten präsentiert werden kann.

Beide Standorte sind authentisch und bieten sehr gute Voraussetzungen

- sie befinden sich in einer sehr intensiven Tourismusregion
- sehr gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- in einem realistischen Einzugsgebiet gibt es eine zufriedenstellende Bevölkerungszahl, sodass insgesamt ein respektables Besucherpotential vorhanden ist
- der Standort „Länd“ am Eingang des Naturparks bietet viele Angebotsmöglichkeiten, mit eigenständigen Themen, in Kombination mit den Naturparkangeboten usw.
- der Standort Wasmeier Museum bietet bereits ein bestimmtes Potential an Besuchern, andererseits kann die geplante „Holzer-Hütte“ für zusätzliche Nachfrage für das Museum sorgen.

Das Thema Holz hat ein sehr gutes Image, ist zeitlos, die Nutzungs- bzw. Verwendungsmöglichkeiten sind sehr vielfältig, dies bietet auch enorm viele Möglichkeiten der Präsentation bzw. der Darstellung. Das wiederum ermöglicht eine sehr breite Zielgruppenansprache.



3 DAS PROJEKT

3.1 Projektbeschreibung

Der volle Projekttitel lautet:

„Wege des Holzes – Kulturgeschichte und natürliche Vielfalt“

- Auf der „Länd“ in Scharnitz (ca. **13.000 m²**) soll auf ca. **3.000 m²** (als Sonderfläche gewidmet) eine historische Holzerhütte, ein Infozentrum sowie ein entsprechender Außenbereich errichtet bzw. gestaltet werden.
- Die Holzerhütte soll als Museum ausgebaut, in dem folgende Thermenblöcke didaktisch aufbereitet werden:
 - Das Leben der Holzer
 - Holznutzung einst und jetzt
 - Erhaltung der Biodiversität im Alpenraum unter besonderer Berücksichtigung von Natura 2000
- Vorgesehen sind in der Folge
 - Entsprechende Vorträge
 - Führungen
 - Sonderausstellungen
- Das Infozentrum soll zukünftig die Hauptanlaufstelle, sowie der Dreh- und Angelpunkt aller Aktivitäten im Naturpark Karwendel sein.
Ein Infozentrum, das dem „Tor zum Karwendel“ gerecht wird.



- Das Infozentrum soll einen Holzfußboden mit eingravierten Informationen zum Gebiet erhalten. Darüber hinaus soll eine „Treppe der Artenvielfalt“ Stufe für Stufe durch das Reich der Tiere führen – hinauf auf das begehbarer Dach des Infozentrums, begrünt mit seltenen Pflanzen.
- Im Wasmeier Museum in Schliersee soll ebenfalls eine „Holzerhütte“ errichtet werden, mit den gleichen Themenbereichen wie in Scharnitz.

Ein von der Ausstattungs- und Museumsplanungs GmbH VERDANDI, Salzburg, im Rahmen des Wettbewerbsbeitrages eingereichter Vorschlag sieht im Wesentlichen folgende Einrichtungen vor.

★ Holzerhütte

- Erdgeschoß + Obergeschoß, insgesamt ca. **150 m²** Nutzfläche

★ EG

- Eingangsbereich (Windfang, automatische Zugangskontrolle)
- Einführung in die Bedeutung des Holzes und die Arbeitsumstände
Der Wald als Lebensquell und Arbeitsraum
- Das Leben der Holzarbeiter

★ OG

- Multifunktionsraum
- Verborgene Vielfalt
- Sonderausstellungen

★ Freibereich

- Pavillon (Überdachter Außenbereich)
- Fotopoint
- Triften
- Flößen
- Balancieren
- Sinnes-Parcours



Vorgesehen sind des Weiteren

- Parkplätze für Busse, Pkw, Fahrräder
- öffentliche WC-Anlagen (beim Infocenter)

Es ist keine eigene Gastronomie vorgesehen, geplant ist eine enge Kooperation mit dem benachbarten **Café**.

3.2 Projektkosten

Die Projektkosten werden mit ca. **€ 1,7 Mio.** angegeben.

3.3 Zielsetzungen des Projektes

Die Ziele die mit dem Projekt verfolgt bzw. erreicht werden sollen ergeben sich bereits aus dem Projekttitel

- an authentischer Stelle („Länd“) soll ein Stück Kulturgeschichte – die ehemalige Holznutzung als bedeutender Wirtschaftsfaktor in der Grenzregion zwischen Bayern und Tirol – für die Besucher erlebbar aufbereitet und dargestellt werden
- das Holzermuseum soll für die Einheimischen und Touristen in der Region bzw. in einem entsprechenden Einzugsbereich zu einem beliebten Ausflugsziel werden
- es dient als Ergänzung und Stärkung der bisherigen Aktivitäten des Naturparks Karwendel
- es soll Grundlage und Basis für zusätzliche Einrichtungen und Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Generalthema Holz sein
- in Verbindung mit dem Infozentrum soll es Anlauf-, Koordinations-, Informations- und Verteilerzentrum für die unterschiedlichen Besucher bzw. Nutzer der Karwendelregion sein.



4 POTENTIALBEURTEILUNG DER „HOLZERMUSEEN“

Im Hinblick auf die Einschätzung der nachhaltigen touristischen Attraktivität des Projektes und der realistischen Zielmärkte und anzusprechenden Zielgruppen gilt es einige Basiserfordernisse zu betrachten.

- **Nachfragefähigkeit** des gewählten Themas
- **Qualität des Standortes** insbesondere im Hinblick auf das potentielle Einzugsgebiet und die Frequenzlage
- Möglichkeit der **Eigenprofilierung** (USP, Alleinstellung, etc.) über das gewählte Thema
- Ideale **Konfiguration** des Grundstückes bzw. Struktur des Geländes im Hinblick auf die Optimierung der Abläufe
- Ausreichend **Grundstücks- bzw. Flächenreserven** im Hinblick auf zukünftige Aus- und Weiterentwicklungsphasen

Für die Ermittlung des Projektpotentials wurden die Bewertungskriterien in drei Gruppen gegliedert:

- Standortpotential
- Themenpotential
- Wettbewerbspotential

4.1 Standortpotential

Für die Beurteilung der Projektstandorte wurden folgende Kriterien herangezogen:

- Eignung des Projektstandortes
- Lage und Erreichbarkeit / Einzugspotential des Standortes
- Freizeittouristische Voraussetzungen



Eignung der Projektstandorte

Kriterium	Beurteilung	Bemerkung
Eignung des Projektumfeldes (Makrostandort)	sehr gut	<p>In den Karwendeltälern war Holznutzung jahrzehntelang ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, die vorhandenen Gebirgsbäche ein ideales Transportmittel.</p> <p>Das Projekt hat einen besonderen Bezug zur Region, eine authentische Darstellung ist gewährleistet. Auch im Schlierseeraum war die Holzwirtschaft über Jahrhunderte ein wichtiger Arbeitgeber für die Bevölkerung.</p>
Eignung des Projektstandortes (Mikrostandort)	sehr gut	<p>Der Name „Länd“ zeigt schon die ursprüngliche Bedeutung bzw. Nutzung dieser Fläche für den Holztransport. Die Gesamtfläche (13.000 m²) bietet ausreichend Möglichkeiten für eine attraktive Outdoorgestaltung bzw. für Veranstaltungen, etc.</p> <p>Das Wasmeier Museum ist grundsätzlich ebenfalls gut geeignet, als Standort für eine Holzerhütte (weist derzeit bereits 100.000 Besucher auf).</p>
Klimatische Basisvoraussetzungen	gut – befriedigend	Die Outdoorbereiche sind nur beschränkt nutzbar (Mai – Oktober)
Möglichkeiten zur Erweiterung	sehr gut	<p>Auf der „Länd“ sind derzeit ca. 3.000 m² für das Projekt vorgesehen, ca. 13.000 m² stehen grundsätzlich zur Verfügung.</p> <p>Erweiterungsmöglichkeiten gibt es auch im Wasmeier Museum.</p>
Gesicherte Ver- und Entsorgung	sehr gut	Die Installation der notwendigen Ver- und Entsorgungseinrichtungen ist gewährleistet bzw. sind diese Einrichtungen schon vorhanden.



Lage und Erreichbarkeit / Einzugspotential

Kriterium	Beurteilung	Bemerkung
Erreichbarkeit des Standortes	gut	Die Erreichbarkeit des Standortes ist insgesamt als gut zu bezeichnen. Sehr gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln.
Einzugspotential Wohnbevölkerung	gut	In einem Einzugsbereich von ca. einer Stunde Fahrzeit zum Standort „Länd“ wohnen ca. 450.000 Personen, mit München und Umgebung sind es weitere ca. 1,8 Mio. Im Einzugsbereich von ca. einer Stunde Fahrzeit zum Standort Wasmeier Museum wohnen ca. 560.000 Einwohner, mit München und Umgebung sind es weitere ca. 1,8 Mio.
Einzugspotential (aufenthalstouristisch)	sehr gut	Beide Standorte befinden sich in sehr intensiven Tourismusregionen. Im Einzugsbereich der „Länd“ werden im Tourismusjahr ca. 17,4 Mio. Nächtigungen erreicht, im Einzugsgebiet Wasmeier Museum sind es ca. 15,5 Mio. Nächtigungen.
Allgemeine freizeittouristische Basisvoraussetzungen	sehr gut	Beide Standort-Regionen sind touristisch sehr gut erschlossen und verfügen über ein sehr breites, attraktives Freizeitangebot.
Tourismus- und Themenidentifikation der Bevölkerung	gut	Die Tourismusidentifikation ist in beiden Standort-Regionen sehr gut ausgeprägt. Auch die Themenidentifikation ist grundsätzlich positiv, muss allerdings zum Teil wieder geweckt werden.
Allgemeine Beherbergungs- und Verpflegungsstrukturen	gut	In beiden Standort-Regionen sowohl qualitativ als auch quantitativ gut ausgeprägt. Am konkreten Standort Scharnitz mäßig bzw. unbefriedigend.



Gesamtbeurteilung Projektstandort

Eignung des Projektumfeldes (Makrostandort):	sehr gut
Eignung des Projektstandortes (Mikrostandort):	sehr gut
Lage und Erreichbarkeit/Einzugspotential:	gut – sehr gut
Freizeittouristische Voraussetzungen:	gut

4.2 Themenpotential

In diesem Abschnitt wird geprüft, inwieweit das Thema „**Holz**“, „**Wege des Holzes**“ etc. für eine erlebnisorientierte freizeittouristische Aufbereitung geeignet ist, bzw. das Thema insgesamt den aktuellen Nachfragebedürfnissen und Trends entspricht.

In diesem Zusammenhang ist die „**allgemeine Attraktivität**“ des Themas zu hinterfragen und die damit verbundene „**Kernnachfrage**“ (Hauptzielgruppe), die Ausbaufähigkeit des Themas, die Möglichkeit der erlebnisorientierten Gestaltung, sowie die Veranstaltungsmöglichkeiten und die Möglichkeit der durchgängigen Aufbereitung (**Story-Line-Prinzip**).

Kriterium	Beurteilung	Bemerkung
Allgemeine Themenrelevanz für eine breite Markt- bzw. eine breite Zielgruppenansprache	sehr gut	<p>Das Thema „Holz“ in den verschiedenen Ausprägungen, Nutzungen, etc. ist positiv besetzt und besitzt ein sehr gutes Image auch für Freizeiteinrichtungen (Baumhäuser, Baumwipfelpfad, Holzspielzeug usw.).</p> <p>Insbesondere in Kombination mit Wasser sind solche Angebote Besuchermagneten.</p> <p>Aufgrund der vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten und Anwendungsbereiche ist eine breite Zielgruppenansprache möglich.</p>
Definierbarkeit von spezifischen Hauptzielgruppen	sehr gut	Aus den oben erwähnten Gründen ist die Ansprache mehrerer Hauptzielgruppen gegeben.



Kriterium	Beurteilung	Bemerkung
Nachfrageentwicklung im Hinblick auf den Themenbereich	gut	Die Nachfrageentwicklung nach freizeittouristischen Einrichtungen mit dem weiteren Begriff „Holz“ ist steigend.
Zeitlosigkeit des Themas	sehr gut	Die geschichtliche Entwicklung und die Aktualität des Themenbereiches zeigen, dass das Thema zeitlos ist und sich permanent weiterentwickelt.
Erlebnisorientierte Umsetzung des Themas (Animation der Besucher, Veranstaltungen und Events)	sehr gut	Aktivitäten rund um das Thema – entweder den Besuchern vorgeführt oder von den Besuchern selber durchgeführt – sind vielfältig möglich und steigern die Attraktivität.
Möglichkeiten zur interaktiven Gestaltung	sehr gut	Das „Generalthema“ Holz bietet viele Möglichkeiten zur interaktiven Gestaltung bzw. zur direkten Einbindung der Besucher.
Möglichkeit der Gestaltung von Untertiteln	sehr gut	Das Thema „Holz“ ermöglicht eine Vielzahl an Untertiteln (z.B. Wege des Holzes, Holzschlägerung/-bringung; damals und heute, Holz als Baustoff, als Brennstoff, Holz und Gesundheit, usw.).
Witterungsunabhängige Gestaltungsmöglichkeiten	gut	Das „Holzermuseum“ ist Indoor und somit witterungsunabhängig, die Möglichkeiten sind jedoch beschränkt.
Kinder- und familiengerechte Gestaltungsmöglichkeiten	sehr gut	Der Themenbereich „Holz“ ist – vor allem im Außenbereich sehr gut für eine kindergerechte Aufbereitung geeignet.
Möglichkeit zur Kommunikation von Fachkompetenz zum Thema	sehr gut	Die Anwendungsmöglichkeiten und Wirkungen von Holz sind permanent Thema wissenschaftlicher Untersuchungen, vorhandene und „zugekaufte“ Kompetenzen können vom „Holzermuseum“ aus kommuniziert werden.



Veranstaltungstauglichkeit des Themas	sehr gut	Das Generalthema „Holz“ bietet eine ideale Basis für Vorträge, Symposien, Wettbewerbe, Präsentationen, Schauveranstaltungen, usw.
Drehbuch-Potential (Story-Line) des Projektes	gut	Über die einzelnen Themen lassen sich gut Geschichten erzählen.

Gesamtbeurteilung Themenpotential

Die Attraktivität des Projektthemas „Holz“ bzw. aller Unterthemen und die damit in Zusammenhang stehenden Möglichkeiten der Zielgruppenansprache, die erlebnisorientierte Gestaltung und die Veranstaltungstauglichkeit können für das (die) „Holzermuseum (en)“ als **sehr gut** bezeichnet werden.

4.3 Wettbewerbspotential

Die anzusprechenden Besucher bzw. Zielgruppen hängen auch sehr stark von der **Wettbewerbsfähigkeit** des geplanten Projektes ab.

Kriterium	Beurteilung	Bemerkung
Grundsätzliche Wettbewerbsfähigkeit des Projektes	gut	Das Thema ist absolut wettbewerbsfähig mit anderen Erlebnis-Freizeiteinrichtungen. Die tatsächliche Konkurrenzfähigkeit hängt von der Umsetzung der geplanten Ideen und vor allem den entsprechenden Veranstaltungen etc. ab.
Wettbewerbsfähigkeit am Standortumfeld	gut	In beiden Regionen gibt es attraktive Freizeiteinrichtungen. Inwieweit sich das geplante Projekt behaupten kann, hängt von dem oben Gesagten ab.



Kriterium	Beurteilung	Bemerkung
U.S.P. Fähigkeit und Wettbewerbsvergleich	gut	Alleinstellung kann durch spezielle Veranstaltungen, „Wettbewerbe“ etc. erreicht werden.
Voraussichtliche Wettbewerbsentwicklung im Bereich entsprechender thementouristischer Einrichtungen	befriedigend	Es ist damit zu rechnen, dass in den nächsten Jahren verstärkt thementouristische Einrichtungen geschaffen werden. Im Zusammenhang mit „Holz“ sind in Zukunft vermehrt Angebote zu erwarten. Der Wettbewerb bzw. die Konkurrenzierung wird stärker.

Gesamtbeurteilung Wettbewerbspotential

Das geplante „Holzermuseum“ hat ausreichend Potential um mit der Vielzahl an vorhandenen Freizeiteinrichtungen in den beiden Regionen mithalten zu können. Es hat auch entsprechendes Potential für Alleinstellungsgebiete. Inwieweit es den zunehmend mehr werdenden, ähnlichen Angeboten standhalten kann hängt von der Attraktivität des Angebotes ab.

4.4 Zusammenfassende Beurteilung des Projekt-Potentials

- Das Generalthema „Holz“ bzw. „Wege des Holzes“ ist sehr gut geeignet, um entsprechende Aufmerksamkeit bzw. Nachfrage zu erzeugen.
- Die Zeitlosigkeit des Themas und die Möglichkeit der Gestaltung von Unterthemen ermöglicht es eine sehr breite Zielgruppe anzusprechen.
- Die geplanten Standorte – vor allem die „Länd“ – sind authentisch und bestens geeignet für die Umsetzung des Themas.
- Den Projektinitiatoren ist durchaus bewusst, dass eine reine „statische zur Schaustellung“ von Exponaten etc. keine Attraktion bzw. innovative Lösung darstellt.



- Es braucht interaktive Erlebniseinrichtungen, der Besucher muss aktiv in das gesamte Geschehen eingebunden werden können.
- Neben der Basisausstellung, den Wechselausstellungen, etc. sind es vor allem der Außenbereich und die entsprechenden thematischen Veranstaltungen, die Aufmerksamkeit erregen und für Alleinstellung sorgen.
- Eine nicht unerhebliche Rolle im Hinblick auf die Attraktivität und Nachfragestärke des Projektes stellt das gastronomische Angebot dar. Im Projekt selber ist derzeit nichts vorgesehen, es ist jedoch dafür Sorge zu tragen, dass z.B. der benachbarte Gastrobetrieb eine optimale gastronomische Versorgung der Besucher bzw. eine den Bedürfnissen der Besucher entsprechende Gastronomie anbietet.

4.5 Mitbewerber

Die geplanten „Holzermuseen“ stehen einerseits im Wettbewerb mit ähnlichen Einrichtungen bzw. Anlagen im definierten Einzugsgebiet andererseits mit allen anderen Sport- und Freizeiteinrichtungen in der Region.

An konkreten thematisch ähnlichen Einrichtungen können genannt werden

- 1. Tiroler Holzmuseum und Holzschnitzerei in Wildschönau
- Holztechnische Museen in Rosenheim
- Flößermuseum Lechbruck in Lechbruck am See

Mitbewerber sind aber auch alle Erlebnisspielplätze in denen „Holzhütten“, „Baumhäuser“, „Holzspielgeräte“, entsprechende Wasserspiele etc. eine Rolle spielen wie z.B.

- Spielplatz Muttereralmbahn
- Hexenwasser
- Erlebnisspielpark Ellmau
- Spielplatz in der Eng usw.



5 ANFORDERUNGEN AN DAS „HOLZERMUSEUM“

Um den definierten Zielsetzungen – unter anderem ein attraktives Ausflugsziel für Einheimische und Gäste aus der Region zu sein – gerecht zu werden, müssen bestimmte Grundüberlegungen erfüllt werden.

Die Herausforderung für die Planer und Konzeptionisten von erlebnis-orientierten musealen Einrichtungen liegt in der **Aufbereitung** und **Vermittlung** der fachlichen Information.

Traditioneller Weise stehen bei musealen Einrichtungen das Sammeln, Bewahren, das Lehren und Forschen sowie das Vermitteln von Wissen im Vordergrund.

Die Wünsche und Bedürfnisse der modernen Freizeitgesellschaft sowie das damit verbundene Informationsverhalten haben dazu geführt, dass sich **traditionelle museale Einrichtungen** in verstärktem Maße auf die psychologischen Parameter der Besucher, auf ihr **Lern- und Informationsverhalten**, vor allem aber auf ihren **Wunsch nach Unterhaltung** einzustellen haben.

Für eine erfolgreiche Gestaltung erlebnisorientierter Freizeiteinrichtungen ist neben dem Wissen um Marketingstrategien, Produktkenntnisse, Qualitätsstandards, etc. der Wissenserwerb wie sich Kundenmotivationen aufbauen, wie Emotionen entstehen und wie diese in systematische und zukunftsorientierte Produktstrategien im Rahmen von Erlebnis- und Freizeiteinrichtungen eingebunden werden können, notwendig.

- Erlebniseinrichtungen sollen **emotionale Reaktionen** auslösen, die Erwartungshaltung der Besucher erfüllen bzw. übertreffen.
- Es sollen **geistige und kreative Prozesse** im Bewusstsein und Unterbewusstsein der Besucher über aktives Mittun ausgelöst werden.
- Wahrnehmungen und Emotionen sollen im Gedächtnis der Besucher **gespeichert** werden.



- Durch gezielte Thematisierungs-Szenarien und aktives bzw. emotionales Beteiligen werden bei Besuchern **bleibende Eindrücke** geschaffen.
- Je größer die Erinnerung mit Eindrücken bereichert wird, desto stärker ist der Wunsch nach **Wiederholung**.
- Die Beteiligung eines Besuchers kann über „**äußeres Tun**“ wie
 - eigene körperliche Aktivitäten (z.B. Holz spalten (mit Keil), Holz schneiden (mit Wiegesäge), Blochziehen etc.),
 - gefühlsmäßige Beteiligung (z.B. Rinde verschiedener Holzarten fühlen),
 - intellektuell-emotionale Tätigkeit (entdecken, Überraschendes erleben, untersuchen usw.)und „**inneres Tun**“ wie träumen erreicht werden.

Es muss das Bestreben sein, eine größtmögliche Anzahl von Mini-Erlebnissen oder saisonalen Stimulationen zu vermitteln, die in ihrer Summe angenehm empfunden werden müssen.

Die angenehmen Erlebnisse – die eine starke emotionale Betroffenheit auslösen – wollen **wiederholt** werden.



6 DEFINITION DER ZIELMÄRKTE UND ZIELGRUPPEN

Das Thema „Holz“ bzw. „Wege des Holzes“ ermöglicht eine sehr breite Zielgruppendefinition bzw. -ansprache ohne wesentliche Einschränkungen in demographischer Hinsicht.

6.1 Zielmärkte

Hauptzielmärkte sind im Wesentlichen

- ⇒ die Einzugsbereiche, die ca. 1 bis 1 ½ Fahrstunden von den beiden Standorten entfernt sind;
- ⇒ das sind für den Standort „Länd“ z.B. die Bezirke Innsbruck Stadt, Innsbruck Land, Bezirk Imst, die Landkreise Garmisch-Partenkirchen und Bad Tölz/Wolfratshausen;
- ⇒ für den Standort „Schliersee“ die Landkreise Miesbach, Bad Tölz/Wolfratshausen, Rosenheim, der Bezirk Schwaz.

In den Hauptzielmärkten kommen als Zielgruppen sowohl die einheimische Bevölkerung als auch die Aufenthaltsgäste in Frage.

Als ein weiterer **Zielmarkt** kann auch die Stadt München und deren Umgebungsbereich betrachtet werden.

Nebenzielmärkte

Nebenzielmärkte für den Standort „Länd“ – eingeschränkt auf spezielle Zielgruppen – sind sicherlich

- die übrigen Bezirke von Tirol



- die Bundesländer Vorarlberg, Salzburg, Oberösterreich, Kärnten, Steiermark, Niederösterreich und
- Südtirol (hier jedoch im Wesentlichen beschränkt auf spezielle Interessengruppen).

Für den Standort „Schliersee“ – ebenfalls eingeschränkt auf spezielle Zielgruppen – der ganze Freistaat Bayern.

6.2 Zielgruppen

Wie bereits angeführt spricht das Thema eine breite Zielgruppe an und kann – bei innovativer Angebotsaufbereitung – diese Zielgruppen auch zufrieden stellen. Dies gilt – unter Berücksichtigung der geplanten Einrichtungen im Außenbereich und der Möglichkeit Veranstaltungen zu organisieren – mehr für den Standort „Länd“ als für Schliersee.

Als spezielle Zielgruppen können angesprochen werden:

Familien

Bei der Zielgruppe „Familie“ handelt es sich um die breiteste Zielgruppe, die sowohl im Tagetourismus als auch im Aufenthalstourismus von erheblicher Bedeutung ist.

Entscheidend für die Ansprache dieser Zielgruppe sind

- ⇒ angebotsseitig die spezielle Ausrichtung der Strukturen auf die Bedürfnisse der Kinder (hier gilt es zu beachten, dass für die unterschiedlichen Altersgruppen adäquate Angebote zur Verfügung stehen)
- ⇒ die begleitende Vermittlung von Lerninhalten
- ⇒ die Möglichkeit gewisse Angebote sowohl aktiv als auch passiv zu konsumieren.



Schulen

Diese Zielgruppe soll ebenfalls maßgeblich angesprochen werden, wobei hier eine Unterscheidung zwischen „normalen Schulen“ und „Spezialschulen“ zu treffen ist.

Für die „normalen Schulen“ – Volksschulen, Hauptschulen, allgemeine höhere Schulen etc. ist das Projekt – eventuell kombiniert mit einer naturkundlichen Wanderung etc. ein ideales Ziel für Ausflüge bzw. Wandertage.

Im Vordergrund steht

- ⇒ das Erlebnis
- ⇒ gemeinsam etwas unternehmen

und erst an 2. Stelle die Vermittlung von Informationen.

Wie interessant das Thema „Holz“ für Kinder sein kann, zeigt das Projekt „Wood's up“ der Volkschule St. Nikolaus in Innsbruck bzw. der Verein „klasse!forschung“ der das Projekt tirolweit mit jeweils einem anderen Fokus organisiert.

Für alle „Spezialschulen“ – gemeint sind hier Schulen, Ausbildungsstätten die im engeren und weiteren Sinne mit „Holz“, „Holzverarbeitung“, „Holzgewinnung“ etc. zu tun haben, wie z.B.

- Fachschulen für Land und Forstwirtschaft
- Fachschulen für Bautechnik / Zimmerei
- Fachschulen für Holzwirtschaft und Sägetechnik
- Fachschulen für Tischlerei
- Technische und gewerbliche Lehranstalten mit dem Schwerpunkt „Holz“
- Berufsschulen für Tischler, Zimmerer.

Konkret z.B.

- Höhere Bundeslehr- und Forschungsanstalt für Landwirtschaft und Ernährung sowie Lebensmittel und Biotechnologie Tirol, Rotholz, Gemeinde Strass



- Höhere Technische Bundeslehranstalt Imst, Imst
- Fachschule für Kunsthandwerk und Design (Schnitzschule Elbigenalp), Elbigenalp
- Tiroler Fachberufsschule für Holztechnik, Absam
- Schulen für Holz und Gestaltung des Bezirkes Oberbayern in Garmisch-Partenkirchen, Garmisch-Partenkirchen

Für diese „Spezielle Interessensgruppen“ muss ein Besuch des „Holzermuseums“ eine „Pflichtveranstaltung“ im Ausbildungsprogramm bzw. im Lehrplan sein.

Für diese Gruppen

- gilt es die Themen für Unterrichtszwecke aufzubereiten
- spezielle Vorträge, Workshops etc. anzubieten
- Spezialangebote für die „Lehrkräfte“ auszuarbeiten.

Gruppen

Auch bei den Gruppen gilt es zwischen „normalen Besuchergruppen“ und „speziellen Interessensgruppen“ zu unterscheiden.

Normale Gruppen sind z.B. Vereine, Organisationen, Gemeinden, Jahrgangstreffen usw. die ein interessantes Ziel für ihre Ausflüge suchen.

Um ein spannendes Angebotspaket anbieten zu können, gilt es den Besuch des Holzermuseums mit einem weiteren Angebot zu kombinieren (eventuell kleine Wanderung, Radtour, Besichtigung einer weiteren Einrichtung im Gebiet etc.). Für diese Gruppen ist auf alle Fälle eine entsprechende gastronomische Versorgung sicherzustellen.

Schwerpunktmaßig sollen hier alle jene Vereine, Institutionen etc. innerhalb der Hauptzielmärkte also für einen Tages- oder Halbtagesausflug angesprochen werden.

Das Thema ist sicherlich auf für Busreiseveranstalter interessant, die im Wesentlichen für Aufenthaltsgäste in Tourismusorten Ausflugsfahrten anbieten.



Als „spezielle Interessensgruppen“ können alle größeren Firmen bzw. Unternehmen angesprochen werden, die sich im engeren und weiteren Sinne mit „Holz“ befassen wie z.B.

- größere Tischlereien
- größere Zimmereien
- größere Sägewerke
- größere Holzschlagerungsunternehmen
- Holzhaus-Hersteller usw.

Weitere spezielle Interessensgruppen sind alle Bezirksforstinspektionen, Agrargemeinschaften etc.

Wanderer / Radfahrer

Scharnitz ist ein beliebter Ausgangspunkt für Wanderer / Radfahrer in die verschiedenen Karwendeltäler.

Diese Zielgruppe ist ebenfalls direkt für einen Besuch des „Holzermuseums“ anzusprechen.

6.3 Veranstaltungen

Ein großes Potential an Besuchern bietet die Organisation von Veranstaltungen. Diese tragen dazu bei

- den Bekanntheitsgrad des „Holzermuseums“ zu steigern
- die Kompetenz in Sachen „Holz“ zu unterstreichen bzw. zu stärken
- Multiplikatoren anzusprechen bzw. zu gewinnen.



Solche Veranstaltungen können sein:

- die Erzeugung von Holzkohle und der anschließende Verkauf
- die Durchführung von „Säge-Wettbewerben“ (sägen mit allen Werkzeugen, Motorsäge-Wettbewerbe usw.)
- Zimmerer-Wettbewerbe
- die Erzeugung von 4-Kant-Hölzern – einst und jetzt
- Organisation eines Holzschnitzer-Symposiums (verschiedene Holzschnitzer können z.B. 3 Tage oder eine Woche lang bei ihrer Arbeit beobachtet werden)
- Organisation des Tages des Holzes (findet derzeit in Absam statt) mit Holzolympiade etc.
- Präsentation bzw. Ausstellung von Gesellen- und/oder Meisterstücken der Zimmerer bzw. Tischler
- Organisation einer Holzsubmission
- Ausstellung bzw. Vorführung von modernen Maschinen und Geräten zur Holzschlägerung, Holzgewinnung.

Die Veranstaltungen müssen authentisch sein, ein entsprechendes Niveau aufweisen und einen bestimmten Erlebniswert haben.

6.4 Multiplikatoren

Zum Thema „Holz“ gibt es eine Vielzahl an Multiplikatoren mit denen enger zusammen gearbeitet werden soll. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, können genannt werden:

- **Pro Holz, Tirol**

Wilhelm-Greil-Straße 7, A-6020 Innsbruck

Tel.: 0512 564727, Mail: info@proholz-tirol.at

(besonders das Projekt inno4wood bietet ideale Möglichkeiten zur Kooperation



- **Pro Holz, Bayern**

Max-Joseph-Straße 8, D-80333 München

Tel.: 0049 89 26209332-3, Mail: info@proholz-bayern.de

- **Binderholz GmbH, Fügen**

Zillertalstraße 39, A-6263 Fügen

Tel.: 05288 601, Mail: fuegen@binderholz.com

- **Pfeifer Holding GmbH**

Fabrikstraße 54, A-6460 Imst

Tel.: 05412 6960 0, Mail: info@pfeifergroup.com

- **Egger Holzwerkstoffe, St. Johann**

Weiberndorf 20, A-6380 St. Johann in Tirol

Tel.: 0800 888111, Mail: info@egger.com

- **Schafferer Holzbau GmbH, Navis**

Außerweg 61b, A-6145 Navis

Tel.: 05273 6434, Mail: info@schaafferer.at

- **Holzbau Foidl, Fieberbrunn**

Rosenegg 36, A-6391 Fieberbrunn

Tel.: 05354 56225, Mail: office@holzbau-foidl.at

- **Ing. Erwin Thoma-Holz-GmbH, Goldegg**

Hasling 35, A-5622 Goldegg

Tel.: 06415 8910, Mail: info@thoma.at

- **Bezirksforstinspektionen in Tirol**

Abteilung Forstorganisation

Bürgerstraße 36, A-6020 Innsbruck

Tel.: 0512 508 4502, Mail: forstorganisation@tirol.gv.at

- **Bayerische Staatsforsten Forstbetrieb Schliersee**

Mesnergasse 3, D-83727 Schliersee

Tel.: 0049 8026 9293-0, Mail: info-schliersee@baysf.de



7 ANFORDERUNGEN AN DIE VERMARKTUNG DES PROJEKTES

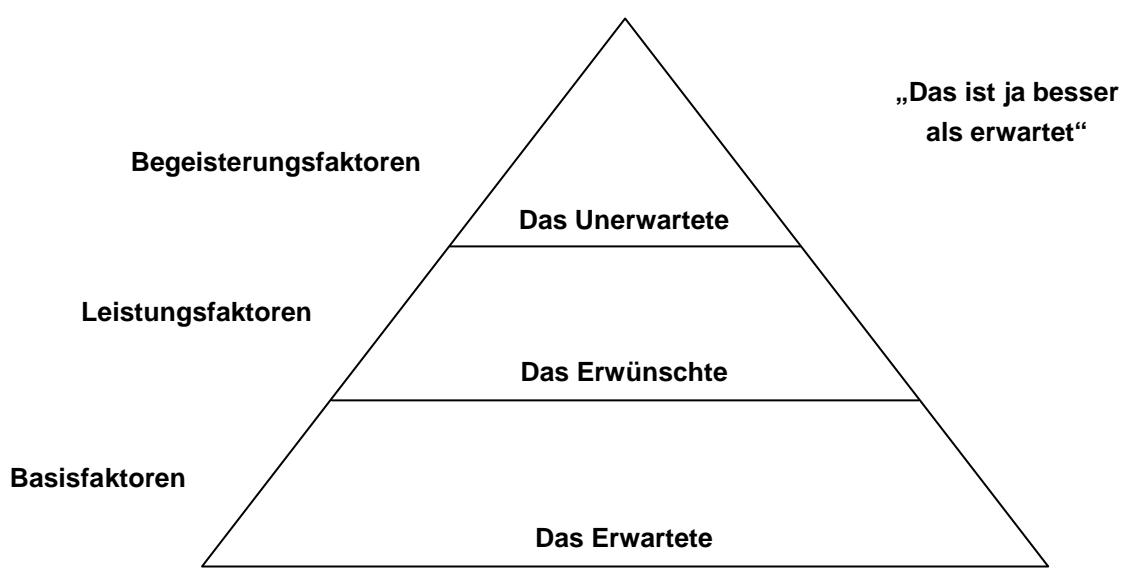
Wenn auch für die geplanten „Holzermuseen“ ein sehr großes Besucherpotential in einem realistischen Einzugsbereich vorhanden ist, so muss dieses Potential erst akquiriert bzw. für einen Besuch motiviert werden.

Es braucht eine professionelle Marketingarbeit die bereits im Vorfeld der Eröffnung beginnt und optimale Synergieeffekte zum freizeittouristischen Angebot der Region herstellt.

Neben einer Reihe konkreter Maßnahmen, braucht es aber auch einige grundlegende Bekenntnisse:

- **Beim Betrieb der „Holzermuseen“ stehen die Markterfordernisse bzw. Gästebedürfnisse im Vordergrund**

Es gilt vorrangig die Kundenbedürfnisse – im Einklang mit den Betreiberbedürfnissen – zu erfüllen bzw. zu befriedigen, auch wenn dies einzelwirtschaftlich oft nicht die optimale Lösung darstellt. Basisfaktoren und Leistungsfaktoren werden als selbstverständlich vorausgesetzt, der Schwerpunkt liegt auf den Begeisterungsfaktoren.



Für den Gast bzw. Besucher ergibt sich im Laufe seines Aufenthaltes in der Region bzw. beim Besuch des „Holzermuseums“ eine **Dienstleistungskette**“ deren einzelnen Bestandteile im Rahmen der Entscheidungsfindung der Konsumationsphase und der Reflexionsphase in unterschiedlichen Intentionen wahrgenommen werden.

Die „Dienstleistungskette“ funktioniert nur dann, wenn **alle Glieder** gleichmäßig stark sind bzw. verstärkt werden.

- **Kundenwünsche**

Der Besuch des „Holzermuseums“ bzw. entsprechender Veranstaltungen und das Regionsangebot bieten dem Gast die Möglichkeit, sich zu reaktivieren, zu informieren, vom Alltag in eine Gegenwelt zu entfliehen, Erlebnisse zu erfahren bzw. zu konsumieren.

- **Informationszugang**

Der Besucher muss auf das Angebot aufmerksam gemacht und die Kundenvorteile klar kommuniziert werden.

- **Erstkontakt**

Der Erstkontakt ist oft entscheidend, der Gast muss noch vom Angebot überzeugt werden, er braucht Sicherheit gut gewählt zu haben und muss von der Problemlösungskompetenz der Betreiber überzeugt werden.

- **Alternativabwägung**

Das Freizeitangebot für den Gast ist vielfältig, er hat ausreichend Wahlmöglichkeiten. Er wird sich für das „Holzermuseum“ entscheiden, wenn der erkennbare Angebotsvorteil den zu tätigen Aufwand übertrifft.



- **Erwartungshaltung und Inanspruchnahme des Angebotes**

Der Gast kommt mit einer bestimmten (durch Werbung, Mundpropaganda, etc. suggeriert) Erwartungshaltung. Diese muss während der Konsumation des Angebotes übertroffen werden.

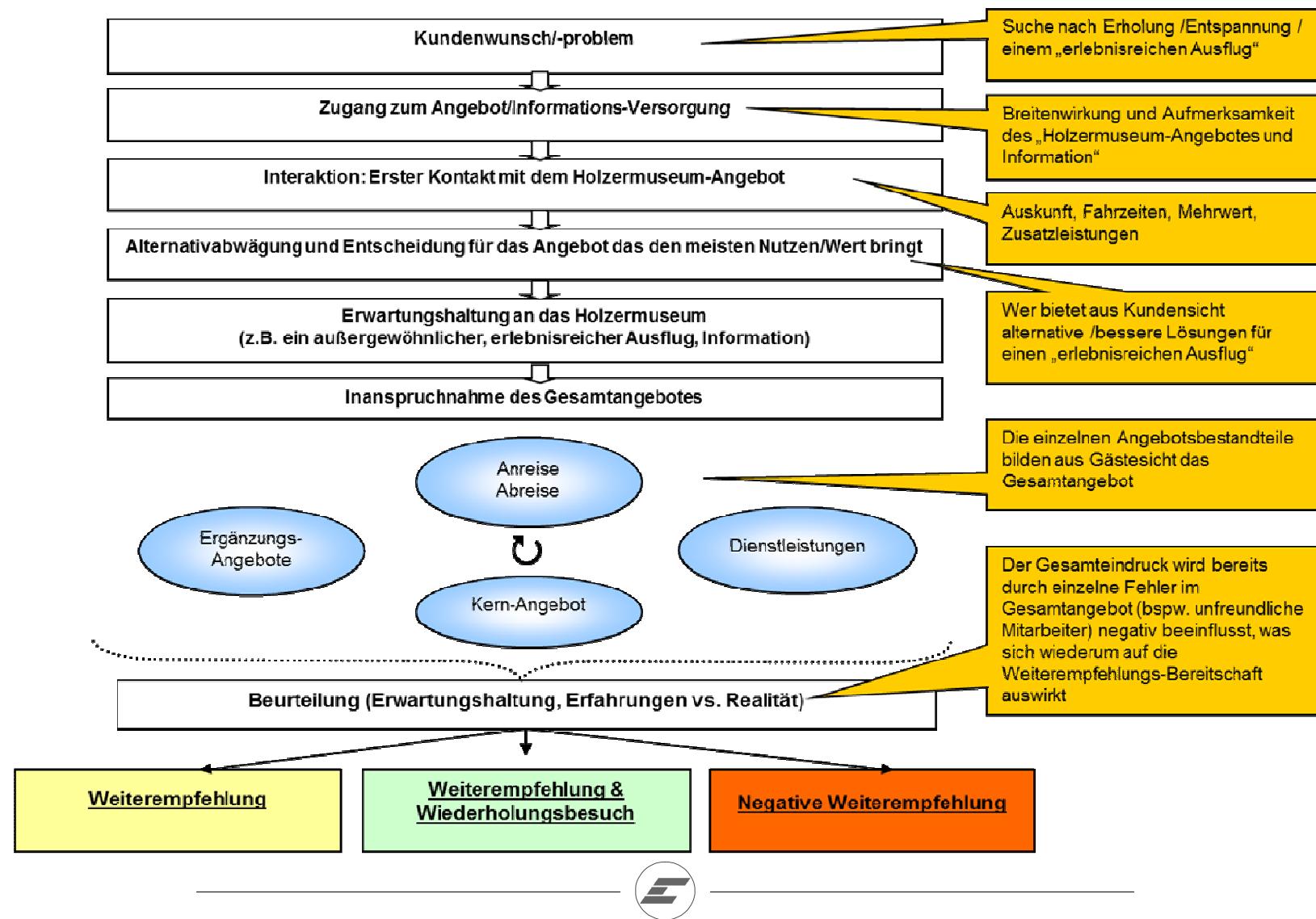
- **Beurteilung**

Wenn es gelingt, den Gast zu begeistern, wird er das Angebot weiter empfehlen und wieder kommen. Gibt es zu viele Fehler in der Dienstleistungskette, wird das Angebot nicht weiterempfohlen bzw. negativ beurteilt.

Die einzelnen Bestandteile der **Dienstleistungskette** müssen daher **gleich bleibend hohe Qualität** aus Besuchersicht erfüllen.



Dienstleistungskette



- Die Zielsetzungen und beabsichtigten Maßnahmen der „Holzermuseen“ müssen auf breiter Basis in der Region präsentiert werden, damit bei allen Betroffenen ein möglichst hoher Informationsstand besteht.
 - Um das „Holzermuseum“ mit seinen Schwerpunktthemen und Angeboten auch wirklich am Markt bekannt machen zu können, ist ein einprägsames, markantes Signet und Logo notwendig. Nur über eine gemeinsame Wort – Bild – Marke lässt sich die Gesamtphilosophie des „Holzermuseums“ und seine Angebote auf den Zielmärkten penetrieren. Nur durch den wiederholten und multiplen Einsatz dieser Wort – Bild – Marke in der Gesamtkommunikation (im Drucksortenbereich, in der Beschilderung, usw.) kann die notwendige Quantität an Markenimpulsen an die Zielgruppe und damit das Erreichen der notwendigen „Markenkenntnis“ erreicht werden.
 - Einerseits aus Kostengründen, andererseits aber aus Effizienzgründen, gilt es in der zukünftigen Werbearbeit der „Holzermuseen“
 - sich auf das Wesentliche zu konzentrieren
 - möglichst viele (sinnvolle) Kooperationen und synergetische Partnerschaften einzugehen
 - sich an Werbeaktivitäten der Region (Destination) anzuhängen.
- Das Angebot muss in allen Unterlagen und Informationen des Naturpark verankert werden.
- Des Weiteren soll das „Holzermuseum“ in den Werbemitteln der Tourismusregion angeführt werden.
- Es braucht eine professionell gestaltete und laufend aktualisierte Homepage, die mit der Homepage des Naturpark, der Tourismusregion und möglichen Kooperationspartnern verlinkt wird.
- Mit lokalen bzw. regionalen Medien (z.B. Bauernzeitung, Bezirksblätter, Tiroler Tageszeitung) ist ein Arrangement zu treffen, dass z.B. alle 14 Tage oder zumindest 1x im Monat ein Bericht über das „Holzermuseum“ erscheint (ideal wäre, wenn immer unterschiedliche Besucher – z.B. Hauptschüler, Fachschulschüler, Lehrer, Forstarbeiter, Tischler, usw. – zu Wort kommen).



- Jährlich einmal soll eine lokale Radiosendung vom „Holzermuseum“ oder einer Veranstaltung berichten. Gleiches gilt für das Fernsehen (Tirol Heute, Willkommen Österreich usw.).
- Zu überlegen ist die Herausgabe eines „Holzerkuriers“ (2 x jährlich) mit Informationen über das „Museum“ und die diversen Veranstaltungen, aber auch mit interessanten Fachartikeln.
- Jedes Jahr soll zu einem besonderen Anlass eine bekannte Persönlichkeit aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, etc. zu einem „Holzbotschafter“ ernannt werden.
- In den Schulen in der Region (Bezirk) soll ein Aufsatz und/oder Zeichenwettbewerb mit den Themen „Unser Wald“, „Holz als Baustoff“ usw. durchgeführt werden. Eine Jury bewertet die Ergebnisse, die 3 Gewinner werden zu einem Besuch ins Holzermuseum eingeladen.
- In den jeweiligen Gemeindeinformationsaussendungen soll über das „Holzermuseum“ berichtet werden.



8**ZUSAMMENFASSENDES ERGEBNIS**

In der „Länd“ in Scharnitz und im Wasmeier Museum in Schliersee jeweils ein „Holzermuseum“ zu errichten kann positiv beurteilt werden. Sowohl die Standortwahl als auch das Thema bieten ausgezeichnete Voraussetzungen eine Freizeiteinrichtung mit entsprechender Attraktivität und Strahlkraft zu errichten und zu betreiben.

Das grundsätzliche Angebot spricht eine breite Zielgruppe an – von Kinder bis zu Senioren, Familien, Gruppen, Einzelpersonen, aktive, passive Teilnehmer, Spezialinteressenten usw.

Die oben angeführten Überlegungen haben grundsätzlich für beide Standorte Gültigkeit, wobei die „Länd“ sicherlich die besseren Voraussetzungen und Möglichkeiten hat.

Das Projekt bietet viele Chancen; unter der Voraussetzung einer ausgezeichneten erlebnisorientierten Aufbereitung bzw. Umsetzung kann das Projekt

- ein attraktives Angebot darstellen
- ein touristisches Highlight in der Region werden
- zu einem besseren Verständnis der gesamten Thematik beitragen
- einen deutlichen Zusatznutzen bzw. Mehrwert für den Naturpark bringen
- einen wichtigen Angebotsbaustein im Wasmeier Museum darstellen.

Das Grundthema erlaubt eine permanente Weiterentwicklung und garantiert somit laufende Aktualität.

Es gilt aber auch zu beachten,

- wenn das Thema zu museal – ohne ausreichende Erlebnisakzente aufbereitet wird
- man sich zu sehr auf die Bedürfnisse der Projektinitiatoren konzentriert und zu wenig die Erwartungen des Marktes erfüllt



- das Projekt zu klein und zu unattraktiv gestaltet
- den Betrieb nur „so nebenbei führt“
- das gastronomische Angebot nicht bedarfsgerecht löst

dass die erwarteten Zielsetzungen und positiven Effekte nicht erreicht werden.

Die vorgehenden Informationen wurden durch die Edinger Tourismusberatung GmbH nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Sie beruhen auf spezifischen Branchenerfahrungswerten, entsprechen dem letzten Wissens- und Informationsstand der Edinger Tourismusberatung GmbH und basieren auf Informationen, die der Edinger Tourismusberatung GmbH zum Zeitpunkt der Berichtausarbeitung zur Verfügung standen.

Die Edinger Tourismusberatung GmbH übernimmt keine Haftung für budgetierte Zahlen. Jede Entscheidung, die auf Basis dieses Berichtes getroffen wird, geschieht auf Verantwortung des Verwenders.

Innsbruck, am 24. Juli 2017

Dr. Simon Gspan



ANHANG

ADRESSEN VON POTENTIELLEN ANSPRECHPARTNERN

SCHULEN

Entsprechende Kontaktdaten zu den diversen Schulen in den entsprechenden Einzugsgebieten findet man unter

- www.tirol.gv.at/bildung/schulen/schulen/liste
- www.tirol.gv.at/bildung/bildung/adressen
- www.tirol.gv.at/bildung/schulen/schulen/uebersicht

(Übersicht aller Tiroler Schulen)

Tirol 26 Allgemeinbildende höhere Schulen 6 Bildungsanstalten für Kindergarten-pädagogik 11 Handelsakademien/Handelsschulen 13 Höhere Bundesanstalten für wirtschaftliche Berufe 11 Höhere Technische Lehranstalten 28 Landesmusikschulen 7 Landwirtschaftliche Lehranstalten 107 Neue Mittelschulen 32 Polytechnische Schulen 14 Privatschulen 31 Sonderschulen 22 Tiroler Fachberufsschulen 2 Universitäten 372 Volksschulen	Bezirk Innsbruck - Land 3 Allgemeinbildende höhere Schulen 2 Handelsakademien/Handelsschulen 2 Höhere Technische Lehranstalten 8 Landesmusikschulen 1 Landwirtschaftliche Lehranstalten 20 Neue Mittelschulen 7 Polytechnische Schulen 1 Privatschulen 9 Sonderschulen 5 Tiroler Fachberufsschulen 72 Volksschulen	Bezirk Reutte 1 Landwirtschaftliche Lehranstalten 10 Neue Mittelschulen 2 Polytchnische Schulen 1 Sonderschulen 1 Tiroler Fachberufsschulen 43 Volksschulen	2 Höhere Bundesanstalten für wirtschaftliche Berufe 1 Höhere Technische Lehranstalten 5 Landesmusikschulen 16 Neue Mittelschulen 4 Polytchnische Schulen 2 Privatschulen 4 Sonderschulen 2 Tiroler Fachberufsschulen 40 Volksschulen
Bezirk Innsbruck - Stadt 9 Allgemeinbildende höhere Schulen 4 Bildungsanstalten für Kindergarten-pädagogik 1 Handelsakademien/Handelsschulen 5 Höhere Bundesanstalten für wirtschaftliche Berufe 2 Höhere Technische Lehranstalten 1 Landwirtschaftliche Lehranstalten 12 Neue Mittelschulen 1 Polytechnische Schulen 10 Privatschulen 4 Sonderschulen 8 Tiroler Fachberufsschulen 2 Universitäten 24 Volksschulen	Bezirk Imst 3 Allgemeinbildende höhere Schulen 1 Bildungsanstalten für Kindergarten-pädagogik 2 Handelsakademien/Handelsschulen 2 Höhere Technische Lehranstalten 4 Landesmusikschulen 1 Landwirtschaftliche Lehranstalten 12 Neue Mittelschulen 3 Polytechnische Schulen 2 Sonderschulen 1 Tiroler Fachberufsschulen 43 Volksschulen	Bezirk Schwaz 2 Allgemeinbildende höhere Schulen 1 Handelsakademien/Handelsschulen 1 Höhere Bundesanstalten für wirtschaftliche Berufe 1 Höhere Technische Lehranstalten 3 Landesmusikschulen 1 Landwirtschaftliche Lehranstalten 14 Neue Mittelschulen 5 Polytchnische Schulen 5 Sonderschulen 1 Tiroler Fachberufsschulen 44 Volksschulen	1 Allgemeinbildende höhere Schulen 1 Handelsakademien/Handelsschulen 1 Höhere Bundesanstalten für wirtschaftliche Berufe 3 Landesmusikschulen 1 Landwirtschaftliche Lehranstalten 8 Neue Mittelschulen 5 Polytchnische Schulen 2 Sonderschulen 1 Tiroler Fachberufsschulen 28 Volksschulen
	Bezirk Landeck 2 Allgemeinbildende höhere Schulen 1 Bildungsanstalten für Kindergarten-pädagogik 1 Handelsakademien/Handelsschulen 1 Höhere Bundesanstalten für wirtschaftliche Berufe 1 Landesmusikschulen	Bezirk Kufstein 3 Allgemeinbildende höhere Schulen 1 Handelsakademien/Handelsschulen	2 Allgemeinbildende höhere Schulen 1 Handelsakademien/Handelsschulen 2 Höhere Bundesanstalten für wirtschaftliche Berufe 1 Höhere Technische Lehranstalten 3 Landesmusikschulen 1 Landwirtschaftliche Lehranstalten 14 Neue Mittelschulen 5 Polytchnische Schulen 5 Sonderschulen 1 Tiroler Fachberufsschulen 44 Volksschulen
			1 Höhere Technische Lehranstalten 3 Landesmusikschulen 1 Landwirtschaftliche Lehranstalten 9 Neue Mittelschulen 3 Polytchnische Schulen 1 Privatschulen 4 Sonderschulen 1 Tiroler Fachberufsschulen 43 Volksschulen



- www.lra-toelz.de/buerger/behoerdenleistungen/bildung-beruf/schulen
- www.landkreis-miesbach.de/landkreis/Bildungsregion/Schulen-im-Landkreis
- www.lra-gap.de/de/schule.html
- www.schulberatung.bayern.de/schulberatung/oberbayern_ost/ansprechpartner/bfk_schulen/index_06850.asp

TOURISMUSVERBÄNDE

Innsbruck Stadt

- **Touristeninformation Innsbruck und seine Feriendorfer**
Burggraben 3, A-6020 Innsbruck
Tel.: 0512 59850, Mail: office@innsbruck.info

Innsbruck Land

- **Tourismusverband Region Hall-Wattens**
Unterer Stadtplatz 19, A-6060 Hall in Tirol
Tel.: 05223 455440, Mail: office@hall-wattens.at
- **Tourismusverband Seefeld**
Heilbadstraße 827, A-6100 Seefeld
Tel.: 050 8800, Mail: region@seefeld.com
- **Tourismusverband Stubai Tirol KöR**
Dorf 3, A-6167 Neustift
Tel.: 0501 8810, Mail: info@stubai.at
- **Tourismusverband Wipptal**
Brennerstrasse 67, A-6150 Steinach
Tel.: 05272 6270, Mail: tourismus@wipptal.at



Bezirk Schwaz

- **Tourismusverband Achensee**

Im Rathaus 387, A-6215 Achenkirch am Achensee

Tel.: 05246 5300-0, Mail: info@achensee.com

- **Tourismusverband Erste Ferienregion im Zillertal**

Hauptstraße 54, A-6263 Fügen

Tel.: 05288 62262, Mail: info@best-of-zillertal.at

- **Tourismusverband Mayrhofen-Hippach**

Dursterstraße 225, A-6290 Mayrhofen

Tel.: 05285 6760, Mail: info@mayrhofen.at

- **Tourismusverband Silberregion Karwendel**

Münchnerstraße 11, A-6130 Schwaz

Tel.: 05242 63240, Mail: info@silberregion-karwendel.com

- **Tourismusverband Tux-Finkenberg**

Lanersbach 401, A-6293 Tux

Tel.: 05287 8506, Mail: info@tux.at

- **Tourismusverband Zell - Gerlos, Zillertal Arena**

Dorfplatz 3, A-6280 Zell am Ziller

Tel.: 05282 2281, Mail: info@zell-gerlos.at

Bezirk Imst

- **Imst Tourismus**

Johannesplatz 4, A-6460 Imst

Tel.: 05412 6910-0, Mail: info@imst.at

- **Ötzal Tourismus**

Gemeindestraße 4, A-6450 Sölden

Tel.: 057 200 200, Mail: info@oetztal.com

- **Tourismusverband Pitztal**

Unterdorf 18, A-6473 Wenns im Pitztal

Tel. 05414 86 999, Mail: info@pitztal.com



- **Tölzer Land Tourismus**

Prof.-Max-Lange-Platz 1, D-83646 Bad Tölz
Tel. 0049 08041 505206, Mail: info@toelzer-land.de

- **Touristinformation im Waitzinger Keller - Kulturzentrum Miesbach**

Schlierseer Straße 16, D-83714 Miesbach
Tel.: 0049 8025 7000 0, Mail: info@waitzinger-keller.de

- **Tourismusverband Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V.**

Tegernseerstraße 20a, D-83734 Hausham
Mail: info@tegernsee-schliersee.de

- **Tourist-Info Rosenheim**

Am Hammerweg 1, D-83022 Rosenheim
Tel.: 0049 8031 3659061, Mail: tourisinfo@vkr-rosenheim.de

- **Tourist Information Garmisch-Partenkirchen**

Richard-Strauss-Platz 2, D-82467 Garmisch-Partenkirchen
Tel.: 0049 8821 180700, Mail: tourist-info@gapa.de



BUSREISEVERANSTALTER

(Quelle: www.meinbusunternehmen.at und www.busunternehmen.de)

Bezirk Innsbruck Stadt

- **Autoreisen Wieser Ges.m.b.H.**
Hilberstraße 9-11, A-6080 Igls
Tel.: 0512 377240, Mail: wieser-reisen@net4you.co.at
- **Busch & Pedit KG**
Egger Lienz Straße 2, A-6020 Innsbruck
Tel.: 0676 3854949, Mail: office@reisemitservice.at
- **Innbus GmbH**
Duilestraße 6, A-6020 Innsbruck
Tel.: 0512 53 07-303, Mail: secretariat@innbus.at
- **ÖBB-Postbus GmbH – Regionalmanagement Tirol**
Rossaugasse 10, A-6020 Innsbruck
Tel.: 0512 390390-0, Mail: service@postbus.at
- **Rindfleisch Reisen Ges.m.b.H. & Co. KG**
Zeughausgasse 3, A-6020 Innsbruck
Tel.: 0512 5859660, Mail: info@rindfleisch.cc

Bezirk Innsbruck-Land

- **Busreisen Heiss Ges.m.b.H.**
Unterer Stadtplatz 15, A-6060 Hall in Tirol
Tel.: 05223 57700, Mail: reisebuero@busreisen-heiss.at
- **Busreisen Tirol GmbH**
Bundesstraße 23, A-6063 Rum
Tel.: 0512 24555, Mail: touristik@lueftner.eu



- **Busreisen Wipptal Mair GmbH**

Brenner Strasse 26, A-6143 Matrei am Brenner

Tel.: 05273 6225, Mail: busunternehmen.mair@aon.at

- **Deutschmann Reisen GmbH**

Kohlstattweg 7b, A-6166 Fulpmes

Tel.: 05225 64356, Mail: office@deutschmann-reisen.at

- **Dietrich-Touristik GmbH**

Bahnhofsstraße 34-36, A-6410 Telfs

Tel.: 05262 62226, Mail: o.leitner@dietrich-touristik.at

- **Mair Reisen Ges.m.b.H.**

Griesgasse 3, A-6112 Wattens

Tel.: 05224 53576 – 11, Mail: office@mair-reisen.at

- **Moser Markus Bus- und Mietwagen**

Alter-Flößer-Weg 2a, A-6112 Wattens

Tel.: 05224 93733, Mail: info@moser-bus.at

- **Natterer Reisen – Mayr Franz**

Bahnhofstraße 8a, A-6161 Natters

Tel.: 0512 54 6454, Mail: info@natterer-reisen.at

- **Ruef Markus**

Rauthweg 11, A-6175 Kematen in Tirol

Tel.: 05232 2370, Mail: ruefreisen@aon.at

- **Schmerbeck & Weingraber GmbH**

Angerstraße 14, A-6121 Baumkirchen

Tel.: 05224 56666, Mail: office@sw-reisen.at

- **Zausnig Ernst Autoreisen Wetterstein**

Gasse 162, A-6105 Leutasch

Tel.: 05214 6777, Mail: info@wetterstein-leutasch.at



Bezirk Schwaz

- **Angerer Josef**

Dorfstraße 26, A-6272 Stumm

Tel.: 05283 2268, Mail: info@angerer-reisen.at

- **Autoreisen-Taxi Lois**

Hochfeldweg 33a, A-6280 Rohrberg

Tel.: 05282 2625, Mail: info@atl.at

- **Christophorus Reisen – Franz Kröll e.U.**

Eckartau 2, A-6290 Mayrhofen

Tel.: 05285 606-0, office@christophorus.at

- **Huber Gerhard – Autoreisen Taxi Transporte**

Rohrerstraße 5, A-6280 Zell am Ziller

Tel.: 05282 2345-0, Mail: info@zillertalexpress.at

- **Kammerlander Reisen GmbH**

Gerlos 173, A-6281 Gerlos

Tel.: 05284 5206, Mail: kammerlander@aon.at

- **Ledermair Express GmbH**

Josef-Wopfner-Straße 7, A-6130 Schwaz

Tel.: 05242 66355, Mail: info@ledermair-express.at

- **Rofanreisen – Martin Albrecht e.U.**

Maurach 90b, A-6212 Maurach

Tel.: 05243 5209, Mail: rofan.reisen@utanet.at

- **Zillertaler Verkehrsbetriebe AG**

Austraße 1, A-6200 Jenbach

Tel.: 05244 606-0, Mail: office@zillertalbahn.at



Bezirk Imst

- **Auderer GmbH & CoKG**

Industriezone 41, A-6460 Imst

Tel.: 05412 66703, Mail: info@auderer-reisen.at

- **Hechenberger GmbH & Co.KG**

Hauptstraße 94, A-6433 Ötz

Tel.: 05252 6363, Mail: info@taxi-hechenberger.com

- **Klotz Erich – Quaxis Busreisen**

Höhenweg 1, A-6450 Sölden

Tel.: 05254 3737, Mail: info@taxiquaxi.com

- **Kneisl Heinrich – Holiday Express**

Liss 233, A-6474 Jerzens

Tel.: 05414 86184, Mail: holiday.jerzens@tirol.com

- **Kopp Rudolf**

Ötztalerstraße 4, A-6425 Haiming

Tel.: 05266 88314, Mail: busreisen.kopp@utanet.at

- **Parth Jürgen – Parth Reisen**

Dorfstraße 46, A-6432 Sautens

Tel.: 05252 6237, Mail: info@parth-reisen.com

- **Pitztal Reisen Taxi – Walch Ges.m.b.H.**

Hauptstraße 78, A-6471 Arzl im Pitztal

Tel.: 05412 65400, Mail: pitztalreisen@aon.at

- **RS Reisen GmbH**

Bundesstraße 336, A-6426 Roppen

Tel.: 05417 20045-20, Mail: info@rs-reisen.at

- **Thurner Andreas**

Innweg 11, A-6460 Imst

Tel.: 0664 1904445, Mail: info@thurner-imst.at



- **Tipotsch Hubert**

Wassertalstraße 2, A-6430 Ötztal Bahnhof

Tel.: 05266 88216, Mail: 1716@austriataxi.info

- **Tyroltours GmbH**

An der Fernpaßbundesstraße 2, A-6465 Nassereith

Tel.: 05265 50600, Mail: info@tyroltour.at

- **Werthmann-Reisen**

Angerleweg 27, A-6416 Obsteig

Tel.: 0650 9379611, Mail: mario-werthmann@gmx.at

Bad Tölz / Lenggries / Bad Wiessee

- **Reisebüro Schöfmann & Tölzer Autoreisen GmbH & Co.KG**

Ludwigstraße 10, D-83646 Bad Tölz

Tel.: 0049 8041 3605, Mail: info@reisebuero-schoefmann.de

- **Alpenjäger Reisen GmbH**

Bahnhofsstraße 15, D-83661 Lenggries

Tel.: 0049 8042 8701, Mail: bus@alpenjaeger.de

- **Autobus Oberbayern GmbH**

Tegernseer Tal

Lindenplatz 6, D-83707 Bad Wiessee

Tel.: 0049 8022 81338, Mail: tegernsee@autobusoberbayern.de

Miesbach

- **Erler Hans Kleinbusreisen**

Rosenweg 11 a, 83714 Miesbach

Tel.: 0049 8025 2294, Mail: erler-miesbach@t-online.de



Rosenheim

- **Kroiss Busreisen**

Stollstraße 1, 83026 Rosenheim

Tel.: 0049 8031 3565-0

- **Reiter GmbH Omnibusunternehmen**

Hofmannstraße 12, D-83022 Rosenheim

Tel.: 0049 8031 12983, Mail: info@omnibus-reiter.de

- **Astl-Reisen GmbH Omnibusbetrieb und Reisebüro**

Rathausstraße 14, D-83022 Rosenheim

Tel.: 0049 8031 31036, Mail: reisen@astl.de

Garmisch-Partenkirchen

- **Omnibusse und Reisebüro Hans Biersack GmbH**

Chamonixstraße 4, D-82467 Garmisch-Partenkirchen

Tel.: 0049 8821 4920, Mail: omnibus-biersack@t-online.de

- **Weiss-Blau-Reisen Grünauer GmbH**

Promenadestraße 5, D-82467 Garmisch-Partenkirchen

Tel.: 0049 8821 6230, Mail: weiss-blau-reisen@t-online.de

