

# TOURISMUS UPCYCLING

Magazin

AUSGABE NR. 01 | AGENTUR FUNDUS GMBH



## INVESTITIONEN

Was muss vor einem Umbau beachtet werden?

## BETRIEBSNACHFOLGE

Wie meistert man die Übergabe an die nächste Generation?

## MARKETING

Von der Ausrichtung zur Einrichtung: Wie macht man es richtig?



4-5  
Was ist Tourismus-Upcycling?



## LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK

Corporate & Logo-Design

Grafikdesign

Websites

Social Media & Newsletter

Presse & Medien

Tourismus-Upcycling

# DAS SIND WIR: #TEAMFUNDUS

Wir sind eine Full Service Marketingagentur in Innsbruck und unterstützen Unternehmen bei der Konzeptionierung, Planung und Umsetzung ihrer Marketingaktivitäten. Neben dem Aufbau von Corporate Designs, deren Umsetzung in Print und Website, begleiten wir dich bei deiner Unternehmensstrategie sowie Pressearbeit und betreuen deinen Social Media Auftritt als auch Blog.

Wir sehen uns als DEINE „externe Marketingabteilung“ und entwickeln nicht nur Konzepte, sondern setzen gemeinsam mit unseren Kunden jede Idee, Strategie und Kampagne um. Inwieweit und in welchen Teilbereichen wir dich dabei unterstützen dürfen, hängt von den individuellen Bedürfnissen ab.



12-13  
Upcycling-Pilotregion:  
TVB Wilder Kaiser

18-19  
Investition, Förderung  
und Businessplan



22-23  
Betriebsnachfolge in  
Familienunternehmen:  
Die Expertin im Interview



24-25  
Neue Gäste ansprechen



mehr davon

## IMPRESSUM

**Herausgeber:** Agentur fundus GmbH, 6020 Innsbruck, www.agentur-fundus.at | **Fotos:** Christian Vorhofer, TVB Wilder Kaiser, MCI (Anita Zehrer), Aria SADR-SALEK, Alte Post Eilmäu (Hannes Dabernig), Dear Udo, Haus Mitterer, Klaus Maislinger, Oberweiler, Easybooking | Im Sinne einer besseren Lesbarkeit der Texte wird mitunter nur die männliche oder weibliche Form von personenbezogenen Hauptwörtern gewählt.



Vorher

# WAS IST TOURISMUS-UPCYCLING?



Aus Alt mach Neu – das ist bereits seit vielen Jahren unser Slogan für Tourismus-Upcycling. Oft haben wir erlebt, dass eine Renovierung eines Beherbergungsbetriebes, eventuell im Zuge einer Betriebsübernahme an die nächste Generation, nicht nur mit hohen Kosten verbunden ist, sondern auch, wie dabei viele Lieblingsstücke und Erinnerungen dem neuen Standard weichen müssen. Der Generation, die den Betrieb aufgebaut hat, fällt es verständlicherweise manchmal schwer, das Vergangene loszulassen: „Das können wir stehen lassen, das ist doch noch gut.“

Aber gut ist manchmal nicht mehr ge

nug. Denn der Gast von heute wünscht sich neben einer unvergesslich schönen (alpinen) Landschaft und ehrlich gelebter Gastfreundschaft eben auch hohe Qualität und angemessenen Standard in der Infrastruktur, Kulinarik, Online-Abwicklung und vielen weiteren Bereichen.

Unser innovativer Tourismus-Upcycling-Ansatz integriert – behutsam und geschickt in Szene gesetzt – wertvolle Erinnerungen und liebgewonnene Schmuckstücke, während er den in die Jahre gekommenen Betrieb individuell abgestimmt auf Vordermann bringt. Wie das geht? Das erklären wir dir in diesem Magazin.

Mit Tourismus-Upcycling schonen wir die vorhandenen Ressourcen und beleben deinen Betrieb mit neuen Strukturen und optimierten Abläufen, gleichzeitig nachhaltig und dennoch „modern“.

## Gast, Haus & Region – eine erlebbare Symbiose für den Gast

Wir unterstützen euch bei der Umsetzung, kommen vor Ort, besprechen gemeinsame Ziele und nehmen euch an der Hand, da wo es gewünscht oder notwendig ist. Unser Motto: Zusammen zum Ziel! Entdeckt auf den folgenden Seiten bereits umgesetzte Projekte ...

Nicht sofort alles renovieren, sondern mit dem Bestehenden arbeiten und Schritt für Schritt verbessern.



Nachher



**Video**  
TV Interview mit  
Thomas vom Sonnenhof

**Was WURDE GEMACHT?**

- Positionierungskonzept
- Zimmerdesign
- Entrümpelung der Gänge
- neues Farbkonzept in den Gängen und Zimmern
- Upcycling von Möbeln
- Neupolsterung der Sofas
- neue Preisstrategie
- Fotokonzept zur Vermarktung



# WENIGER IST MEHR SONNENHOF IGLS

**Familiengeführtes \*\*\*Hotel Garni, in zweiter Generation geführt, 2019 an Sohn Thomas übergeben, 13 Zimmer, 3 Appartements.**

Mit der Tourismus-Upcycling-Offensive wurden der Frühstücksraum sowie fast alle Zimmer im Team mit zwei Innenar-

chitektinnen von „DEARUDO“ renoviert. Nach einem gemeinsamen Kennenlernen und der Bestandsaufnahme haben wir zusammen mit Thomas eine stufenweise umsetzbare Neupositionierung seines Betriebes entwickelt, sodass die Kosten und der Aufwand für den jeweili-

gen Abschnitt überschaubar waren. Die einzelnen Umbauphasen ließen sich gut in der Zwischensaison einplanen. Ein paar alte Schmuckstücke aus dem Dachboden haben ihren stolzen Platz im Gesamtkonzept wiedergefunden.

*Nachher*

# Was WURDE GEMACHT?

- Ideenkonzept für Aufenthaltsraum
- Trendanalyse
- Umbau der Zimmer zu Appartements



## KLEINE, ABER FEINE NEUERUNGEN HAUS MITTERER

**Familiengeführtes Appartementhaus, in zweiter Generation, 2 Appartements, 1 Doppelzimmer, 1 großer Aufenthaltsraum.**

Das Appartementhaus der Familie Mitterer in Söll erschien auf den ersten Blick modern und dem Standard entsprechend gut ausgestattet. Dennoch hatte die Familie ein paar Problemräume als „Sorgenkinder“ und fragte uns im Zuge

der Kooperation mit dem Tourismusverband Wilder Kaiser um Rat und einen professionellen Blick von außen. Der ehemalige Frühstücksraum entpuppte sich als überflüssig, veraltet und wenig genutzt. Und auch das ein oder andere Zimmer benötigte eine Erneuerung.

Heute finden die Gäste im Haus Mitterer einen gemütlichen Aufenthaltsraum zum Verweilen, Spielen oder einfach nur Bei-

einandersitzen und gemeinsam Zeit verbringen. Die restlichen Zimmer wurden zu einem weiteren Appartement umgebaut.



*Video*

TV Interview mit Margot und Hans Peter





- ## Was WURDE GEMACHT?
- Beratung
  - Neupositionierung
  - Anpassung der Zimmer an heutigen Standard mit Upcycling
  - neues Logo
  - neue Website
  - Fotokonzept und Begleitung des Fotoshootings
  - neue Preisstrategie
  - Online-Buchbarkeit
  - Aufbau Newsletter-Marketing



Vorher



Nachher

## DO IT YOURSELF ALTE POST ELLMAU

**Familiengeführtes Hotel Garni seit 1636, in vierter Generation geführt, 2019 an Sohn Otto und Melanie übergeben, 32 Zimmer.**

Die Familie Kaisermann hat die turbulente und doch etwas entschleunigte Covidzeit genutzt und ein ganzes Stockwerk (Zimmer mit Bad) nach un-

serem gemeinsam entwickelten Konzept eigenständig renoviert. So konnten sie sich viel Geld sparen und ihren Betrieb beim Ausstattungsstandard und Zimmerpreis auf ein neues Level heben. Das gefällt auch der regionalen Hausbank. Die Familie hat ihrem Betrieb mit der neuen Ausrichtung und Strategie den Weg in eine aussichtsrei-

che Zukunft geebnet. Bis heute arbeiten wir eng zusammen, um besonders auch in der ruhigeren Zwischensaison weitere Maßnahmen und Modernisierungen wie Onlinebuchbarkeit auf der Webseite oder Marketingtools step-by-step gemeinsam umzusetzen. Stay tuned.



*Im Zuge des Upcyclings der Zimmer und Bäder wurde ebenso der Auftritt nach außen mit neuem Corporate Design und Website umgesetzt.*



# WILDER KAISER

Ellmau | Going | Scheffau | Söll

## DIE FERIEUREGION WILDER KAISER

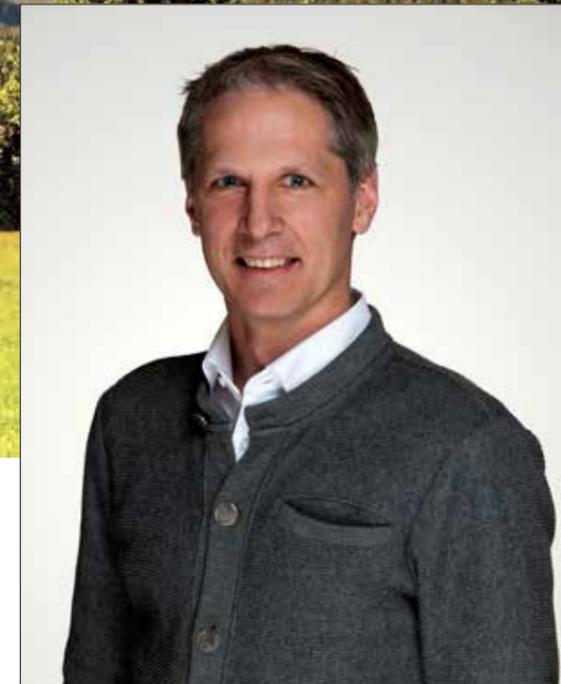
### *Unser Kooperationspartner der ersten Stunde*

Die Ferienregion Wilder Kaiser ist ein Pionier in Sachen Nachhaltigkeit. Gemeinsam mit allen Akteuren der Region, Tourismusbetrieben, Wirtschaftstreibenden, Gästen, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern u.v.m., entwickelt sie eine zukunftsfähige und ressourcenschonende Strategie für den gemeinsamen Lebensraum. Denn

wirtschaftlich erfolgreicher Tourismus, hohe Lebensqualität und eine intakte Natur stehen nicht im Widerspruch. Allerdings gilt es dafür, Tourismus neu zu denken und dessen ökologische, soziale und ökonomische Aspekte ständig neu und behutsam ins Gleichgewicht zu bringen. Viele kleine Projekte unterstützen diesen Weg, und auch

unser Tourismus-Upcycling ist Teil von #wirzusammen.

Mit der Unterstützung des Tourismusverbandes konnten wir schon einigen Vermieterinnen und Vermietern in der Region tatkräftig unter die Arme greifen.



**LUKAS KRÖSSLHUBER**

Geschäftsführer Ferienregion Wilder Kaiser

„Sich ständig zu hinterfragen und entlang der eigenen Werte weiterzuentwickeln, ist das Credo der Region Wilder Kaiser. Wir wollen die Breite im Tourismus erhalten, indem wir kleine Vermietungen dabei unterstützen, auch weiterhin einen wirtschaftlich erfolgreichen Weg zu beschreiten, der ihrer Geschichte und unserem Selbstverständnis als Region gleichermaßen entspricht.“

**CHRISTIAN HASELSBERGER**

Leitung Angebot & Lebensraum, Ferienregion Wilder Kaiser



„Bei unseren Gastgeberinnen und Gastgebern, die mit Tourismus-Upcycling ihre Erfahrung gemacht und bereits konkrete Empfehlungen umgesetzt haben, merken wir, dass sie stolz sind. Stolz, dass sie einen anderen Weg gegangen sind und dabei doch die Vergangenheit der früheren Generationen wertschätzend integriert haben. Diese „Story“ erzählen sie auch mit voller Begeisterung ihren Gästen.“



**„Wir wollen  
in die Jahre  
gekommene  
Betriebe  
wieder  
marktfähig  
machen“**

Manuel Lampe, BA

## INTERVIEW MIT MANUEL LAMPE

Manuel Lampe, Gründer und Geschäftsführer von fundus, ist seit 2000 im Tourismus tätig. Parallel zu seinem MCI-Studium durchlief er vom Marketingmitarbeiter, Marketingleiter bis zum Geschäftsführer verschiedener Destinationen und Sehenswürdigkeiten viele Stationen. 2017 gründete er die (Tourismus)-Marketingagentur fundus und gibt nun seine Expertise an Kunden weiter.

**Manuel, wie genau seid ihr auf diese innovative Idee des Tourismus-Upcyclings gekommen?**

„Ich habe in den letzten 20 Jahren im Laufe meiner Karriere im Tourismus viele Betriebe von innen gesehen – kleine bis große. Sehr oft von der Elterngeneration in den 60er/70er Jahren aufgebaut, wurde lange Zeit nichts mehr oder nur das Nötigste investiert. Man sieht das an der Einrichtung ebenso wie am Angebot.

Es ist nicht mehr passend für den heutigen Gast, zu wenig attraktiv, um gebucht zu werden. Und auch die Stammgäste werden altersbedingt immer weniger. Eine neue Zielgruppe wird benötigt, und es stellt sich zunehmend die Frage: „Wer ist denn eigentlich unser Gast?“

Sehr oft kommt hinzu, dass der Betrieb kurz vor der Übergabe an die nächste Generation steht. Die Eltern sind stolz auf ihren erwirtschafteten Erfolg. Doch die goldenen Jahre sind meistens schon vorbei, und die Jungen sehen sich der großen Herausforderung eines Umbaus oder einer Neugestaltung und -positionierung nicht gewachsen. **Und genau da kommen wir ins Spiel!**

Wir finden es schade, wenn so viele Betriebe gleich aussehen. Denn es geht doch um die Persönlichkeit und Individualität dahinter. 0815 können und mögen wir nicht! Wir nehmen den Betrieb gewissenhaft unter die Lupe und schauen uns die Menschen dahinter ganz genau an, um die persönliche Note und das Besondere herauszuarbeiten.

**Was genau steckt hinter dem Begriff „Tourismus-Upcycling“?**

„Wie beim bekannten Begriff „Upcycling“ geht es darum, aus dem vorhandenen Bestand etwas Neues zu schaffen, Bestehendes also weiter zu nutzen, aber eben neu und anders zu verwenden und interpretieren. Wir wollen in die Jahre gekommene Betriebe wieder marktfähig machen, als Zwischenschritt vor einem größeren Umbau.

**Warum braucht es Tourismus-Upcycling?**

„Wenn ein Betrieb an die Nachfolgegeneration übergeben wird oder wurde, steht für viele Vermieterinnen und Vermieter ein Umbau im Raum. Der nächste Weg führt sie zur Bank, die nach Prüfung der Auslastung und des durchschnittlichen Zimmerpreises meist nur einen Bruchteil des für den gewünschten Umbau benötigten Kreditbetrages in Aussicht stellt. Und hier sind wieder wir mit unserer Expertise und Kreativität gefragt.

**Wie geht ihr solche Projekte an?**

„Zuerst sprechen wir mit dem Gastgeber über die Positionierung, das Ziel und den Weg dorthin. Dabei orientieren wir uns an der Person selbst, der Region und nicht zuletzt am Betrieb. Aus diesen drei Positionen erarbeiten wir gemeinsam mit den Inhabern ein Profil. Und erst nach dieser strategischen Ausrichtung geht es um die Einrichtung.

Im nächsten Schritt bringen wir die bestehenden Zimmer und allgemeinen Flächen auf Vordermann, immer, wenn möglich, auch unter Wiederverwendung und Neuverwertung von Bestehendem. Damit wollen wir den Charakter des Hauses – sofern dieser in die Positionierung einfließt – bewahren, den Räumen eine individuelle Note verleihen und sie wieder vermarktbar

machen.

Nach der Umgestaltung folgt das Foto-Shooting und begleitendes Marketing, von Corporate Design über Webseitengestaltung bis hin zu PR und Social Media, wobei wir sämtliche Maßnahmen am neuen Ziel ausrichten. Wir bieten unseren Kunden alles aus einer Hand.

So steigern wir die Bekanntheit, die Auslastung und den durchschnittlichen Zimmerpreis und damit nicht zuletzt den Erfolg des Unternehmens. Dieser wiederum ebnet den Weg für ein neuerliches Gespräch mit der Bank nach fünf oder zehn Jahren, bei dem ein größerer Umbau mit einem entsprechenden Businessplan, einer etablierten Zielgruppe und einem besseren Rating finanziert werden kann.

**An welche Betriebe richtet sich das Konzept?**

Tourismus-Upcycling richtet sich einerseits an Menschen, denen Nachhaltigkeit wichtig ist, nicht zuletzt aber an Unternehmerinnen und Unternehmer, die einen ersten Schritt in eine neue Richtung gehen möchten, keinen kompletten Umbau planen aber trotzdem ihr Angebot über eine gezielte Positionierung – von der Ausrichtung bis zur Einrichtung – schärfen wollen.



# 3 Upcycling-Tipps ZUM NACHMACHEN



## ANMALEN STATT RAUSREISSEN SCHNELLES & MODERNES MAKEOVER

Türen, Küche, Bad und Co. bekommen einen neuen Anstrich. Das sind kurzfristige und kostengünstige Maßnahmen um Zimmer und/oder Appartements wieder auf Vordermann zu bringen. Sie bringen einen modernen Effekt und sparen Kosten bzw. kann somit auch noch ein notwendiger/bevorstehender Umbau hinausgeschoben werden.

### Vor dem Sperrmüll retten

Der Stuhl von Oma Gitti bekommt noch eine zweite Chance. Klimaschutz & Nachhaltigkeit sind seit Jahren in aller Munde, doch die Wegwerf-Gesellschaft

spielt uns auch gerne einen Streich. Versucht doch einfach selbst eure alten Möbel mit einem neuen Stoff zu beziehen oder fragt in eurer Umgebung nach einer Polsterei nach.

### Weniger ist mehr

Schöne alte Gegenstände perfekt in Szene gesetzt bringen Flair in Räume. Stöbert mal auf dem Dachboden oder im Keller herum, eventuell findet sich dort das ein oder andere Schmuckstück.

Historische Fotos, die eine Geschichte erzählen sind tolle Hingucker in Gän-

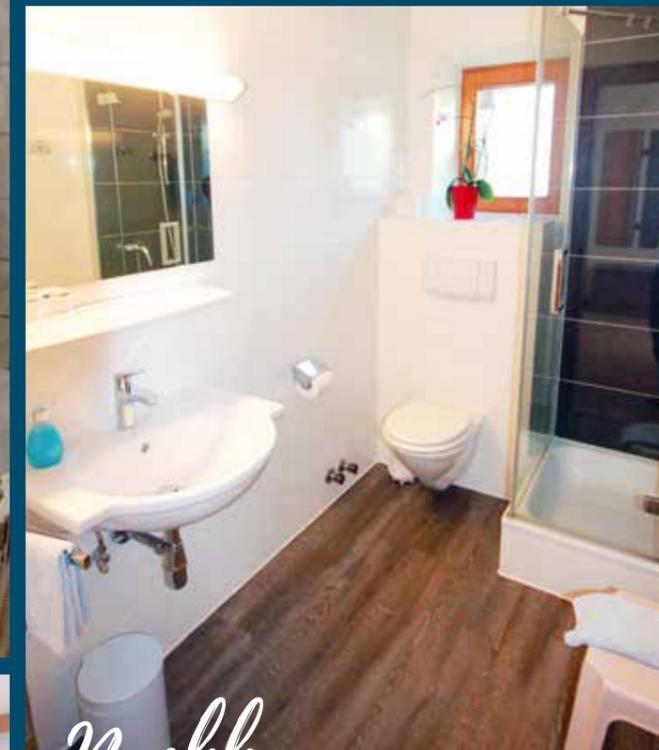
gen oder Zimmern. **Tipp:** Am besten auf eine große Leinwand drucken lassen.

### Foto oben

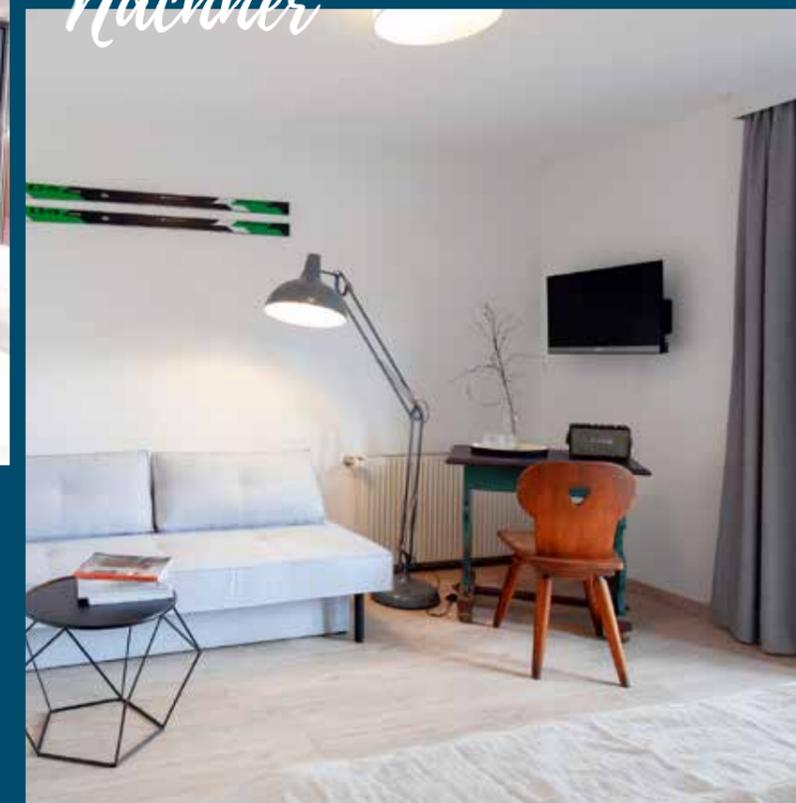
Vereinzelte, alte Bauernmöbel gekonnt in Szene gesetzt und durch einen hellen Anstrich mit einem modernen Touch versehen. Dies unterstreicht den ländlichen Character ohne altmodisch zu wirken und hebt die Positionierung zusätzlich hervor.



Vorher



Nachher



Ihr seid auf der Suche nach Inspirationen?



Schaut doch mal auf Instagram bei folgenden Profilen vorbei: [misspompadour\\_de](#), [createbyobi](#), [anetas\\_leben](#), [relovedthings](#), [#upcyclingfurniture](#)

„Sprechen Sie mit Ihrem Raiffeisen-Firmenkundenberater über passende Lösungen für Sie!“



# INVESTITION, BUSINESSPLAN UND FÖRDERUNG

Es gibt vieles, das man bei einer Investition bedenken muss. Wir haben Markus Tollinger, Firmenkunden-Vertriebsleiter der RLB Tirol gefragt, wie man sich am besten auf das Gespräch mit der Bank vorbereitet.

Kennst du die Kostenstruktur in deinem Unternehmen? Was ist der Mindestpreis deines Zimmers? Wie hoch ist der Deckungsbeitrag? Welchen Umsatz benötigst du, um Investitionen zu tätigen? Diese und noch ein paar mehr Fragen wird dir die Bank stellen, wenn du an einen Umbau denkst. Sie möchte eine realistische Einschätzung deines

Bauvorhabens und möglicher Umstrukturierungen. Deshalb empfehlen wir dir schon vorab, dich mit dem Thema Finanzen und einem gut durchdachten Businessplan zu beschäftigen. Denn nur dann kannst du die Entscheider von deinem Vorhaben überzeugen. Auch für die Einreichung von Förderungen ist ein Businessplan unerlässlich. Wir und unsere Kooperationspartner helfen dir gerne dabei.

Von der ersten Stunde an hat uns die Raiffeisen Landesbank Tirol AG mit Markus Tollinger, Vertriebsleiter im Firmenkundenbereich der RLB Tirol, bei unseren Vorträgen in der Vermieterakademie mit ihrem Know-how unterstützt.

**Herr Tollinger, Sie haben in Ihrem Berufsleben schon viele Kreditgespräche geführt. Welche Unterlagen benötigt die Bank, um ein anstehendes (Renovierungs-)Projekt be-**

**werten zu können? Wir wissen, dass die Bank Klein- und mittelständischen Betrieben bei Förderungen beratend zur Seite steht. Wie sieht das bei einem konkreten Tourismus-Upcycling-Projekt aus?**

Die Beratung und Begleitung von Klein- und Mittelbetrieben sind seit über 125 Jahren gelebte Praxis von Raiffeisen in ganz Tirol. Nicht umsonst sind wir in diesem Segment Marktführer. Dabei ist die Finanzierung von betrieblichen Investitionen eine Kernaufgabe, die wir sehr ernst nehmen, weil sie stets eine Herausforderung für die Unternehmer mit sich bringt. Neben der Einschätzung der Bonität anhand von aktuellen Zahlen (Jahresabschlüssen, kurzfristige Erfolgsrechnungen, Liquiditätsplänen etc.) ist die Prüfung der Unterlagen rund um die Investition (Pläne, Rentabilitätsberechnung etc.) eine wesentliche Grundlage für die Kreditentscheidung. Immerhin müssen wir als Kreditgeber

eine fundierte Entscheidung darüber herbeiführen, inwieweit sich die Investition rechnet bzw. die dafür aufgenommenen Kreditmittel innerhalb einer vertretbaren Laufzeit zurückbezahlt werden können. Dabei legen wir gerade in Zeiten steigender Inflation besonderes Augenmerk auf mögliche Absicherungen gegen steigende Zinsen. (Das ist in beiderseitigem Interesse).

In jedem Fall wird die betriebliche Investition auch auf mögliche Förderungen hin geprüft. Wir haben dafür eigene Fachexperten, die sich mit großer Leidenschaft seit vielen Jahren um die passende Förderung kümmern. Unser Team hat die Förderlandschaft konstant im Visier: Einerseits ändern sich Förderschwerpunkte seitens der politischen Verantwortungsträger immer wieder, andererseits geht es oft darum, mögliche Fördertöpfe frühzeitig anzusprechen.

Mit der Kreditgewährung allein ist unser Auftrag aber noch nicht erledigt. Wir kümmern uns im Rahmen von Investitionsvorhaben auch um die Begleitung des Unternehmers bei baulichen Aktivi-

täten durch Baumanagement und Baucontrolling und um die Absicherung des Investitionsgutes durch unseren Sachmakler, der Raiffeisen Tirol Versicherungsmakler GmbH. Im Bedarfsfall nutzen wir das umfangreiche Netzwerk der Raiffeisen-Bankengruppe Österreich, um Sonderlösungen anbieten zu können (z.B. Factoring, Leasing, Fuhrparkmanagement, Eigenkapital-Lösungen etc.).

**Gibt es noch weitere Tipps, die Sie auf Grund ihrer beruflichen Erfahrung bei Umbau, Renovierung und/oder Finanzierung mit uns teilen möchten?**

Die seit einiger Zeit immer stärker werdende Dynamik rund um das Thema Nachhaltigkeit wird von uns ganz besonders begrüßt. Raiffeisen hat über Jahrzehnte bewiesen, dass nachhaltiges Wirtschaften förderlich für die Entwicklung einer ganzen Region ist. Vor allem für nachhaltige Investitionen bieten wir einen Service, von dem unsere Kunden in ganz besonderer Weise profitieren können: Einerseits in Form von

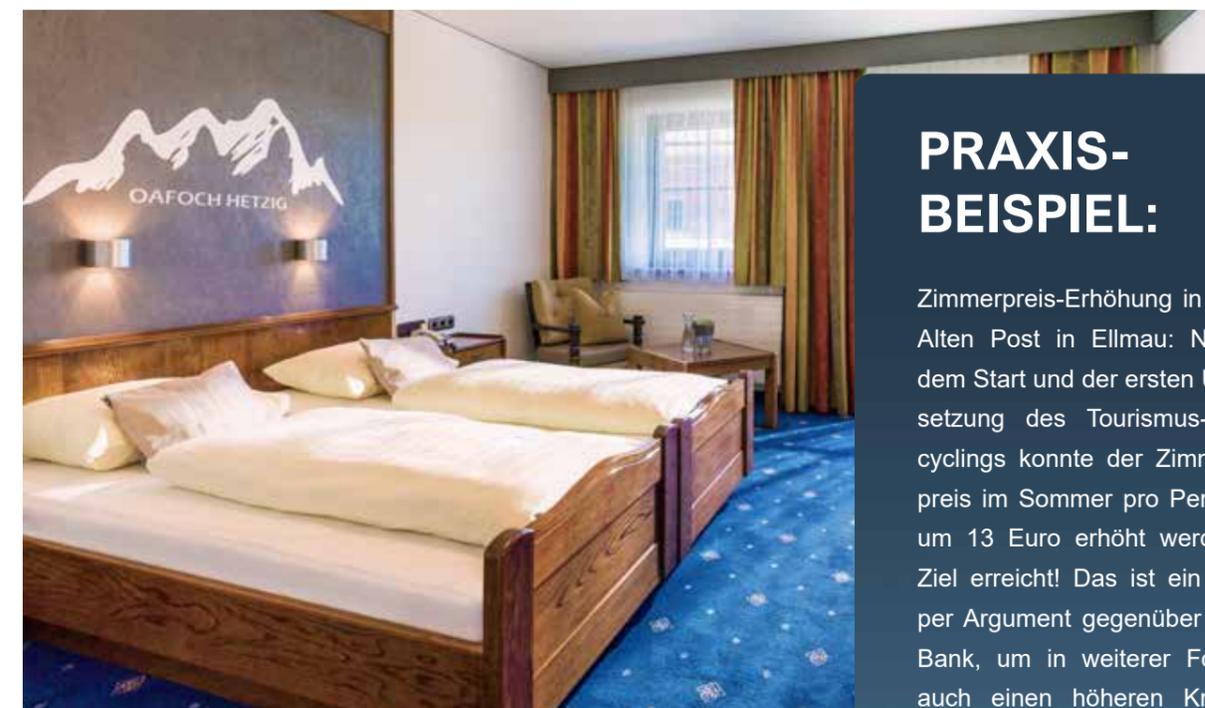
Beratung, andererseits stellen wir im Bedarfsfall unser umfangreiches Netzwerk an Fachexperten und auch technischen Spezialisten zur Verfügung, damit der Unternehmer seine Investition tatsächlich nachhaltig gestalten kann. Im Rahmen des Neubaus unserer Zentrale in der Innsbrucker Adamgasse, dem RAIQA, haben wir auf der Basis von Social-Urban-Mining auch selbst ein Upcycling-Projekt umgesetzt. D.h. wir werden bestehende Baumaterialien bestmöglich wiederverwerten. Die dafür aufgewendete Zeit ist aus unserer Sicht treffsicher und besonders nachhaltig investiert.

**Mein persönlicher Tipp:**

In der aktuellen Situation gibt es zahlreiche Unsicherheiten rund um die Themen Baukosten, das Risiko steigender Zinsen und nachhaltige Investitionen. Sprechen Sie so früh wie möglich mit Ihrem Raiffeisen-Firmenkundenbetreuer darüber, der hat die passende Lösung für Sie!

## 4 TIPPS

- 1 Markt & Zielgruppe definieren
- 2 Genügend Vergleichsangebote einholen
- 3 Sich mit Förderungen beschäftigen oder Profis um Rat fragen
- 4 Umbau in Teilphasen planen



## PRAXISBEISPIEL:

Zimmerpreis-Erhöhung in der Alten Post in Ellmau: Nach dem Start und der ersten Umsetzung des Tourismus-Upcyclings konnte der Zimmerpreis im Sommer pro Person um 13 Euro erhöht werden. Ziel erreicht! Das ist ein super Argument gegenüber der Bank, um in weiterer Folge auch einen höheren Kredit oder bessere Konditionen zu bekommen.

# Nachhaltig Reisen oder Digital Detox?



## WIE VERÄNDERN SICH DIE GÄSTE UND DER TOURISMUS IN ZUKUNFT?

Tourismus-Upcycling per se ist schon ein beliebter Trend. Denn hier geht es vor allem darum, nachhaltige Ressourcen zu schonen. Die bekannte 5-R-Regel aus der Mülltrennung, lässt sich auch für unsere Zwecke gut ableiten: **refuse – ablehnen, reduce – reduzieren, reuse – wiederver-**

**wenden, recycle – wiederverwerten, rot – kompostieren.**

Bevor der Schremm-Hammer kommt, schauen wir uns gemeinsam die aktuellen Trends an, leiten diese für deinen Betrieb ab und erstellen eine individuelle Neupositionierung. Dabei orientieren

wir uns an Gastgeberin und Gastgeber selbst, der Region und nicht zuletzt am Betrieb. Aus diesen drei Positionen erarbeiten wir gemeinsam mit euch ein Profil. Erst nach der Ausrichtung geht es um die Einrichtung.

Wir erarbeiten gemeinsam mit dir ein

Alleinstellungsmerkmal für deinen Betrieb. Denn nur authentische Vermieterinnen und Vermieter vermitteln das richtige Urlaubsgefühl an ihre Gäste.

### Trends – Die Themen der Zeit

Einzigartige Erlebnisse stehen im Urlaub im Mittelpunkt. An diese erinnern wir uns gerne das ganze Jahr zurück und schwelgen in Erinnerungen. Welche großartigen Momente möchtest du für deine Gäste kreieren? Was ist ganz besonders in deinem Betrieb und deiner Region? Im besten Fall bekommt der Gast bereits bei einem Blick auf deine Website einen Einblick in diese Welt. Denn diese ist mittlerweile ein MUST-HAVE und enorm wichtig für die Auffindbarkeit, Buchbarkeit und Online-Bewertungen.

Echte unverfälschte Erlebnisse und Einblicke in den Urlaubsort werden gesucht, wie beispielsweise einen Tag auf der Alm beim „Heu-Machen“ mithelfen oder eine Stadtführung aus der Sicht eines Einheimischen, abseits der klassischen Touristen-Trampelpfade. Ebenso die Angebote der Sharing-Economy, wie Airbnb oder Uber, sind Teil dieses Trends. Im besten Fall noch kombiniert mit Produkten und Lebensmittel der Region.

### Digital Detox

Einfach mal das Handy weglegen und sich den Offline-Luxus leisten. Dieses Angebot gibt es in Klöstern, auf Berg-Hütten oder vielleicht bald in eurem Hotel?

Die Corona-Pandemie hat uns gelehrt zu Hause zu bleiben oder von internationalen Reisen teilweise Abstand zu nehmen, aber auf einen Tapetenwechsel möchte man trotzdem nicht verzichten. Regionale Urlaube unter dem Motto „Lerne deine Heimat kennen“ boomen und bringen neue Gäste.

Ein Blick auf die bestehende Zielgruppe eures Betriebes lässt eventuell bereits einen Trend ablesen. Denn DEN klassischen Reisegast gibt es nicht mehr. Viele verschiedene Interessen wollen im Urlaub gestillt werden, deshalb entstehen neue Zielgruppen-Segmente wie bspw. Alleinreisen, Ökoreisen, Women only-Hotel etc.

**Tipp:** Nach einem Ausflug findet euer Gast zurück am Zimmer eine handgeschriebene Notiz auf einer schönen Karte am Bett mit einer kleinen, regionalen/typischen Süßigkeit. Solche personalisierten Aufmerksamkeiten bringen Freude und lassen den Urlaubsort noch lange in Erinnerung verweilen.

**„Nur wer selbst brennt, kann Feuer in anderen entfachen“**

### Nachhaltiges Reisen und Mobilität

Nachhaltiges Reisen wird oft im Zusammenhang mit dem Klimawandel & -schutz erwähnt. Dieser Gedanke beginnt bereits bei der Urlaubsplanung.

Fernreisen mit dem Flugzeug werden größtenteils vermieden, um den ökologischen Fußabdruck nicht zu überstrapazieren. Die Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln für den Weg zum Urlaubsziel sowie die letzte Meile machen sich viele Ferienregion seit Jahren zum Ziel. Ebenso der Trend der E-Autos lässt sich im Reiseverhalten der Gäste erkennen. Denn die Strecke wird nach den möglichen Ladestationen geplant.

### Workation – so verlängert ihr die Aufenthaltsdauer eurer Gäste

Ebenso bringt die Zeit immer wieder neue Reismuster wie beispielsweise Workation – Arbeiten und Urlaub in einem – ins Spiel. Die Pandemie hat uns gelehrt, dass viele Computer- und Büroarbeiten von überall aus erledigt werden können. So verlegen viele ihr „Home-Office“ an einen anderen Ort ihrer Wahl, wenn die Voraussetzungen dafür gegeben sind. So bleibt die Work-Life-Balance ausgewogen.

Diese und noch viele weitere Trends haben wir bei der Entwicklung einer neuen Betriebsstrategie für dich im Hinterkopf. Dadurch lassen sich gegebenenfalls die Aufenthaltsdauer verlängern, die Qualität des Angebotes steigern und im besten Fall neue Zielgruppen ansprechen. Klingt doch vielversprechend, oder?



We love workation – Agentur fundus am Gardasee



# BETRIEBS- NACHFOLGE

## Expertin für Familien- unternehmen und Professorin am Management Center Innsbruck im Interview

**Familienbetriebe stiften und erhalten Identität und bilden das Rückgrat des Tourismus. In den nächsten 15 Jahren muss die Übergabe von rund 2.600 Unternehmen allein in Tirol gemeistert werden, um diese erfolgreiche familiengeführte Struktur zu erhalten. FH-Prof. PD. MMag. Dr. Anita Zehrer ist Professorin am Management Center Innsbruck (MCI), Leiterin des Zentrum Familienunternehmen sowie Leiterin Forschung Wirtschaft & Gesellschaft. Sie ist tätig in vielen wissenschaftlichen Gremien im In- und Ausland. Ihre Forschungsinteressen liegen in den Feldern Entrepreneurship und familiengeführte Unternehmen. Anita Zehrer unterstützt und berät Familienunternehmen bei deren Herausforderungen und versteht sich als Sparringpartner und Coach.**

**Anita, du bist ja seit ein paar Jahren Expertin auf dem Gebiet der Betriebsnachfolge für Familienunternehmen. Wo siehst du die aktuellen Herausforderungen bei der Betriebsnachfolge bzw. Übergabe im Tourismus?**

Die aktuellste Herausforderung bei der Übergabe im Tourismus sehe ich in der Sicherstellung des Fortbestandes der Tourismusbetriebe als Treiber der touristischen Weiterentwicklung sowie als wichtige wirtschaftliche Stabilisatoren. Damit zusammen hängt die Sicherstellung des Erhalts der Eigentümerstrukturen in der lokalen Bevölkerung, die zur Identitätserhaltung, zum Heimatbewusstsein, zur Tiroler Gastfreundschaft, sowie zur engen Verankerung der touristischen Betriebe in der Destination beiträgt.

Insbesondere bei Familienunternehmen wird ein Generationenwechsel oft als Familienangelegenheit angesehen. Dem ist jedoch nicht so. Auch Mitarbeiter, Partner und Kunden sind von dem Veränderungsprozess betroffen. Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Planung und Umsetzung ist, dass den Beteiligten das Gesamtziel und die persönlichen Ziele klar sind. Beim Generationenwechsel sind nicht nur steuerliche, gesellschaftsrechtliche und finanzwirtschaftliche, sondern ebenso psychologische und emotionale Aspekte zu berücksichtigen. Damit hat der Generationenwechsel einen sehr hohen emotionalen Stellenwert, weil Grundfragen der unternehmerischen wie auch der persönlichen Existenz gleichermaßen berührt werden. Wichtig ist hierbei das Vertrauen zwischen den Beteiligten (d.h. Übergeber und Übernehmer), der Übergabewille und das Los-Lassen-Können

des Übergebers, der Übernahmewille und die Eignung des Übernehmers, sowie die strategische Planung der Übergabe und die Frage nach dem richtigen Zeitpunkt für die Übergabe. Oft wird zu lange gewartet, und das Unternehmen ist betriebswirtschaftlich nicht mehr übergabetauglich, und dies gilt es zu vermeiden.

**Was sind die Kernthemen für die Übernehmenden? Was beschäftigt sie am meisten?**

Für den Übernehmenden ist es wichtig, dass rechtzeitig die Weichen gestellt werden. Dies setzt eine aktive Beteiligung und frühzeitige Miteinbeziehung der nachfolgenden Generation in die Betriebsführung voraus, sowie ein proaktives Managen der Nachfolge, sprich eine Nachfolgeplanung, zielgerichtete

Gestaltung und Lenkung der Unternehmensnachfolge im Rahmen eines Führungsprozesses.

Jeder Nachfolge-Kandidat sollte sich für die Unternehmerlaufbahn aus freien Stücken entscheiden und davon überzeugt sein, dass er der Richtige ist, um diese Aufgabe zu meistern. Nur so kann ein „Unternehmer in spe“ die Belastungen, die auf ihn zukommen, optimal verkraften. Kein Nachfolger sollte diesen Weg allein aus Traditionsbewusstsein wählen, oder weil es die Familie von ihm erwartet. Das Traditionsbewusstsein frei nach dem Motto „das haben wir schon immer so gemacht“ führt leider oft dazu, dass Übernehmer sich verpflichtet fühlen, die Unternehmenskultur zu bewahren, wodurch notwendige Anpassungen an die Wettbewerbssituation vernachlässigt werden und Innovationen auf der Strecke bleiben.

**Wie würde ein perfekter Prozess aus deiner Sicht aussehen?**

Prozess ist genau der richtige Begriff. Eine Betriebsübergabe ist ein Prozess. Für den gesamten Prozess der Unternehmensübergabe sollten zwischen 5 und 10 Jahre eingeplant werden. Grundsätzlich lassen sich drei wesentliche Schritte festmachen: In den ersten Jahren in Phase 1, nach dem Entschluss der Übergabe, geht es zunächst um die Bewertung der Unternehmenssituation. Darunter fällt die Analyse der Ist-Situation, sprich die Überprüfung der Unternehmensphilosophie und -strategie, die Klärung der Übergabeform, sowie die Prüfung rechtlicher Regelungen und Vertragswerke. Hier stehen Entscheidungen an, die Konsequenzen für den Übernehmer, den Übergeber und die gesamte Unternehmerfamilie haben. In Phase 2 beginnt die eigentliche Gestaltung des Übergabeprozesses. Dieser Schritt beinhaltet die Klärung des Leitbildes und der Vision, die Festlegung der zukünftigen Führungsstruktur, die



Erstellung eines Zeitplanes mit Meilensteinen, sowie die Festlegung des Zeitpunktes der Übergabe. Phase 3 ist dann die Umsetzung des Nachfolgekonzeptes mit der schrittweisen Einführung des Nachfolgers, der schrittweisen Übergabe von Aufgaben, Befugnissen und Verantwortung, dem Umsetzen eines Regelwerks für eine gemeinsame Entscheidungsfindung und für den Rückzug des Seniors aus dem Tagesgeschäft.

**Viele übergeben zu spät, was könntest du hier empfehlen/raten?**

Das ist richtig – oft wird die Übergabe hinausgezögert. Die Frage nach dem richtigen Zeitpunkt ist wohl eine der schwierigsten für den Übergeber, schließlich geht es darum, sich selbst zu ersetzen. Das Hinauszögern oder das Ignorieren der essenziellen Nachfolgeregelung löst allerdings das Problem nicht, sondern zieht weitere mit sich. Es gibt hier zwei Extreme: a) es wird zu früh übergeben und der Übernehmer tritt unvorbereitet in das Unternehmen ein, oder b) der Senior kümmert sich überhaupt nicht um seine Nachfolge und diese wird verschlafen. Beides ist gleichermaßen schädlich für den Betrieb.

Nur mit Festlegung eines fixen Übergabezeitpunktes kann sich der Nachfolger konkret auf die Übernahme vorbereiten. Die junge Generation soll möglichst früh in unternehmerische Entscheidungen

eingebunden werden. Die Erstellung eines konkreten Fahrplans mit Zeitangaben, in dem die einzelnen Schritte des Übergangs niedergelegt und die beiderseitigen Ziele aufeinander abgestimmt sind, ist unabdingbar. Enthalten sein sollten der Eintrittszeitpunkt des künftigen Unternehmers und die zukünftige Rolle des Altinhabers sowie dessen Austrittszeitpunkt. Weiters sollten Aufgaben, Kompetenzen, Verantwortungsbereiche des Nachfolgers sowie des Seniors exakt festgelegt werden. Eine gute Übergabe bedeutet für mich, dass die Nachfolge entsprechend geplant wird, d.h. dass alle Vorbereitungen getroffen werden, um eine Weiterführung des Unternehmens zu gewährleisten. Eine gut vorbereitete Nachfolgeplanung erhöht die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Übergabe enorm.

**Wo unterstützt das MCI die Unternehmer bei der Betriebsnachfolge genau?**

Das Zentrum Familienunternehmen am MCI wurde 2016 als gemeinsame Initiative des Management Center Innsbruck und der Wirtschaftskammer Tirol gegründet, seit 2017 sind wir ein eigenständiges Kompetenz- und Transferzentrum. Wir begleiten und unterstützen Familienunternehmen und leisten damit einen Beitrag zum Weiterbestand und zur Wettbewerbsfähigkeit dieser Betriebe. Konkret heißt das, wir führen mit den Betrieben ein Erstgespräch, um zu sehen, wo wir konkret unterstützen können. Die Zusammenarbeit kann dann sehr unterschiedlich ausfallen. Familienbetriebe können bspw. bei uns Abschlussarbeiten in Auftrag geben oder ihre Problemstellung im Zuge eines Praxisprojektes mit MCI-Studierenden lösen. Wir laden Familienunternehmen aber auch zu unterschiedlichen Veranstaltungsformaten ein, um mit den Studierenden in Kontakt zu treten und mit ihnen gemeinsam deren Herausforderungen zu diskutieren.



**„Wer nichts verändern will,  
wird auch das verlieren, was  
er bewahren möchte.“**

## FUNDIERTE BERATUNG IM TOURISMUS



### *Mit fundus neue Gäste finden*

Das fundus Team ist seit vielen Jahren erfolgreich im Tourismus tätig. Wir helfen unseren Kunden sich immer wieder neu zu erfinden und setzen Ideen zur Verbesserung des Betriebes gemeinsam um.

Wir kennen den Tourismus aus eigener Erfahrung sehr gut. Gerade bei kleinen Betrieben, Privatzimmervermietern oder der Parahotellerie bleibt oft zu wenig Zeit zum Entwickeln neuer Ideen. Familiengeführte Betriebe machen die meiste Arbeit selbst und können in Bereichen wie dem Marketing oder Vertrieb nicht auch noch Experten sein.

Da kommen wir mit dem Tourismus-Upcycling ins Spiel. Wir besuchen euch und euren Betrieb, lernen uns gegenseitig kennen und bekommen einen Einblick hinter die Kulissen. Der Blick von außen wirkt oft wahre Wunder, denn im Alltag wird man tatsächlich etwas betriebsblind. Je nach Budget und Priorität erarbeiten wir ein gemeinsames Konzept. Wir hinterfragen gewohnte Abläufe. Das ist nicht immer eine leichte Aufgabe, denn immerhin steckt in den meisten Fällen viel Herzblut und Familiengeschichte darin.

Dennoch, will man den eigenen Betrieb erfolgreich in die Zukunft führen, ist es

unerlässlich die Strategie, Positionierung sowie Zielgruppe zu analysieren. Eventuell ist die Positionierung nicht richtig, die Auslastung sinken und somit der Gewinn. Da setzen wir den Hebel an und unterstützen euch mit unserem Know-how.

#### **Authentisch und echt: welche Gäste passen zur mir?**

Authentizität mögen unsere Gäste und auch wir bei fundus. Denn nur, wenn es ein einheitliches Konzept gibt und sich dieses auf der Website, im Hotel, in den Zimmern und im Angebot widerspiegelt, bringt es langfristigen Erfolg.

### **Die richtige Zielgruppe ist das Um und Auf.**

Die richtige Zielgruppe ist das Um und Auf. Aber das geht einher mit der Positionierung. Die Ausrichtung des Betriebs, als er gegründet wurde, kann aktuell noch die richtige sein – aber ist sie das

wirklich? Wir hinterfragen mit euch diese und noch viele weitere Kernpunkte.

#### **Zuerst Geld verdienen, dann investieren: der Weg zum höheren Zimmerpreis**

Sind die Hausaufgaben erstmal gemacht, gehen wir in kleinen Schritten weiter. Uns ist bewusst, dass große Investitionen sehr oft nicht machbar sind. Aus diesem Grund entwickeln wir ein Konzept in mehreren Bausteinen. So dass man in jeder (Zwischen)-Saison einzelne Maßnahmen daraus umsetzen kann. Der wiederkehrende Stammgast entdeckt bei jedem Besuch etwas Neues und das Angebot sowie die Qualität wird stetig verbessert.

Auch den regionalen Banken gefällt dieser Ansatz und finanziert bspw. kleine, gut durchdachte (Umbau)-Maßnahmen lieber als Großprojekte.

Natürlich kennen wir auch die Trends und Must-Haves im Tourismus! Social Media, User Interface, Bounce-Raten und Co. sind für uns keine Fremdwörter, dazu mehr auf der nächsten Seite.



# DIE WELT DER KOMMUNIKATION – DEIN AUSSEN-AUFTRITT

## WEBSITE

Der Gast von heute bucht seinen Urlaub gemütlich zu Hause auf der Couch. Deshalb sind Website und Online-Auftritt essenziell für jeden gut funktionierenden Betrieb. Ansprechende Bilder, gute Zimmerdarstellungen und die unkomplizierte Online-Buchbarkeit sind ein unerlässliches Muss. Dieser erste Eindruck ist gleichzusetzen mit der Hardware: Ein grünes Bad aus den 60er Jahren lässt sich nicht mehr verkaufen. Der Gast wünscht sich State of the Art.

## SOCIAL MEDIA

Schon während des Upcycling-Entwicklungsprozesses entsteht ein neues Kapitel der Unternehmensgeschichte. Diesen Weg begleiten und präsentieren wir hautnah auf den sozialen Medien.

Das ist Storytelling leicht gemacht, denn Tourismus-Upcycling ist prädestiniert, um eine Geschichte zu erzählen: vom Umbau bis hin zum neuen Magazin. Die Beobachter oder „Follower“ lassen sich für ihre nächste Urlaubsbuchung inspirieren. Facebook und

Instagram sind die persönliche Visitenkarte im Netz und geben Einblicke in „private“, oft unsichtbare Momente. So bleibt ihr bei (potenziellen) Kunden präsent und versetzt die passende Zielgruppe vorab in Urlaubsstimmung.

## PR UND KOMMUNIKATION

Bei der Neuausrichtung des Betriebs muss auch das passende Wording entwickelt werden. Alle Unterlagen, die



sich an den Gast wenden, sollten dies in einer einheitlichen Sprache machen. Dafür bedarf es klarer und verständlicher Texte, die den Leser abholen und begeistern.

Mit der richtigen Strategie und einer gut durchdachten Kampagne gelingt es in den klassischen Medien auf sich aufmerksam zu machen. Wir unterstützen euch gerne auf dem Weg in die Öffentlichkeit.

Dieser gelingt auch über begeisternde Bilder. Wir unterstützen euch bei der Fotografenauswahl, erstellen das Fotokonzept und sind mit euch beim Shooting dabei.

## MEINE Checkliste FÜR DEN NEUEN WERBEAUFTRITT

- LOGO, Slogan, Schriftarten: Wofür stehe ich?
- Der Ton macht die Musik: Wie ist mein Wording?
- Habe ich Visitenkarten, Drucksorten, Eyecatcher zur Wiedererkennung?
- Beschriftungen im Innen- und Außenbereich: Wie präsentiere ich mich lokal?
- Internet-Auftritt: Meine wichtigste virtuelle Visitenkarte
- Welche Social Media Kanäle passen zu mir und meiner Zielgruppe?
- Buchungs- und Bewertungsplattformen: Up to date im Direktverkauf?

# UNSER NETZWERK UNSERE PARTNER

## VERENA OBER-WEILER Künstlerin & Upcyclerin

Individuelle Kunst und Kunstobjekte verleihen einem Raum die ganz spezielle Ausstrahlung. Verena lässt alte Dinge neu erstrahlen und zaubert daraus wunderschöne Designobjekte.



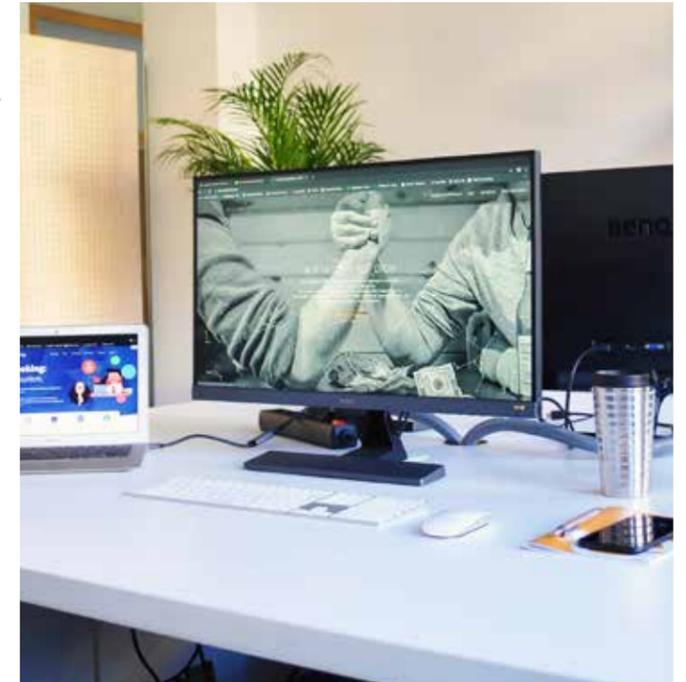
## NINA SEELOS Dekoration & Raumkonzepte für Hotellerie & Gastronomie

Zeitlose Einrichtung, gut durchdachte Raumgestaltung und abgestimmte Deko-Elemente geben einem Raum ein bestimmtes Flair. Genau diesen Ausdruck gilt es für die eigene Unterkunft zu finden, damit der Gast beim ersten Eintreten bereits in seinen Urlaub abtauchen kann. Nina Seelos hat das feine Fingerspitzengefühl und die Vorstellungskraft dafür.



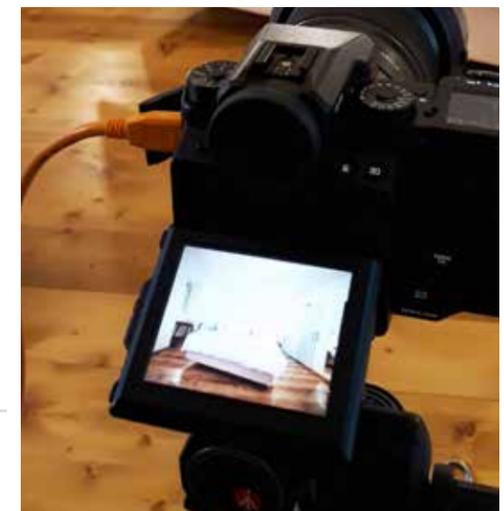
## EASYBOOKING Onlinebuchungsprogramm Julia

JULIA ist ein unkompliziert bedienbares, webbasiertes Onlinebuchungsprogramm für kleine und mittlere Beherbergungsbetriebe. Es erleichtert Vermieterinnen und Vermietern den Arbeitsalltag mit elektronischem Zimmerplan, automatisierter Gästekommunikation, Meldewesen und Anfrageabwicklung und hinterlegten Statistiken. Wir mögen es unkompliziert, so wie JULIA.



## KLAUS MAISLINGER Fotograf

Der erste Eindruck zählt. Dieser passiert heutzutage meistens online. Deshalb sind aktuelle und ansprechende Fotos für Marketing, Website, Online-Auftritt und Newsletter ganz besonders wichtig. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Vorbereitung eines Fotoshootings, assistieren auf Wunsch während des Shootings dem Fotografen, und im Anschluss wählen wir mit und für euch die besten Bilder aus.





## BUCHUNGEN STEIGERN. GÄSTE BEGEISTERN.

**JULIA** – deine virtuelle Rezeptionistin.

Von der **Anfrage** bis zur **Danke-Mail** begleitet **JULIA** deine Gäste selbständig **rund um die Uhr** und erfüllt zeitgleich die Ansprüche von Reisenden und Gastgebern.

### ★ Alle Funktionen im Überblick

- Automatisierte **Gästekommunikation**
- Online **Buchbarkeit**
- Channel **Management**
- Webbasierte **Zimmerverwaltung**
- **DSGVO-konform**
- Automatische **Rechnungslegung**
- Meldewesen, Registrierkasse uvm.
- Berichtswesen & Statistiken

### ALL YOU CAN USE.

Vielseitig und umfangreich.

#### 📁 Berichtswesen

Praktische Berichte zu An- & Abreisen, Zahlungen, Nächtigungsstatistiken sowie Periodenabschluss uvm.

#### ★ Angebote

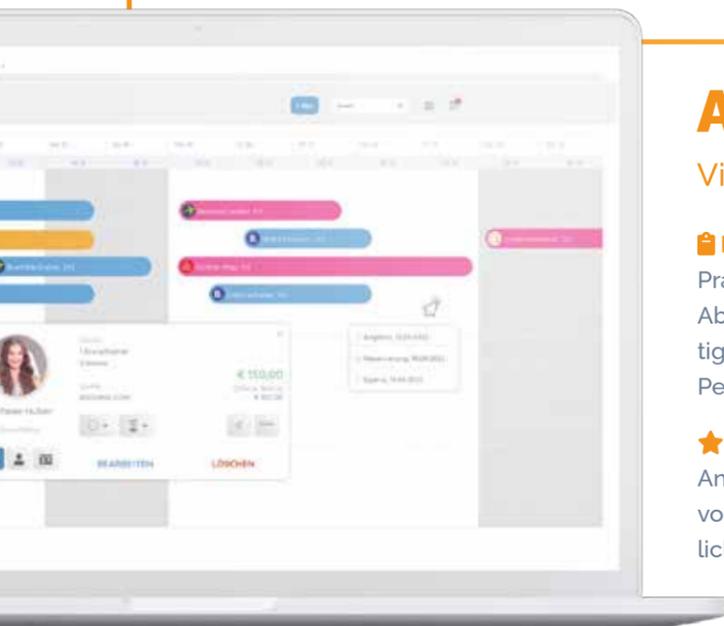
Ansprechende Präsentation von Angeboten, die tatsächlich Buchungen bringen.

#### 🔗 Channelmanager

Nie wieder **Doppelbuchungen**. **JULIA** verwaltet alle Vertriebskanäle zentral und in Echtzeit.

#### 👥 Meldewesen

Zeit sparen dank digitalem Meldewesen und Online Check-In vor der Abreise.



Du möchtest **mehr über JULIA** erfahren und **Teil unserer Vermieter-Community** werden? Einfach QR-Code scannen und bei uns melden.

**easybooking**

easybooking - zadego GmbH  
Anton-Melzer-Str. 10 • 6020 Innsbruck  
office@easybooking.eu  
[www.easybooking.eu](http://www.easybooking.eu)

## HOTELS & AUSFLUGSZIELE FÜR GRUPPENREISEN

Unter den Eigenmarken „Bus Austria“ und „sehenswertes.tirol“ verbinden wir unser über 20 Jahre aufgebautes Netzwerk zu Reiseveranstaltern und Busreiseunternehmen im deutschsprachigen Raum mit österreichischen Ausflugszielen, Sehenswürdigkeiten, Museen und Hotels in einer eigenen Angebotsgruppe.

Dabei treten wir auf Messen, Workshops und eigenen Salestouren als Spezialisten im Gruppenreisesegment für Österreich auf und geben generierte Anfragen an unsere Mitglieder/

Kunden weiter. Untermuert wird der Auftritt der Angebotsgruppe durch eine eigene Website, Newslettern an Reiseveranstalter, Paketer, Busunternehmen und Reisebüros im Raum Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie einer jährlich erscheinenden Broschüre mit einer Auflage von rund 10.000 Stück.

Wir haben zudem Zugriff auf ein großes Netzwerk und erhalten laufend Informationen aus der Branche für die Branche. Wenn du kein eigenes Vertriebsteam hast oder Unterstützung benötigst, sind wir der richtige Ansprechpartner!

Wir unterstützen Top-Sehenswürdigkeiten, Ausflugsziele und Hotels in ihrer touristischen Vermarktung im B2B-Bereich und bewerben diese bei Salestouren zu Reiseveranstaltern und Busunternehmen. Ebenso sind wir auf Fachmessen sowie im VPR (Verband Deutscher Paketreiseveranstalter) vertreten und begleiten unsere Partner bis hin zum Email-Marketing (B2B-Newsletter).

Mehr Informationen unter:  
[www.sehenswertes.tirol](http://www.sehenswertes.tirol)  
[www.bus-austria.at](http://www.bus-austria.at)

**Wir sind dein B2B Gruppenreisesezialist im Raum DACH**

Bus Austria hilft Busunternehmen und Reiseveranstaltern bei der Planung und Umsetzung von Gruppenreisen in und nach Österreich. Auch für Incentive-Agenturen bietet die B2B Plattform eine große Auswahl an Rahmenprogrammen und Gruppenunterkünften.

Alle Ausflugsziele & Sehenswürdigkeiten, Hotels sowie Gruppengastronomiebetriebe auf einen Blick unter [www.bus-austria.at](http://www.bus-austria.at)

# Vorträge, Workshops, Seminare & Webinare

Logo, Webseite, Auftritt nach außen und innen, Einrichtung und Ausrichtung, Werbe- und Kommunikationsmittel und natürlich auch Texte und Formulierungen lassen sich mit ein paar gekonnten Kunstgriffen geschickt aufpeppen und neu in Szene setzen. Dabei drehen wir gemeinsam an kleinen Schraubchen mit oft großer Wirkung. Kostensparend. Gewinnbringend.

## UNSERE THEMENSCHWERPUNKTE UND SCHULUNGEN:

- ✂ Trends im Tourismus: fit und bereit für Jetzt und die Zukunft!
- ✂ Unterkunft auf Vordermann bringen: abstauben, upcyclen, verkaufen!
- ✂ Texten online: praktische Schreibtipps für Webseite & Co.
- ✂ Kommunikation mit Gästen und Mitarbeitern: positiv formulieren
- ✂ Schreiben im Flow: texten fast wie von alleine
- ✂ Shine your light: Tools für mehr Gelassenheit im Vermieteralltag

Alle Informationen zu Inhalten und Preisen unserer Seminare findest du unter [www.agentur-fundus.at/seminare](http://www.agentur-fundus.at/seminare)

**fundus**  
MARKETING & KOMMUNIKATION

Agentur fundus GmbH | Wilhelm-Greil-Straße 1 | 6020 Innsbruck  
+43 512 312 316 | [office@agentur-fundus.at](mailto:office@agentur-fundus.at) | [www.agentur-fundus.at](http://www.agentur-fundus.at)

