

TVB Attersee-Attergau

Mit See(h)nsuchtpäckchen und AtterCAMPUS auf Erfolgstour

Die Strategie, auch während der Pandemie weiter stark für die Region zu werben, macht sich bezahlt – jetzt werden mit der Betriebsakademie neue Wege beschritten

Sie steht seit fünf Jahren als Geschäftsführerin an der Spitze des damals neu gegründeten TVB Attersee-Attergau und hat ihn mit rund 654.000 Übernachtungen nach der Pandemie extrem rasch wieder auf die Erfolgsspur zurückgebracht: **Angelina Eggli**. Die Touristikerin durch und durch – sie war Hoteldirektorin und zuletzt Lehrlingsbeauftragte der WK Wien sowie im Tourismusconsulting tätig – startete heuer mit dem AtterCAMPUS ein neues Fortbildungsangebot für die Tourismusverband-Mitglieder. T.A.I. gegenüber schilderte Angelina Eggli ihre bisher gemachten Erfahrungen und bot auch einen Ausblick auf die Zukunft.

T.A.I.: Sie haben Tourismus von der Pike aus gelernt – vor allem in der Hotellerie – und waren vor Ihrer Bestellung zur Geschäftsführerin des TVB Attersee-Attergau für die WK Wien Lehrlingsbeauftragte und im Tourismusconsulting tätig. Wie sehr unterscheiden sich Ihre bisherigen Tätigkeiten von der Leitung eines Tourismusverbandes?

Angelina Eggli: „Aus heutiger Sicht haben meine vorherigen Tätigkeiten, als Hoteldirektorin in Wien, als auch die Arbeit für die WK Wien und meine Berateraufgaben, mich ‚praktisch‘ auf meine nunmehrigen Aufgaben vorbereitet. Um auf Ihre Frage zurück zu kommen – was den Unterschied ausmacht: Es ist vor allem die Größenordnung! Wir als Team des Tourismusverbands betreuen über 380 Nächtigungsbetriebe in der Region und an die 250 Gastronomiebetriebe. Mir ist besonders die Verantwortung, die ich damit trage, sehr bewusst und ich versuche dieser in allen unseren Aktionen gleichermaßen Rechnung zu tragen.“

T.A.I.: Der TVB war damals – also im Frühjahr 2019 – neu und ging aus der Fusion der TVBs Attersee, Attergau sowie der Ortsverbände Frankenmarkt und Vöcklamarkt hervor. Wie herausfordernd waren für Sie und Ihr Team die ersten Monate?

Angelina Eggli: „Die ersten Monate waren für mein Team und mich wirklich eine besondere Zeit. Das Thema ‚Fusionierung‘ ist ja oft mit Ängsten verbunden. Das war auch hier so. Diese Ängste ernst zu nehmen und positiv auf die Betriebe zuzugehen, ihnen zuzuhören und auch auf ihre Wünsche und Anregungen einzugehen, hat die Betriebe und uns sehr verbunden. Diese Verbundenheit der Betriebe zum Tourismusverband, zu mir und meinem Team hält bis heute erfreulicherweise an! Wir gehen mit diesem Vertrauen sehr verantwortungsvoll um. Vor allem motiviert es mein Team und mich, die Region gemeinsam mit unseren Kooperationspartner:innen aus Tourismus, Gemeinden und Co., weiter zu entwickeln. Sie sehen, Stillstand ist meines nicht!“

T.A.I.: Sie meinten damals, dass die „Region viel Potenzial aufweist.“ Im Jahr darauf kam die Pandemie. Wie entwickelte sich das touristische Aufkommen seither, wo stand es 2023 und was erwarten Sie sich von 2024 und darüber hinaus?

Angelina Eggli: „Wir als Tourismusverband haben uns damals entschlossen, entgegen anderen Trends, weiterhin stark für die Region zu werben – auch und gerade in der Pandemie. Dadurch entstanden besondere Aktionen, wie z.B. das ‚Attersee-Attergau See(h)nsuchtpäckchen‘. Wir haben dabei den Gästen in enger Absprache mit den Betrieben

kleine Päckchen mit Produkten der Region geschickt und mitgeteilt, dass wir unsere treuen Gäste vermissen und dass wir uns freuen, sie bald wiederzusehen. Die Rückmeldungen waren äußerst positiv und haben die Touristiker:innen sowie uns sehr motiviert. Somit haben wir relativ gut nach der Pandemie an unsere Erfolge anschließen können, da wir den Kontakt zu den Gästen nie verloren haben. Natürlich gibt es immer Luft nach oben. Das heißt wir möchten in den Monaten April bis Juni, aber auch von September bis Oktober, gerne verschiedene Aktionen starten, um den Gästen auch die bei uns so schöne Frühlings- und Herbstzeit ‚schmackhaft‘ zu machen.“

T.A.I.: Sie starteten heuer unter der Bezeichnung AtterCAMPUS die erste Betriebsakademie, die den Themen Nachhaltigkeit (Ende März 2024), Tourismusentwicklung (Anfang April) und dieser Tage der Tourismusorientierung gewidmet war. Wie sehr waren Sie mit der Präsenz und wie mit dem Engagement der Teilnehmer:innen zufrieden?

Angelina Eggli: „Wir haben uns, wie wir das immer machen, ein Ziel gesetzt: Zehn Personen pro Workshop – und dieses Ziel haben wir relativ rasch um den doppelten Wert übertroffen. Ich freue mich darüber sehr. Vor allem, da ich bei jedem Workshop vor Ort war und die Zeit nutzte, mit den Betrieben direkt in Kontakt zu treten. Bis jetzt haben drei Seminare stattgefunden, sechs weitere folgen im Laufe des Monats April, und das Engagement war hervorragend. Ein zusätzlicher Bonus dabei ist vor allem die Netzwerkpflge und der Austausch der Workshopteilnehmer:innen untereinander.“



T.A.I.: Welches sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Punkte, an denen aufgrund der im AtterCAMPUS gemachten Erfahrungen die Hebel angesetzt werden müssen?

Angelina Eggli: „Wir haben bemerkt, dass Themen, sobald sie etwas in die Breite gehen, gut angenommen werden. Z.B. beim Workshop ‚Speisetrends‘ haben wir nicht nur über die Trends gesprochen, sondern auch gleich gemeinsam gekocht. Das Spektrum soll deshalb weiterhin ‚bunt‘ sein, d.h. wir versuchen für alle Betriebe interessante Inhalte zu bieten. Von den Privatzimmervermieter:innen bis zu den Hoteliers, von den Cafés bis zur Haubengastronomie.“

T.A.I.: Wann ist die nächste Betriebsakademie geplant?

Angelina Eggli: „Der AtterCAMPUS wird, aufgrund des Erfolges, bereits im Herbst 2024 weitergeführt werden.“

T.A.I.: Sie bezeichnen jüngst den AtterCAMPUS als Ihr Herzprojekt. Gibt es noch weitere, wenn ja welche und wann werden diese in die Realität umgesetzt?

Angelina Eggli: „Die Vernetzung der Betriebe untereinander ist mir sehr wichtig und vor allem, die Betriebe überall dort zu unterstützen, wo wir als TVB aktiv helfen können. Daran arbeiten wir stetig, und dazu habe ich auch einiges in der Pipeline. Und ein weiteres Projekt von mir ist die Tourismusgesinnung allgemein: das gute Miteinander von Einheimischen Zeitwohnbesitzern und Gästen. Auch dazu planen wir Kampagnen. Sie dürfen weiterhin gespannt sein!“ ■