

## Entwicklungen, Strukturen und Probleme des Tourismus im bayerischen Alpenraum in den letzten zehn Jahren, insbesondere des Wintersports

Maier, Jörg

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL)

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Maier, J. (2008). Entwicklungen, Strukturen und Probleme des Tourismus im bayerischen Alpenraum in den letzten zehn Jahren, insbesondere des Wintersports. In J. Maier (Hrsg.), *Ziele und Strategien einer aktuellen Politik für periphere ländliche Räume in Bayern: Entwicklungsperspektiven ländlicher Räume, Teil 1* (S. 129-141). Hannover: Verl. d. ARL. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-341228>

### Nutzungsbedingungen:

*Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.*

*Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.*

### Terms of use:

*This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.*

*By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.*

*Jörg Maier*

**Entwicklungen, Strukturen und Probleme des Tourismus  
im bayerischen Alpenraum in den letzten zehn Jahren,  
insbesondere des Wintersports**

S. 129 bis 141

Aus:

Jörg Maier (Hrsg.)

**Ziele und Strategien einer aktuellen Politik  
für periphere ländliche Räume in Bayern**

Arbeitsmaterial der ARL 343

Hannover 2008

Jörg Maier

## **Entwicklungen, Strukturen und Probleme des Tourismus im bayerischen Alpenraum in den letzten zehn Jahren, insbesondere des Wintersports**

### **Gliederung**

- 1 Ausgangspunkt der Diskussion
  - 1.1 Kennzeichen der bisherigen Diskussion
  - 1.2 Die statistische Realität der Entwicklung in den letzten zehn Jahren unter besonderer Berücksichtigung der Fallstudie Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen
- 2 Analyse des Wintersports anhand der Fallstudie Oberallgäu 2004
  - 2.1 Zur Bedeutung einzelner Wintersportarten
  - 2.2 Bewertung der Rahmenbedingungen des Wintersports für die Besucher des Oberallgäus
  - 2.3 Anwendung auf die kommunale Infrastrukturplanung
- 3 Fazit: Ansätze für Perspektiven

Literatur

### **1 Ausgangspunkt der Diskussion**

#### **1.1 Kennzeichen der bisherigen Diskussion**

Das Thema Tourismusentwicklung im Alpenraum ist umfassender Natur, heterogen in Bezug auf die Fragestellungen und sowohl in zeitlicher wie regionaler Sicht höchst unterschiedlich strukturiert. Es stellt sich die Frage, was nach den Jahren der Hinwendung zu Konzepten wie dem intelligenten und dem sanften Tourismus folgt, d. h. was folgt heute und in naher Zukunft der stark lokal bezogenen Tourismuspolitik der 1990er-Jahre? Wie sehr im bayerischen Alpenraum Diskussionen über die Entwicklung des Wintersports notwendig sind, zeigt etwa das Beispiel der Marktgemeinde Oberstdorf, die erst in Verbindung mit der Weltmeisterschaft in den nordischen Disziplinen profihaft die Chance umgesetzt hat, die ein „Langlauf-Eldorado“ mit entsprechenden Events nun einmal bietet.

In der öffentlichen überregionalen Diskussion dominiert häufig eher eine positive Ergebnispräsentation in Bayern, obwohl die Ergebnisse anhand der statistischen Daten keineswegs so in Erscheinung treten. So wurde etwa in der „Erfolgsbilanz 2004“ auf dem Bayerischen Tourismustag 2005 nach einer Stagnationsphase auf hohem Niveau wieder ein Wachstumskurs diagnostiziert (vgl. Meyer o.J.), wobei allerdings auf die Entwicklung in der Wintersaison weniger eingegangen wurde. Und diese Analyse widmete sich auch nur Stärken und Wachstumsfeldern des bayerischen Tourismus, ohne auf Schwächen oder gar Probleme einzugehen.

Demgegenüber wies die Analyse von Harrer (2004: 139) über die Entwicklungsmöglichkeiten der bayerischen Berg- und Seilbahnen anhand von vier kommunalen Fallstu-

dien darauf hin, dass im Vergleich zur Entwicklung der Skidestinationen in Österreich und der Schweiz die bayerischen Wintersportorte an Bedeutung verloren haben. Er führt dies auf eine vergleichsweise restriktive Genehmigungspraxis für Berg- und Seilbahnen, den für Bergbahnen im Ausland ermäßigten Mehrwertsteuersatz und eine großzügigere Förderpraxis ebendort zurück.<sup>1</sup> Auch setzt er sich notwendigerweise mit den Veränderungen der Bevölkerungsstruktur sowie mit Verhaltensänderungen der Menschen in unserem Lande auseinander und hinterfragt eine klare Ausrichtung der Angebote in den Gemeinden auf entsprechende Zielgruppen und damit eine zu erwartende Spezialisierung des Angebotes, wie dies etwa in Tirol in den letzten Jahren zunehmend eingetreten ist.

Diese Diskussion führt Bieger (1999: 158 ff.) weiter, allein schon mit dem kritischen Hinweis auf den Charakter z. B. der Bergbahnwirtschaft, die er im Sinne der Produktlebenszyklustheorie zur „reifen Industrie“ rechnet, in der ein Verdrängungswettbewerb aufgrund stagnierender Märkte, einer Konzentration auf Stammmärkte bzw. einer Konzentration auf Kosten- und Qualitätsstrategien mit wenig Produktinnovation vorhanden ist. Wenn auch die Situation in den USA mit einer stagnierenden Nachfrage und rückläufigen Zahlen der Skigebiete nicht naiv auf Bayern übertragen werden kann, zeigen doch verschiedene Beispiele im bayerischen Alpenraum Ansätze vergleichbarer Strukturen auf.

## **1.2 Die statistische Realität der Entwicklung in den letzten zehn Jahren unter besonderer Berücksichtigung der Fallstudie Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen**

Bereits aus Abbildung 1 wird ersichtlich, dass eine ganze Reihe von Gemeinden im bayerischen Alpenraum zwischen 1994 und 2003 rückläufige Entwicklungen bei den Gästeübernachtungen aufgewiesen haben. Differenziert man diese Daten und nimmt nur die Wintersaison, so wird Folgendes deutlich:

Sowohl bei der Veränderung auf der Angebotsseite (Gästebetten, vgl. Abb. 2) wie der Nachfrageseite (Gästeübernachtungen, vgl. Abb. 3) zeigt sich, dass neben Regionen mit Zunahmen, etwa am Alpenrand bzw. außerhalb der geomorphologischen Alpengrenze und vor allem im Oberallgäu, auch Abnahmen, etwa im Berchtesgadener Land, im Ruppertiwinkel, im südlichen Landkreis Miesbach, in verschiedenen Zentren des Werdenfeller Landes sowie auch im Ost- und Westallgäu festzustellen sind. Ebenso ist zu sehen, dass insbesondere in den größeren Fremdenverkehrsorten versucht wurde, die Bettenkapazität auszubauen, während dies zumindest im gleichen Zeitraum von Seiten der Nachfrager nicht unbedingt honoriert wurde. Auch wird vor allem aus dem Vergleich der Abbildungen 2 und 3 deutlich, dass insbesondere die Betriebe mit wenig Betten erhebliche Einbußen erfahren haben. In Österreich wurde schon vor Jahren darauf hingewiesen, dass gerade die kleinen Betriebe bzw. Privatquartiere nun am Ende des Produktlebenszyklus angekommen sind. Von der Gründergeneration in den 1950er- und 1960er-Jahren errichtet, meist auch zur Finanzierung des Hauses notwendig, von der nachfolgenden Generation ausgebaut, ist nun die heutige erwerbstätige Generation weniger an der Vermietung interessiert, vor allem jedoch hat sich das Verhalten der Nachfrager grundsätzlich geändert. Dies zeigt sich auch daran, dass die 4- und 5-Sterne-Hotels kaum Kapazitätsprobleme haben, Einbrüche jedoch bei den 2- bis 3-Sterne-Hotels festzustellen sind, vor allem dann, wenn sie über längere Zeit hinweg keine Investitionen mehr getätigt haben. Ohne Zweifel spielt dabei auch die größer gewordene Reiseerfahrung und die gestiegenen Qualitätsansprüche der Konsumenten eine Rolle.

---

<sup>1</sup> Seit dem 1. Januar 2008 gilt auch in Deutschland der ermäßigte Mehrwertsteuersatz.

Abb. 1: Veränderung der Zahl der Gästeübernachtungen im bayerischen Alpenraum zwischen 1994 und 2003

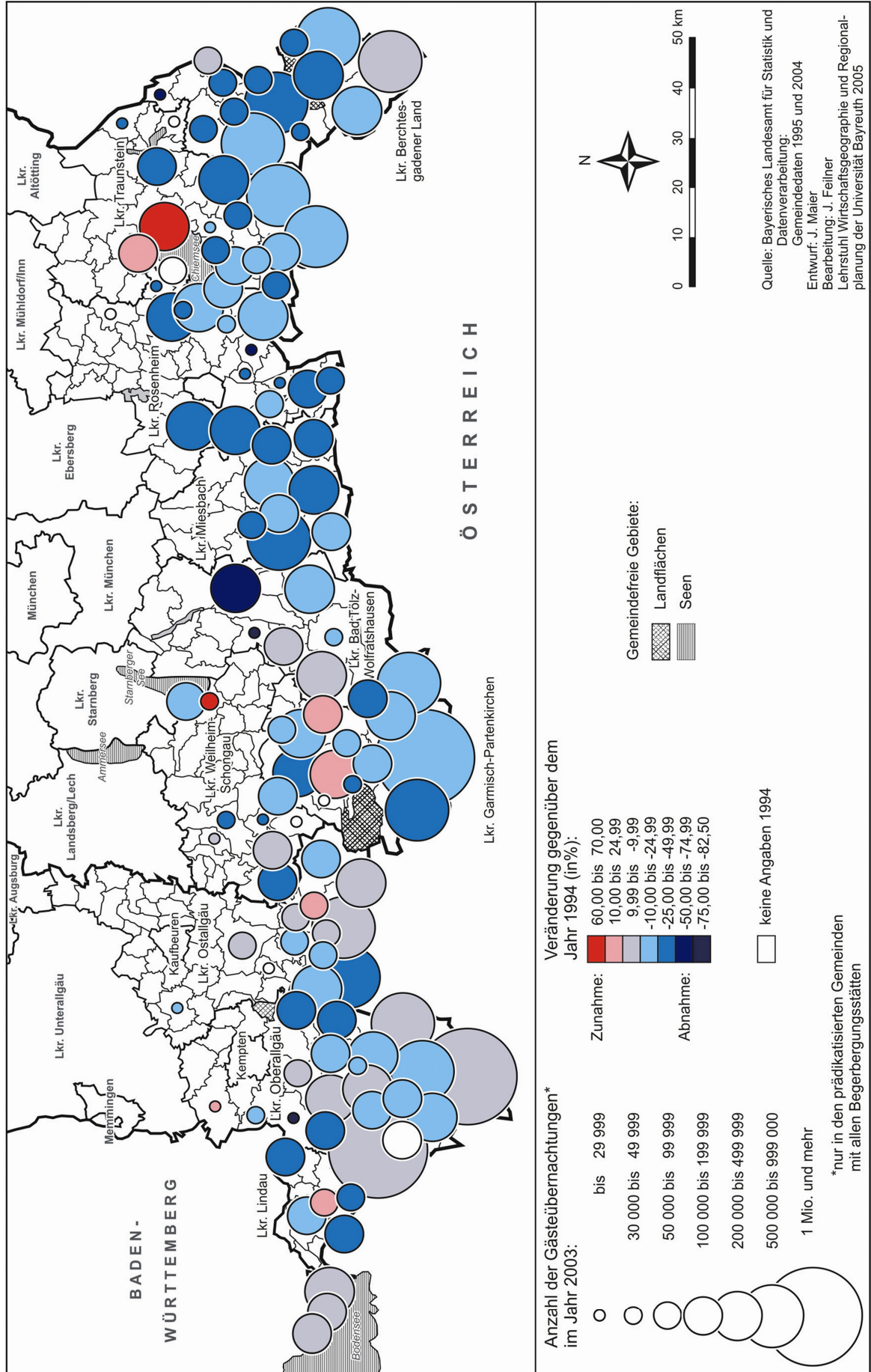


Abb. 2: Veränderung der Zahl der Gästebetten im bayerischen Alpenraum im Vergleich der Winterhalbjahre 1996/1997 und 2006/2007

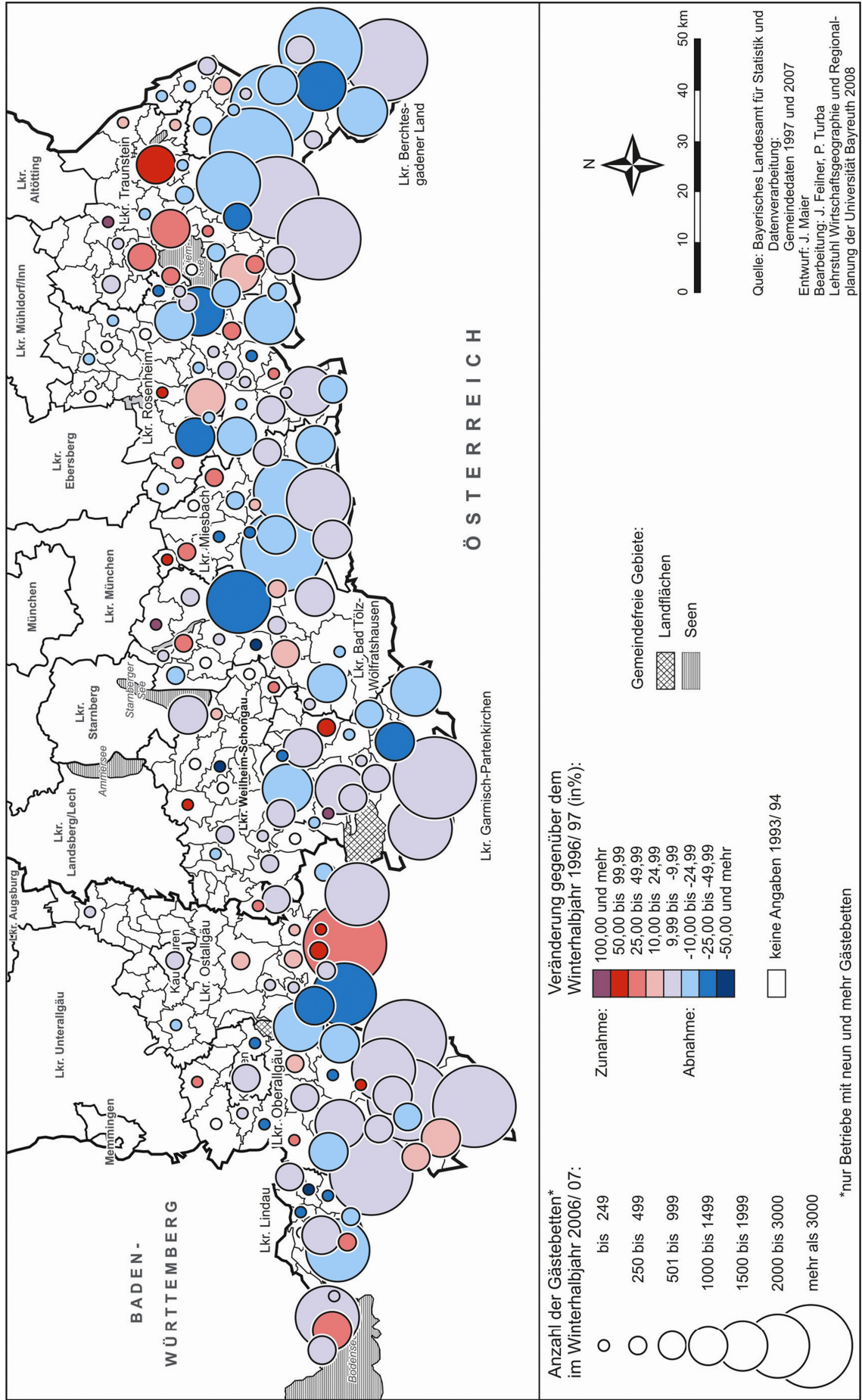
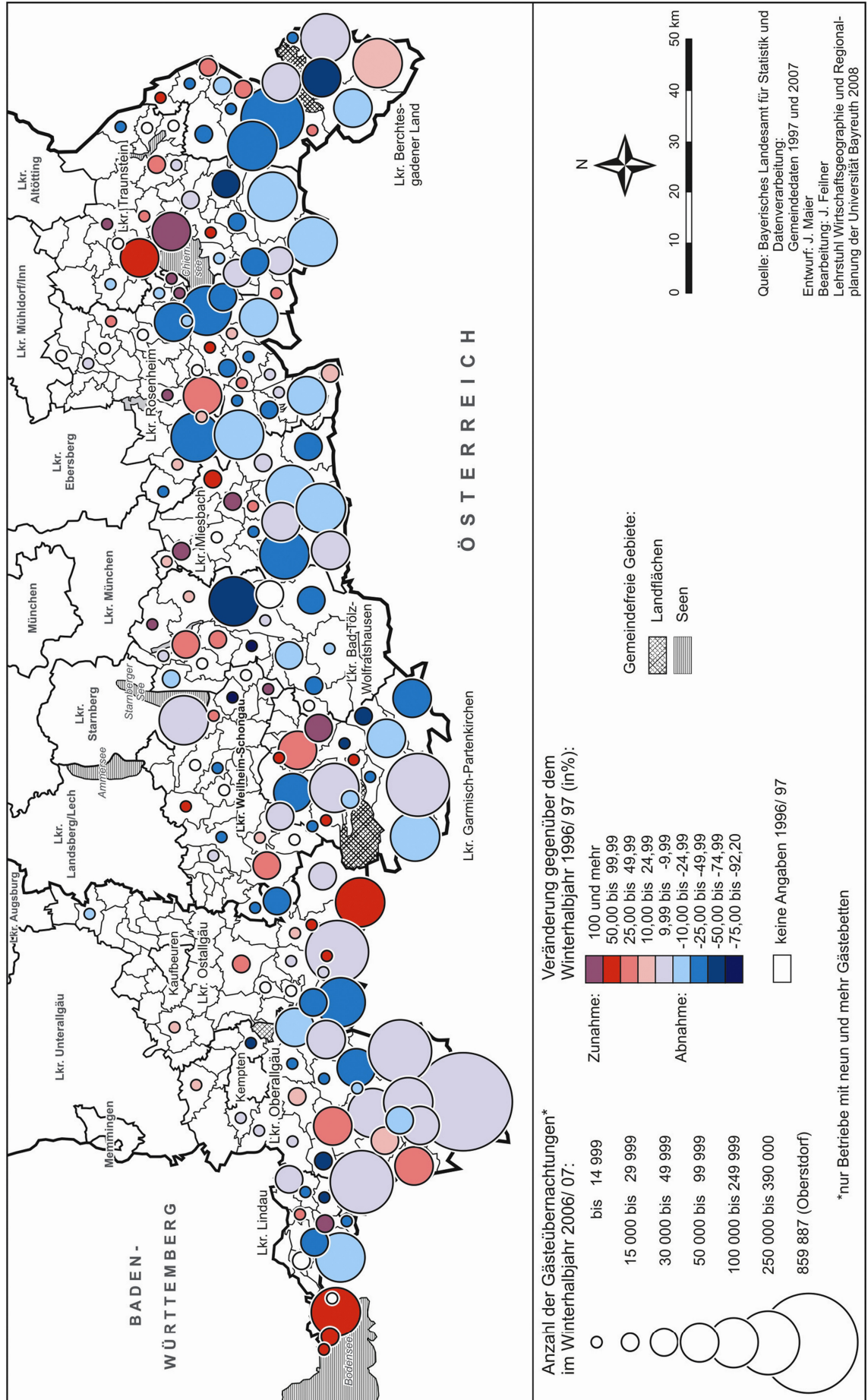


Abb. 3: Veränderung der Zahl der Gästeübernachtungen im bayerischen Alpenraum im Vergleich der Winterhalbjahre 1996/1997 und 2006/2007



Als erstes Fazit kann deshalb festgehalten werden, dass es wohl in den nächsten Jahren Probleme geben dürfte, soweit sie nicht schon vorhanden sind. Konkret lässt sich dies bei einer neueren Untersuchung (Arnold et al. 2007) im Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen aufzeigen.

Während die kleineren Betriebe oftmals überhaupt keine Kategorisierung aufweisen, sind die Hotels zumeist in der 3-Sterne-Kategorie zu finden. 4-Sterne-Standard ist eher selten und zumeist bei den größeren Häusern zu finden (eine Ausnahme bildet beispielsweise das Hotel „Alpenhof“ in Bad Tölz). Zu nennen sind hier z. B. der Jodquellenhof in Bad Tölz mit dem Hallenbad Alpamare, das Hotel „Alpenpark“ in Kochel am See, das zudem ökologisch geführte „Schlossgut Oberambach“ oder das Hotel „Tölzer Hof“ in Bad Tölz. Die Problematik eines z. T. nicht mehr zeitgemäßen Qualitätsniveaus zeigt sich andererseits bei einer großen Anzahl kaum mehr vermietbarer Freizeitwohnungen.

Zu ergänzen ist auf der Angebotsseite notwendigerweise, wenn auch häufig in der öffentlichen Diskussion übersehen, dass z. B. 2004 in Betrieben unter neun Betten 33.074 Gäste mit 254.399 Übernachtungen gezählt wurden, was die Bedeutung der Privatvermieter bzw. der Landwirte unterstreicht. Gerade in den kleineren Gemeinden überwiegen klein strukturierte Angebote mit noch hoher Bedeutung von Privatvermietern oder Ferien auf dem Bauernhof, die vielfach von einer eigenen Touristinformation in Trägerschaft der Gemeinde oder aber auch durch einen Fremdenverkehrsverein koordiniert werden. Während die Angebote von Urlaub auf dem Bauernhof durchwegs positiv bewertet werden, wird vielen Privatvermietern eine fehlende Kundenorientierung bzw. Flexibilität nachgesagt. Durch teilweise „überalterte“ Vermieterstrukturen ist die Zimmerausstattung vielfach nicht mehr zeitgemäß und die Nachfrage nach Frühstückspensionen wird nicht ausreichend abgedeckt. In manchen Gemeinden, z. B. in Bichl, werden die früheren Fremdenzimmer nun vorzugsweise als Appartements längerfristig an Beschäftigte der umliegenden Unternehmen vermietet. Diese Kapazitäten stehen für den „normalen“ Tourismus nur noch eingeschränkt zur Verfügung.

Zieht man ergänzend zu den landkreisweiten Darstellungen noch einzelne Gemeinden und ihre Entwicklung heran, so kann man dazu Kochel am See und Bad Tölz auswählen. In Kochel am See, durch die attraktive Situation mit gleich zwei Seengebieten, dem Walchensee- und dem Kochelseegebiet, für eine touristische Entwicklung prädestiniert, sind die Übernachtungszahlen seit Jahren rückläufig. Zwar gibt es einige Traditionshäuser, wie z. B. das „Hotel Postillion“, das „Hotel Post“ oder das „Seehotel Grauer Bär“, die auch Seminarräume oder Wellnessangebote vorhalten, doch lassen sich damit die Schließungen verschiedener größerer Häuser am Ort nicht ausgleichen.

So steht beispielsweise das früher bedeutendste Hotel „Schmied von Kochel“ seit zwei Jahren leer. Das frühere Erholungsheim der Gewerkschaften, direkt am See gelegen, ist seit drei Jahren geschlossen. Allein durch die Schließung dieser beiden Häuser lässt sich der 10-prozentige Rückgang der Übernachtungszahlen erklären. Hinzu kommt, dass viele der Privatvermieter nur zögernd der geforderten Modernisierung ihrer Zimmer nachkommen und die Gästestruktur tendenziell überaltert. Neuen Aufschwung erhofft man sich von dem momentan im Um- bzw. Ausbau befindlichen Franz-Marc-Museum, das gemeinsam mit dem Buchheim-Museum in Bernried und dem Schloss-Museum in Murnau die expressionistische Bewegung im bayerischen Oberland dokumentiert. Nichtsdestotrotz bedarf es großer Anstrengungen, um die touristische Bedeutung Kochels wieder aufzuwerten. Die Beliebtheit des Ortes bei Naherholern ist dagegen ungebrochen. So gilt z. B. der Walchensee mit seiner stabilen



Windlage als sehr beliebtes Surfgebiet und zieht im Sommer rund 20.000 Tagesgäste (Surfer, Segler, Fischer, Badegäste) an (vgl. Arnold et al. 2007: 58).

Der traditionelle Kurort Bad Tölz befindet sich nach wie vor in einem Wandel vom Sozialkurort hin zum „freien Markt“. In kürzester Zeit war ein starker Rückgang der Übernachtungszahlen, aber auch der Aufenthaltsdauer der Gäste zu verzeichnen. Zahlreiche Kliniken haben diesem Wechsel nicht standgehalten und wurden geschlossen bzw. stehen leer. Gleiches gilt für verschiedene Hotels und Pensionen, von denen nur maximal ein Drittel als konkurrenzfähig eingeschätzt wird. Das bedeutet, dass auch in Zukunft mit weiter rückläufigen Bettenzahlen gerechnet wird. In Bad Tölz versucht man den Wandel durch einen massiven Ausbau der Sportangebote (Golf, Indoor-Klettern) zusätzlich zu dem überregional bedeutsamen Freizeitbad Alpamare, eines der wenigen profitablen privaten Bäder in Deutschland mit vielen Auszeichnungen und Innovationen, und durch die Eröffnung einer Sport-Jugendherberge und damit der Ansprache eines jungen, sport- und erlebnisorientierten Kundenkreises zu forcieren (vgl. Metzler 2007). Der Jodquellenhof oder das Posthotel Hofherr als zwei der wenigen 4-Sterne-Häuser im Landkreis ziehen ebenfalls einen neuen Kundenkreis – Seminar-, Tagungs- und Privatgäste – an und konnten in diesem gehobenen Segment im vergangenen Jahr deutliche Zuwächse bei den Übernachtungszahlen verzeichnen. Bad Tölz könnte für den Tourismus im Landkreis als Zugpferd fungieren und auch eine sehr wohlhabende Kundenschicht ansprechen, zumal der Name einen hohen Bekanntheitsgrad besitzt und in der Stadt einige Highlights zu finden sind. So gibt es in der Stadt an der Isar ausgesuchte Geschäfte und Boutiquen, eine der besten Konditoreien Deutschlands und einen Käsespezialisten im Luxussegment. Der traditionelle Leonhardiritt, weit über die Grenzen des Landkreises bekannt, ist ebenfalls ein Event, das den Namen der Stadt positioniert.

Es stellt sich die Frage, ob die Wintersportler als Zielgruppe einschließlich ihrer Verhaltensveränderungen zu wenig differenziert betrachtet werden.

Da entsprechende Studien flächendeckend für den bayerischen Alpenraum aktuell nicht vorliegen, soll anhand des Regionalbeispiels Oberallgäu und der drei Fallstudien Bad Hindelang, Gunzesried/Blaichach und der Marktgemeinde Oberstdorf versucht werden, Strukturelemente dieser Gästegruppen aufzuzeigen.<sup>2</sup>

## **2 Analyse des Wintersports anhand der Fallstudie Oberallgäu 2004**

### **2.1 Zur Bedeutung einzelner Wintersportarten**

Welche Rolle spielt das Skifahren, d.h. vor allem der Alpinbereich, im Rahmen der Wintersportaktivitäten? Während z.B. 1987 noch 16,6% der deutschen Bevölkerung sich als Skifahrer einstufen, lag dieser Anteilswert 1998 nur noch bei 13,2%. Im Zielgebiet Italien wuchs dagegen der Ski-Tourismus, stiegen doch etwa die Beförderungszahlen von Seilbahnen in Südtirol von Anfang der 1980er- bis Ende der 1990er-Jahre um 64%, nicht zuletzt mit Gästen aus Bayern. Dies ist wohl auch ein Ergebnis, das durch die quantitativen Extremwerte an Beschneiungsanlagen gerade in dieser Region mitbewirkt wurde (vgl. [www.seilbahn.net](http://www.seilbahn.net) 2003).

Zur Abschätzung der Bedeutung des Wintersports im Oberallgäu sollen zunächst die Schätzungen der Vertreter des Beherbergungs- und Gastronomiegewerbes herangezogen werden. Nach Angaben aller Befragten lag der Anteil der aktiven Wintersportler an allen Gästen bei 39%, in Gunzesried sogar bei knapp 50%, in Bad Hindelang bei 44%

<sup>2</sup> Im Rahmen eines mit 28 Studierenden besetzten Geländepraktikums im WS 2003/04 konnten umfangreiche Erhebungen dazu vorgenommen werden. Ein besonderer Dank gilt deshalb neben den Studierenden Herrn Dipl.-Geograph Markus Güntsch und den drei Bürgermeisterinnen der Testgemeinden.

■ Wintersport im bayerischen Alpenraum

und im hochentwickelten und großen Zentrum Oberstdorf bei 34 % (vgl. Abb. 4). Diese Daten sind vergleichbar den Ergebnissen von Harrer (2004: 138), der für Schönau 40 % und Garmisch-Partenkirchen 45 % ermittelte. Nach Wintersportarten unterschieden, stehen die Alpenskifahrer unter den Wintersportlern mit 45 % nur knapp vor den Langläufern mit 41 % (vgl. Abb. 5). Ein Ausnahmefall war das eher peripher gelegene, jedoch preislich günstiger gestaltete Gunzesrieder Tal, wo der Anteil der Alpenskifahrer weit über diesen Werten lag. Man wohnt dort günstiger als in Bad Hindelang und Oberstdorf, fährt jedoch zum Wintersport dann überwiegend in den Raum Oberstdorf aufgrund des dortigen breiten Angebots.

Abb. 4: Anteil der aktiven Wintersportler an den Gästen in den Gemeinden Bad Hindelang, Blaichach/Gunzesried und Oberstdorf nach Einschätzung der Anbieter im Jahr 2004

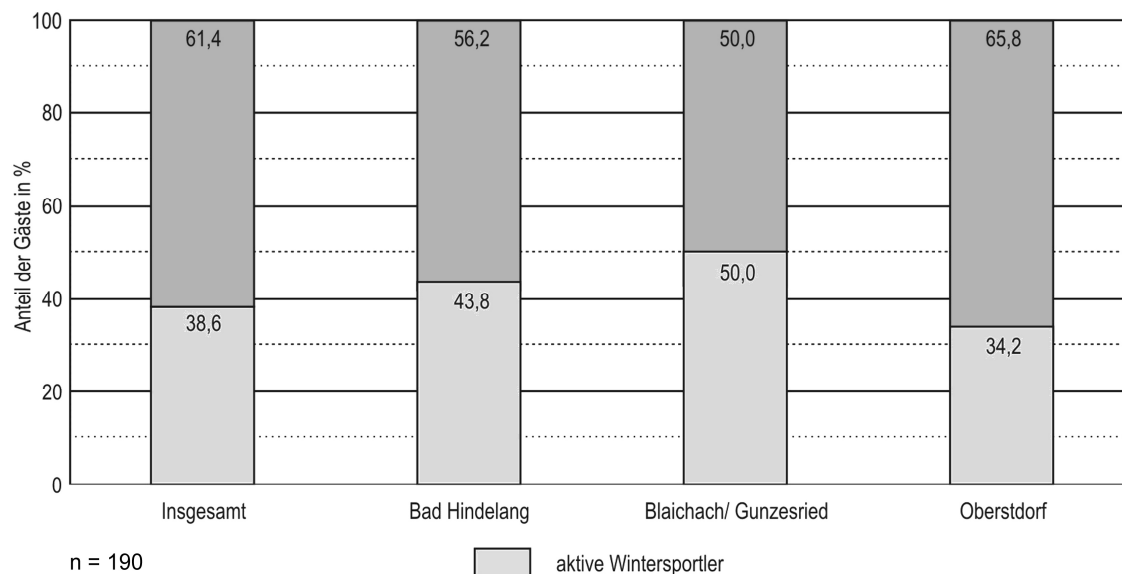
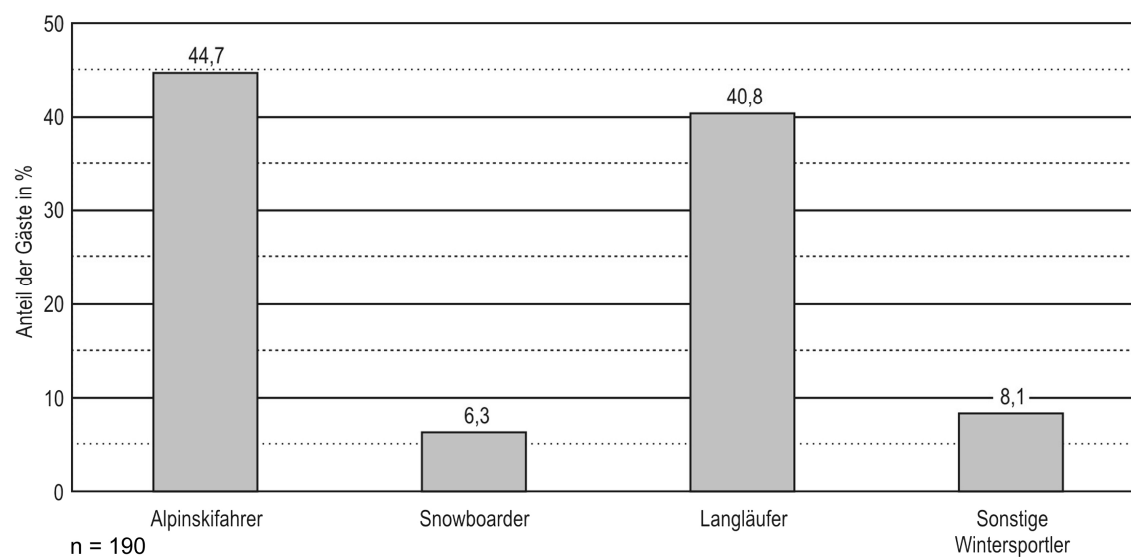
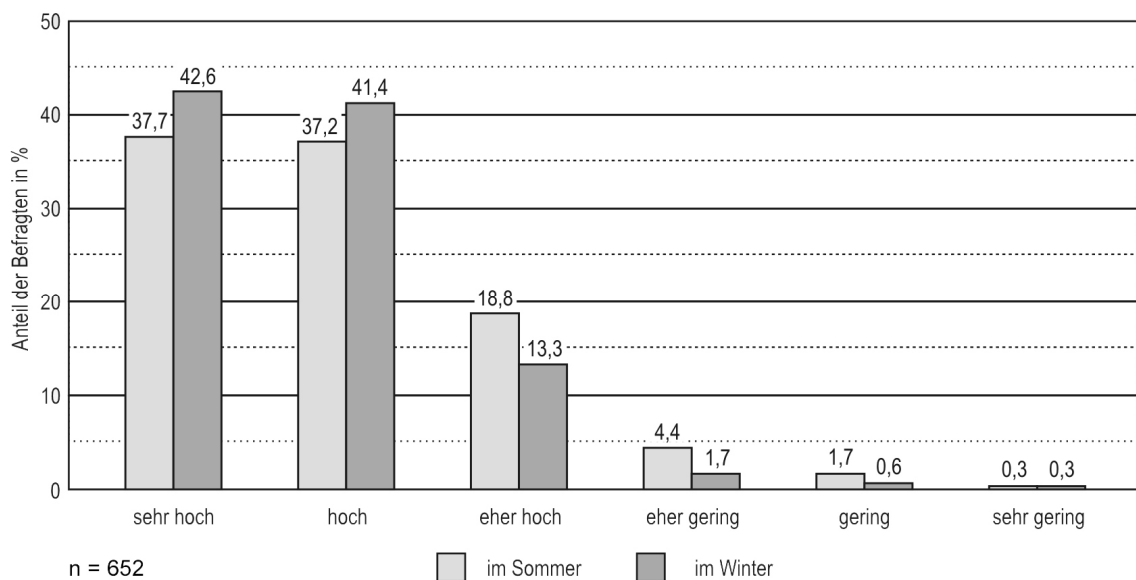


Abb. 5: Anteil der Alpenskifahrer, Snowboarder, Langläufer und sonstigen Wintersportler an den Gästen im Oberallgäu nach Einschätzung der Anbieter im Jahr 2004



Vergleicht man nun diese Fremdeinschätzung mit den Angaben der befragten Gäste (n = 652, davon 459 Übernachtungsgäste und 193 Tagesausflügler), so ist davon auszugehen, dass sie das Oberallgäu hoch bis sehr hoch bewerten, der Wintersaison sogar eine höhere touristische Attraktivität als der Sommersaison bescheinigen (vgl. Abb. 6), aufgrund der Selbsteinschätzung ein wohl zu erwartendes Ergebnis. Dabei zeigen sich bei den verschiedenen Gästegruppen jedoch Unterschiede in der Bewertung: Während etwa die Stammgäste, also solche, die bereits mehr als 10-mal ins Allgäu kamen, eine hohe Bewertung aussprachen, sehen die „Newcomer“ dies eher kritisch. Ähnliche Aussagen gab es in Bezug auf die altersstrukturelle Gliederung: So beurteilt die Altersklasse der über 60-Jährigen die Winterattraktivität des Oberallgäus mit 52% als sehr hoch, bei den jungen Leuten unter 30 Jahren erreichte dieser Wert nur 29% – eine große Herausforderung für die Marketingpolitik der Region.

Abb. 6: Bewertung der touristischen Attraktivität des Oberallgäus im Sommer und im Winter aus der Sicht der Besucher im Jahr 2004



Im Unterschied zur Meinung der Vermieter und Gastronomen gaben über drei Viertel der Gäste an, Wintersport zu betreiben, knapp zwei Drittel betonten jedoch auch das Spaziergehen und das Wandern (vgl. Abb. 7). Differenziert nach Wintersportarten entschied sich mehr als die Hälfte für Ski alpin, für Langlauf waren es 37% (vgl. Abb. 8). Diese Daten liegen nun im Bereich der Schätzungen der Vermieter, wobei wiederum im Gunzesrieder Tal die Alpin-Skifahrer den Ausreißer nach oben bedeuten und nur die Gäste in Oberstdorf mit 57% deutlich über den Schätzungen der Angebotsseite liegen. Trennt man die Ergebnisse noch nach den Angaben der Touristen und der Tagesausflügler, so wird die spezifische Zielorientierung auf eine Sportart beim Tagesausflug ersichtlich, liegt doch der Anteil der Alpin-Skifahrer bei dieser Gruppe mit 65% deutlich über dem entsprechenden Anteilswert der Übernachtungsgäste.

Abb. 7: Zentrale Aktivitäten der Besucher des Oberallgäus nach eigenen Angaben im Jahr 2004

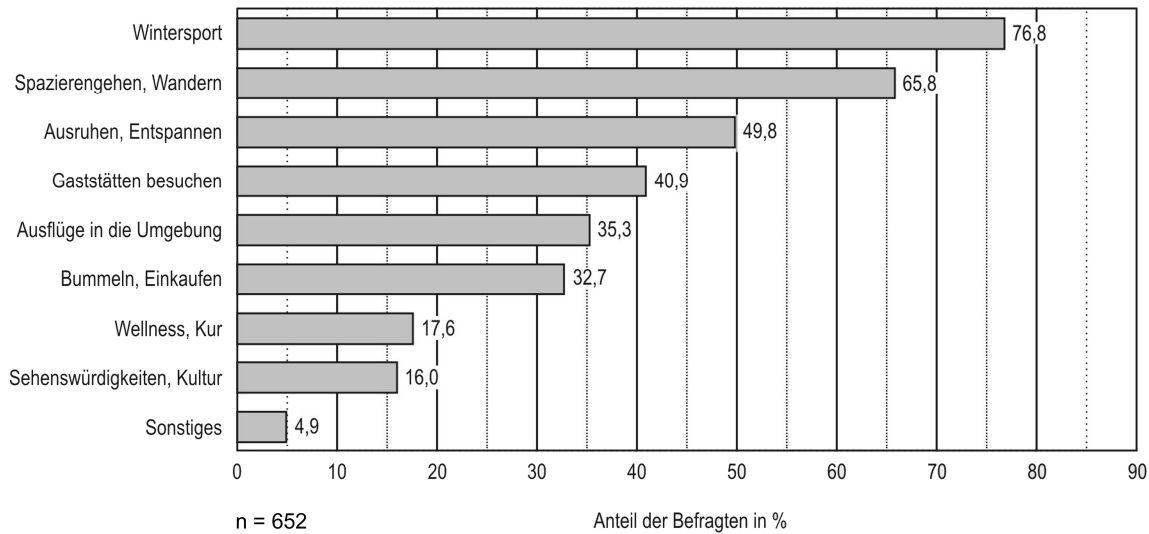
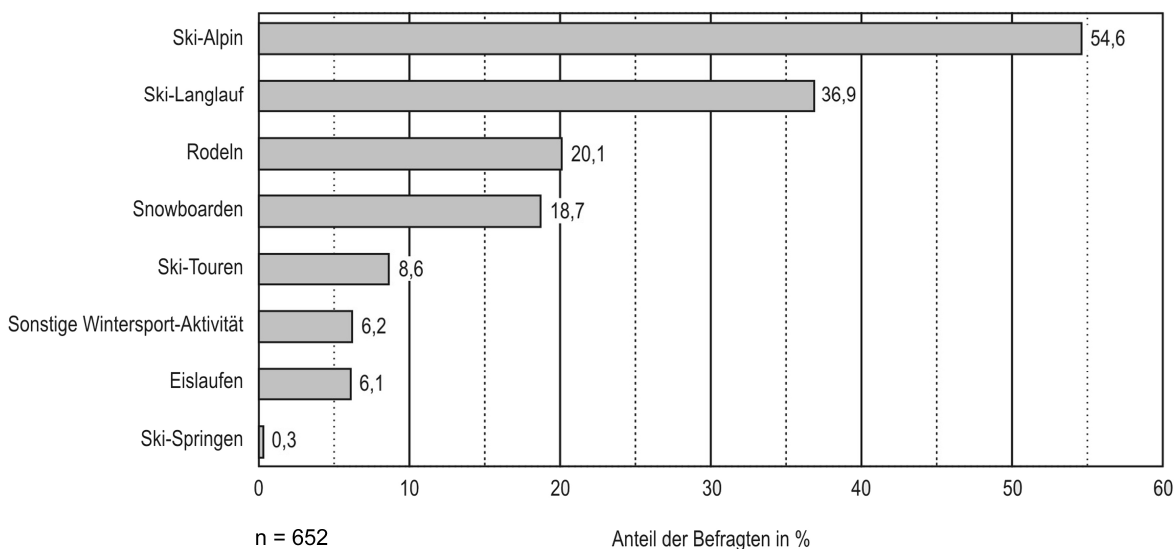


Abb. 8: Bedeutung einzelner Wintersportarten im Oberallgäu nach Angaben der Besucher im Jahr 2004



## 2.2 Bewertung der Rahmenbedingungen des Wintersports für die Besucher des Oberallgäus

Die Bewertung des Angebotes für den Wintersport fällt bei Touristen und Tagesausflüglern ähnlich aus. Wie zu erwarten war, werden die Oberstdorfer Angebote an Seilbahnen und Pisten von Seiten der Alpin-Skifahrer am besten bewertet. Auch das Loipenangebot wird recht gut eingeschätzt, wobei das Angebot im Ostrachtal (Bad Hindelang) schlechter als in den beiden anderen Testgebieten ausfällt.

Bei der Bewertung der Schneeverhältnisse fällt auf, dass die Situation in der Oberstdorfer Region am schlechtesten abschneidet. Dies lag zum Zeitpunkt der Befragungen im Januar 2004 sicherlich an den mäßigen Schnee- und ungünstigen Temperaturverhältnissen für die Beschneigung, war jedoch angesichts der hohen Erwartungen der Alpin-Skifahrer von den Bedingungen dieser Region her verständlich. Doch auch bei

der Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses schnitt Oberstdorf am schlechtesten ab, ein nicht unwichtiger Aspekt im Wettbewerb um hohe Qualitätsstandards der Ski-Destinationen im europäischen Alpenraum.

Welche Überlegungen für die regionale und insbesondere kommunale Infrastrukturplanung haben und/oder können sich daraus ergeben?

### 2.3 Anwendung auf die kommunale Infrastrukturplanung

In den 90er-Jahren des letzten Jahrhunderts gab es nur wenige größere Innovationen im Wintertourismus im Oberallgäu. Die Region selbst konnte sich noch 2002/2003 bezüglich der Chance, Standort eines alpinen Leistungszentrums für jugendliche Alpinskifahrer zu werden, nicht einigen. Wenn überhaupt, dann wurden neue Entwicklungen in erster Linie lokal bezogen. Es war ein wichtiger Schritt der Bayerischen Eisenbahngesellschaft, mit dem „Alex“ neuen Wind auf der Schiene zwischen München und Oberstdorf zu entfachen. Seit dem 14. Dezember 2003 fährt im stündlichen Wechsel mit der DB der neue Allgäu-Express, ein gemeinsamer Zug der Länderbahn und der Schweizer EuroTHURBO. Damit soll ein aktiver Beitrag für den regionalen Tourismus geleistet werden, mit dem auch versucht wird, die wachsende Zahl ausländischer Touristen vom Flughafen München in das Allgäu zu bringen – ein wichtiges Unterfangen angesichts der Tatsache, dass ausländische Touristen durchaus eine Bedeutungszunahme erfahren könnten.

Aber auch in den ausgewählten Testgemeinden hat in den letzten Jahren, nach mancher Schwerpunktsetzung auf Ziele und Strategien des sanften Tourismus in den 1990er-Jahren, eine Erneuerungs- und Ergänzungswelle an Infrastruktur gerade im Wintersport stattgefunden.

So wird in Bad Hindelang neben dem Gesundheitsbereich gleichberechtigt auch der Wintersport als zentrales touristisches Thema gewertet. Dabei liegen im alpinen Bereich die wesentlichen Schwächen der Marktgemeinde in den von der Natur vorgegebenen Ausbaupkapazitäten. Mit dem Umbau der Iselerbahn versuchte man wieder Skifahrer aus dem Ostrachtal und vor allem Tagesausflügler aus dem bayerisch-schwäbischen und württembergischen Raum in die noch relativ schneesicheren Lagen zwischen 1.200 und 1.600 m ü. NN zu holen. Der Neubau der total veralteten Sesselbahn zum Imberger Horn, aus den 1960er-Jahren stammend, zur Kabinenbahn soll im Winter vor allem den Rodelsport forcieren.

Selbst in dem kleinen Ortsteil Gunzesried der Industriegemeinde Blaichach wurde mit einer neuen Doppelsesselbahn das Gebiet am Ofterschwanger Horn erschlossen. Den Hauptbeitrag jedoch leistet die neue Vierer-Sesselbahn „Weltcup-Express“ von Ofterschwang aus. Aufgrund der doch recht bescheidenen absoluten Höhenlage ist sie aber nur mithilfe umfangreicher Beschneiungsanlagen über eine längere Saison zu nutzen.

Besonders deutlich zeigt sich der Wandel der Strategien in Oberstdorf. Noch vor zehn Jahren wurde die mangelnde Schneesicherheit als wesentliche Schwäche gerade im Wintersportzentrum des Oberallgäus angesehen. Diesen „Durchhänger“ der Entwicklung nutzten die Verantwortlichen vor Ort, um mittels Schneekanonen eine neue regionale Stärke herauszuarbeiten. Heute werden sowohl die Loipen wie auch die Pisten umfassend beschneit.

Im Alpinbereich ist neben der Möser-Bahn als neuem Sechser-Sessellift mit einer Förderleistung von 3.000 Skifahrern pro Stunde eine enorme Kapazitätssteigerung geschaffen worden. Die Söllereckbahn wird in den nächsten Jahren mit einem Investiti-

onsvolumen von ca. 14,5 Mio. € völlig renoviert und damit den dynamischen Entwicklungen im Kleinen Walsertal angepasst. Im Nordischen Wintersport hat die WM 2005 den Durchbruch geschafft, das Prädikat „Nordisches Zentrum“ für weitere vier Jahre zu verlängern. Dies wird von einem notwendigen Event-Veranstaltungsprogramm begleitet. Entsprechende Arbeitskreise in Oberstdorf belegen die Hinwendung zu Marktnähe und Wettbewerbsbereitschaft. Dabei besteht das breite Wintersportangebot v. a. auf der hohen natürlichen Attraktivität in unterschiedlichen Höhenstufen. Auf den weiten Flächen im Tal ist sowohl Winterwandern als auch Langlaufen möglich. In den mittleren Höhen sind gute Anfängerpisten gegeben, während in den höheren Lagen (z. B. Fellhorn- oder Nebelhornbahn) ideale Bedingungen für geübte Wintersportler vorhanden sind. Der hohe Bekanntheitsgrad, den Oberstdorf vor allem Wintersport-Großveranstaltungen wie der Vier-Schanzen-Tournee zu verdanken hat, gilt als die Stärke gegenüber anderen Tourismusorten. Mittels starker Medienpräsenz versucht sich Oberstdorf immer wieder als ideale Wintersport-Destination zu profilieren. Dabei besitzt es gegenüber anderen beliebten Wintersportorten wie Davos, Ischgl oder St. Moritz den großen Vorteil, dass die Region nicht nur im Winter, sondern auch im Sommer sehr attraktiv ist. Und im Vergleich zu Davos oder St. Moritz ist Oberstdorf ein noch recht idyllisches „Bergdorf“ geblieben.

### **3 Fazit: Ansätze für Perspektiven**

Die Untersuchungen haben gezeigt, dass genaue Kenntnisse der Aktivitäten von Strukturen und Verhaltensweisen der Touristen und Naherholer grundlegend für ein zielgruppengerechtes Marketing sind. Dabei werden etwa im Alpinskiereich nicht nur „normale“ Abfahrtpisten vonseiten der Gäste gewünscht, sondern auch Genuss-Skipisten, Buckelpisten, Boardercrosspisten oder Funparks für Snowboarder. Die ergänzenden Angebote im Freiraum wie auch im Ort selbst setzen eine enge Kooperation aller am Tourismus beteiligten Handlungsakteure voraus. Nur so kann eine Gemeinde ein klares Marktprofil erreichen und eine entsprechende Marktpositionierung erreichen.

Da wohl auch in naher Zukunft der Skisport, alpin und nordisch, ein wesentliches Nachfrageelement im bayerischen Alpenraum in der Wintersaison darstellen wird, verbunden mit Events und einer günstigen Erreichbarkeit der Region, gilt es auch, den Schneeverhältnissen die notwendige Aufmerksamkeit zu widmen. In den drei Testgebieten des Oberallgäus halten etwa 64% der Besucher gute Schneeverhältnisse für essentiell bzw. sehr wichtig für ihren Aufenthalt in der Region. Zwar gaben 59% der Gäste an, auch bei Schneemangel das Oberallgäu weiter zu besuchen, dagegen antworteten 19% der Befragten, dass sie dann einen anderen Aufenthaltsort wählen würden. Schneesicherheit ist zu einem wichtigen Kriterium für die Entscheidung für ein Zielgebiet geworden. Sollte diese nicht gewährleistet werden können, gilt es mit Ideenreichtum alternative Strategien und innovative Projekte für die Zielgruppen außerhalb des Wintersports zu erarbeiten – angesichts billiger Tarife im europäischen Flugverkehr und des wachsenden Wettbewerbs unter den Wintersport-Destinationen im zentralen Alpenbereich eine überaus große Herausforderung. Dies wiegt angesichts der erwähnten Infrastruktur- und Kommunikationsdefizite in zahlreichen Gemeinden sowie vor allem des erheblichen Investitionsstaus im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe umso schwerer.

## Literatur

- Arnold, J.; Maier, J.; Rausch, J.; Schläger-Zirlik, P., unter Mitarbeit von K. Ruppert (2007): Regionales Entwicklungskonzept für den Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen. Bayreuth.
- Bieger, T. (1999): Bergbahnen und Skigebiete: Kleingewerbe oder Großkonzerne? In: Bieger, T.; Laeser, C. (Hrsg.): Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft, 1998/99. St. Gallen, S. 155-169.
- Harrer, B. (2004): Wintertourismus in Bayern und die Wertschöpfung durch Bergbahnen – am Beispiel von vier Orten. In: Maschke, J. (Hrsg.): Jahrbuch für Fremdenverkehr 2004, 46. Jg., S. 128-143.
- Metzler, D. (2007): Regionalwirtschaftliche Effekte von Freizeitgroßeinrichtungen. Eine methodische und inhaltliche Analyse. Kallmünz/Regensburg. = Münchner Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie, Bd. 46.
- Meyer, A. (o.J.): Die Zukunft des bayerischen Tourismus. Grundlagenstudie im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie. München.