



OBERSTAUFEN

*Tourismus-  
bericht*

2020

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Wer wir sind</b>	<b>S. 4</b>
<b>2. Erfahrungsbericht</b>	<b>S. 6</b>
<b>3. Tourismus – Lebensader in Oberstaufen</b>	<b>S. 8</b>
<b>4. Touristische Entwicklung</b>	<b>S. 12</b>
Gesamtentwicklung	S. 12
Ankünfte und Übernachtungen	S. 13
Oberstaufen PLUS und Oberstaufen PLUS GOLF	S. 14
Ortsbereiche	S. 15
Altersstruktur	S. 15
Quellmärkte	S. 16
Betriebsarten	S. 18
Beherbergungsstruktur	S. 19
<b>5. Gastgeber- und Anbieterservice</b>	<b>S. 20</b>
Erlebnisshop	S. 21
Merchandiseartikel	S. 21
<b>6. Marketing</b>	<b>S. 22</b>
Printmedien	S. 23
Neues auf oberstaufen.de	S. 24
Online Kampagnen 2020	S. 25
Marketing Kooperationen	S. 26
Presse	S. 27
<b>7. Veranstaltungen</b>	<b>S. 28</b>
<b>8. Nagelfluhlounge</b>	<b>S. 30</b>
<b>9. Erlebnisbad Aquaria</b>	<b>S. 32</b>
<b>10. Tourismus Eigenbetrieb Oberstaufen</b>	<b>S. 34</b>

## Herausgeber:

Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH - OTM  
Hugo-von-Königsegg-Straße 8 | D-87534 Oberstaufen | +49 8386 9300-0 | info@oberstaufen.de | www.oberstaufen.de

Redaktionsschluss: 09.06.2021

# Vorwort

» **STARK BEGONNEN**  
» **LAHM GELEGT**  
» **EXTREM GUT AUFGEHOLT**  
» **UND AM ENDE WIEDER VOLL AUSGEBREMST!**



So ungefähr kann man wohl das Jahr 2020 in Oberstaufen beschreiben. Die Pandemie prägte das gesellschaftliche und wirtschaftliche Leben in der Gemeinde.

Bei aller Herausforderung zeigte Oberstaufen, wie sehr die Menschen hier zusammenhalten, die Ärmel hochkrempeln und Gemeinschaftssinn zeigen. Tourismus ist die Lebensader des Ortes – Tourismus ist und bleibt ein soziales Gebilde, geprägt von den handelnden Menschen. Hut ab vor der gemeinsamen Bewältigung dieser außergewöhnlichen Situation und ein großer Dank an alle Einwohner, Akteure und Betriebe.

Auch in den kommunalen Tourismusbetrieben gab es eine gewisse Unruhe: Als frisch wiedergewählter Erster Bürgermeister übernahm ich übergangsweise die Leitung des Tourismus Eigenbetrieb Oberstaufen (TEO), in der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH (OTM) führte Sigbert Prestel von Februar bis November als Interimgeschäftsführer die Geschäfte der GmbH, mit Unterstützung des Kfm. Leiters Steffen Schmitt und unter Begleitung des externen Beraters Benjamin Buhl, Geschäftsführer der Firma netzvitamine.

An dieser Stelle gilt der Dank insbesondere diesen Herren und dem Team der OTM für das hervorragende Krisenmanagement im Ort. Mit unermüdlichem Einsatz, permanenter und vor allem immer aktueller Kommunikation über alle Kanäle, konnte hier ein wesentlicher Beitrag zum guten Gelingen einer sicheren touristischen Saison geleistet werden.

Am 1. Oktober 2020 bekam die OTM Unterstützung durch Melanie E. Strube, die seitdem als ausgewiesene Marketingexpertin das Team rund um Marketing, Veranstaltungen und eCommerce leitet.

Am 16. November durfte ich als Tourismuskuratorin an der Seite des Ersten Bürgermeisters das touristische Ruder übernehmen. Sicher ein ungewöhnlicher Start, gleich mitten im zweiten Lockdown diese wichtige Aufgabe der Tourismusförderung zu übernehmen und darüber hinaus Tagesgäste über die sozialen Medien zu bitten, vorerst auf Ausflüge nach Oberstaufen zu verzichten, um die reduzierte Infra- und Angebotsstruktur nicht völlig zu überfordern.

In diesem Tourismusbericht lassen wir das Jahr 2020 Revue passieren und geben Einblicke in das touristische Geschehen Oberstaufens mit Informationen und Zahlen der kommunalen Eigenbetriebe und darüber hinaus.

Viel Spaß beim Lesen und bleiben Sie gesund!

**Martin Beckel**  
Erster Bürgermeister

**Constanze Höfinghoff**  
Tourismuskuratorin

Oberstaufen, Juni 2021

Link zum Aufruf der Tourismuskuratorin vorerst auf Ausflüge nach Oberstaufen zu verzichten.



# Wer wir sind



## Markt Oberstaufen

Mit 7.800 Einwohnern verfügt die Gemeinde über 7.700 Gästebetten. Hinzu kommen 2.877 gemeldete Zweitwohnungsbesitzer in rund 1.750 Zweitwohnsitzen. Seit 2014 ist Martin Beckel Erster Bürgermeister.

Im von Corona geprägten Jahr 2020 konnten bei 201.425 Ankünften 1,06 Mio. Übernachtungen gezählt werden.  
(Vergleich 2019: 281.486 Ankünfte und 1.418.425 Übernachtungen)



## Der TEO

= TOURISMUS  
EIGENBETRIEB OBERSTAUFEN

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 um vieles mehr.

Für diese Aufgaben und Maßnahmen bezieht der Eigenbetrieb im Auftrag der Gemeinde den Kurbeitrag gemäß der Kurbeitragsatzung 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.

## Die OTM

= OBERSTAUFEN  
TOURISMUS MARKETING  
GMBH

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

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 44 MitarbeiterInnen.



## Das Aquaria

= AQUARIA  
ERLEBNISBAD-BETRIEBS GMBH

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 TEO als Inhaber der Liegenschaft. Für bestimmte Aufgaben kann diese kommunale GmbH zudem Anteile aus dem Kurbeitrag sowie die aus dem Fremdenverkehrsbeitrag beziehen.

Geschäftsführerin der Aquaria Erlebnisbadbetriebs GmbH ist Heidi Köberle. Das Aquaria zählt derzeit rund 38 MitarbeiterInnen.



# Erfahrungsbericht

## AZUBI HANNES ÜBER DIE CORONA-PANDEMIE



**Meine Ausbildung begann im September 2019 und wer hätte damals gedacht, dass es wahrscheinlich eines der turbulentesten Jahre im Leben vieler Personen wird...**

Mein Ausbildungsstart war reibungslos und genau so, wie ich mir das vorgestellt hatte. Ich wurde bei den Kollegen in der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH (OTM) und im Rathaus Oberstaufen vorgestellt und dann ging es auch schon ans Einarbeiten im Gästeservice. So verging Woche um Woche mit immer neuen Tätigkeiten bis Mitte Februar...

Es wurde langsam immer ernster um das Thema „Corona“ – erst mit den ersten Infizierten in Italien und Spanien und dann auch in Deutschland, genauer gesagt in Bayern. Dann war es auch in Deutschland so weit, der Lockdown wurde verhängt. Ich kam gerade aus der Berufsschule zurück, als ich in ganz Oberstaufen Schilder sah mit der Aufschrift: „bitte reisen Sie heute, den 18. März 2020 ab“. Verwirrung konnte man mir wahrscheinlich im Gesicht ablesen, da bisher immer das Ziel war, Gäste nach Oberstaufen zu „locken“ und ihnen eine schöne Zeit zu bereiten. Plötzlich galt das komplette Gegenteil.

Montagnachmittag in der Tourist-Info heißt normalerweise für mich, mit Hemd und Weste Kunden zu bedienen und bis zu 100 Anfragen per Telefon, E-Mail oder persönlich zu beantworten. Im Shutdown sah das alles ganz anders aus...

Anfang Mai war die Hoffnung auf ein annähernd normales Leben wieder größer und die Regierung machte Hoffnung auf die Öffnung von Gastronomie und Tourismus. Anfangs war das Empfangen von Gästen im Haus des Gastes doch noch ungewohnt, nach der langen Zeit ohne sie. Aber das Gefühl wieder Gäste zu beraten, ihnen Wanderungen zu zeigen oder Zimmer zu buchen war natürlich wunderbar. Die Corona-Maßnahmen waren dabei ein ständiger Begleiter und immer wieder musste auf die geltenden Maßnahmen hingewiesen werden. Sätze wie „Ziehen Sie bitte Ihre Maske an“ oder „Wir dürfen nur 4 Personen empfangen“ gehörten in den nächsten Monaten zur Tagesordnung. Der Andrang an Touristen in Oberstaufen war in den darauffolgenden Sommermonaten so extrem, wie wahrscheinlich noch nie. Vor allem die Tagestouristen „fluteten“ den Ort.

Im Oktober machte sich dann langsam die zweite Welle bemerkbar. Gäste wurden wieder zunehmend vorsichtiger, erste Gastgeber befürchteten die erneute Schließung. Was viele befürchteten, wurde dann plötzlich Realität – der zweite Lockdown wurde am 2. November 2020 ausgesprochen.

Nun ist es Mitte Mai 2021 und es sind viele Monate im Lockdown vergangen. Ich blicke zurück und es war ein turbulentes und wildes Jahr, aber es war auch genauso lehrreich. Natürlich hätte ich gut darauf verzichten können, trotzdem hat dies meine Ausbildung geprägt. Als Fazit kann ich für mich sagen, dass es trotz der vielen Maßnahmen und Einschränkungen ein sehr spannendes Jahr für mich als Auszubildender war.

*H. Rottach*

Hannes Rottach

## Die 3 größten Herausforderungen während der Pandemie

Die Corona-Pandemie hat uns vor viele Fragen und Herausforderungen gestellt – sowohl in der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH, als auch im Erlebnisbad Aquaria und dem Tourismus Eigenbetrieb Oberstaufen.

### 1. Wie können die Schließzeiten überbrückt werden? Müssen möglicherweise Mitarbeiter entlassen werden?

Die Schließzeiten wurden effektiv genutzt, um zum Beispiel Revisionen, Renovierungsarbeiten, Strukturanpassungen, etc. durchzuführen. Vor allem im Aquaria konnten so die Neubauarbeiten der Außensauna problemlos durchgeführt werden. Der Großteil der Mitarbeiter musste in Kurzarbeit geschickt werden, dadurch konnten die Arbeitsplätze aber gesichert werden.

### 2. Wie reagieren wir, wenn wir erfahren, dass wir so kurzfristig wie wir schließen mussten, wieder öffnen dürfen?

Wie für die meisten, war es auch für uns eine Herausforderung, auf die Vorgaben der Regierung so kurzfristig zu reagieren. Daher wurden Hygienekonzepte mit Mitarbeiterschulungen und Beschilderungssysteme erarbeitet, um eine kurzfristige Öffnung der Tourist-Informationen und des Aquarias zu ermöglichen.

### 3. Wie können wir Infizierungen im Unternehmen vermeiden?

Durch ein ausgearbeitetes Hygienekonzept, die Ermöglichung von Home-Office und letztendlich durch den Aufbau des Oberstaufen TESTCENTERS (OTC), in dem alle Mitarbeiter wöchentlich getestet werden, konnten Infizierungen vermieden werden.

## §19 Verordnungen der Bundesregierung



### Hygieneaushänge & Bodenaufkleber

zur Einhaltung der Abstandsregeln für Gastronomie und Handel wurden gestaltet und zur Verfügung gestellt



### Anbieterservice als Ansprechpartner in jeglichen Fragen zum Thema Corona

### Aufbau und Eröffnung des Oberstaufen TESTCENTER (OTC) im Kurhaus

Bürgerinnen und Bürger sowie Gewerbetreibende können sich zweimal wöchentlich mittels Antigen-Schnelltest sowie PCR-Test testen lassen.

## 59 Newsletter wurden über den Anbieterservice verschickt

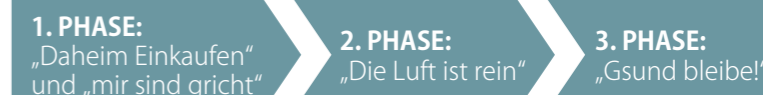


Zeitnahe Aktualisierung der Corona-Seite auf [oberstaufen.de](https://www.oberstaufen.de)



Mund-Nasen-Masken im Oberstaufen-Design wurden produziert

### Ausarbeitung einer Corona-Exit Kampagne mit



## 10 Videobotschaften

von Bürgermeister Martin Beckel und Sigbert Prestel bzw. Constanze Höfinghoff an die Gäste und Einheimischen



### MITTE MÄRZ

- Erste Covid-19 Fälle im Allgäu
- Schließung Aquaria & Bergbahnen
- Katastrophenfall wird in Bayern ausgerufen
- Schließung der Tourist-Infos
- Beherbergungsverbot
- Lockdown

### ENDE MÄRZ

- Videobotschaften von Bürgermeister und Geschäftsführung der OTM
- Schließung Gaststätten und Einzelhandel

### ANFANG APRIL

- Beginn Kurzarbeit in der OTM
- Start der 1. Phase der Corona-Exit Kampagne „Daheim einkaufen“ und „mir sind grüht“
- Parkplätze werden gesperrt

### ENDE APRIL

- Video-Statement Bürgermeister
- Einzelhandel darf wieder öffnen

### ANFANG MAI

- Parkplätze werden geöffnet
- Start der 2. Phase der Corona-Exit Kampagne „Die Luft ist rein“
- Schrittweise Öffnung der Tourist-Informationen

### ENDE MAI

- Aktion „Staufner Genusswanderung“ mit Gastronomen
- Einheitliche Aushänge, Masken und Bodenaufkleber
- Öffnung Beherbergungsbetriebe und Bergbahnen
- Start der 3. Phase der Corona-Exit Kampagne „Gund bleibe“

### MITTE JUNI

- Öffnung Hallenbäder
- Lockerung für Kunst- und Kulturveranstaltungen

### JULI

- Ende der Kurzarbeit in der OTM

### NOVEMBER

- Lockdown-Light mit Schließung der Beherbergungsbetriebe, Freizeiteinrichtungen und Gastronomie

### DEZEMBER

- Eröffnung des Oberstaufen TESTCENTER (OTC)
- „Hard“ Lockdown mit zusätzlich Schließung von Einzelhandel
- Erneuter Beginn der Kurzarbeit in der OTM

### FEBRUAR

- Erster Corona Infizierter in Deutschland

# Tourismus – Lebensader in Oberstaufen



Der Tourismus verbessert die Infrastrukturausstattung,



Quelle: dwif 2020

Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistende oder Zuliefernde wie regional Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert. Deshalb lohnen sich Investitionen von Kommunen und Unternehmen in die tourismusbezogene Infrastruktur, konkrete Produkte und die touristische Vermarktung. Umso wichtiger ist es, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für die Wirtschaft im Untersuchungsgebiet deutlich zu machen.

Der Tourismus ist Umsatzbringer und leistet über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Als Jobmotor bietet der Tourismus Menschen vieler unterschiedlicher Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse (von der Saisonkraft bis zur Vollzeitstelle) Einkommensmöglichkeiten. Er schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze.

Über Instrumente wie die Kurtaxe oder die Fremdenverkehrsabgabe trägt er zudem direkt zur Verbesserung der lokalen Infrastruktur bei. Hiervon profitieren Gäste ebenso wie Einheimische und Unternehmen vor Ort. Das Tourismus-Engagement eines Ortes zeigt sich aus – in Euro und Cent für alle Branchen. Gleichzeitig steigert es die Attraktivität und Lebensqualität für Einheimische und Gäste. (dwif 2020)

## IM JAHR 2020 ENTSCHIED DER MARKT OBERSTAUFEN, DAS DWIF ZU BEAUFTRAGEN, EINE WERTSCHÖPFUNGSANALYSE DES TOURISMUS FÜR DIE GEMEINDE DURCHFÜHREN.

Das dwif (e.V.) ist das Deutsche wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr mit Sitz in München und Berlin.

Basis der aktuellen Analyse des Wirtschaftsfaktors Tourismus in Oberstaufen 2020 bildet das Jahr 2019, wobei bei der Analyse auch Erkenntnisse aus den Monaten des 1. Lockdowns 2020 mit in Betracht gezogen wurden.

### Die Analyse kommt zu folgenden Ergebnissen: (Auszüge)

Für das Jahr 2019 errechnete das dwif insgesamt 2,329 Mio. Aufenthaltstage aus Übernachtungen (1,429 Mio.) und Tagesreisen (0,9 Mio.).



**0,9 Mio.**  
Tagesreisen



**7.862**  
Einwohner\*innen<sup>1</sup>



**1,429 Mio.**  
Übernachtungen  
in Beherbergungs-  
betrieben<sup>2</sup>



**- n. v. -**  
VFR-Über-  
nachtungen<sup>3</sup>

Quelle: dwif 2020

1: Stand: 31.12.2019; Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2020.

2: Inklusive Gäste in Privatquartieren, Touristik-, Dauercamper\*innen sowie Reisemobilist\*innen.

3: Die Übernachtungen durch Verwandte, Bekannte und Freunde in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR) können nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden. Diese war nicht Bestandteil der vorliegenden Untersuchung, weshalb zu diesem Segment keine Daten vorliegen.

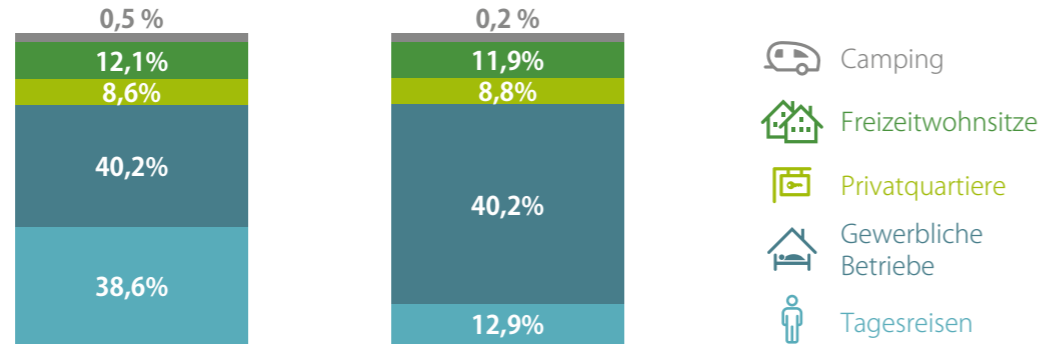
**INSGESAMT 187,5 MIO. € BRUTTOUMSATZ WERDEN IN OBERSTAUFEN AUS DEM TOURISMUS GENERIERT.**

» 163,4 Mio. € sind auf Übernachtungsgäste zurückzuführen.  
 » 24,1 Mio. € Umsatz resultieren aus den Aktivitäten von Tagesbesuchern.

Prozentual stellt sich das folgendermaßen dar:

**AUFENTHALTSTAGE: 2,329 MIO.**

**UMSÄTZE: 187,5 MIO. €**



Quelle: dwif 2020

**AUS DEM BRUTTOUMSATZ VON 187,5 MIO. € ERGEBEN SICH ÜBER DIE 1. UMSATZSTUFE 60,6 MIO. € DIREKTES EINKOMMEN UND ÜBER DIE 2. UMSATZSTUFE 32,2 MIO. € INDIREKTES EINKOMMEN.**

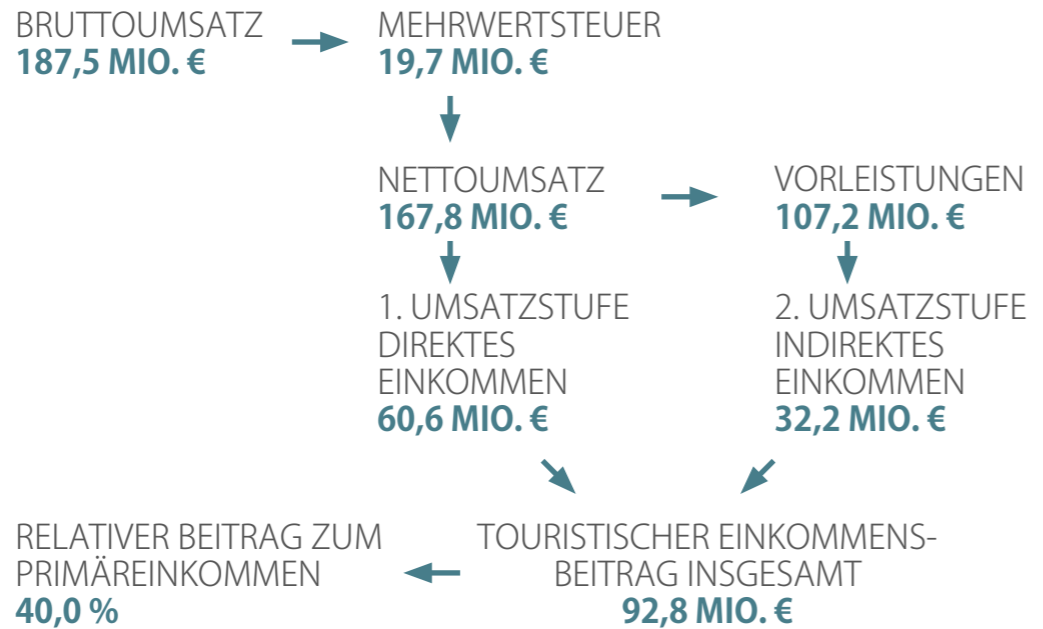
**INFO:**

**1. UMSATZSTUFE = DIREKTES EINKOMMEN (EW 1):**

Die Wertschöpfungsquote gibt den Anteil des Nettoumsatzes an, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen –also zu Einkommen – wird (= direkter Einkommenseffekt). Der verbleibende Rest wird von den profitierenden Unternehmen für Vorleistungen aufgewendet. Für die Berechnung verwendet das dwif individuelle, branchenspezifische Wertschöpfungsquoten. (dwif 2020)

**VORLEISTUNGEN**

Der Betrag, welcher nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt, wird für Vorleistungen ausgegeben; z. B. Zulieferung von Waren (Brötchen von Bäckereien, Strom vom Energieerzeuger), Bereitstellung von Dienstleistungen (z. B. Prospekte der Werbeagentur, Kredite, Versicherungen) und Investitionen in die Substanzerhaltung (z. B. Neubau bzw. Renovierung durch Handwerkerfirmen). (dwif 2020)



Quelle: dwif 2020

Der touristische Einkommensbeitrag liegt in Oberstaufen damit bei insgesamt 92,8 Mio. €. Das entspricht einem relativen Beitrag vom Volkseinkommen von 40%. Bei rund 7.800 Einwohnern in Oberstaufen entspricht das einem Äquivalent von 3.150 Personen, die durch den Tourismus ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf beziehen.

**INFO:**



Bezieher\*innen eines Ø-Primäreinkommens  
**3.150 PERSONEN**

touristisches Einkommen insg.: 92,8 Mio €  
 Ø-Primäreinkommen pro Kopf: 29.499 €



Mehrwert- und Einkommenssteuer  
**ca. 17,6 MIO €**

+ Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast), Tourismusabgabe (Gewerbe)

Quelle: dwif 2020

**PRIMÄREINKOMMEN**

Einkommen der privaten Haushalte (einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck) aus Erwerbstätigkeit und Vermögen: Arbeitnehmerentgelt, Einkommen der Einzelunternehmen/Selbstständigen, die auch eine Vergütung für die mithelfenden Familienangehörigen enthalten, Betriebsüberschuss aus der Produktion von Dienstleistungen aus eigenem genutztem Wohneigentum, sowie die netto empfangenen Vermögenseinkommen.

**STEUEREFFEKTE**

Allein aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer resultieren 2019 ca. 17,6 Mio. € Steueraufkommen aus dem Tourismus, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt. Der Tourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast) und Fremdenverkehrsbeitrag (Gewerbe), zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen, deren Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungsmöglichkeiten ist. (dwif 2020)

*Effekte im Corona-Jahr 2020*

**LAUT DWIF-CORONA-KOMPASS IM FRÜHJAHR 2020: 24 MRD. € VERLUST IN DEUTSCHEN DESTINATIONEN MÄRZ/APRIL 2020**

Nach Einschätzungen des dwif im Frühjahr 2020 um Nachfragemengen in März und April 2020 entstehen für den Tages- und Übernachtungstourismus in den Destinationen in Deutschland rund 24 Mrd. Euro Verlust durch die Auswirkungen des Coronavirus allein in diesen Monaten.

Für Oberstaufen wurden durch das dwif rund **ca. 21,1 Mio. € Verlust** durch Umsatzausfall in den Monaten März und April berechnet.

# Touristische Entwicklung

## Gesamtentwicklung

### INSGESAMT MIT BLAUEM AUGE DAVON GEKOMMEN.

Das Jahr 2020 war geprägt durch die touristischen Beherbergungsverbote von 18. März bis 29. Mai sowie ab dem 2. November bis zum Jahresende. Die Betriebe waren somit insgesamt viereinhalb Monate nicht für Urlaubsgäste geöffnet, das entspricht 37,5 % des ganzen Jahres. Gleichzeitig beträgt der Rückgang bei den Übernachtungen lediglich 20,9 % und bei den Ankünften 28,2 %. Grund dafür sind die überdurchschnittlich guten Belegungszahlen von Juni bis Oktober sowie der Umstand, dass die Schließungen in 2020 nicht in die klassischen Hochsaisonzeiten gefallen sind.

#### 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.

	2019	2020	Vergleich absolut	Vergleich in %
<b>Ankünfte</b> (ohne Pauschalen)	255.363	183.137	-72.226	-28,28
<b>Nächte</b> (ohne Pauschalen)	1.059.902	838.213	-221.689	-20,92
<b>Ankünfte</b> (inkl. Pauschalen)	281.486	201.425	-80.061	-28,44
<b>Nächte</b> (inkl. Pauschalen)	1.418.425	1.060.536	-357.889	-25,23
<b>Aufenthaltsdauer in Nächten</b>	4,15	4,58	0,43	10,27

## Lockdown 2020

18. MÄRZ - 29. MAI | 2. NOVEMBER - 31. DEZEMBER | (37,5% des Jahres)

	Ankünfte 2019	Ankünfte 2020	Vergleich in %
<b>März</b>	22.273	8.857	-60,23
<b>April</b>	17.418	49	-99,72
<b>Mai</b>	20.674	3.380	-83,65
<b>November</b>	11.967	341	-97,15
<b>Dezember</b>	15.439	125	-99,19
<b>Gesamt</b>	87.771	12.752	-85,47

	Nächte 2019	Nächte 2020	Vergleich in %
<b>März</b>	119.887	50.520	-57,86
<b>April</b>	89.681	264	-99,71
<b>Mai</b>	96.612	6.175	-93,61
<b>November</b>	57.302	3.649	-93,63
<b>Dezember</b>	79.003	2.081	-97,37
<b>Gesamt</b>	442.485	62.689	-85,83

Quelle: Traminio Meldewesen

# Ankünfte und Übernachtungen

### GUT INS JAHR GESTARTET UND IM SOMMER AUFGEHOLT

Wie aus der Gesamtstatistik ersichtlich ist, hat das Jahr 2020 sehr gut begonnen, mit einer Steigerung der Übernachtungen von knapp 2 % im Januar und knapp 3 % im Februar. Auch in den Monaten Juli bis September, als die Betriebe im Sommer wieder öffnen durften, ist ein deutliches Plus bei den Übernachtungen zu erkennen. Besonders hervorzuheben ist die Steigerung von mehr als 13 % der Übernachtungen im September 2020 – hier ist insbesondere ein überproportionaler Anstieg der Übernachtungen zu den Ankünften erkennbar, was darauf schließen lässt, dass sich die Aufenthaltsdauer verlängert hat.

Außerdem bildet die Statistik ab, dass von Mitte März bis Ende Mai 2020 sowie im November und Dezember keine touristische Beherbergung von Gästen stattgefunden hat. Auch die anfänglichen Einschränkungen im Bereich der Hotellerie im Juni 2020, z.B. geschlossene Wellness-Bereiche, sind in den Belegungszahlen dieses Monats erkennbar.

	Ankünfte 2019	Ankünfte 2020	Vergleich in %	Nächte 2019	Nächte 2020	Vergleich in %
* <b>Januar</b>	21.264	22.128	4,06	114.165	116.405	1,96
* <b>Februar</b>	30.051	29.587	-1,54	150.572	154.739	2,77
* <b>März</b>	22.273	8.857	-60,23	119.887	50.520	-57,86
* <b>April</b>	17.418	49	-99,72	89.681	264	-99,71
* <b>Mai</b>	20.674	3.385	-83,65	96.612	6.175	-93,61
* <b>Juni</b>	26.868	21.162	-21,24	126.556	110.700	-12,53
* <b>Juli</b>	29.106	29.386	0,96	151.361	155.190	2,53
* <b>August</b>	32.669	33.271	1,84	173.903	174.138	0,14
* <b>September</b>	27.570	28.786	4,41	134.894	152.855	13,32
* <b>Oktober</b>	26.187	24.353	-7,01	124.491	133.820	7,49
* <b>November</b>	11.967	341	-97,15	57.302	3.694	-93,63
* <b>Dezember</b>	15.439	125	-99,19	79.003	2.081	-97,37
* <b>Winter</b>	118.412	61.087	-48,41	610.610	327.658	-46,34
* <b>Sommer</b>	163.074	140.338	-13,94	807.817	732.878	-9,28
<b>Gesamt</b>	281.486	201.425	-28,44	1.418.425	1.060.536	-25,23

\* **Wintersaison** \* **Sommersaison**

Quelle: Traminio Meldewesen



Eine genaue Auswertung und Darstellung der Ankünfte und Übernachtungen von Schrothkur-Gästen ist zum momentanen Zeitpunkt nicht möglich. Wir arbeiten daran, in den nächsten Jahren eine aussagekräftige Aufbereitung durchführen zu können.

# Oberstaufern PLUS und Oberstaufern PLUS GOLF

## INSGESAMT EIN ERFOLGREICHES ERGEBNIS

Obwohl ein Oberstaufern PLUS GOLF Betrieb von Ende Mai bis Anfang September 2020 wegen Umbauarbeiten nicht zur Verfügung stand, verzeichnen die Übernachtungen bei Oberstaufern PLUS und PLUS GOLF Betrieben von Juni bis Oktober im Vergleich zu 2019 einen Zuwachs von 17,45 %.

Die, durch coronabedingten, prozentualen Übernachtungsrückgänge bei Oberstaufern PLUS und Oberstaufern PLUS GOLF Vermietern fallen mit nur 14,32 % weitaus niedriger aus als bei der Gesamtheit der Betriebe (- 20,9 %).

	Ankünfte 2019	Ankünfte 2020	Vergleich in %	Nächte 2019	Nächte 2020	Vergleich in %
Januar	11.193	11.598	3,62	51.160	52.425	2,47
Februar	17.039	17.600	3,29	73.130	84.673	15,78
März	11.852	4.489	-62,12	54.528	20.470	-62,46
April	8.967	31	-99,65	36.967	213	-99,42
Mai	9.632	2.124	-77,95	38.509	4.030	-89,53
Juni	13.067	11.273	-13,79	54.889	54.604	-0,52
Juli	14.261	15.202	6,60	68.445	81.899	19,66
August	16.643	18.001	8,16	80.121	92.584	15,56
September	13.747	15.163	10,30	59.542	76.989	29,30
Oktober	13.308	13.163	-1,09	54.073	66.323	22,65
November	5.469	91	-98,34	19.806	552	-97,21
Dezember	7.971	34	-99,57	33.220	201	-99,39
<b>Gesamt</b>	<b>143.158</b>	<b>108.769</b>	<b>-24,02</b>	<b>624.390</b>	<b>534.963</b>	<b>-14,32</b>

Quelle: Tramino Meldewesen



# Ortsbereiche

## VORTEIL FÜR ORTSBEREICHE MIT FERIEWOHNUNGEN UND BAUERNHÖFEN

Die besonderen Verhältnisse des Jahres 2020 hatten auch Einfluss auf die verschiedenen Ortsbereiche. So zeigt sich, dass die Ortsbereiche mit einem hohen Anteil an Ferienwohnungen/ Bauernhöfen, nicht so stark von den Rückgängen betroffen waren - sowohl bei den Übernachtungen als auch bei den Ankünften.

Ortsbereich	Ankünfte 2019	Anteil in %	Ankünfte 2020	Anteil in %	Vergleich in %
Oberstaufern	93.721	36,7	65.118	35,6	-30,52
Steibis	47.383	18,6	35.730	19,5	-24,59
Thalkirchdorf	13.630	5,3	10.236	5,6	-24,90
andere Ortsteile	100.629	39,4	72.053	39,3	-28,40
<b>Gesamt</b>	<b>255.363</b>	<b>100</b>	<b>183.137</b>	<b>100</b>	<b>-28,28</b>

### 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 2019	Anteil in %	Nächte 2020	Anteil in %	Vergleich in %
Oberstaufern	361.043	34,1	275.316	32,8	-23,74
Steibis	235.318	22,2	181.801	21,7	-22,74
Thalkirchdorf	52.032	4,9	43.477	5,2	-16,44
andere Ortsteile	411.508	38,8	377.619	40,3	-17,96
<b>Gesamt</b>	<b>1.059.901</b>	<b>100</b>	<b>838.213</b>	<b>100</b>	<b>-20,92</b>

Quelle: Tramino Meldewesen

# Altersstruktur

## DURCHSCHNITTSALTER IM SOMMER 2020 GESUNKEN

Das durchschnittliche Alter der Gäste unterliegt erheblichen Schwankungen je nach Jahres-, Saison- oder Ferienzeiten. Am jüngsten sind die Gäste zur Hochsaison in den Wintermonaten, jedoch liegt das Durchschnittsalter in der Sommersaison in 2020 unter dem von 2019 – ein Beleg dafür, dass im Sommer 2020 mehr Familien und jüngere Menschen in Oberstaufern ihren Urlaub verbracht haben als im Vorjahr.

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

Quelle: Tramino Meldewesen



# Quellmärkte

## RÜCKGANG INTERNATIONALE GÄSTE – ZUWÄCHSE AUS HESSEN & NORDRHEIN-WESTFALEN

Die Auswertung nach den Quellgebieten zeigt die speziellen Gegebenheiten des Jahres 2020 deutlich auf. Der markant rückläufige Anteil von Gästen internationaler Herkunft mit nur noch 8,78 Prozent der Übernachtungen im Vergleich zu 13,41 Prozent im Vorjahr spiegelt die Reisebeschränkungen wider.

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



## AUSLAND

Land/Region	Ankünfte 2019	Anteil in %	Ankünfte 2020	Anteil in %	Vergleich absolut
Schweiz/Liecht.	25.204	9,87	11.739	6,41	-53,42
Benelux-Länder	4.500	1,76	3.047	1,66	-32,29
Österreich	2.421	0,95	1.145	0,63	-52,71
Europa Sonstige	3.781	1,48	1.473	0,8	-61,04
Ausland Sonstige	2.397	0,94	276	0,15	-88,49
<b>Ausland Gesamt</b>	<b>38.303</b>	<b>15,0</b>	<b>17.680</b>	<b>9,65</b>	<b>-53,84</b>

Land/Region	Nächte 2019	Anteil in %	Nächte 2020	Anteil in %	Vergleich absolut
Schweiz/Liecht.	84.373	7,96	43.723	5,22	-48,18
Benelux-Länder	25.417	2,4	17.655	2,11	-30,54
Österreich	6.439	0,61	3.487	0,42	-45,85
Europa Sonstige	15.582	1,47	7.273	0,87	-53,32
Ausland Sonstige	10.314	0,97	1.479	0,18	-85,66
<b>Ausland Gesamt</b>	<b>142.125</b>	<b>13,41</b>	<b>73.617</b>	<b>8,78</b>	<b>-48,2</b>

Quelle: Tramino Meldewesen

## INLAND

Land/Region	Ankünfte 2019	Anteil in %	Ankünfte 2020	Anteil in %	Vergleich in %
Meck-Pomm.	457	0,21	545	0,33	56,45
Sachsen	2.879	1,33	3.011	1,82	37,20
Hamburg	1.680	0,77	1.640	0,99	28,06
Bremen	315	0,15	302	0,18	25,77
Schleswig-H.	1.524	0,70	1.428	0,86	22,92
Thüringen	1.958	0,90	1.776	1,07	18,99
Berlin	2.789	1,28	2.509	1,52	18,02
Niedersachsen	6.090	2,81	5.444	3,29	17,27
Brandenburg	1.654	0,76	1.476	0,89	17,07
NRW	19.874	9,16	17.242	10,42	13,81
Hessen	14.778	6,81	12.562	7,59	11,52
Sachsen-Anhalt	1.184	0,55	980	0,59	8,58
Rheinland-Pfalz	10.699	4,93	8.625	5,21	5,76
Bayern	43.658	20,11	32.937	19,91	-1,03
Baden-Württ.	100.226	46,17	72.326	43,71	-5,33
Saarland	2.473	1,14	1.532	0,93	-18,73
nicht zugeordnet	4.822	2,22	1.122	0,68	-69,47
<b>Inland Gesamt</b>	<b>217.060</b>	<b>100,00</b>	<b>165.457</b>	<b>100,00</b>	

Land/Region	Nächte 2019	Anteil in %	Nächte 2020	Anteil in %	Vergleich in %
Meck-Pomm.	3.180	0,35	3.453	0,45	30,34
Sachsen	18.621	2,03	19.571	2,56	26,16
Bremen	1.976	0,22	2.058	0,27	25,02
Hamburg	10.411	1,13	10.638	1,39	22,65
Berlin	18.971	2,07	17.655	2,31	11,71
Brandenburg	11.153	1,22	10.345	1,35	11,34
Schleswig-H.	11.550	1,26	10.499	1,37	9,11
Hessen	78.724	8,58	70.832	9,26	8,00
NRW	132.984	14,49	119.122	15,58	7,52
Thüringen	11.570	1,26	10.341	1,35	7,28
Niedersachsen	40.086	4,37	35.758	4,68	7,07
Rheinl.-Pfalz	55.620	6,06	46.776	6,12	0,95
Sachsen-Anhalt	7.363	0,80	6.088	0,80	-0,75
Bayern	156.422	17,04	126.300	16,52	-3,08
Baden-Württ.	331.913	36,16	262.480	34,33	-5,08
Saarland	11.681	1,27	8.633	1,13	-11,29
nicht zugeordnet	15.551	1,69	4.047	0,53	-68,76
<b>Inland Gesamt</b>	<b>917.776</b>	<b>100,00</b>	<b>764.596</b>	<b>100,00</b>	

Quelle: Tramino Meldewesen



**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.

# Betriebsarten

## FERIENWOHNUNGEN UND BAUERNHÖFE GEWINNER 2020

Bei der Analyse der Statistik nach Betriebsarten des Jahres 2020 ist insbesondere ein Blick auf die **Monate Juni bis Oktober** aufschlussreich, also der Zeitraum zwischen den beiden Lockdown-Phasen.

Hier zeigen sich besonders deutlich die Auswirkungen der Corona-Pandemie, es lassen sich daraus aber auch Tendenzen ableiten, wie sich das Reiseverhalten künftig entwickeln könnte. Abgesehen von den Gastgebern, die normalerweise überwiegend Gruppen beherbergen, haben im Auswertungszeitraum Juni bis Oktober alle Betriebsarten Zuwächse zu verzeichnen. Besonders auffällig zeigt sich diese Entwicklung bei den Ferienwohnungen und Bauernhöfen, dort beträgt die Zunahme bei den Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr zusammengerechnet 40 Prozent.

Die Steigerung der Übernachtungszahlen in den Hotels beläuft sich auf insgesamt 5 Prozent, obwohl dort im Juni die Belegungsmöglichkeiten noch eingeschränkt waren und außerdem ein großer Betrieb von Ende Mai bis Anfang September wegen Umbaus nicht geöffnet hatte.

## ANKÜNFTEN UND ÜBERNACHTUNGEN JUNI BIS OKTOBER 2020

Betriebsart	Ankünfte 2019	Ankünfte 2020	Vergleich in %	Nächte 2019	Nächte 2020	Vergleich in %
Hotel (5* und 4*S)	37.307	33.974	-8,93	143.251	146.772	2,46
Hotel (4* und 3*S)	36.056	33.425	-7,3	129.792	139.829	7,73
Hotel (3* und 2*S)	3.741	3.574	-4,46	17.198	18.410	7,05
Hotel (nicht klassifiziert)	6.788	5.892	-13,2	26.153	27.055	3,45
Hotel (garni)	5.495	5.378	-2,13	16.388	17.370	5,99
Bauernhof	4.800	5.467	13,9	34.469	40.919	18,71
Ferienwohnung (einheimisch)	8.448	11.227	32,9	46.655	64.915	39,14
Ferienwohnung (ZWB)	6.928	10.964	58,26	41.627	65.900	58,31
Gästehaus	5.814	5.524	-4,99	21.765	23.035	5,84
Privatvermieter (<10 Betten)	938	1.143	21,86	4.283	5.608	30,94
Gasthof	1.012	973	-3,85	2.653	3.216	21,22
Alpengasthof und Hütte	7.317	4.498	-38,53	13.993	9.172	-34,45
Sonstige Betriebsarten	2.517	2.351	-6,6	31.559	15.914	-49,57
<b>Summe</b>	<b>127.161</b>	<b>124.390</b>	<b>-2,18</b>	<b>529.786</b>	<b>578.115</b>	<b>9,12</b>
<b>Pauschalen: Unterkünfte</b>	10.104	8.268	-18,17	40.229	30.888	-23,22
<b>Pauschalen: ZWB</b>	5.140	4.300	-16,34	141.120	117.700	-16,6
<b>Gesamt</b>	<b>142.405</b>	<b>136.958</b>	<b>-3,83</b>	<b>711.135</b>	<b>726.703</b>	<b>2,19</b>

**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.

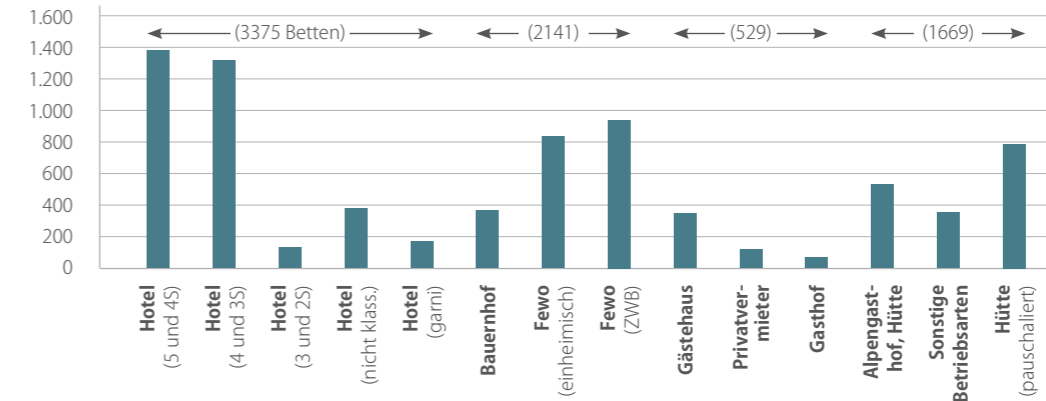
Quelle: Traminio Meldewesen

# Beherbergungsstruktur

## HOTELLERIE UND FERIENWOHNUNGEN WEITERHIN SPITZENREITER

Die Gesamtbettenzahl und die Zusammensetzung der Betriebsarten haben sich in 2020 in Relation zu 2019 kaum verändert. Nach Stand Dezember 2020 verzeichnete Oberstaufen insgesamt 7.714 Gästebetten. Die Anzahl der als aktiv geführten Gastgeber hat sich mit 568 im Vergleich zum Vorjahr, in dem es noch 574 Betriebe waren, im Kleinvermieterbereich leicht verringert. Im Bereich der Gästebetten zeigt sich, dass die Hotellerie – insbesondere die höher klassifizierte Hotellerie – die Basis und das Rückgrat des touristischen Angebotes in Oberstaufen bleibt.

## ANZAHL GÄSTEBETTEN (Stand Dezember 2020)



Bündelt man die Beherbergungsbetriebe in 4 Betriebsarten, zeigt sich, dass die **Hotellerie rund 43 % aller Gästebetten bereitstellt**, wohingegen die Ferienwohnungen und Bauernhöfe über 75 % aller Betriebe ausmachen.

Betriebsarten	Gästebetten	Anteil in %	Betriebe	Anteil in %
<b>Hotels</b>	3.375	43,8	47	8,3
<b>Ferienwohnungen, Bauernhöfe</b>	2.141	27,7	431	75,9
<b>Gästehäuser, Privatvermieter</b>	459	6,0	37	6,5
<b>Hütten, Gasthöfe, Sonstige</b>	1.739	22,5	53	9,3
<b>Stand Dezember 2020</b>	<b>7.714</b>	100,0	<b>568</b>	100,0

Quelle: Traminio Meldewesen

## VERWEILDAUER GESTIEGEN

Der Gast hat sich im Sommer 2020 in den meisten Betriebsarten durchschnittlich länger aufgehalten als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Insbesondere in den Hotels ist die Verweildauer gestiegen und es haben somit weniger Kurzaufenthalte stattgefunden. Außerdem lässt dies darauf schließen, dass der Gast auch vermehrt seinen Urlaub im Hotel verbracht hat. Der Rückgang bei den Sonstigen Betriebsarten ist vor allem auf die zeitweilige Schließung einer Reha-Klinik zurückzuführen.

Vergleich	Verweildauer Juni bis Oktober	Ankünfte 2019	Nächte 2019	Ø-Dauer 2019	Ankünfte 2020	Nächte 2020	Ø-Dauer 2020
<b>Hotels</b>		89.387	332.782	<b>3,72 Tg</b>	82.243	349.436	<b>4,25 Tg</b>
<b>Ferienwohnungen, Bauernhöfe</b>		20.176	122.751	<b>6,08 Tg</b>	27.658	171.734	<b>6,21 Tg</b>
<b>Gästehäuser, Privatvermieter</b>		6.752	26.048	<b>3,86 Tg</b>	6.667	28.643	<b>4,30 Tg</b>
<b>Hütten, Gasthöfe, Sonstige</b>		10.846	48.205	<b>4,44 Tg</b>	7.822	28.302	<b>3,62 Tg</b>
<b>Gesamt</b>		127.161	529.786	<b>4,17 Tg</b>	124.390	578.115	<b>4,65 Tg</b>

Quelle: Traminio Meldewesen

# Gastgeber- und Anbieterservice

Eine der wesentlichen Aufgaben der OTM ist es, dem Gast verlässlich und einfach buchbar das passende Quartier für seinen Urlaub zu präsentieren. Suchen & Buchen heißt hier die Devise, die Oberstaufen mit einem professionellen online-Buchungssystem (feratel) gewährleisten kann. Auf [www.oberstaufen.de](http://www.oberstaufen.de) findet der Gast somit nicht nur Inspiration und Information, er kann auch direkt seinen Wunschurlaub buchen. Und der Gastgeber kann die OTM mit ihrer Plattform als „all-in-one“-Lösung für seine Buchungstrecke und als Channelmanager nutzen.

Oberstes Ziel ist es, dem Gast die Buchung so leicht wie möglich zu machen und den Betrieben Umsätze und Auslastung zu bringen.

Die vielfältigen Gastgeber dabei zu unterstützen, ihre Objekte ins System zu bringen und Tricks zur Pflege und optimalen Buchbarkeit zu vermitteln, das ist eine wesentliche Aufgabe des Anbieterservice-Teams der Oberstaufen Tourismus Marketing GmbH.

Bereits Ende 2020 wurden intern erste Weichen im Team gestellt, für einen noch professionelleren Service für Gastgeber auf der einen und den Gast auf der anderen Seite. Die Buchungszahlen sind deutlich ausbaufähig, wobei die Zahlen 2020 coronabedingt wenig aussagekräftig sind.

## BUCHUNGEN UND UMSÄTZE ÜBER DIE TOURIST-INFORMATION OBERSTAUFEN

2020 waren im feratel-System 251 Betriebe mit 4.863 Betten hinterlegt. Davon waren nur 85 Betriebe (2.934 Betten) online buchbar.

## BUCHUNGEN UND UMSÄTZE IM VERGLEICH ZU 2019

Jahr	2019	2020
<b>Angebote</b>	3.043	2.272
<b>Buchungen</b>	1.979	1.184
» davon direkt über <a href="http://oberstaufen.de">oberstaufen.de</a>	267	791
» davon über angebundene Drittportale	1.559	302
» davon über Counter/Email/Telefon	153	85
<b>Ankünfte</b>	4.612	2.937
<b>Übernachtungen</b>	19.788	14.200
<b>Umsatz brutto für Betriebe</b>	<b>1.255.807</b>	<b>848.417</b>

Quelle: feratel

## Erlebnishop

Als einer der ersten Destinationen in Deutschland führte Oberstaufen im Jahr 2020 den Erlebnishop auf [oberstaufen.de](http://oberstaufen.de) ein. Das Team des Anbieterservice war maßgeblich für die Eingabe und Pflege der Daten aller Angebote in das Feratel-System verantwortlich. Im Erlebnishop Oberstaufen können Freizeitangebote, Tickets sowie Naturerlebnisse aller Art online gebucht werden. Wie bei Pionierprojekten nicht unüblich, stand das Team anfangs noch vor einigen Herausforderungen. Als Ergebnis liefert das System heute nicht nur eine einfache Buchbarkeit, auch die digitalen Teilnehmerlisten bieten in Zeiten von Corona bei der Gastdatenerfassung einen echten Mehrwert. Während des Lockdowns konnten die Einzelhändler und Gastronomen auf dieser Plattform außerdem ihre Produkte und Waren unter der Kampagne „Daheim einkaufen“ anbieten.

**Im Jahr 2020 verzeichnete der Erlebnishop insgesamt 1.184 Buchungen.**

Im November 2020 hat das Marketing-Team der OTM den Erlebnishop übernommen.

## Merchandiseartikel

Das Portfolio der Merchandiseartikel wurde im Sommer 2020 um einige Produkte erweitert (s. u.). Der Bereich „Merchandise“ ist seit Herbst 2020 nun unter der Hand des Marketing-Teams bzw. der neuen Marketingleitung.

### MASKE

im Oberstaufen Design - mit Aufdruck „Gsund bleibe“.



### ISOLIERFLASCHE

aus Edelstahl und mit SOFT-Touch Beschichtung. Unzerbrechlich, spülmaschinenfest und in drei verschiedenen Farben erhältlich.



### FILZ-SHOPPER

in edlem Anthrazit - mit Oberstaufen Logo bestickt.



### MALSET

aus Baumwolle und Leinen - mit 6 Buntstiften, Bleistiftspitzer und Radiergummi.



### TASSE MIT UNTERTASSE

im zeitlosen Design - mit Oberstaufen Logo.



# Marketing



**+45%**  
mehr Follower  
auf Instagram



**+213%**  
mehr Video-  
aufrufe auf  
YouTube



**+51%**  
Steigerung  
der Gutschein-  
verkäufe

## Printmedien

### OBERSTAUFEN MAGAZIN

Bis zur Herbst-Ausgabe 2020 erschien das Oberstaufen MAGAZIN in „alter“ Aufmachung  
» 6x im Jahr | Auflage 9.000 Stück | Umfang 40 Seiten

### SEIT DEZEMBER 2020 ERSCHEINT DAS OBERSTAUFEN MAGAZIN IN EINEM KOMPLETT NEUEN GEWAND MIT NEUEM ERSCHEINUNGSRHYTHMUS

- » Erscheinung 4x im Jahr, angelehnt an die 4 Jahreszeiten
- » Auflage 12.000 Stück, Umfang 56 – 64 Seiten
- » Kostenloser Abo-service für Fans und Gäste Zuhause
- » Enge Zusammenarbeit mit den Partnern (Erlebnisbad Aquaria, Bergbahnen Oberstaufen, Skilifte Sinswang, Schrothverband Oberstaufen e.V., Einzelhandel Oberstaufen/OHA, Katholische und Evangelische Kirche Oberstaufen)
- » Das „neue“ Oberstaufen MAGAZIN ersetzt mit aktuellen Themen und auch klassischen Informations- und Imagebeiträgen das bisherige Gastgeberverzeichnis.



### NEUE WANDER- UND MTB-KARTEN

- » zwei neue Mountainbike-Falt-Karten als Abrissblöcke
- » eine Wanderkarte mit 24 Tourenvorschläge rund um Oberstaufen



### FLOWGATES

Auf den Bike-strecken im Gemeindegebiet wurden in 2020 rund 30 Flowgates (=Weideübergänge) installiert und mit Werbebotschaften beklebt.

# Neues auf oberstauften.de

## AUS 3 MACH 1

- » Steibis-Aach und Thalkirchdorf auf oberstauften.de integriert
- » Oberstauften als Gemeinde mit Ortsteilen treten online unter einem Dach auf
- » ortstypische Gegebenheiten und ansässige Gastgeber werden hervorgehoben



## ÜBERARBEITUNG DARSTELLUNG SCHROTHKUR

- » Auftritt wurde zu einer jungen, frischen und zeitgemäßen Kommunikation optimiert
- » positive Effekte der Kur wurden hervorgehoben

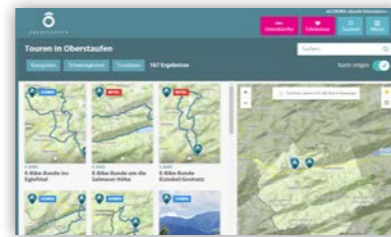


## INTEGRATION BERGBAHNEN

- » Domain www.bergbahnen.de wurde in die digitale Landschaft der oberstauften.de integriert
- » dient als zentrale Informationsstelle für die Bergbahnen und Skigebiete
- » Bergbahnen tauchen als eigene Menüpunkte auf mit ihren Besonderheiten, Preisen, Wintersportberichten, etc.

## NEUE TOURENDARSTELLUNG

- » Neu: Darstellung der Tourenübersicht mit dem passenden Kartenausschnitt
- » Vorteil: in den Kartenausschnitt kann zielgenau gezoomt werden und anhand des Kartenausschnitts gefiltert werden
- » Übersichtsliste der Touren passt sich dynamisch an
- » Wunschtour lässt sich leicht für unterwegs mitnehmen – Ausdruck inklusive ausführlicher Beschreibung und Kartenausschnitt oder per App auf das Smartphone
- » Touren können in die Programme von komoot & Outdooractive geladen werden



## ERLEBNISSHOP

- » Der Erlebnisshop erleichtert die Suche nach unvergesslichen Erlebnissen und bietet den Freizeit Anbietern eine zusätzliche Vertriebsplattform über oberstauften.de
- » Angebote: Waldbaden, Lagerfeuerküche, geführten Wanderungen, Paragliding Flug, u. v. m.
- » Buchung eines Angebotes mit wenigen Klicks



## TICKETSHOP

- » Integration Ticketsystem auf oberstauften.de
- » Tickets für Veranstaltungen können direkt über oberstauften.de/tickets gebucht werden

# Online Kampagnen 2020

## „DIE LUFT IST REIN“

### LANGFILM UND KURZCLIPS ALS INSTREAM ANZEIGEN AUF YOUTUBE UND GOOGLE DISPLAYNETZWERK.

- » 434.000 Impressions und 147.000 Aufrufe (Video mind. 30 Sekunden angeschaut)
- » Facebook Ads mit 55.472 Personen Reichweite.
- » Laufzeit: Mai bis Juni (Google Ads); Mai bis August (Facebook Ads)

## „GSUND BLEIBE“

### LANGFILM UND KURZCLIPS ALS INSTREAM ANZEIGEN AUF YOUTUBE UND GOOGLE DISPLAYNETZWERK.

- » 537.500 Impressions und 110.500 Aufrufe (Video mind. 30 Sekunden angeschaut)
- » Facebook Ads mit 138.879 Personen Reichweite.
- » Laufzeit: Juni (Google Ads); Juni bis August (Facebook Ads)



## GUTSCHEINAKTIONEN

### • URLAUBSKASSE

- » Bei Kauf eines Gutscheins ab 100,00 €, Bonusgutschein in Höhe von 10% gratis dazu
- » Gutschein konnte bei Unterkunfts-buchung oder einem Einkauf vor Ort eingelöst werden
- » Umsatzsteigerung der Gutscheinverkäufe um 51 % im Vergleich zu 2019

### • 25€ BONUSGUTSCHEIN

- » pro Buchung (von Mai bis Juli auf der www.oberstauften.de) wurde ein Bonus-Oberstauften-GUTSCHEIN im Wert von 25€ gratis ausgegeben.

## THEMENKAMPAGNEN SOMMER, HERBST, WELLNESS, EINKAUFEN, WINTER

- » Dynamische und erweiterte Textanzeigen sowie Display Ads mit dem Ziel Conversions (messbare Interaktionen auf der Website, z. B. Buchungen, Bestellungen, Anrufe, ausgefüllte Formulare) zu erzeugen
- » Laufzeit: Mai bis Dezember
- » ROAS (return on advertising spend) von 351% über direkte Transaktionen (vorbereitete Transaktionen ausgenommen)



# Social Media

## DIE BELIEBTESTEN BEITRÄGE IM JAHR 2020 AUF FACEBOOK, INSTAGRAM UND YOUTUBE:

### f FACEBOOK

Fans  
2019: 21.400 | 2020: 22.700  
+ 6%

- 1) Video-Appell von Tourismusdirektorin Constanze Höfinghoff  
» **67.047 erreich. Pers.**
- 2) Video „Die Luft ist rein“ der Corona-Exit-Kampagne  
» **41.801 erreich. Pers.**
- 3) Vihscheid-Krone für das Kranzrind  
» **23.479 erreich. Pers.**

### Instagram INSTAGRAM

Follower  
2019: 4.200 | 2020: 6.100  
+ 45%

- 1) Führungswechsel bei Oberstauften Tourismus  
» **2.565 Likes**
- 2) Weihnachtsstimmung in Oberstauften  
» **835 Likes**
- 3) Frühlingswiese am Fuße des Hochgrats  
» **667 Likes**

### YouTube YOUTUBE

Abonnenten  
2019: 700 | 2020: 898  
+ 28%

- 1) Die Luft ist rein...Komm nach Oberstauften  
» **134.933 Aufrufe**
- 2) „Gsund bleibe“ in Oberstauften: gesunder Urlaub in Oberstauften  
» **42.760 Aufrufe**
- 3) Entspannung & Entschleunigung ist Gesundheit: „Gsund bleibe“ in Oberstauften im Allgäu  
» **15.478 Aufrufe**

# Marketing Kooperationen

## KOOPERATION MIT DEM SCHROTHVERBAND OBERSTAUFEN

In Zusammenarbeit mit dem Schrothverband wurden neue Marketingansätze für die Schrothkur entwickelt. Ergebnis waren kleiner-geredete „Problemchen“, für die eine Schrothkur die Lösung ist. Die Kurzclips und Bildanzeigen wurden über drei Wochen als Ads über Facebook und Instagram publiziert. Auch auf der Schrothkur-Website wurden die Anzeigen eingesetzt und machten so Lust auf das Naturheilverfahren.



## KOOPERATION MIT ALLGÄUER ALPENWASSER

Konzeption der Podcasts „H Heimat Gschichtle“ zusammen mit Allgäuer Alpenwasser, die über die Themen, die die Heimat betreffen, berichten. Bislang wurden 2 Episoden veröffentlicht:

- » **Vom Viehmarkt zum Viehscheid** – Die Hirten Malte Kraft und Markus Strobl erzählen.
- » **Die Allgäuer Weihnachtszeit** – Im Gespräch mit Karl Pflughardt und Ludwig Keller.

## AKTION MIT OBERSTAUFENS (NACHWUCHS-) GASTRONOMEN UND HOTELIERS

Durch die „Verschnaufpause“ während des Corona-Lockdowns haben die Oberstaufener (Nachwuchs-) Gastronomen und Hoteliers die Idee eines ortseigenen Getränks, einem Oberstaufen-Drink, in die Tat umgesetzt. Oberstaufen Tourismus hat dieses Engagement mit einem Event („SPRITZiges Wochenende“) unterstützt.



## SONDERAKTION ADVENTSKALENDER OBERSTAUFEN

Zusammen mit der OHA (Oberstaufen handelt aktiv e. V.) wurde die Sonderaktion „Adventskalender Oberstaufen“ ins Leben gerufen, die vom 1. bis 24. Dezember 2020 lief. 24 Einzelhändler aus Oberstaufen beteiligten sich und stellten Gewinne im Gesamtwert von 2.000,00 € zur Verfügung.

### Weitere Fakten der Aktion:

- » Gewinnspielbeteiligung sowohl online über Social Media als auch offline vor Ort in den Geschäften bis zum Lockdown
- » „Überraschungen vor Ort“, z. B. gratis Gravur des Schmuckstücks, Schuhe imprägnieren, Punsch/Glühwein und Gebäck, GiveAways u. v. m.
- » 72 Posts und Storys über den Facebook- und Instagram-Kanal von Oberstaufen Tourismus
- » Gewinnspielbeteiligung zwischen 250 – 600 Teilnehmer pro Gewinnspielfrage



Link zum Podcast „H Heimat Gschichtle“ unter [heimat-gschichtle.de](http://heimat-gschichtle.de)



Rezept und Infos zum Oberstaufen SPRITZ unter [oberstaufen.de/spritz](http://oberstaufen.de/spritz)



# Presse

## Presseübersicht PRINT

18.469.702  
Verbreitete Auflage

63.347.653  
Reichweite

1.285.041,45 €  
Äquivalenzwert

## Presseübersicht ONLINE

17.623.145  
Page visits

3.732.094  
Unique Users

Quelle: Genböck pr + consult

## HIGHLIGHTS DER PRESSEAUSSENDUNGEN ÜBER PR AGENTUR GENBÖCK PR + CONSULT

- » Deutsche Snow-Volleyball-Meisterschaft erstmalig in Oberstaufen im Allgäu *am 27.01.2020*
- » Atempausen Oberstaufen: Berggottesdienste feiern zehnjähriges Jubiläum *am 16.03.2020*
- » Aufatmen und durchatmen. Mit dem Versprechen „die Luft ist rein“ begrüßt Oberstaufen ab dem 30. Mai wieder seine Gäste – und das mit frischen Angeboten *am 06.05.2020*
- » „Gsund bleibe“ in Oberstaufen. Mit Schrothkur, Bewegung, Ruhe und Lebensfreude in die neue Tourismus-Saison *am 05.06.2020*
- » Oberstaufen: zweites Bergsommerfestival im Juli. Bergfest am Imberg mit Filmfestival, Rock und Pop *am 25.06.2020*

## HIGHLIGHTS EIGENER PRESSEMELDUNGEN ÜBER REGIONALE VERTEILER

- » Bayern WLAN in Oberstaufen: kostenfreies Internet im Ski- und Wandergebiet *am 09.03.2020*
- » Neue Führungsspitze für Oberstaufen *am 16.06.2020*
- » Gesundheitsvorträge mit Dr. Wolfgang Feil im Kurhaus Oberstaufen *am 10. Juli 2020 am 29.06.2020*
- » Bayerischer Ministerpräsident macht Urlaub in Oberstaufen *am 11.08.2020*
- » Oberstaufen Testcenter erfolgreich gestartet *vom 17.12.2020*

## PRESSE-RECHERCHEN IN OBERSTAUFEN

- » 18. – 19.01.2020: in Kooperation mit der Allgäu GmbH Herr Philippe Müller von Tamedia zum Thema „Winterfreude mit der Familie“
- » 25. – 29.01.2020: Volker Mehnert für die FAZ und Björn Lange für die Rheinische Post zum Thema „Kleine Skigebiete ohne Zusammenschluss / Verbund“
- » 03.02.2020: Stefanie Böck für Land und Berge zum Thema „Schneeschuhwandern und Schneeschuh-Festival“
- » 17. – 18.02.2020: Stephanie Pander für JAN-Magazin (Niederlande) zum Thema „Winterurlaub rund um Oberstaufen“
- » 20. – 24.06.2020: in Kooperation mit der Allgäu GmbH: Daniela Käflein für Fränkische Nachrichten zum Thema „Sommeraktivitäten rund um Oberstaufen“
- » 30.06. – 01.07.2020: Thorsten Brönnner für das DAV Panorama-Magazin (auflagenstärkstes Outdoor-Magazin Europas) zum Bodensee-Königssee-Radweg

# Veranstaltungen

## Deutsche Snow-Volleyball Meisterschaft in Oberstaufen



## SPRITZiges Wochenende im Oberstaufen PARK



## Bergsommerfestival trotz Corona-Beschränkungen

## Lichterzauber Oberstaufen

# Veranstaltungshighlights 2020

KONZERTE, FESTE, KUNST UND KULTUR – DAS VERANSTALTUNGSANGEBOT VON OBERSTAUFEN IST VIELSEITIG UND BIETET FÜR JEDEN DAS RICHTIGE FREIZEITANGEBOT. TROTZ DER CORONA-PANDEMIE UND DEN DARAUS RESULTIERENDEN EINSCHRÄNKUNGEN FÜR DEN KULTUR- UND VERANSTALTUNGSBEREICH, KONNTEN IM JAHR 2020 EINIGE VERANSTALTUNGEN DURCHFÜHRT WERDEN.

7. / 8. März	3. Deutsche Meisterschaft im Snowvolleyball
10. Juli	Gesundheitsvorträge mit Dr. Wolfgang Feil
16. – 19. Juli	2. Bergsommerfestival Oberstaufen
21. / 22. August	SPRITZiges Wochenende
24. - 28. August	Kindersommer: Kids Rallye
11. - 20. September	Alpwoche Oberstaufen
12. September	Golfturnier „Preis des Marktes“
7. Oktober	Hubert Messner „Der Schmale Grat“ – Lesung
06. Dezember – 10. Januar 2021	Lichterzauber Oberstaufen

### Fakten zum Lichterzauber:

- » 160 leuchtende Eiszapfen am großen Eiszapfenbaum
- » 600 Meter verlegte Kabel
- » 2.700 LED am Lichtertunnel (am PARK-Eingang vom Kurhaus kommend)
- » 100 Meter Absperrstahl
- » 9 Stromausfälle während der Laufzeit



# Nagelfluhlounge

Die Nagelfluhlounge wurde im Juni 2018 eröffnet und bietet den Besuchern einen stylischen Treffpunkt im modernen alpinen Stil mit Wohlfühl-Atmosphäre. Die behaglichen Lounge-sessel und die Sonnenterrasse mit Blick auf den Hochgrat bieten einen Platz für einzigartige Momente. Das kulinarische Angebot reicht von leckeren Schmankerln über Allgäuer Tapas bis zu hausgemachten Windbeuteln.

Neben der Bewirtung des eigenen Restaurants, übernimmt das Team der Nagelfluhlounge zusätzlich noch die Verpflegung von Veranstaltungen, Tagungen und Seminaren im Saal des Kurhauses und den dazugehörigen Seminarräumen.

## Bericht des Betriebsleiters Thomas Goetze über das Geschäftsjahr 2020



Das Jahr 2020 hatte es auch aus gastronomischer Sicht in sich: Die besonderen Umstände mit Betriebsschließung, hohen Auflagen für eine Betriebsöffnung und die Umsetzungen der Abstands- und Hygieneregeln im laufenden Betrieb, hielten auch das Team der Nagelfluhlounge in Atem.

Gleichzeitig ließ sich das 12-köpfige Team nicht entmutigen und stellte in den Öffnungsmonaten ein attraktives kulinarisches und kulturelles Programm auf die Beine. Die Allgäuer Tapas stellen hier ebenso eine Besonderheit des gastronomischen Angebots dar, wie die Windbeutelvariationen.

An den regelmäßigen Barbecue-Abenden auf der Terrasse steht Küchenchef Konstantin Scheiermann, der „Konsti“, selbst am Grill und verwöhnt die Gäste mit seinen Spezialitäten. Kulturabende in der besonderen Atmosphäre der Lounge, ayurvedische Kochkurse und zahlreiche Feierlichkeiten mit Familien oder Vereinen rundeten das geschäftige Jahr 2020 ab. Die Zeiten, in denen die Nagelfluhlounge dann leider schließen musste, wurden effektiv genutzt, um kleine Reparatur- und Renovierungsarbeiten durchzuführen, die noch bis ins Frühjahr 2021 fortgesetzt wurden. Unter anderem wurde beispielsweise auch das „Look & Feel“ der Kegelbahnen aufgefrischt.

Wirtschaftlich betrachtet sind wir 2020 Dank wirtschaftlicher Kalkulation mit spitzem Bleistift, guter Umsätze und Kurzarbeitergeld mit einem blauen Auge davongekommen.

*Thomas Goetze*

Thomas Goetze

## Veranstaltungen und Aktionen

### » „KLEINKUNSTBÜHNE“ MIT VERSCHIEDENEN KÜNSTLERN

- » Werner Brix
- » Hot Club Du Nax
- » Royal Guitar Club
- » Und viele mehr

### » ZAHLREICHE BARBECUE ABENDE

### » AYURVEDISCHE KOCHKURSE

### » HÜTTENZAUBER AUF DER TERRASSE

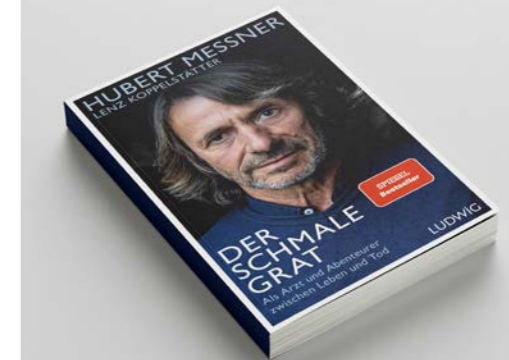
### » DIE TRADITIONELLE UND JÄHRLICH STATTFINDENDE „STAUFNER KIRBE“

### » ZAHLREICHE FAMILIENFEIERN

### » SPORTLEREHRUNG DER MARKTGEMEINDE

### » VERSCHIEDENE WAHL-VERANSTALTUNGEN

### » AUTORENLESUNG VON HUBERT MESSNER IM RAHMEN DES ALLGÄUER LITERATUR-FESTIVALS



#### FÜR DEN KLEINEN HUNGER

##### Sandwiches

**D' ALLGÄUER**  
Laugenbraten • Laugenbraten • Pilsener • Bierkäse  
vier-achtzig

**GERACKENER GOCKEL**  
Wurst • Backwaren • Käse • Salat • Pommes  
sechs-achtzig

**GEMÜSE SANDWICH**  
Wurst • Käse • Salat • Pommes  
vier-achtzig

Genieße unsere Art zu den Sandwiches dem kleinen grünen Salat oder dem Partien Wings und die hausgemachten Kartoffelchips und die Servierende Pommes plus je drei-achtzig

#### ALLGÄU-TAPAS

##### Unsere Klassiker

**GERILLTER TAFELSPITZ VOM KALB**  
Dunkel • Kalb • Fleisch • Salat • Pommes  
sechs-achtzig

**ZWEIFELI GERACKENE KARTOFFELKNÖDEL**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
vier-achtzig

**GRÜN UND KNACKIG**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
vier-achtzig

**BIERSCHNITZELCHEN**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
acht-achtzig

**CHILLS-CHEESE-SPÄTZLE**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
sechs-achtzig

**WIRTSCHAFTSROLADE**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
sechs-achtzig

**STAUFNER FORELLENFILET**  
Forelle • Kartoffel • Salat • Pommes  
sechs-achtzig

**ANGEBRATZTER CAMEMBER**  
Käse • Salat • Pommes  
vier-achtzig

**HIRSCHBRATWURST**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
sechs-achtzig

**PFANNKUCHEN BURLAPROPP**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
vier-achtzig

**BAYRISCHER WURSTALAT**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
sechs-achtzig

**SCHWEINERATEN 2.0**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
sechs-achtzig

Etwas Süßes zum Schluss...

**TOPFENSCHNITTEN**  
Kartoffel • Speck • Zwiebel • Petersilie  
sechs-achtzig



# Erlebnisbad Aquaria

Das Erlebnisbad Aquaria ist nach wie vor ein großer Anziehungspunkt für Übernachtungs- und 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.

Ob Schwimmen im 25-Meter Becken, Relaxen im warmen Wasser im Innen- oder Außenbereich, ein Sprung aus 5 Metern oder Zeitmessung auf der 100 Meter-Rutsche – jeder kann, keiner muss.

Angebote wie Wassergymnastik, Aqua-Nordic-Walking, Tiefengymnastik oder Babyschwimmen, das Aquaria hat an 365 Öffnungstagen von 09.00 bis 22.00 Uhr für jeden das passende Angebot.

Im Innenbereich der Saunaabteilung laden sowohl im gemischten, als auch im eigenen Damenbereich jeweils 2 Trockensaunen und 1 Dampfbad zur Erholung in wohliger Wärme ein. Ein Alleinstellungsmerkmal von höchster Qualität ist die Fertigstellung des neuen Sauna-Außenbereichs in 2021.

Die Physiotherm-Ruhezone im II. OG ist nach wie vor ein Geheimtipp der Stammgäste und ebenfalls im Preis enthalten.

## BESUCHER- UND UMSATZSTATISTIK

	Besucher	Gesamtumsatz netto in €	Jahresergebnis in €	Bilanzsumme in €
2016	288.248	3.341.655,27	241.219,31	1.181.477,55
2017	275.780	3.301.449,23	105.236,76	1.217.400,98
2018	267.601	3.228.388,59	78.662,28	1.272.719,13
2019	278.419	3.426.850,85	26.833,64	1.499.579,84
2020	138.317	1.684.178,85	-215.235,56	1.118.212,50

## Bericht der Geschäftsführerin Heidi Köberle über das Geschäftsjahr 2020

Mit Beginn des Jahres 2020 verzeichnete das Aquaria im Januar und Februar eine Besuchersteigerung im Vergleich zum Vorjahr um 14.357 Gäste oder 27 %.

Danach kam die behördlich angeordnete Schließung vom 14.03.2020 bis 22.06.2020 - der erste Lockdown mit insgesamt 100 Tagen.

Mit einem gut geplanten Hygienekonzept konnte das Aquaria als erstes Bad in der gesamten Region zum 22.06. wieder öffnen. Als wichtige Einrichtung für den Tourismus in Oberstaufen war allerdings der Betrieb mit max. 1/3 der möglichen Besucher wirtschaftlich nicht möglich. Die Rücklagen der vergangenen gut gewirtschafteten Jahre, waren teilweise notwendig um diese Zeit finanziell zu überbrücken.

Ab 02.11. musste das Aquaria erneut schließen, für November und Dezember wurden Überbrückungshilfen in Aussicht gestellt. Im gesamten Jahr 2020 konnte bei insgesamt 206 Betriebstagen mit 138.317 Besuchern ein Nettoumsatz von 1,684 Mio. € erzielt werden, was ungefähr der Hälfte eines normalen Betriebsjahres entspricht.

Zeitgleich haben die Bauarbeiten des neuen Sauna-Außenbereiches im März begonnen und konnten planmäßig weitergeführt werden. Eine Eröffnung dieser Abteilung wird zum Ende des 2. Lockdowns (Frühjahr 2021) angestrebt.

In den Schließzeiten wurde die Zeit für weitere Investitionen genutzt, sodass nun alle Duschen erneuert und ein neues Kassensystem mit Web-Shop und Austausch aller 750 Schlösser eingerichtet ist. Ebenfalls erneuert wurde die Website, die nun zeitgemäß mobile-first und google-konform arbeitet.

Im Frühjahr waren die meisten Mitarbeiter noch mit Revisionsarbeiten beschäftigt und konnten Urlaub und Überstunden abbauen. Ab November musste allerdings der Großteil der Belegschaft in Kurzarbeit geschickt werden. Somit wird der laufende Betrieb zu Zeiten des Lockdowns zur Vermeidung von baulichen und technischen Schäden von 3 Technikern aufrechterhalten, eine Mitarbeiterin ist weiterhin zeitweise im Büro beschäftigt.



*Heidi Köberle*

Heidi Köberle



# Tourismus Eigenbetrieb Oberstaufen

Der Tourismus Eigenbetrieb Oberstaufen wurde zum 01.01.2018 als Eigenbetrieb der Gemeinde Oberstaufen gegründet. Die Geschäftsführung unterliegt seit Mitte November 2020 der Tourismuskonzeption Constanze Höfinghoff und ihr sind 11 weitere Mitarbeiter in den Bereichen Verwaltung und dem Bauamt unterstellt.

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

## 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

## Loipen, Winterwanderwege:

- insgesamt **10** Übersichtstafeln
- 43 km** Klassische Loipe
- 39 km** Skating Loipe
- 18 km** Winterwanderwege (ü. Schneespur)
- ca. **95 km** Winterwanderwege auf befestigten Fusswegen mit fünf Fahrzeugen geräumt
- ca. **2.100** Schneezeichen werden benötigt, um die Wege auszuzeichnen

## Wanderwege:

- ca. **360 km** Gesamtlänge des Wanderwegenetz im Gemeindegebiet von Oberstaufen
- an den Wanderwegen stehen **ca. 760 Bänke als Sitzmöglichkeit** zur Verfügung
- die Wanderwege werden an ca. **612 Standorten mit ca. 2240 Schildern** ausgezeichnet
- in den **Innerortskuranlagen** kommen hierzu noch **weitere 110 Bänke hinzu**

## Sonstiges:

- ca. **75 Hundekotbehälter** sind entlang der Wege aufgestellt und werden regelmäßig geleert
- für die **Unterhaltung der Tourismuseinrichtungen** werden von den Bauhofmitarbeitern **ca. 18.300 Stunden** aufgewendet.
- Jährlich werden ca. 8.000 Tulpen- und Narzissenzwiebeln eingesetzt** und in den Blumenbeeten **ca. 18.000 Pflanzen** eingepflanzt.
- ca. 25.000 Lichtpunkte** werden über die Weihnachtszeit an Bäumen **im Ortskern angebracht**.
- auf über 17 Spielplätzen sind ca. 100 Spielgeräte verteilt**, wobei der Gipfelstürmer im Oberstaufen PARK das Highlight darstellt





# OBERSTAUFEN MAGAZIN

## DAS ABO FÜR MEHR ALLGÄU ZUHAUSE



### 4 AUSGABEN PRO JAHR

Frühling, Sommer, Herbst  
und Winter



### GRATIS

Kostenloses Magazin, gratis Versand  
und jederzeit widerrufbar



### SAISONBEZOGENE INHALTE

Aktuelle Berichte aus Oberstaufer –  
Schrothkur, Oberstaufer PLUS,  
Rezept- & Erlebnistipps, Rätselspaß  
und Vieles mehr



### JETZT ANMELDEN

Mit wenigen Klicks zum gratis Abo-service.

[OBERSTAUFEN.DE/MAGAZIN](https://www.oberstaufer.de/magazin)