



OBERSTAUFEN

*Tourismus-
bericht*

2021

Inhaltsverzeichnis

1. WER WIR SIND	4
2. ERSTES JAHR DER TOURISMUSDIREKTORIN	6
3. FINANZIERUNG DES ÖFFENTLICHEN TOURISMUS	10
4. TOURISTISCHE ENTWICKLUNG	14
4.1 Gesamtentwicklung	14
4.2 Ankünfte und Übernachtungen	15
4.3 Oberstaufen PLUS und Oberstaufen PLUS GOLF	16
4.4 Ortsbereiche	17
4.5 Altersstruktur	17
4.6 Quellmärkte	18
4.7 Betriebsarten	20
4.8 Beherbergungsstruktur	20
5. TOURISMUS-SERVICE-CENTER	22
5.1 Persönlicher Dialog mit Gastgebern und „OTM on Tour“	22
5.2 Gastgeber- und Tourismus-Hock	22
5.3 Überarbeitung der Zimmervermittlungsverträge	23
5.4 Buchungsstatistik	23
5.5 Neugestaltung der Tourist-Informationen	24
5.6 Merchandise-Artikel	25
6. MARKETING	26
6.1 Kampagne „Mit Sicherheit ♥lich Willkommen“	26
6.2 Printmedien	27
6.3 Themen	28
6.4 Neues auf oberstaufen.de	29
6.5 Social Media	30
6.6 Marketing Kooperationen	31
6.7 Presse	32
7. VERANSTALTUNGEN	34
7.1 Veranstaltungshighlights 2021	35
7.2 Nagelfluhlounge	35
8. ERLEBNISBAD AQUARIA	36
8.1 Der neue Saunabereich mit fantastischem Bergblick	36
8.2 Besucher- und Umsatzstatistik	37
8.3 Bericht über das Geschäftsjahr 2021	37
9. TOURISMUS EIGENBETRIEB OBERSTAUFEN	38
9.1 Übersicht der TEO-Investitionen in den letzten Jahren	38
9.2 Fact-Sheet Oberstaufen	39

Herausgeber:
Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH – OTM
vertreten durch Constanze Höfinghoff

Hugo-von-Königsegg-Straße 8 | 87534 Oberstaufen | Deutschland
☎ +49 8386 9300-0 | ✉ info@oberstaufen.de | 🌐 [oberstaufen.de](https://www.oberstaufen.de)

Fotos: Moritz Sonntag (ueberall.eu), Andi Mayr, Leo Schindzielorz
Konzeption, Layout & Gestaltung: Michael Prestel (nordseite-design.de)

Redaktionsschluss: 09. Mai 2022

Vorwort

2021- EINE GEDULDSPROBE AUF ALLEN EBENEN

Das Jahr 2021 war geprägt vom zweiten coronabedingten Lockdown:

Der Winterlockdown aus 2020 setzte sich bis zum 20.05.2021 fort. Insbesondere die Monate Januar, Februar, März, die neben Juli, August, September zu den ankunfts- und übernachtungsstärksten Monaten in Oberstaufen zählen, haben dem Tourismus mit allen Bereichen massive Verluste beschert.

Einziges Lichtblick: Die Aufenthaltsdauer, die in den geöffneten Monaten im bereits coronageplagten Jahr 2020 gestiegen war, ist im Jahr 2021 ebenfalls noch einmal gestiegen auf durchschnittlich 4,83 Aufenthaltstage. Das entspricht einem PLUS gegenüber 2020 von 5,56%, gegenüber 2019 (4,15 Tage) um 16,63 %.

Insgesamt schließt das Jahr 2021 **gegenüber dem letzten „normalen“ Jahr 2019** ab mit 168.614 Ankünften, das sind 113.085 Ankünfte weniger als 2019 (Verlust von 40,17%) und mit 945.388 Übernachtungen, das sind 473.017 Übernachtungen weniger als 2019 (Verlust von 33,35%).

Als Tourismusdirektorin begann das Jahr für mich persönlich auch nicht ganz leicht: am 16. November 2020 im neuen Job gestartet verbrachten wir die ersten 7 Monate im Lockdown. Dankbar bin ich für die vielen persönlichen Gespräche bei meinen unzähligen Besuchen bei Vermietern und Leistungspartnern. Bei den geplanten Tourismus- und Gastgeber-Hocks wurden wir alle pandemiebedingt erneut ausgebremst.

Positive Aspekte des Jahres 2021 sollen hier nicht verschwiegen werden:

Unser Film „Mit Sicherheit herzlich willkommen“, mit unseren lokalen Stars Heidi Fritsch und Sigbert Prestel, sorgten für gute Stimmung und eine hohe Reichweite in den sozialen Medien.

Im Bereich Veranstaltungen erreichten wir mit der ersten Huimatwoche im September und der Premiere unserer Kinonächte im Rahmen des Winterzaubers besonders positives Feedback bei Einheimischen und Gästen gleichermaßen. Das Team rund um Lukas Lange, der seit September das Tourismus-Service-Center der OTM leitet, hat durch Engagement und Kompetenz sehr gute Buchungserfolge für die Übernachtungsbetriebe in Oberstaufen erzielt.

Insgesamt also ein bewegtes Jahr mit vielen Höhen und Tiefen, die das Team der OTM mit Bravur gemeistert hat.

Viel Spaß beim Lesen des Jahresberichts 2021.

Ihre Constanze Höfinghoff
Tourismusedirektorin



Oberstaufen, Mai 2022





Wer wir sind

MARKT OBERSTAUFEN

Mit 7.800 Einwohnern verfügt die Gemeinde über 7.550 Gästebetten. Hinzu kommen 2.848 gemeldete Zweitwohnungsbesitzer. Seit 2014 ist Martin Beckel Erster Bürgermeister.

Im weiterhin von Corona geprägten Jahr 2021 konnten bei knapp 170.000 Ankünften 945.000 Übernachtungen gezählt werden. (Vgl. 2020: 201.425 Ankünfte & 1,06 Mio. Übernachtungen)



Mehr Informationen zum neuen Außen-Saunabereich des Aquaria Erlebnisbads finden Sie auf S. 34



DIE OTM

Gegründet 2006 kümmert sich die OTM als 100%ige Tochter der Gemeinde um die touristische Vermarktung des Ortes, setzt Veranstaltungen um und gestaltet gemeinsam mit privaten Partnern und Unternehmen sowie dem TEO, der Aquaria Erlebnisbad-Betriebs GmbH und der Gemeinde das touristische Angebot im Ort. Bis Ende des Jahres 2021 betrieb die OTM zudem die Kurhaus-Gastronomie Nagelfluhlounge.

Für diese Aufgaben und Maßnahmen erhält die kommunale GmbH Anteile aus dem Kurbeitrag sowie die Einnahmen aus dem Fremdenverkehrsbeitrag, die die Gemeinde gemäß der Fremdenverkehrsbeitragsatzung auf Basis des Kommunalabgabengesetzes (KAG) Bayern erhebt. Weitere Finanzierungssäulen bilden eigene Einnahmen und Erträge, Fördergelder aus Bayern, Bund und EU sowie Eigenanteile der Gemeinde, denn diese Maßnahmen dienen ebenso dem Gemeinwohl des Ortes.

Geschäftsführerin der OTM GmbH ist seit dem 16. November 2020 die Tourismusdirektorin Constanze Höfinghoff. Die GmbH zählt aktuell rund 35 MitarbeiterInnen.

OTM = Oberstaufen
Tourismus Marketing GmbH

DER TEO

Gegründet 2018 sorgt sich der TEO als 100%iger Eigenbetrieb der Gemeinde um die öffentliche touristische Infrastruktur, darunter die Planung, Finanzierung, Erstellung, Betrieb und Pflege der touristischen Liegenschaften wie z. B. dem Erlebnisbad Aquaria oder dem Kurhaus, um die Wander- und Fahrradwege, die Winterwanderwege und Loipen, um Minigolf, Pumptrack, Eisplatz, Oberstaufen PARK, Spielplätze, Sauberkeit im Ort und vieles mehr.

Für diese Aufgaben und Maßnahmen bezieht der Eigenbetrieb im Auftrag der Gemeinde den Kurbeitrag gemäß der Kurbeitragssatzung auf Basis des Kommunalabgabengesetzes (KAG) Bayern. Weitere Finanzierungssäulen bilden Pachteinnahmen, Fördergelder aus Bayern, Bund und EU sowie Eigenanteile der Gemeinde, denn diese Maßnahmen dienen auch dem Gemeinwohl der Bürger.

Leiterin des Eigenbetriebs ist seit dem 16. November 2020 die Tourismusdirektorin Constanze Höfinghoff. Der TEO ist derzeit noch stark verwachsen mit der Verwaltung der Gemeinde. Er zählt daher aktuell neben der Leiterin nur 11 MitarbeiterInnen, davon drei in der Verwaltung und acht aus dem Bauhof.

TEO = Tourismus
Eigenbetrieb Oberstaufen

DAS AQUARIA

Gegründet im Jahr 1993 kümmert sich die Betriebs GmbH als 100%ige Tochter der Gemeinde um den Betrieb des Erlebnisbads. Maßgebliche Finanzierungssäule zur Finanzierung des laufenden Betriebes bilden eigene Einnahmen und Erträge aus Eintrittsgeldern, Verkauf von Waren, Vermietung und Verpachtung (bspw. Massage, Gastronomie). Wesentliche Investitionen und Finanzierungen leistet der Tourismus Eigenbetrieb Oberstaufen (TEO) als Inhaber der Liegenschaft. Für bestimmte Aufgaben kann diese kommunale GmbH zudem Anteile aus dem Kurbeitrag sowie dem Fremdenverkehrsbeitrag beziehen.

Geschäftsführerin der Aquaria Erlebnisbad-Betriebs GmbH ist Heidi Köberle. Das Aquaria zählt derzeit rund 43 MitarbeiterInnen.

Aquaria = Aquaria Erlebnis-
bad-Betriebs GmbH

Erstes Jahr der Tourismusdirektorin

Mein erstes Jahr ist rum – ganz schön schnell ist es zum Schluss gegangen.

Am 16. November 2021 begrüßten mich meine OTM-Kolleginnen und Kollegen im Büro mit Blumen, Partybrezel und Glückwunschkarte:

„Wir wünschen Dir zu Deinem 1-jährigen Firmenjubiläum alles, alles Gute! Wir sind froh, dass Du bei uns bist und hoffen, dass Du trotz der sehr turbulenten und anstrengenden Zeit noch lange bei uns bleibst.“

Ich bin gerührt. Ja, das war ein sehr, sehr anstrengendes Jahr, sicher nicht nur für mich.

GLEICH INS KALTE WASSER!

Direkt in den Lockdown gestartet, konnte ich meinen Plan, mich mit dem Team Oberstaufen (TEO, OTM, Aquaria, Markt), den vielen fleißigen Akteuren, Vereinen und Partnern vertraut zu machen, nur schwer umsetzen. Auch meine geplante Schrothkur für meinen Start in Oberstaufen viel ins Wasser.

Viele Baustellen der letzten Jahre erwarteten mich, UND: Coronamanagement frisst einfach Zeit – und Nerven, bei allen! Noch ohne Netzwerk im Allgäu ging es gleich rund: Ein Testcenter musste her, „Roundtable“-Onlinerunden mit der Allgäu GmbH und Tourismuskollegen aus der Region gestalteten sich auch nicht ganz einfach: Wenn man neu im Land ist und immer nur kleine Köpfe auf mini Bildern auf dem Bildschirm sieht, Strukturen und Zusammenhänge kaum durchdringbar sind und dann gemeinsam Krisenmanagement bewältigen soll... puh!

Und im Hause OTM: Sechs Geschäftsführungen in 6 Jahren hinterlassen auch Spuren, inhaltlich und menschlich. Im TEO gibt es ebenfalls viel zu tun „Da interessiert sich mal jemand ernsthaft für das, was wir leisten,“ höre ich. Na klar, ist mein Auftrag und mein Job! Wobei: man merkt an allen Ecken und Enden, dass der Betrieb Ende 2017 einfach viel zu schnell aus der Taufe gehoben wurde und leider nie die dringend notwendige Aufmerksamkeit erhalten hat...

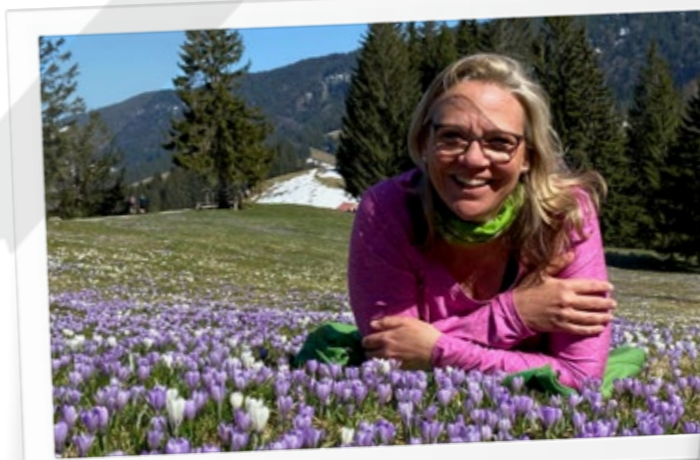


Spätsommerlicher
Sonnenuntergang am
Hochgrat

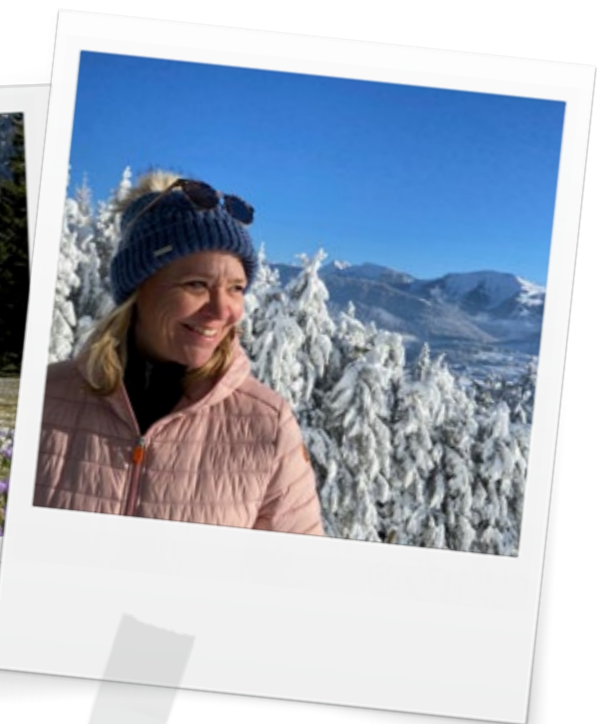
LICHTBLICKE!

Gleichzeitig gibt es viele Lichtblicke: Spannende Begegnungen mit Menschen, die mich auf meinen Touren und Terminen zum Kennenlernen der Gastgeber und deren Häuser, Geschäften und Vereinen motivieren und bestätigen: Es war bisher die richtige Entscheidung, nach Oberstaufen zu kommen. Von sprödem Allgäuer Charme bis zur warmen Herzlichkeit ist alles dabei. Ich treffe privat und beruflich auch auf echtes Interesse an mir und an meinem Lebensweg: „Ein großer Schritt, von Nordfriesland ins Allgäu. Warum hast Du das gemacht? Wie geht es Dir dabei?“

Tja, ich wollte im Mai 2020 ja eigentlich nur mal „gucken“ – und habe mich dann schlagartig in dieses Fleckchen Erde Oberstaufen verliebt. Die Aufgabe schien mir die passende Herausforderung, der ich mich mit fast 50 Jahren ja einfach noch mal stellen könnte. So bin ich eben.



Krokusblüte am Hündle und
Winterwonderland mit Blick
auf den Hochgrat



EIN BUNTES, VOLLES JAHR!

Auch wenn mir das kaum jemand glaubt: ich habe das Meer noch nicht einen Tag vermisst. Ich liebe das Meer und das Wattenmeer – ohne Frage. Und gleichzeitig bin ich überwältigt von der Schönheit, Kraft, Stärke der Berge und der ganz besonderen Weite der Landschaft in Oberstaufen. Für keinen anderen Ort im Allgäu hätte ich meinen Job und mein Leben im Norden aufgegeben.

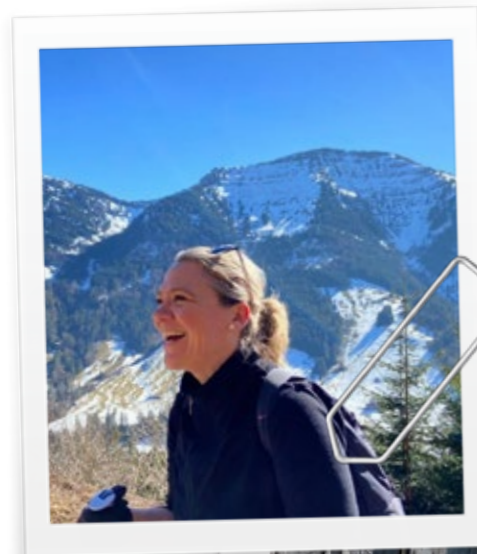
Ich liebe die vier Jahreszeiten: der schönste Winter meines Lebens, die Frühlings-Explosion in allen Facetten von Grün, die sanfte Bergwelt im Sommer, der bunte und leuchtende Herbst – ich kann mich kaum entscheiden.

Die (coronabedingt) wenigen Veranstaltungen, die ich mit initiieren oder einfach nur erleben durfte, haben mich begeistert: Egal ob Lichterzauber und Lesungen, Alphörner und Standkonzerte der Musikkapellen, ob Kunstspaziergang oder Ausstellung, Kindersommer oder Poetry Slam, Berggottesdienste oder Wanderungen, Heimatwoche mit Trachtentanz und Jodlern. Zwar alles mit angezogener Handbremse – und gleichwohl mit großem Engagement und Miteinander aller Beteiligten.

DIALOGKULTUR UND VERTRAUEN WACHSEN!

Mit vielen kleinen Schritten nähern wir uns an, so empfinde ich es jedenfalls. Transparenz und Kommunikation auf Augenhöhe ist mir wichtig, im Team, in der Politik, mit Partnern und eben im Miteinander im Ort. Egal ob mit der OHA (Einzelhandel), mit BHG (Hotellerie & Gastronomie), mit Schrothverband, mit Vereinen, Vermietern, Geschäftspartnern und einzelnen Personen. OTM on tour, Gastgeber-Hock, Tourismus-Hock, Newsletter, Telefonate und persönliche Gespräche und Begegnungen helfen, sich gegenseitig kennenzulernen, zuzuhören und zu verstehen.

Services, Öffnungszeiten, Kommunikationsmedien im Print und online werden fortlaufend optimiert und professionalisiert: „Man sieht langsam Deine Handschrift überall, weiter so!“ wird mir geschrieben. Ich danke für das Lob. Es motiviert mein Team und mich – wir sind grundsätzlich auf dem richtigen Weg.



Wanderung am Prodel und Begegnung mit Allgäuer Braunvieh



FINALE: WIE ICH ZUR SCHROTH'LERIN WURDE!

Im November 2020 konnte ich meine Schrothkur nicht antreten – der Lockdown verhinderte es. Pünktlich zum Jubiläum „30 Jahre Schroth-Heilbad“ am 5. Dezember 2021 wollte ich es noch schaffen, rechtzeitig vor unserer ersten „Schroth-Kampagne“, die wir ab Dezember 2021 bespielten: „Impulse für Vitalität und ein gesundes Leben.“

11 Tage hatte ich mich daher im November 2021 im Kronenhof eingemietet und bei Monika Aigner, unserer Botschafterin für „Gesundes Bayern“, meine erste Schrothkur erfolgreich absolviert.

Eine spannende Erfahrung, in der ich viel gelernt habe, über die Wirkung der Packung, den Beruf der Packerin, über Ernährung und den wichtigen Ausgleich von Ruhe und Bewegung. Ich habe dabei festgestellt: Während der Schrothkur voll zu arbeiten geht, ist dabei jedoch doppelt anstrengend. Und der Spaßfaktor ist sicher größer, wenn man sich völlig auf die Schrothkur einlassen kann.

Mein Gesamtfazit: Ich mache es wieder! Im März 2022 im Birkenhof habe ich übrigens erfolgreich meine zweite Schrothkur absolviert.



Mit Gastgeberin Monika Aigner - Botschafterin „Gesundes Bayern“ aus Oberstaufen

DANKE FÜR DAS ERSTE JAHR:

Nun bleibt mir danke zu sagen: Danke an all die Menschen, die mich herzlich willkommen heißen haben, die mich so wunderbar durch das Jahr begleitet und in ihre Kreise aufgenommen haben. Danke für die Unterstützung die ich bisher schon erfahren durfte.

Ich freue mich auf weitere Begegnungen – und auf gemeinsame Projekte für Oberstaufen.

Constanze Höfinghoff

Ihre Constanze Höfinghoff
Tourismsdirektorin

Finanzierung des öffentlichen Tourismus

WIE FINANZIERT SICH EIGENTLICH DER ÖFFENTLICHE TOURISMUS?

Um diese Frage beantworten zu können, muss zunächst geklärt werden, was die Aufgaben der Gemeinde sind. Hier wird zwischen verschiedenen Aufgabenarten unterschieden:

Selbstverwaltungsaufgaben		Aufgaben des Staates
Freiwillige Selbstverwaltungsaufgaben	Pflichtige Selbstverwaltungsaufgaben	Staatliche Aufgaben
→ Gemeinde entscheidet, ob und wie sie diese Aufgaben wahrnimmt	→ Gemeinde muss diese Aufgaben wahrnehmen, kann aber über das „wie“ entscheiden	→ „ob“ und „wie“ der Aufgabenwahrnehmung ist durch Bund und Länder vorgegeben

Da es sich bei der Förderung des Tourismus weder um eine staatlich vorgegebene Aufgabe noch um eine pflichtige Aufgabe handelt, ist die gemeindliche (öffentliche) Förderung des Tourismus eine freiwillige Selbstverwaltungsaufgabe der Gemeinde. Das heißt die Gemeinde entscheidet, ob, in welchem Umfang und auf welche Art und Weise sie diese Aufgabe wahrnimmt.

Da der Tourismus die Leitökonomie des Ortes darstellt, ist Oberstaufen gut beraten, diese Aufgabe ernst zu nehmen – bei aller gesetzlicher Freiwilligkeit!

In der Auswahl der Finanzierungsmittel ist die Gemeinde allerdings den Regelungen des Landesrechts (Gemeindeordnung und Kommunalabgabengesetz) unterworfen.

Art. 62 der Bayerischen Gemeindeordnung regelt die Grundsätze der Einnahmenbeschaffung:

„Die Gemeinde erhebt Abgaben nach den gesetzlichen Vorschriften. Sie hat die zur Erfüllung ihrer Aufgaben erforderlichen Einnahmen.

1. soweit vertretbar und geboten aus besonderen Entgelten für die von ihr erbrachten Leistungen,
2. im Übrigen aus Steuern zu beschaffen, soweit die sonstigen Einnahmen nicht ausreichen.

Die Gemeinde darf Kredite nur aufnehmen, wenn eine andere Finanzierung nicht möglich ist oder wirtschaftlich unzumutbar wäre.“

Somit ergibt sich folgende Reihenfolge in der Einnahmenbeschaffung:

1. Sonstige Einnahmen (= Einnahmen aus Miet- und Pachtverträgen, Zuweisungen des Bundes und des Landes aus dem Finanzausgleich, u. ä.)
2. Besondere Entgelte (= Benutzungsgebühren und Anschlussbeiträge für Wasserversorgung, Abwasserversorgung, Verwaltungsgebühren für Verwaltungsleistungen, Beiträge für den Straßenbau, u. ä.)
3. Steuern

WAS IST DAS KAG UND WELCHE CHANCEN BIETET ES?

Das Kommunalabgabengesetz (KAG) ist neben den Bundesgesetzen (Abgabenordnung, Gewerbesteuerrecht, Grundsteuergesetz, Gemeindefinanzreformgesetz) die wichtigste Rechtsgrundlage für die Einnahmen der Gemeinden und anderer kommunaler Gebietskörperschaften (Kommunalabgaben).

Das KAG regelt vor allem den Erlass von kommunalen Abgabensatzungen, das Steuerfindungsrecht, die Erhebung von Verwaltungs- und Benutzungsgebühren und von Beiträgen, die von Gemeinden und Landkreisen erhoben werden – wie zum Beispiel den Kurbeitrag sowie den Fremdenverkehrsbeitrag.

Das KAG ermöglicht es, den Haushalt der Gemeinde so zu gestalten, dass Spielräume für die hoheitlichen Aufgaben des Marktes für die Einwohner (wieder) möglich werden.

Das KAG gibt die Chance, die Aufwände im öffentlichen Tourismus aus dem Tourismus heraus zu finanzieren und Tourismus zukunftsfähig zu gestalten: im Sinne von Nachhaltigkeit, Daseinsvorsorge, Besucherlenkung, Digitalisierung, Mobilität – immer unter den zu kalkulierenden Eigenanteilen der Gemeinde.

WAS SIND GEBÜHREN UND WAS SIND BEITRÄGE? UND WARUM HANDELT ES SICH BEIM KUR- UND FREMDENVERKEHRSBEITRAG UM BEITRÄGE?

Wie bereits erwähnt, regeln die Erhebung von gemeindlichen Abgaben das Bayerische Kommunalabgabengesetz (KAG) sowie weitere Spezialgesetze, wie zum Beispiel das Grundsteuer- und das Gewerbesteuerrecht.

Der Begriff „Abgaben“ wird hier in folgende Arten unterteilt:

ABGABEN		
Steuern	Gebühren	Beiträge
Keine direkt zurechenbare Leistung der Gemeinde	Leistung der Gemeinde kann dem Gebührenpflichtigen direkt zugerechnet werden	Leistung der Gemeinde kann dem Beitragspflichtigen direkt zugerechnet werden
	Tatsächliche Inanspruchnahme der öffentlichen Einrichtung	Möglichkeit der Inanspruchnahme der öffentlichen Einrichtung
	Entgelt für Benutzung der öffentlichen Einrichtung	Abgeltung des Vorteils, der durch die Möglichkeit der Inanspruchnahme der öffentlichen Einrichtung entsteht
	Deckung der laufenden Betriebskosten der Einrichtung	Deckung des Investitionsaufwandes für die Einrichtung
	Wiederkehrend	Einmalig
	Höhe der Gebühr ist vom Umfang der tatsächlichen Inanspruchnahme der Einrichtung abhängig	Höhe des Beitrages ist vom Umfang der tatsächlichen Inanspruchnahme der Einrichtung unabhängig

Gebühr:
Das Erheben einer Gebühr ist abhängig von der tatsächlichen Inanspruchnahme des Gebührenpflichtigen.

Beitrag:
Allein das Vorhalten einer Leistung berechtigt zur Beitragserhebung, **ohne der tatsächlichen Inanspruchnahme des Beitragspflichtigen**. Allein die Möglichkeit der Inanspruchnahme ist entscheidend.

Beträge und Gebühren müssen:
» regelmäßig kalkuliert werden
» dienen der Deckung der Aufwände
» sind der Erhebung und Kalkulation nach zweckgebunden einzusetzen

Somit ist auch klar, warum es sich sowohl beim Kurbeitrag als auch beim Fremdenverkehrsbeitrag um einen Beitrag handelt und nicht um eine Gebühr.

WAS IST DER UNTERSCHIED ZWISCHEN EINEM KURBEITRAG UND EINEM FREMDENVERKEHRSBEITRAG UND WOFÜR WERDEN DIESE JEWEILIGEN MITTEL VERWENDET?

FREMDENVERKEHRSBEITRAG, ART. 6 KAG:

» (1) Gemeinden, in denen die Zahl der Fremdenübernachtungen im Jahr in der Regel das Siebenfache der Einwohnerzahl übersteigt, können zur Deckung des gemeindlichen Aufwands für die Fremdenverkehrsförderung von den selbständig tätigen, natürlichen und den juristischen Personen, den offenen Handelsgesellschaften und den Kommanditgesellschaften, denen durch den Fremdenverkehr im Gemeindegebiet unmittelbar oder mittelbar wirtschaftliche Vorteile erwachsen, einen Fremdenverkehrsbeitrag erheben.«

Der Fremdenverkehrsbeitrag wird somit zur Fremdenverkehrsförderung verwendet, beispielsweise für die gemeindlichen Werbe- und Marketingaufwendungen, sowie zur Verschönerung des Ortsbildes und für diverse Veranstaltungen. Gleichzeitig wird der Beitrag aber auch für die Kur- und Erholungseinrichtungen verwendet, ebenso wie der Kurbeitrag.

KURBEITRAG, ART. 7 KAG:

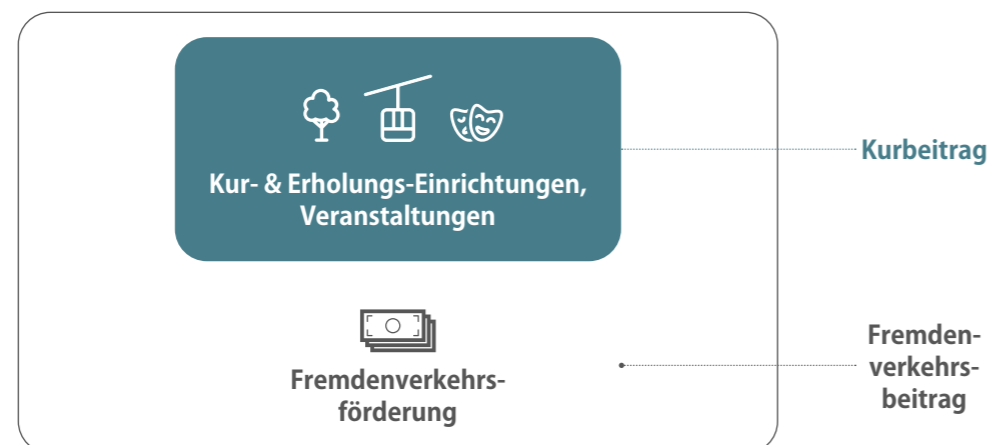
» (1) Gemeinden, die ganz oder teilweise als Heilbad, Kneippheilbad, Kneippkurort, Schrothheilbad, Schrothkurort, heilklimatischer Kurort, [...] Luftkurort oder Erholungsort anerkannt sind, können im Rahmen der Anerkennung zur Deckung ihres Aufwands für Einrichtungen und Veranstaltungen, die Kur- oder Erholungszwecken der Kurgäste dienen, einen Beitrag erheben. Einrichtungen und Veranstaltungen außerhalb des Gemeindegebiets können einbezogen werden, sofern der regionale Bezug eine regelmäßige Inanspruchnahme durch die Kurgäste der Gemeinde zu Kur- oder Erholungszwecken erwarten lässt. Zum Aufwand nach Satz 1 kann auch ein Finanzierungsanteil am öffentlichen Personennahverkehr zählen, der auf die Kurgäste entfällt.

(2) Beitragspflichtig sind alle Personen, die sich in dem nach Absatz 1 anerkannten Gebiet zu Kur- oder Erholungszwecken aufhalten, ohne dort ihre Hauptwohnung im Sinn des Melderechts zu haben, und denen die Möglichkeit zur Benutzung der Einrichtungen und zur Teilnahme an den Veranstaltungen geboten ist (Kurgäste). [...]«

Der Kurbeitrag wird somit, wie oben schon erwähnt, maßgeblich für das Vorhalten der Kur- und Erholungseinrichtungen verwendet, und damit für die öffentlich touristische Infrastruktur (Erhalt, Pflege, Unterhalt, Invest über Afa). Darüber hinaus finanziert sie auch diverse touristische Veranstaltungen.

Beispiele für Kur- und Erholungseinrichtungen sowie öffentlich touristische Infrastruktur:

Oberstaufen PARK, Loipen, Wanderwege, Radwege, Sauberkeit im Ort, Bepflanzung/Grünflächen, Beschilderung, Kurhaus, Aquaria, etc.



WAS BEDEUTET DAS KONKRET FÜR OBERSTAUFEN?

Tourismus stellt die Leitökonomie des Marktes Oberstaufen dar. 187,5 Mio. EUR Bruttoumsätze werden in Oberstaufen aus dem Tourismus generiert, der relative Beitrag zum Volkseinkommen entspricht 40%. Das bedeutet: rund 3.150 Personen von 7.800 Einwohnern beziehen ihr Primäreinkommen aus dem Tourismus. (dwif 2020)



Bezieher*innen eines \emptyset -Primäreinkommens

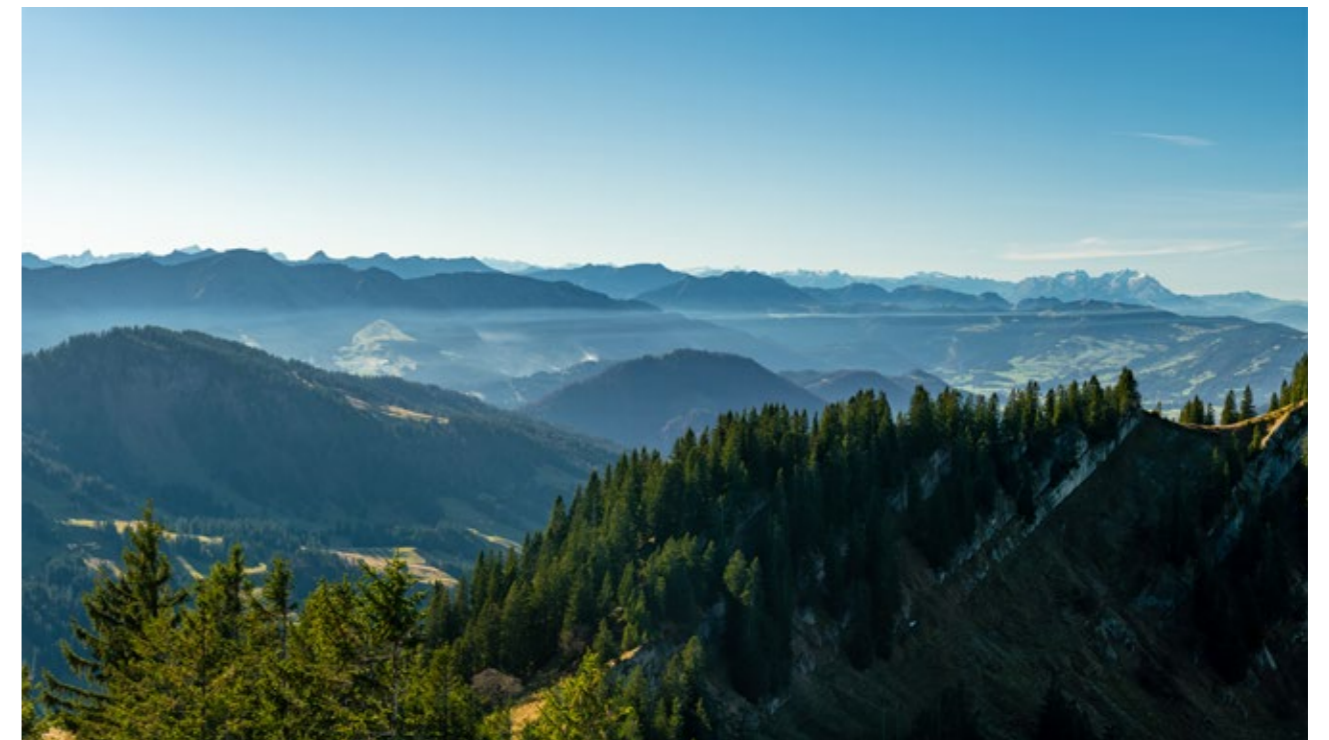
3.150 PERSONEN

touristisches Einkommen insg.: 92,8 Mio €

\emptyset -Primäreinkommen pro Kopf: 29.499 €

Gleichzeitig weisen die Tourismus Eigenbetriebe aufgrund hoher Investitionssummen und hoher Investitionsstaus eine hohe Unterdeckung aus. **Die vorgeschriebene Kalkulation der Tourismusbeiträge (=Fremdenverkehrsbeitrag und Kurbeitrag) weist deutliche Unterdeckungen aus, die zukünftig auf breite Schultern verteilt werden müssen.** Bisher wurden in Bayern, anders als in den nördlichen Bundesländern, in kaum einer Gemeinde Tagesgäste als gesetzliche Beitragspflichtige in die Kalkulation und Erhebung des Kurbeitrags einbezogen.

Oberstaufen setzt sich aktuell mit der gesetzlich und verfassungsrechtlich sauberen Umsetzung des KAGs auseinander und ist bestrebt, neben diversen Sparmaßnahmen, die hoch defizitären Haushalte durch eine saubere Kalkulation und den Einbezug aller Beitragspflichtigen zukunftsfähig aufzustellen und zudem Spielraum zu schaffen, für die Gestaltung der Aufgaben des Marktes und der touristischen Destination Oberstaufen gleichermaßen.



Touristische Entwicklung

4.1 GESAMTENTWICKLUNG

DER GUTE SOMMER KANN DEN AUSFALL DER WINTERSAISON NICHT GANZ WETTMACHEN.

Auch das Jahr 2021 war durch das touristische Beherbergungsverbot vom 1. Januar bis 20. Mai geprägt. Wieder konnten die Betriebe viereinhalb Monate keine Urlaubsgäste aufnehmen. Diese 140 Tage entsprechen 38,4 % des Kalenderjahres. Zeitlich gesehen kommt das in etwa den Lockdown-Phasen des Jahres 2020 gleich, in dem an insgesamt 133 Tagen keine Urlaubsgäste beherbergt werden durften. Im Gegensatz zum Jahr davor, waren in 2021 jedoch Hochsaisonzeiten betroffen, insbesondere die Wintermonate von Anfang Januar bis Mitte März. Das ist die Erklärung, weshalb in 2021 die Übernachtungen nochmals um 13,1 % und die Ankünfte um 17,7 % im Vergleich zu 2020 zurückgegangen sind.

Gegenüber dem letzten „regulären“ Jahr 2019: Ein Minus von 40,99 % bei den Ankünften und 31,32 % bei den Übernachtungen

Definition Pauschalen:
Die Gästeanmeldungen aus den Beherbergungsbetrieben sind Basis für die Ermittlung der statistischen Ankünfte und Übernachtungen, sie sind eindeutig definiert und bis ins Detail auswertbar. Anders verhält es sich mit den Zweitwohnungsbesitzern, die ihre Wohnungen selbst nutzen sowie mit einigen Hüttenunterkünften. Deren Ankünfte und Übernachtungen werden aus den pauschalierten Veranlagungen zum Jahreskurbeitrag berechnet und in der Statistik als Pauschalen berücksichtigt.

	2020	2021	Vergleich absolut	Vergleich in %
Ankünfte (ohne Pauschalen)	183.137	150.668	-32.469	-17,73
Nächte (ohne Pauschalen)	838.213	727.947	-110.266	-13,15
Ankünfte (inkl. Pauschalen)	201.425	168.614	-32.811	-16,29
Nächte (inkl. Pauschalen)	1.060.536	945.388	-115.148	-10,86
Aufenthaltsdauer in Nächten	4,58	4,83	0,25	5,56

LOCKDOWN 2021 1. JANUAR – 20. MAI 2021

	Ankünfte 2019	Ankünfte 2021	Vergleich in %	Nächte 2019	Nächte 2021	Vergleich in %
Januar	21.264	177	-99,17	114.165	2.939	-97,43
Februar	30.051	415	-98,62	150.572	4.449	-97,05
März	22.273	347	-98,44	119.887	5.629	-95,30
April	17.418	532	-96,95	89.681	6.049	-93,25
Mai	20.674	8.472	-59,02	96.612	41.665	-56,87
Gesamt	111.680	9.943	-91,10	570.917	60.731	-89,36

Quelle: Tramino Meldewesen

4.2 ANKÜNfte UND ÜBERNACHTUNGEN

NACH WIEDERERÖFFNUNG SEHR GUTE SOMMERSAISON UND STABILER HERBST.

Der touristische Jahresverlauf 2021 ist am besten erkennbar, indem man die Sommer- und die Wintermonate gesondert betrachtet. Obwohl die Übernachtungen insgesamt um 10,9 % zurückgegangen sind (inkl. Pauschalen), konnte in der Sommersaison ein Plus von 6,37 % verzeichnet werden. Das liegt zum einen am Monat Mai, bei dem der Lockdown in 2021 neun Tage früher endete als im Vorjahr, vor allem aber an den Sommermonaten Juni, Juli und August, die nochmals um 3,5 % zum ohnehin schon sehr guten Sommer 2020 zugelegt haben.

Außerdem bildet die Statistik ab, dass von Januar bis Mitte Mai 2021 keine touristische Beherbergung von Gästen stattgefunden hat. Die Belegungszahlen von Januar bis April 2021 stammen von beruflich veranlassten und medizinisch notwendigen Aufenthalten.

	Ankünfte 2020	Ankünfte 2021	Vergleich in %	Nächte 2020	Nächte 2021	Vergleich in %
Januar	22.128	177	-99,20	116.405	2.989	-97,48
Februar	29.587	415	-98,60	154.739	4.449	-97,12
März	8.857	347	-96,08	50.520	5.629	-88,86
April	49	532	985,71	264	6.049	2191,29
Mai	3.385	8.472	150,65	6.175	41.665	574,74
Juni	21.162	19.163	-9,45	110.700	111.634	0,84
Juli	29.386	28.731	-2,23	155.190	156.309	0,72
August	33.271	32.685	-1,76	174.138	187.275	7,54
September	28.786	26.916	-6,50	152.855	150.219	-1,72
Oktober	24.353	26.396	8,39	133.820	132.473	-1,01
November	341	11.497	3271,55	3.694	72.048	1874,46
Dezember	125	13.283	10526,40	2.081	74.699	3489,57
Winter	61.087	26.251	-57,03	327.658	165.813	-49,39
Sommer	140.338	142.363	1,44	732.878	779.575	6,37
Gesamt	201.425	168.614	-16,29	1.060.536	945.388	-10,86

Quelle: Tramino Meldewesen

❄ Wintersaison
☀ Sommersaison

Beim Vergleich der Monate Juni bis Dezember 2021 mit den Zahlen des Jahres 2019, das noch nicht von der Corona-Pandemie betroffen war, fällt auf, dass sich die Übernachtungen gesamt um 4,3 % erhöht haben, die Ankünfte allerdings um 6,5 % zurückgegangen sind. Dies lässt darauf schließen, dass sich die Aufenthaltsdauer in diesem Zeitraum im Vergleich zu 2019 verlängert hat.

	Ankünfte 2019	Ankünfte 2021	Vergleich in %	Nächte 2019	Nächte 2021	Vergleich in %
Juni	26.868	19.163	-28,68	126.556	111.634	-11,79
Juli	29.106	28.731	-1,29	151.361	156.309	3,27
August	32.669	32.685	0,05	173.903	187.275	7,69
September	27.570	26.916	-2,37	134.894	150.219	11,36
Oktober	26.187	26.396	0,80	124.491	132.473	6,41
November	11.967	11.497	-3,93	57.302	72.048	25,73
Dezember	15.439	13.283	-13,96	79.003	74.699	-5,45
Gesamt	169.806	158.671	-6,56	847.510	884.657	4,38

Quelle: Tramino Meldewesen

4.3 OBERSTAUFEN PLUS UND OBERSTAUFEN PLUS GOLF

HOHE ZUWÄCHSE IM SOMMER, EINBRUCH IM WINTER.

Besonders gravierend wirkt sich der Wegfall der Wintersaison bei den Oberstaufen PLUS Betrieben aus, welche in den Wintermonaten normalerweise in Relation zur Gesamtheit der Gastgeber besser belegt sind, als zu anderen Jahreszeiten. Ein Grund dafür, weshalb der Übernachtungsrückgang mit 15,8 % über das ganze Jahr betrachtet etwas höher ausfällt, als bei den Gesamtzahlen (Übernachtungsrückgang gesamt inkl. Pauschalen: 10,86 %).

Quelle:
Tramino Meldewesen

	Ankünfte 2020	Ankünfte 2021	Vergleich in %	Nächte 2020	Nächte 2021	Vergleich in %
Januar	11.598	42	-99,64	52.425	215	-99,59
Februar	17.600	45	-99,74	84.673	197	-99,77
März	4.489	98	-97,82	20.470	429	-97,90
April	31	180	480,65	213	1.344	530,99
Mai	2.124	4.658	119,30	4.030	17.962	345,71
Juni	11.273	9.924	-11,97	54.604	52.546	3,77
Juli	15.202	15.198	-0,03	81.899	82.049	0,18
August	18.001	17.127	-4,86	92.584	101.365	9,48
September	15.163	13.692	-9,70	76.989	75.857	-1,47
Oktober	13.163	13.901	5,61	66.323	65.011	-1,98
November	91	5.036	5434,07	552	24.369	4314,67
Dezember	34	6.965	20385,29	201	29.027	14341,29
Gesamt	108.769	86.866	-20,14	534.963	450.371	-15,81

Bei Oberstaufen PLUS lohnt sich derzeit aber vor allem ein Blick auf die Sommersaison, denn in den letzten beiden Jahren haben die Übernachtungen von Juni bis Oktober um 18,8 % überdurchschnittlich zugenommen. Ein Beleg dafür, dass zahlreiche Urlaubsgäste das Angebot Oberstaufen PLUS im Sommer erstmals neu kennengelernt und für sich entdeckt haben. Daraus ergibt sich ein Potenzial für wiederkehrende Gäste, die Oberstaufen PLUS auch künftig als Kriterium für ihre Urlaubsentscheidung heranziehen werden.

Quelle:
Tramino Meldewesen

	Ankünfte 2020	Ankünfte 2021	Vergleich in %	Nächte 2020	Nächte 2021	Vergleich in %
Juni	13.076	9.924	-24,11	54.889	52.546	-4,27
Juli	14.261	15.198	6,57	68.445	82.049	19,88
August	16.643	17.127	2,91	80.121	101.365	26,51
September	13.747	13.692	-0,40	59.542	75.857	27,40
Oktober	13.308	13.901	4,46	54.073	65.011	20,23
Gesamt	71.035	69.842	-1,68	317.070	376.828	18,85

4.4 ORTSBEREICHE

WINTERLOCKDOWN SCHLÄGT ZU BUCHE.

Die Ortsbereiche, in denen sich mehr Ferienwohnungen sowie die Bauernhöfe befinden, weisen in 2021 etwas höhere Rückgänge aus, als der Ort Oberstaufen, in dem sich eine größere Dichte an Hotels befindet. Dies deckt sich mit der Statistik der Betriebsarten und bedeutet eine gegenläufige Entwicklung zur Tendenz, wie sie noch im Jahr zuvor festzustellen war. Bei der Auswertung der Ortsbereiche zeigt sich aber auch, dass die Unterkünfte in den Skigebieten vom Wegfall der Wintersaison besonders betroffen waren und deshalb stärkere Einbußen hinnehmen mussten.

Ortsbereich	Ankünfte 2020	Anteil in %	Ankünfte 2021	Anteil in %	Vergleich absolut in %
Oberstaufen	65.118	35,6	56.506	37,5	-13,23
Steibis	35.730	19,5	26.364	17,5	-26,21
Thalkirchdorf	10.236	5,6	8.221	5,46	-19,69
andere Ortsteile	72.053	39,3	59.577	39,54	-17,32
Gesamt	183.137	100	150.668	100	-17,73

Anmerkung:
Aus Datenschutzgründen wurde in dieser Auswertung darauf verzichtet, die Ergebnisse der anderen Ortsteile im Einzelnen anzugeben, da ansonsten Rückschlüsse auf bestimmte Beherbergungsbetriebe gezogen werden könnten. Im Sinne einer besseren Vergleichbarkeit wurden die pauschalierten Ankünfte und Übernachtungen der Zweitwohnungsbesitzer und Hüttenunterkünfte hier nicht berücksichtigt.

Ortsbereich	Nächte 2020	Anteil in %	Nächte 2021	Anteil in %	Vergleich absolut in %
Oberstaufen	275.316	32,8	255.081	35,04	-7,35
Steibis	181.801	21,7	154.608	21,24	-14,96
Thalkirchdorf	43.477	5,2	37.324	5,13	-14,15
andere Ortsteile	377.619	40,3	280.934	38,59	-16,79
Gesamt	838.213	100	727.947	100	-13,15

Quelle:
Tramino Meldewesen

4.5 ALTERSSTRUKTUR

DURCHSCHNITTSALTER DURCH FEHLENDE WINTERGÄSTE LEICHT ANGESTIEGEN.

In 2021 hat sich die Wintersaison nicht wie sonst üblich reduzierend auf den Durchschnittsalter ausgewirkt. Das ist ein wesentlicher Grund, weshalb das Durchschnittsalter rechnerisch höher geworden ist. Aber auch im Sommer sind die Gäste wieder etwas älter geworden. Das spiegelt sich auch in der Statistik der Betriebsarten wider, die Zuwächse bei den Hotels und leichte Rückgänge bei den Ferienwohnungen aufweist (siehe S. 20).

Wenig aussagefähig ist das Durchschnittsalter in den Wintermonaten, da diese hauptsächlich vom Lockdown betroffen waren.

Altersdurchschnitt nach Saisonzeiten			
Jahr	❄ Winter	☀ Sommer	Gesamt
2019	39,30 Jahre	46,03 Jahre	43,02 Jahre
2020	39,91 Jahre	43,37 Jahre	42,09 Jahre
2021	38,63 Jahre	44,00 Jahre	43,21 Jahre

Quelle:
Tramino Meldewesen

4.6 QUELLMÄRKTE

ERNEUT HÖHERER ANTEIL VON GÄSTEN AUS DEUTSCHLAND, NRW MIT ÜBERNACHTUNGS-PLUS.

Wie schon im Jahr zuvor, ist der Anteil der Übernachtungen internationaler Gäste im Verhältnis zurückgegangen. Dabei treten die Benelux-Länder mit einem Minus von 64,0 % deutlich hervor, aus denen die meisten Anreisen normalerweise in den Wintermonaten kommen.

Der Trend, den Urlaub in diesen besonderen Zeiten im eigenen Land zu verbringen, hat sich fortgesetzt, denn in 2021 stammten 94,2 % der Übernachtungen von Gästen aus Deutschland. In 2019, dem letzten Vor-Corona-Jahr, waren es im Vergleich dazu noch 86,6 % inländische Nächte. Hervorzuheben ist, dass die Nächte aus Nordrhein-Westfalen in absoluten Zahlen zugenommen haben – aus diesem Bundesland konnten in 2021 1,7 % mehr Übernachtungen verzeichnet werden als im Vorjahr.

Die gleichzeitige anteilmäßige Zunahme von Gästen des Inlands reflektiert die Tendenz, den Urlaub eher im eigenen Land zu verbringen.

QUELLMÄRKTE - INTERNATIONAL



Land/Region	Ankünfte 2020	Anteil in %	Ankünfte 2021	Anteil in %	Vergleich absolut in %
Schweiz/Liecht.	11.739	6,41	6.758	4,49	-42,43
Benelux-Länder	3.047	1,66	1.285	0,85	-57,83
Österreich	1.145	0,63	761	0,51	-33,54
Europa Sonstige	1.473	0,8	840	0,56	-42,97
Ausland Sonstige	276	0,15	545	0,36	97,46
Ausland Gesamt	17.680	9,65	10.189	6,76	-42,37
Inland Gesamt	165.457	90,35	140.479	93,24	-15,10
Insgesamt	183.137	100,0	150.668	100,0	-17,73

Land/Region	Nächte 2020	Anteil in %	Nächte 2021	Anteil in %	Vergleich absolut in %
Schweiz/Liecht.	43.723	5,22	26.478	3,64	-39,44
Benelux-Länder	17.655	2,11	6.344	0,87	-64,07
Österreich	3.487	0,42	2.289	0,31	-34,36
Europa Sonstige	7.273	0,87	4.498	0,62	-38,15
Ausland Sonstige	1.479	0,18	2.764	0,38	86,88
Ausland Gesamt	73.617	8,78	42.373	5,82	-42,44
Inland Gesamt	764.596	91,22	685.574	94,18	-10,34
Insgesamt	838.213	100,0	727.947	100,0	-13,15

Quelle:
Tramino Meldewesen

QUELLMÄRKTE - INLAND

Land/Region	Ankünfte 2020	Anteil in %	Ankünfte 2021	Anteil in %	Vergleich absolut in %
Baden-Württ.	72.326	39,49	59.171	39,27	-18,19
Bayern	32.937	17,98	28.121	18,66	-14,62
NRW	17.242	9,41	16.990	11,28	-1,46
Hessen	12.562	6,86	10.566	7,01	-15,89
Rheinland-Pfalz	8.625	4,71	7.781	5,16	-9,79
Niedersachsen	5.444	2,97	4.397	2,92	-19,12
Sachsen	3.011	1,64	2.369	1,57	-21,32
Berlin	2.509	1,37	2.048	1,36	-18,37
Thüringen	1.776	0,97	1.431	0,95	-19,43
Saarland	1.532	0,84	1.409	0,94	-8,03
Hamburg	1.640	0,90	1.311	0,87	-20,03
Schleswig-H.	1.428	0,78	1.251	0,83	-12,39
Brandenburg	1.476	0,81	1.162	0,77	-21,27
Sachsen-Anhalt	980	0,54	759	0,50	-22,55
Meck-Pomm.	545	0,30	398	0,26	-26,97
Bremen	302	0,16	322	0,21	6,62
Inland Gesamt	165.457	90,35	140.479	93,24	-15,10
Ausland Gesamt	17.680	9,65	10.189	6,76	-42,37
Insgesamt	183.137	100,0	150.668	100,0	-17,73



Anmerkung:
Unter „Nicht zugeordnet“ sind Ankünfte und Übernachtungen aus dem Inland angegeben, die auf Grund fehlender oder falscher Angaben im Meldeschein keinem Bundesland zugerechnet werden konnten.

Land/Region	Nächte 2020	Anteil in %	Nächte 2021	Anteil in %	Vergleich absolut in %
Baden-Württ.	262.480	34,33	222.835	30,61	-15,10
NRW	119.122	15,58	121.150	16,64	1,70
Bayern	126.300	16,52	115.455	15,86	-8,59
Hessen	70.832	9,26	60.865	8,36	-14,07
Rheinl.-Pfalz	46.776	6,12	43.142	5,93	-7,77
Niedersachsen	35.758	4,68	29.925	4,11	-16,31
Sachsen	19.571	2,56	17.614	2,42	-10,00
Berlin	17.655	2,31	15.105	2,08	-14,44
Thüringen	10.341	1,35	10.107	1,39	-2,26
Schleswig-H.	10.499	1,37	8.945	1,23	-14,80
Brandenburg	10.345	1,35	8.892	1,22	-14,05
Hamburg	10.638	1,39	8.626	1,18	-18,91
Saarland	8.633	1,13	8.015	1,10	-7,16
Sachsen-Anhalt	6.088	0,80	5.428	0,75	-10,84
Meck-Pomm.	3.453	0,45	2.931	0,40	-15,12
Bremen	2.058	0,27	2.163	0,30	5,10
Inland Gesamt	764.596	91,22	685.574	94,18	-10,34
Ausland Gesamt	73.617	8,78	42.373	5,82	-42,44
Insgesamt	838.213	100,0	727.947	100,0	-13,15

Quelle:
Tramino Meldewesen

4.7 BETRIEBSARTEN

AUSBLEIBENDE WINTERSAISON TRIFFT FAST ALLE BETRIEBSARTEN, LEICHTE ZUWÄCHSE BEI DEN HOTELS IM SOMMER.

Damit die Statistik der Betriebsarten mit den Vorjahren verglichen werden kann, wurden die **Monate Juni bis Oktober** ausgewertet, also die Zeiträume, in denen die Betriebe durchgängig für touristische Übernachtungen geöffnet waren.

Insgesamt ergibt sich ein leichtes Plus bei den Nächten in der Hotellerie, während die Ferienwohnungen und Bauernhöfe zwar ihre Spitzenergebnisse aus dem Vorjahr nicht ganz halten, aber dennoch ausgezeichnete Belegungszahlen erzielen konnten. Zugelegt haben die Hütten und Alpengasthöfe, die wieder zunehmend Gruppen beherbergt haben, sowie die Privatvermieter unter 10 Gästebetten.

ANKÜNFTEN UND ÜBERNACHTUNGEN JUNI BIS OKTOBER 2021

Definition Pauschalen:
Die Gästeanmeldungen aus den Beherbergungsbetrieben sind Basis für die Ermittlung der statistischen Ankünfte und Übernachtungen, sie sind eindeutig definiert und bis ins Detail auswertbar. Anders verhält es sich mit den Zweitwohnungsbesitzern, die ihre Wohnungen selber nutzen sowie mit einigen Hüttenunterkünften. Deren Ankünfte und Übernachtungen werden aus den pauschalierten Veranlagungen zum Jahreskurbeitrag berechnet und in der Statistik als Pauschalen berücksichtigt.

Betriebsart	Ankünfte 2020	Ankünfte 2021	Vergleich in %	Nächte 2020	Nächte 2021	Vergleich in %
Hotel (5* und 4*S)	33.974	32.851	-3,31	146.772	150.522	2,55
Hotel (4* und 3*S)	33.425	32.584	-2,52	139.829	137.581	-1,61
Hotel (3* und 2*S)	3.574	3.227	-9,71	18.410	17.697	-3,87
Hotel (nicht klassifiziert)	5.892	5.629	-4,46	27.055	27.202	0,54
Hotel (garni)	5.378	5.725	6,45	17.370	21.573	24,20
Bauernhof	5.467	5.051	-7,61	40.919	38.546	-5,80
Ferienwohnung (einheimisch)	11.227	9.781	-12,88	64.915	61.118	-5,85
Ferienwohnung (ZWB)	10.964	10.305	-6,01	65.900	65.276	-0,95
Gästehaus	5.524	4.776	-13,54	23.035	22.044	-4,30
Privatvermieter (<10 Betten)	1.143	998	2,57	5.608	4.720	46,77
Gasthof	973	962	-15,84	3.216	3.264	-42,30
Alpengasthof und Hütte	4.498	5.379	19,59	9.172	10.364	13,00
Sonstige Betriebsarten	2.351	3.336	41,90	15.914	28.724	80,50
Summe	124.390	120.604	-3,04	578.115	588.603	1,81
Pauschalen: Unterkünfte	8.268	8.987	8,70	30.888	31.607	2,33
Pauschalen: ZWB	4.300	4.300	0,00	117.700	117.700	0,00
Gesamt	136.958	133.891	-2,24	726.703	737.910	1,54

Quelle: Tramino Meldewesen

4.8 BEHERBERGUNGSTRUKTUR

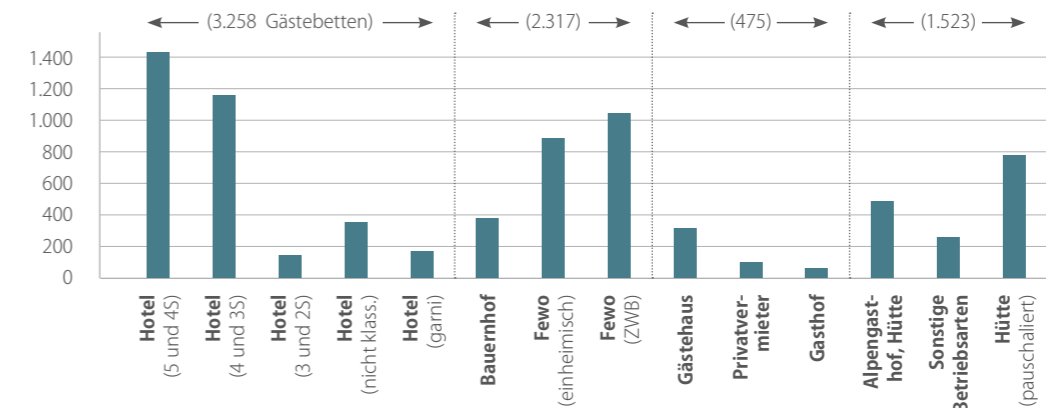
HOTELLERIE WEITERHIN FÜHREND, NEUE FERIEWOHNUMGEN HINZUGEKOMMEN.

Die Gesamtbettenzahl nach Stand Dezember 2021 ist um 141 niedriger als zum selben Zeitpunkt des Vorjahres. Grund dafür ist unter anderem, dass zwei Hotels, zwei Gästehäuser sowie zwei Gruppenunterkünfte ihren Betrieb eingestellt haben. Im Gegensatz dazu sind in 2021 insgesamt 29 Anbieter von Ferienwohnungen neu dazugekommen, 24 davon sind

selbst nicht in Oberstaufen ansässig. Diese Entwicklung kommt in den Belegungszahlen noch nicht signifikant zum Ausdruck, da viele davon im Lauf des Jahres bzw. erst zu Beginn der Wintersaison 2021/22 eröffnet haben.

Auf die Bettenzahlen Einfluss genommen hat sicherlich auch eine Umfrage zum Beherbergungsangebot, die in 2021 bei allen Gastgebern durchgeführt wurde. Die meisten Betriebe haben sich daran beteiligt und damit dazu beigetragen, dass diese Daten abgeglichen und ggf. angepasst werden konnten und dadurch noch präziser geworden sind.

ANZAHL GÄSTEBETTEN (Stand Dezember 2021)



Quelle: Tramino Meldewesen

Bündelt man die Beherbergungsbetriebe in vier Betriebsarten, zeigt sich, dass die **Hotellerie rund 43 % aller Gästebetten bereitstellt**, wohingegen die Ferienwohnungen und Bauernhöfe über 77 % aller Betriebe ausmachen.

Betriebsarten	Gästebetten	Anteil in %	Betriebe	Anteil in %
Hotels	3.258	43,0	45	7,6
Ferienwohnungen, Bauernhöfe	2.317	30,6	459	77,5
Gästehäuser, Privatvermieter	410	5,4	33	5,6
Hütten, Gasthöfe, Sonstige	1.588	21,0	55	9,3
Stand Dezember 2021	7.573	100,0	592	100,0

Quelle: Tramino Meldewesen

ERNEUT LÄNGERE VERWEILDAUER.

Als Grundlage für den Vergleich mit dem Vorjahr wurden die Monate Juni bis Oktober herangezogen, also der Zeitraum, in dem jeweils in beiden Jahren touristische Beherbergung stattgefunden hat.

Mit durchschnittlich 4,88 Tagen hat der Trend zu einer längeren Aufenthaltsdauer auch im Jahr 2021 weiter angehalten. Diese Entwicklung ist in allen Bereichen erkennbar, auch in der Hotellerie, die über 60 % der gesamten Übernachtungen des Auswertungszeitraums abdeckt. Kurzaufenthalte sind, auch durch den Wegfall von geselligen Anlässen wie z. B. Viehscheid, weniger geworden. Dies wurde jedoch mehr als kompensiert durch Gäste, die länger in Oberstaufen verweilt sind und hier ihren Urlaub verbracht haben.

Vergleich Verweildauer Juni bis Oktober	Ankünfte 2020	Nächte 2020	Ø-Dauer 2020	Ankünfte 2021	Nächte 2021	Ø-Dauer 2021
Hotels	82.243	349.436	4,25 Tg	80.016	354.575	4,43 Tg
Ferienwohnungen, Bauernhöfe	27.658	171.734	6,21 Tg	25.137	164.940	6,56 Tg
Gästehäuser, Privatvermieter	6.667	28.643	4,30 Tg	5.774	26.764	4,64 Tg
Hütten, Gasthöfe, Sonstige	7.822	28.302	3,62 Tg	9.677	42.324	4,37 Tg
Gesamt	124.390	578.115	4,65 Tg	120.604	588.603	4,88 Tg

Quelle: Tramino Meldewesen

Tourismus-Service-Center

Das Tourismus-Service-Center (TSC) der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH setzt sich aus dem Gästeservice und dem Anbieterservice zusammen. Die 12 MitarbeiterInnen sind sowohl für unsere Gäste als auch für die Gastgeber in Oberstaufen erster Ansprechpartner und unterstützen diese in jeglichen Thematiken.

5.1 PERSÖNLICHER DIALOG MIT GASTGEBERN UND „OTM ON TOUR“

Neben vielen anderen Herausforderungen im Jahr 2021, lag der Fokus des Anbieterservice vor allem darauf, den persönlichen Kontakt mit den Oberstaufener Gastgebern zu suchen, aufzubauen und zu intensivieren. In persönlichen Terminen wurde die bisherige Zusammenarbeit sowie Vorteile der direkten Online-Buchung für die Leistungspartner anhand der einzelspezifischen Bedürfnisse besprochen. Unzertrennlich mit der Online-Buchbarkeit verbunden, sind die entsprechenden Einstellungen (z. B. Verfügbarkeitspflege, Preis- und Anreiseregeln) im Buchungssystem „feratel“. Auch hierbei lag es der OTM am Herzen, ihre Partner nach Kräften zu unterstützen.

Im Juni 2021 startete der Anbieterservice der OTM zusätzlich mit dem Service „OTM on Tour“, in dessen Rahmen das Team, die Gastgeber und die dazugehörigen Unterkünfte persönlich noch besser kennen lernen durfte. 35 Oberstaufener Betriebe wurden im Zeitraum von Juni bis November 2021 besucht.

Ein Ziel war und ist es, die Onlinepräsentation der Leistungsträger in Oberstaufen zu optimieren und somit die richtige Zielgruppe anzusprechen. Gemeinsam werden die Unterkünfte für attraktive Fotos zurechtgemacht, wobei nicht selten die Gastgeber und OTM-MitarbeiterInnen zu Models werden. Auf die Bedürfnisse und alle individuellen Fragen zu dem feratel-WebClient gehen die MitarbeiterInnen der OTM ebenfalls ein und bieten jedem eine Einweisung und Schulung zur Auffrischung an.

5.2 GASTGEBER- UND TOURISMUS-HOCK

Wie oben schon erwähnt, ist ein noch besserer Austausch mit den Gastgebern eines der wichtigsten Ziele der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH (OTM) für 2021 gewesen und steht auch weiterhin auf der Agenda. Um einen weiteren Schritt in diese Richtung zu gehen, wurden die „Gastgeber-Hocks“ und „Tourismus-Hocks“ ins Leben gerufen. Bei diesen „Hocks“ sollen alle Parteien die Gelegenheit haben, sich über aktuelle Themen auszutauschen.

Der erste Gastgeber-Hock, fand am 13. Juli 2021 statt. Bei diesem Zusammentreffen stellte sich ein Teil der OTM den teilnehmenden Gastgebern vor. Auf diese Weise lernten sowohl die Partner als auch die MitarbeiterInnen der OTM die Gesichter zu den Stimmen am Telefon und den E-Mail-Signaturen kennen. Auch der Austausch unter den verschiedenen Gastgebern wurde intensiviert.

Der zweite „Hock“, fand am 5. Oktober 2021 statt, thematisch wurde das Meldewesen und seine technische Zukunft vorgestellt. Zudem war „Tramino“-Chef Peter Traskalik zu Gast und präsentierte das neue Kundenportal Meldewesen, in dem man Kurbeitragsbescheide, Oberstaufen-PLUS-Abrechnungen, Termine, Projekte und Neuigkeiten einsehen kann. Ein weiterer Gastgeber Hock fand anlässlich der „Anpassung der Vermittlungsverträge zum 1. Januar 2022“ statt. Im Detail wurde die weitere Zusammenarbeit zwischen Gastgebern und OTM besprochen. Je nach Termin waren zwischen 15 und 45 Teilnehmer aus Hotellerie, Pensionen & Privatvermietern anwesend.

Gastgeber-Hock im Kurhaus Oberstaufen

Geplant werden außerdem „Tourismus-Hocks“, welche sich an alle Interessierten in Oberstaufen richten – egal ob Einwohner, Vermieter, Gastronom, Vereinsmitglied oder Gast. Alle Teilnehmenden werden über ein angekündigtes tourismusspezifisches Thema informiert. Ein erster „Tourismus-Hock“ zum Thema „Finanzierung im öffentlichen Tourismus“ sollte am 16. November 2021 stattfinden. Dieser musste jedoch aufgrund der angespannten Umstände der anhaltenden Pandemie auf April 2022 verschoben werden.



5.3 ÜBERARBEITUNG DER ZIMMERVERMITTLUNGS-VERTRÄGE

Im Jahr 2019 wurde entschieden, dass das bisherige Vermittlungsmodell der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH (OTM) umgestellt werden soll. Im Jahr 2020 kamen Corona und auch der späte Einstieg der Tourismusdirektorin Constanze Höfinghoff der Umsetzung in die Quere. Somit stand das Thema auf der Agenda 2021 und zum Jahresende wurden alle bestehenden Verträge mit den Gastgebern neu gefasst. Der Tourismus steht seit Jahren unter einem enormen Veränderungsdruck und die Digitalisierung bietet nun die große Chance, neue Wege in der Vermarktung zu gehen.

In zwei Gastgeber-Hocks Anfang November stellte die OTM den Gastgebern das Vertragsmodell vor. Für die Partner gibt es seitdem drei Geschäftsmodelle, mit denen die Zusammenarbeit fortgesetzt wird und die monatliche Grundgebühr in Höhe von 22,50 € entfällt. Die Vertragsmodelle sehen ausschließlich erfolgsabhängige Provisionszahlungen vor.

Weiterhin gibt es nunmehr für kleine und mittlere Gewerbetreibende, die noch keine Onlinebuchungsmöglichkeit auf ihrer Webseite haben, das „Widget“ von Feratel. Mit diesem Tool ist die Onlinebuchbarkeit ohne eigene Buchungsstrecke umsetzbar und die OTM ermöglicht somit den Partnern den Einstieg in das Direktbuchungsgeschäft. Die OTM möchte die Leistungspartner mitnehmen und die Digitalisierung im Privatvermietungs-bereich als Dienstleister weiterhin unterstützen.

5.4 BUCHUNGSSTATISTIK

Im Jahr 2021 konnte das Team der OTM insgesamt 1.721 Buchungen mit 23.270 Nächten und einem Umsatz in Höhe von 1,32 Mio. € brutto an unsere Gastgeber vermitteln. Im Vergleich zu 2019 – dem letzten „normalen“ Jahr vor Corona – wurden 258 Buchungen weniger, jedoch mit 3.482 mehr Nächten und ca. 800.000 € mehr Bruttoumsatz für die Übernachtungsbetriebe generiert. Ursachen sind hierfür die durchschnittliche Aufenthaltsdauer, die etwas gestiegen ist, aber auch die Gästeübernachtungen aufgrund der Familien, die durch Corona im Allgäu ihren Jahresurlaub verbracht haben. Gesamt kann auf ein Jahr zurückgeblickt werden, welches ein „blaues Auge“ hinterlässt.

Buchungen und die daraus resultierenden Übernachtungen in Oberstaufen über die Website der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH, die Buchungszentrale der Tourist-Informationen und über Drittportale im Vergleich.

Markierte Bereiche sind die Lock-downphasen

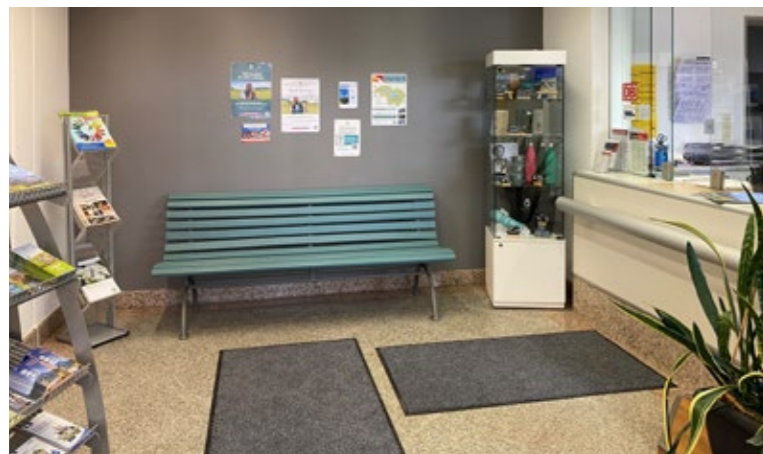
	2019		2020		2021		Differenz 20/21	
	Buchungen	Nächte	Buchungen	Nächte	Buchungen	Nächte	Buchungen	Nächte
Januar	343	3.570	146	1.610	39	996	-73%	-38%
Februar	201	1.976	79	802	30	726	-62%	-9%
März	151	1.535	26	362	35	620	+35%	+71%
April	140	1.348	14	333	34	701	+143%	+111%
Mai	123	1.178	127	1.923	110	1.619	-13%	-16%
Juni	151	1.328	178	2.234	194	2.509	+9%	+12%
Juli	156	1.499	185	1.872	269	2.894	+45%	+55%
August	182	1.576	159	1.591	253	2.737	+59%	+72%
September	171	1.644	164	1.830	261	3.106	+59%	+70%
Oktober	138	1.555	61	709	202	2.680	+231%	+278%
November	115	1.483	8	169	110	1.827	+1.275%	+981%
Dezember	108	1.096	18	503	184	2.855	+922%	+468%
Gesamt	1.979	19.788	1.165	13.938	1.721	23.270	+48%	+67%

Quelle: Feratel

5.5 NEUGESTALTUNG DER TOURIST-INFORMATIONEN

Während des Lockdowns im Jahr 2021 wurde die Zeit für eine Neugestaltung bzw. Auffrischung der Tourist-Informationen in Oberstaufen und den Ortsteilen genutzt. Den Anfang bildete die Außenstelle am „Bahnhof“. Die Räumlichkeiten wurden in den Oberstaufen-Farbtönen gestaltet – Akzente in petrol und grau frischen nun die Tourist-Info auf. Alte Schränke wurden entsorgt und eine neue einladende Sitzecke geschaffen. Mit kleinen, gezielten Veränderungen wurde der Empfangsbereich attraktiv gestaltet.

Tourist-Information am Bahnhof Oberstaufen



In der Tourist-Information in Steibis wurde die Bücherei neu strukturiert und verschiedene Sitzmöglichkeiten, laden nun zum Stöbern und Verweilen ein. Der Empfangsbereich wurde offener gestaltet, um die Gäste und Gastgeber in entspannter Atmosphäre beraten zu können. Zuletzt wurde im Haus des Gastes mit großen Zimmerpflanzen und atemberaubenden Bildern von Oberstaufen und der Umgebung der Empfangsbereich stimmungsvoll gestaltet.

AUSBLICK

Auch im Jahr 2022 werden kleinere Umbaumaßnahmen, sowohl in der Tourist-Information in Steibis als auch in Oberstaufen im Haus des Gastes, vorgenommen werden. So wird beispielsweise eine kleine Präsentations- und Verkaufsfläche den Empfangsbereich im Haus des Gastes komplettieren. Auf diese Weise können die Oberstaufener Merchandise-Artikel optimal präsentiert werden. Jeder Gast findet dann sein Stückchen Oberstaufen für Zuhause.

5.6 MERCHANDISE-ARTIKEL

DAS PORTFOLIO DER MERCHANDISE-ARTIKEL WURDE IM LAUFE DES JAHRES 2021 UM EINIGE PRODUKTE ERWEITERT:

OBERSTAUFEN TASSE
aus Keramik im zeitlosen Design.



OBERSTAUFEN HAMAMTUCH
mit Logo-Stick aus 100 % Bio-Baumwolle.



OBERSTAUFEN SITZKISSEN
mit Logo-Print aus unempfindlichem Polyester und isolierter Unterseite.



OBERSTAUFEN STECKSPIEL
aus Holz mit praktischem Zuziehbeutel.



JUBILÄUMSKERZE
zusammen mit der „Allgäuer Kräuterwerkstatt“ zur Feier des Jubiläums „30 Jahre Schroth-Heilbad“.

JUBILÄUMS-WANDKALENDER
anlässlich des Jubiläums „30 Jahre Schroth-Heilbad“ rund um die Themen Vitalität & gesundes Leben.



Marketing







6.1 KAMPAGNE „MIT SICHERHEIT ♥-LICH WILLKOMMEN“

Zur Wiedereröffnung nach der langen Lockdown-Phase, startete die Kampagne „Mit Sicherheit ♥-lich Willkommen“.


Das Highlight der Kampagne war ein aufmerksamkeitsstarker Kampagnenfilm, der mit Leichtigkeit und Humor das Thema Sicherheit im Urlaub auf die Bildschirme brachte und ein Lächeln ins Gesicht zauberte.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZUM KAMPAGNEN-FILM:

Postings und Ads über die Social-Media-Kanäle:

	Erreichte Personen auf Instagram und Facebook	189.283
	Impressionen	580.689
	Link-Klicks zur Webseite oberstauften.de/willkommen	12.542
	Interaktionen auf Instagram und Facebook	15.295
	Facebook	» 575 Likes » 53 Kommentare » 201 mal Beitrag geteilt
	Instagram	» 329 Likes » 4.326 Ansichten » 15 Kommentare

Google-Textanzeigen, Display Ads und Videoanzeigen mit einer Laufzeit von 12.07. - 31.08.2021:

	Impressionen	641.907
	Klicks	18.281
	Conversions (messbare Interaktionen wie Buchungen, Bestellungen, Anrufe)	230
	Nachverfolgbarer erzielter Umsatz über direkte Transaktionen	8.340,50 €
	ROAS (return on advertising spend)	417,61 %

Kampagnenfilm zu „Mit Sicherheit ♥-lich Willkommen“



6.2 PRINTMEDIEN

OBERSTAUFEN MAGAZIN

- » Frühling/Sommer (April – August 2021)*
- » Herbst (September – November 2021)
- » Winter (Dezember 2021 – Februar 2022)

Das Oberstauften MAGAZIN ist für Fans und Gäste im kostenlosen Abo-service für Zuhause erhältlich und die Abonnentenzahlen steigen stetig:

- » Frühling/Sommer-Ausgabe – ca. 850 Adressen
- » Herbst-Ausgabe – ca. 1.460 Adressen
- » Winter-Ausgabe – über 2.050 Adressen

FLYER UND KARTEN

- » Ortsplan als Abrissblock
- » Ortsplan mit historischem Rundgang
- » Sommerkarte
- » Faltkarte E-Bike
- » Faltkarte MTB Alpenvorland
- » Faltkarte MTB Wildes Allgäu
- » Flyer „Wandern für Einsteiger“
- » Flyer „Wandern in Steibis“
- » Flyer „Informationen zur Wanderregion“
- » Flyer „Unterwegs mit Theo“
- » Flyer „Urlaub auf vier Pfoten“

INFORMATIONEN FÜR VERANSTALTUNGEN

- » Handzettel und Plakat „Oberstaufter HUIMATWOCHE“
- » Handzettel und Plakat „Kindersommer“
- » Handzettel und Plakat „Oberstauften Winterzauber“ mit Kinonächte

CORONA-PLAKATE UND -FLYER

- » Urlaubsbegleiter im Taschenformat
- » Diverse Plakate mit Informationen rund um das Thema „Corona“

WEITERES

- » Kreuzfolder „Gästekarte Oberstauften“
- » Oberstauften PLUS Faltkartenhülle (Sommer 2021)
- » Pressewand und verschiedene Roll-Ups
- » Neue Fahnen in Oberstauften und den Ortsteilen
- » Beschilderung Wohnmobilstellplatz in Thalkirchdorf



* aufgrund des Lockdowns wurden die Frühlings- und Sommerausgaben des Oberstauften MAGAZINS zusammengefasst



6.3 THEMEN (Auszug)

FLOWGATES

Die Flowgates (Weideübergänge) an den Bikestrecken im Gemeindegebiet wurden mit neuen Botschaften beklebt.



INFORMATIONSTAFELN AN DEN BUCHENEGGER WASSERFÄLLEN

In enger Zusammenarbeit und Abstimmung mit dem Naturpark Nagelfluhkette wird stetig an der Optimierung der Gastinformation und -lenkung gearbeitet.

Als kurzfristige Maßnahme und erste Schritte zur Lenkung der Besucherströme an den Buchenegger Wasserfällen, wurden ein zunächst noch provisorisches Toilettenhäuschen inklusive Mülleimer am ehemaligen Parkplatz in Buchenegg installiert, sowie ein mehrstufiges Beschilderungssystem in Form von diversen Informationstafeln ausgearbeitet und platziert.

Auf den Informationstafeln wird auf Gebote bzw. Verbote, empfohlene Ausrüstung und Naturgegebenheiten hingewiesen, auf die geachtet werden soll. Außerdem wird ausdrücklich vor den alpinen Gefahren der Wege und der Ertrinkungsgefahr durch die Strudel im Gumpen gewarnt.

© Naturpark Nagelfluhkette



6.4 NEUES AUF OBERSTAUFEN.DE (Auszug)

NEUE DIGITALE TOURENDARSTELLUNG

- » Wechsel zu „Outdooractive“, einem der Marktführer im Bereich des digitalen Outdoor-Tourismus
- » Tourendarstellung gewinnt an Nutzerfreundlichkeit
- » Statuspflege für geöffnete und geschlossene Touren, die besonders im Winter für Loipen und Winterwanderwege Anwendung findet
- » Features der „Outdooractive App“ (z. B. Navigation) stehen zur Verfügung
- » „Outdooractive“ bietet neben digitalen Touren ein breites Portfolio an digitalen Lösungen an, die für künftige Projekte wichtig sind (z. B. Trailmanagement, Besucherlenkung)

BERGSPORTBERICHT

- » Bisheriger Wintersportbericht wird vom ganzjährigen Bergsportbericht abgelöst
- » Bisher primär System zur Datenpflege von Skigebieten (direkt bei den Bergbahnen), Langlaufloipen und Winterwanderwege
- » Anbieter „eberl online“ schafft mit dem „EO.Heimat-System“ eine destinationsübergreifende Datenbank und Plattform zur Darstellung aller touristisch relevanter Infrastrukturen
- » Auspielung der Daten an weitere Plattformen, wie bergfex.de oder schneehoehe.de
- » Einbau per Widgets auf den Destinationswebseiten möglich

AUSFLUGSTICKER

- » Initiative der BayTM, nachdem gerade die Regionen Oberbayern und Allgäu während des Corona-Sommers 2020 überlaufen waren
- » Mit dem Ausflugsticker sollte ein Instrument zur Information der aktuellen Auslastung an Orten mit hohem Besucheraufkommen sowie Prognosen der Auslastungen etabliert werden
- » Start am 1. April 2021
- » Oberstaufen hat sich auf die Angabe der Daten für die Parkplätze an den Bergbahnen und das Aquaria konzentriert

LUCA-APP

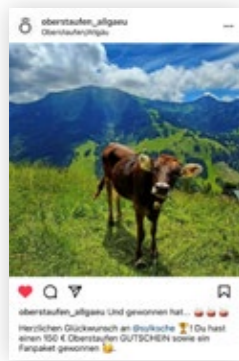
- » App zur Kontaktnachverfolgung
- » Bayernweite Lösung mit Kauf der Landeslizenz
- » Schulungstermin exklusiv für Oberstaufens Leistungsträger (von Luca, für Luca)
- » Etablierung der Luca-App als Ortlösung für Check-Ins und Registrierung der Gäste
- » Downloads (z. B. von Check-In-Plakatvorlagen) zur einheitlichen Darstellung im Ort

PIA-TERMINALS

- » Fünf Touchterminals wurden im Gemeindegebiet aufgestellt: Haus des Gastes, Kurhaus, Bahnhofplatz, Hündlebahn, Imbergbahn
- » Zusätzliche digitale Tourist-Information, auch außerhalb der Öffnungszeiten und Infopunkte an den Bergbahnen
- » Unterkunftssuche, Veranstaltungskalender, Tourensuche, Corona-Informationen, Gastronomie, Einzelhandel und Freizeitbetriebe werden abgebildet



6.5 SOCIAL MEDIA (Auszug)



Gewinnerbild Fotogewinnspiel

FOTOGEWINNSPIEL AUF INSTAGRAM IM HERBST 2021

Um den Hashtag #meinoberstaufen einzuführen und dessen Bekanntheit zu steigern, wurde im Herbst 2021 ein Gewinnspiel über Instagram gestartet:

- » Kampagnenlaufzeit: 6. September - 17. Oktober 2021
- » Crossmediale Bewerbung (owned <-> paid media)
- » 120 Fotos wurden von Followern gepostet
- » Gewinne für die TOP 5

OBERSTAUFEN TOURISMUS IN DEN SOZIALEN MEDIEN



Beliebtester Facebook-Beitrag 2021



Die beliebtesten Beiträge auf Facebook in 2021:

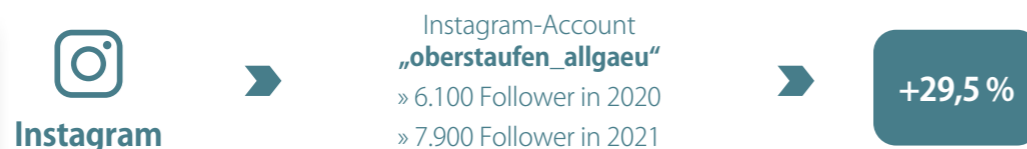
1. Lautes Schellengeläut mitten in Oberstaufen (09.09.2021) » **973.346 erreichte Personen**
2. Kampagnenvideo „Mit Sicherheit herzlich willkommen“ (12.07.2021) » **196.360 erreichte Personen**
3. Bepflanzung durch die Gemeindegärtner Oberstaufens (26.05.2021) » **60.727 erreichte Personen**



Im Jahr 2021 wurde der Account „Schrothkur“ vom Schrothverband übernommen und die Seite in „Original Schrothkur Oberstaufen“ umbenannt, um den Bezug zu Oberstaufen darzustellen und beide Aspekte miteinander zu verknüpfen.



Beliebtester Instagram-Beitrag 2021



Die beliebtesten Beiträge auf Instagram in 2021:

1. Alpe zieht durch den Ort kurz vor dem Viehscheid (09.09.2021) » **100.180 erreichte Personen, 3.225 Likes**
2. Viehscheid-Freitag Oberstaufen (10.09.2021) – Bilder der letzten Jahre als Trostpflaster » **55.732 erreichte Personen, 2.274 Likes**
3. Morgenstimmung mit Morgenrot und Blick auf Hochgrat am 14.12.2021 » **19.076 erreichte Personen, 1.379 Likes**



Reichweitenstärkte Videos auf YouTube in 2021:

1. Kurzclip #1 „Mit Sicherheit herzlich willkommen“ » **4.378 Aufrufe**
2. Kurzclip #2 „Mit Sicherheit herzlich willkommen“ » **4.025 Aufrufe**
3. Allgäuerisch für Anfänger – Muhagl » **3.890 Aufrufe**

6.6 MARKETING KOOPERATIONEN

6.6.1 KOOPERATION MIT DEM SCHROTHVERBAND OBERSTAUFEN

Anlässlich des Jubiläums „30 Jahre Schroth-Heilbad“ eröffnete die Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH zusammen mit dem Schrothverband Oberstaufen am 1. Dezember 2021 das Jubiläumsjahr. Zu diesem Anlass, rücken insbesondere für die folgenden 13 Monate die Themen Vitalität & gesundes Leben in den Mittelpunkt einer umfangreichen crossmedialen Marketing- und Kommunikationskampagne der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH.

ONLINE-ADVENTSKALENDER

Den Auftakt der Aktionen bildete ein Online-Adventskalender auf dem Oberstaufener Facebook-Kanal, der passenderweise im Jubiläumsmonat Dezember bis Weihnachten täglich ein Türchen öffnete und den Anbietern der Schrothkur im Ort gewidmet war.

Fakten zum Adventskalender:

- » Zeitraum: 1. – 24. Dezember 2021
- » Gemeinsam mit den 22 Schrothkur-Betrieben
- » 24 Gewinne im Gesamtwert von über 1.000 €
- » 48 Posts auf den Facebook-Kanälen @Oberstaufen/Allgäu und @Original Schrothkur Oberstaufen sowie 24 Storys auf Instagram & Facebook
- » Gewinnspielbeteiligung ausschließlich über Facebook auf der Seite von @Oberstaufen/Allgäu
- » Gewinnspielbeteiligung im Schnitt mit ~ 110 Teilnehmern pro Türchen
- » Gutes Wachstum der Fananzahl auf beiden Facebook-Kanälen während dieser Zeit



JUBILÄUMSKALENDER

Eine weitere Aktion bildet der eigens gestaltete und limitierte Jubiläumskalender mit Informationen über die Schrothkur, Tipps für ein vitales Leben und Inspirationen für einen gesünderen Lebensstil.

Fakten zum Kalender:

- » In jedem Monat steht eine Säule im Fokus
- » Vorderseite mit attraktiven Landschaftsmotiven
- » Rückseite mit Informationen zur Schrothkur sowie Tipps und Anregungen für einen gesünderen Lebensstil im Alltag



6.6.2 EINHEITLICHES BILD IN OBERSTAUFEN

Zusammen mit den Vertretern der Kirchen in Oberstaufen, mit der Geschäftsführung des Erlebnisbads Aquaria sowie den Vertretern der Bergbahnen und mit der Vorsitzenden der OHA (Oberstaufen Handelt Aktiv), hat die Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH ein einheitliches Erscheinungsbild geschaffen.



6.7 PRESSE

CLIPPINGS

Presseübersicht PRINT		
14.396.405 Verbreitete Auflage	48.861.507 Reichweite	479.784,00 € Äquivalenzwert

Presseübersicht ONLINE	
91.255.982 Page visits	16.415.117 Unique Users

INDIVIDUELLE RECHERCHEN

1. Stefanie Böck – Land & Berge
» Thema: Schneeschuhwandern
2. Volker Mehnert – FAZ Frankfurter Allgemeine Zeitung
» Thema: Kleine Skigebiete ohne Zusammenschluss
Aktualisierung und Interviewvermittlung mit Heidi Biebl vor Erscheinen des Artikels
3. Brigitte Bonder – Straubinger Tagblatt, Weser Kurier
» Thema: Von Gletschern geprägt – auf Schmugglerpfaden durch die bayerischen Voralpen im Allgäu

REGIONALE PRESSEAUSSENDUNGEN

- » 26. Januar: Absage der Deutschen Snow-Volleyball Meisterschaften 2021
- » 30. März: Kostenlose Corona-Schnelltests im Oberstaufen Testcenter (OTC)
- » 21. Juni: Tourismusbericht 2020
- » 1. Juli: Kunstspaziergang im Oberstaufen PARK
- » 13. Juli: Kurzfilm zur Kampagne „Mit Sicherheit herzlich Willkommen“
- » 2. September: Oberstaufner HUIMATWOCHE
- » 11. Oktober: Constanze Höfinghoff in den Vorstand des Bayerischen Heilbäder-Verbands gewählt
- » 22. Oktober: MTB-Übungsgelände am Standort Rainwald gestoppt
- » 10. November: Deutscher SPIELRAUM-Preis für Oberstaufen PARK
- » 1. Dezember: Auftakt Jubiläumsjahr „30 Jahre Schroth-Heilbad“
- » 22. Dezember: Winterzauber in Oberstaufen – Pop-Up-Kino & Feuershow

PRESSE-SEEDING

- 30 Jahre Schroth-Heilbad: Jubiläumskalender – Impulse für Vitalität & ein gesundes Leben
- » Versand an 35 JournalistInnen der überregionalen sowie regionalen Presse - zeitgleich via Genböck PR + Consult und OTM





Konzerte, Kino, Kunst und Kultur – das Veranstaltungsprogramm von Oberstaufen ist facettenreich und bietet für jeden das richtige Freizeitangebot.

Trotz der Corona-Pandemie und den daraus resultierenden Einschränkungen und Maßnahmen für den Kultur- und Veranstaltungsbereich, konnte die Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH im Jahr 2021 einige Veranstaltungen durchführen.

1. Juli	Vernissage „Kunstspaziergang“
2. Juli – 14. August	Kunstspaziergang im Oberstaufen PARK
August – September	Veranstaltungen im Rahmen des „Kindersommers“ » Zaubershow (6. + 30. August) » Märchenerzählerin (17. August) » Puppentheater (20. August + 6. September)
10. – 19. September	Oberstaufner HUIMATWOCHE
2. November	Nicola Förg „Hintertristerweiher“ – Lesung
4. November	Zaubershow für Kinder
5. November	Poetry Slam in der Nagelfluhlounge
1. Dezember	Eröffnung Jubiläumsjahr „30 Jahre Schroth-Heilbad“
1. Dezember 21 – 31. Januar 22	Lichterzauber im Oberstaufen PARK
27. Dezember 21 – 6. Januar 22	Kinonächte

Impressionen des Poetry Slam, der Kinonächte und der Oberstaufner HUIMATWOCHE

Auszug des Veranstaltungsangebotes



7.1 VERANSTALTUNGSHIGHLIGHTS 2021

OBERSTAUFNER HUIMATWOCHE

Traditionelle Töne, Tänze und Traktoren: Unter diesem Motto stand die 1. HUIMATWOCHE in Oberstaufen. Allen Besuchern – egal ob Gästen oder Einheimischen - wurde in dieser Woche viel geboten: Insgesamt fanden 18 Auftritte und Aktionen an zehn Tagen statt. Alphörner und Jodler, die Volkstanzgruppe und die Plattler-Gruppen der „Hochgratler“ gestalteten ein abwechslungsreiches Programm, ergänzt durch kreative Angebote von Trachten Strele und der Gärtnerei Stehle. Am Abschluss-Samstag kündigten sich gegen 12 Uhr schließlich „knatternde“ Töne im Ortszentrum an: Über 30 Oldtimertraktoren und historische Fahrzeuge fuhren ihre Runden durch den Ort, bis sie sich an der Staufner Buind zur Besichtigung aufstellten.

POETRY SLAM

Mit dem „1. Staufner Battle“ hielt Slam Poetry als neues Kulturformat Einzug in der Nagelfluhlounge in Oberstaufen. Sechs junge lokale Künstler aus dem Allgäu sowie Vorarlberg wagten mit ihren selbst verfassten Texten den öffentlichen Wettbewerb gegen zwei Poetry Slam-Profis aus München und Tübingen. Die Beiträge waren ebenso unterschiedlich wie die Künstler selbst. Leise Erzählungen über die Liebe und den Wirrwarr im Kopf trafen auf beinahe zornige Wortsalven der Gesellschaftskritik und komödiantische Einlagen zu traditionellen Situationen und Herausforderungen des Alltags. Die Nagelfluhlounge war bis auf den letzten Platz ausverkauft.

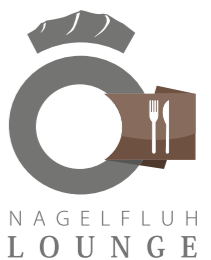
KINONÄCHTE

Zwischen dem 27. Dezember 2021 und 6. Januar 2022 verwandelte sich das Kurhaus für einige Tage und Abende in einen zauberhaften Kinosaal. Den Rahmen bildeten neben der Großleinwand und stimmungsvoller, indirekter Beleuchtung vor allem zehn gemütliche Sitz-Lounges. Coronakonform mit Abstand und mit maximal fünf Plätzen pro Sitzgruppe konnte man mit seiner Familie den ein oder anderen Lieblingsfilm vom Sitzsack aus genießen. Für das vollständige Kino-Feeling fehlten natürlich auch Popcorn und andere Knabereien nicht. Bei den Filmen „Sem Dhul – Die Wiederkehr“ als auch bei „Im Berg dahim“ waren die Filmemacher - Ralf Bauer und Thomas Rickenmann - selbst vor Ort und gaben Einblicke in die Arbeit als Regisseure und Produzenten, ergänzt durch ihre persönlichen Geschichten und Erlebnisse vor und hinter den Kulissen.

7.2 NAGELFLUHLounge

In der Nagelfluhlounge konnten, während der leider wenigen Öffnungsmonate im Jahr 2021 (Juni bis Mitte Oktober) dennoch zahlreiche Veranstaltungen, wie beispielsweise die **Gästebegrüßungen** von Oberstaufen Tourismus, durchgeführt werden. Zudem verwöhnte das Team die Gäste mit kulinarischen Spezialitäten in der besonderen Atmosphäre der Lounge.

Ab Mitte Oktober musste der reguläre Restaurantbetrieb leider geschlossen werden. Zum Ende des Jahres 2021 fiel die Entscheidung, dass der Betrieb der Nagelfluhlounge bis auf Weiteres eingestellt wird.





Erlebnisbad Aquaria

Das Erlebnisbad Aquaria ist nach wie vor ein großer Anziehungspunkt in Oberstaufen – sowohl für Übernachtungs- als auch für Tagesgäste aus der näheren und weiteren Umgebung. Das Gesamtkonzept verspricht Spaß und Erholung für alle Altersgruppen, mit dem Inklusiv-Preis für Bad und Sauna haben die Gäste freie Wahl in der jeweils gewählten Zeitkategorie.

In der großzügigen Badelandschaft verteilen sich auf über 1.200 m² verschiedene Wasser- und Schwimmbecken, das Gesundheits-Solebecken sowie Rutschen, Sprungtürme und ein Kinderbereich. Wer es etwas sportlicher möchte, findet mit den Aktiv-Angeboten, wie Wassergymnastik, Tiefengymnastik und Aqua-Nordic-Walking Abwechslung zum erholsamen Planschen.

8.1 DER NEUE SAUNABEREICH MIT FANTASTISCHEM BERGBLICK

Neuer Außen-Saunabereich des Aquaria Erlebnisbads



Bereits Anfang 2020 fiel der Startschuss für eine umfangreiche Neugestaltung des kompletten Außen-Saunabereichs. Zur Wiedereröffnung im Juni 2021 konnten die Arbeiten abgeschlossen und der neue Saunabereich eröffnet werden. Neben drei neuen Aufguss-Saunen und Ruheräumen im Wintergartencharakter können sich Saunaliebhaber auch auf ein Abkühlbecken sowie eine kleine Sauna-Gastronomie freuen. Wichtiges Element bei der Neugestaltung ist die Inszenierung des atemberaubenden Ausblickes auf die Nagelfluhkette und das Herzstück dieser, den Hochgrat. Sowohl von den Saunen als auch von den Ruheräumen und der Saunagastronomie lässt sich das „Naturkino Nagelfluhkette“ zu jeder Tages- und Abendzeit bewundern. Dass der neue Sauna-Außenbereich ausschließlich für erwachsene Aquaria-Besucher zugänglich ist, verspricht größtmögliche Ruhe und Erholung.



8.2 BESUCHER- UND UMSATZSTATISTIK

Jahr	Besucher	Gesamtumsatz netto in €	Jahresergebnis in €
2017	275.780	3.301.449,23	105.236,76
2018	267.601	3.228.388,59	78.662,28
2019	278.419	3.426.850,85	26.833,64
2020	138.317	1.684.178,85	-215.235,56
2021	117.764	1.740.467,00	-550.000,00 € *

* Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses lagen die finalen Zahlen noch nicht vor, daher konnte lediglich ein geschätztes Jahresergebnis angegeben werden.

HINWEIS: Das Erlebnisbad Aquaria hatte im Jahr 2021 aufgrund des Lockdowns das halbe Jahr geschlossen und konnte bei Wiederöffnung nur mit einer 2/3 bzw. 1/4 Belegung arbeiten.

8.3 BERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

Das Jahr 2021 war einmal mehr geprägt von der Corona-Krise. Das Aquaria war vom 2. November bis 10. Juni 2021 aufgrund des Lockdowns durchgehend geschlossen. In der Schließzeit wurden der Neubau der Außensauna-Anlage fertiggestellt, ein Leck im Außenbecken repariert, im Altbau neue Urinale eingebaut, ca. 800 Meter Fugen erneuert und diverse weitere Revisionsarbeiten durchgeführt. Außerdem wurde die neue Kassenanlage in Betrieb genommen.



Als neues Produkt gibt es seit der Wiedereröffnung ein eigenes Aquaria-Shampoo und Duschgel, das mit der Firma Metzler aus Egg/Vorarlberg entwickelt wurde.

Außerdem ist es seit der Wiedereröffnung möglich, über www.oberstaufen.de/erlebnisse online Tickets zu buchen, was gerade in den regenreichen Sommerferien und in den Weihnachtsferien verstärkt in Anspruch genommen wurde.

Vom 16. bis 22. Juli 2021 war das Aquaria aufgrund eines Hochwasserschadens erneut geschlossen. Der angrenzende Bach ist über das Außenbecken in den Innenbereich geflossen und hat in den Becken und im gesamten Keller ca. 20 cm Schlamm abgeladen. Nur durch die beherrzte und schnelle Reaktion der MitarbeiterInnen konnten größere technische Schäden vermieden werden.

Mit der Wiedereröffnung wurde auch der neue Außensauna-Bereich in Betrieb genommen. Die Resonanz der Einheimischen und Gäste ist sehr gut. Nach anfänglichen Problemen läuft mittlerweile alles wie geplant.

Der verregnete August bescherte dem Aquaria trotz Kapazitätsbeschränkungen stolze 30.000 Gäste. Seit November durfte mit Einführung der 2G-Plus Regel nur noch 25 % der Kapazität genutzt werden, was gerade in den Weihnachtsferien bei weitem nicht ausreichte.

Leider ist die wirtschaftliche Lage aufgrund der erschwerten Bedingungen sehr angespannt. Als kommunale GmbH fällt das Aquaria durch sämtliche Zuschuss-Raster, sodass wir auf finanzielle Hilfen der Gemeinde Oberstaufen angewiesen sind.

Für die MitarbeiterInnen war das Jahr 2021 alles andere als einfach. Bis Juni waren die meisten MitarbeiterInnen in Kurzarbeit, danach galt es die Hochwasserschäden zu beseitigen und ab Herbst mussten für den Rest des Jahres die 2G-Plus Regeln kontrolliert und umgesetzt werden, was immer wieder zu unnötigen Diskussionen führte. All dies funktionierte nur mit einem guten, motivierten und eingespielten Team, wofür ich mich auch an dieser Stelle ausdrücklich bedanken möchte.

Heidi Köberle
Heidi Köberle
 Geschäftsführerin

Tourismus Eigenbetrieb Oberstaufen

Der Tourismus Eigenbetrieb Oberstaufen (TEO) wurde zum 1. Januar 2018 als Eigenbetrieb der Gemeinde Oberstaufen gegründet.

Neben der Verantwortung über den Kurbeitrag gehört die Instandhaltung der touristischen Einrichtungen zu den Hauptaufgaben des Tourismus Eigenbetriebes.

9.1 ÜBERSICHT DER TEO-INVESTITIONEN IN DEN LETZTEN JAHREN

Jahr	Investition	Gesamt netto in €	Förderung in €	Eigenanteil in €
2015-2018	Erlebnisbad Aquaria Brandschutz	1.300.000	0	1.300.000
2016	Wanderweg Hündle – Buchenegg	100.000	63.000	27.000
2017	Erlebnisbad Aquaria Sanierung Parkdeck	247.000	0	247.000
2018	Premiumwanderbrücke Remmeleck	200.000	144.000	56.000
2019	Öffentliches WC am Bahnhof	25.000	0	25.000
2019/2020	Neugestaltung Oberstaufen PARK	2.280.000	801.110	1.478.890
2020	Wegsanierung Premiumweg Hochgrat – Immenstadt	96.700	67.700	19.350 Oberstaufen 9.650 Naturpark
2020	Dorfplatz Steibis	58.000	0	58.000
2020/2021	Erlebnisbad Aquaria Außensauna	6.500.000	733.700	5.766.300
2021	Kalzhofer Loipe, Erweiterung der Beschneiungsanlage	37.000	0	37.000
2021	Wegsanierung Premiumweg Hochgrat - Brunnenau	87.000	60.700	17.600 Oberstaufen 8.700 Naturpark
2021	Kurhaus Teilsanierung Parkplatz	18.000	0	18.000
2021	Wohnmobilstellplatz Thalkirchdorf	56.000	0	56.000
2021	Bistro - Auszeit Sanierung Pflasterfläche	20.000	0	20.000

9.2 FACT-SHEET OBERSTAUFEN

Ein Ort im äußersten Südwesten Deutschlands, dem Allgäu, zwischen Bodensee und den Allgäuer Alpen. | Marktgemeinde seit 1553. | **Heilklimatischer Kurort** seit 1969. | Weltweit einziges anerkanntes **Schroth-Heilbad** seit 1991. | **Mildes Reizklima** (Hochgebirgsklima unterer Stufe). | **Touristischer Hauptort** im deutsch-österreichischen **Naturpark Nagelfluhkette**. | **125,83 km²** umfasst das Gemeindegebiet in Höhenlagen zwischen 654 m und 1.834 m. | 4 Ortsteile mit jeweils eigenem Charakter (Oberstaufen, Thalkirchdorf, Steibis und Aach). | Rund **7.800 Einwohner**. | **592 Unterkunftsbetriebe**, davon 45 Hotels, 420 Ferienwohnungen, 33 Gästehäuser und Privatvermieter sowie 39 Bauernhöfe. | 22 Schrothkur-Gastgeber und über 300 Oberstaufen PLUS-Gastgeber. | Rund **160 Alphütten**, davon rund 40 bewirtschaftet. | Rund **7.550 Gästebetten**, davon über 3.200 in Hotels, rund 1.900 in Ferienwohnungen, ca. 410 in Gästehäusern und über 380 in Bauernhöfen. | 2021 945.000 Übernachtungen und knapp 170.000 Gästeankünfte. 2019 über 1,4 Mio. Übernachtungen und rund 280.000 Gästeankünfte. | Ort mit den **meisten Wellnesshotels** in Bayern. | **4 Skigebiete** mit rund **40 km Pisten** – größtenteils beschneit – plus Skirouten am Hochgrat. | **Drei Bergbahnen: Imberg-, Hündle- und Hochgratbahn**. | Rund **82 km Langlaufloipen** – 43 km klassische Loipe und 39 km Skating Loipe. | **12 Langlaufloipen** – davon eine beschneite Loipe und drei Höhenloipen. | Etwa **95 km Winter-Wanderwege** auf befestigten Fußwegen und rund 18 km Winter-Wanderwege über unbefestigte Fußwege. | Ein Premium-Winterwanderweg. | Insgesamt **10 Übersichtstafeln** an Loipen und Winterwanderwegen. | Ein Eisplatz. | Naturrodelbahnen. | Pferdekutschenfahrten. | Geführte Schneeschuhtouren. | **2 Golfplätze** und 15 Plätze im Umkreis einer Autostunde. | Ca. **360 km Wanderwege** in den drei Höhenlagen um 800 m, 1.100 m und 1.700 m. | Vier Premiumwanderwege. | Alperlebnispfad am Imberg. | Erlebniswanderweg am Hündle. | Auszeichnung der Wanderwege an ca. 612 Standorten mit **ca. 2.240 Schildern** | (E-) Bikeverleih und Rad-Tourenvorschläge. | Sommerrodelbahn. | Klettergarten. | Erlebnisbad „Aquaria“. | Minigolfplätze. | **17 Spielplätze** mit **ca. 100 Spielgeräten** – Highlight ist der „Gipfelstürmer“ im Oberstaufen PARK. | An den Wanderwegen stehen ca. **760 Bänke als Sitzmöglichkeiten** zur Verfügung. | 110 Bänke werden innerorts aufgestellt. | Entlang der Wege sind ca. **75 Hundekotbehälter** platziert. | Jährlich werden ca. **8.000 Tulpen- und Narzissen-Zwiebel** eingesetzt. | In den Blumenbeeten werden jährlich ca. **18.000 Pflanzen** eingepflanzt. | Ca. **25.000 Lichtpunkte** werden über die Weihnachtszeit an Bäumen **im Ortskern** angebracht. | Für die **Unterhaltung der Tourismuseinrichtungen** werden von den Bauhofmitarbeitern **ca. 18.300 Stunden** aufgewendet.



OBERSTUFEN
30 JAHRE SCHROTH-HEILBAD

Vital durch das Jubiläumsjahr

Vor 30 Jahren wurde Oberstufen das Prädikat „Schroth-Heilbad“ verliehen. Bis heute weltweit einzigartig! Das Jahr 2022 steht für uns daher ganz im Zeichen der Vitalität & des gesunden Lebens! Der Schwerpunkt liegt auf der besonderen Schrothkur – die Glückskur, wie sie in Oberstufen gerne bezeichnet wird. Passend dazu haben wir jeden Monat neue Inspirationen, Ideen und Experten-Tipps für einen gesünderen Lebensstil im Alltag.



Alle Informationen finden Sie unter

[OBERSTUFEN.DE/VITAL](https://www.oberstufen.de/vital)