

Spontan verreisen im Trend: Oberstdorf setzt gezielt Impulse für Nebensaison

Februar 2026, Oberstdorf

Die Reiselust ist hoch, gleichzeitig verändern sich Buchungsgewohnheiten spürbar. Immer mehr Gäste entscheiden sich kurzfristig für eine Auszeit. Auf diese Entwicklungen reagiert Tourismus Oberstdorf mit gezielten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen. Im Fokus stehen dabei insbesondere die auslastungsschwächeren Monate März und April sowie die wachsende Nachfrage nach flexiblen Kurzaufenthalten.

Messepräsenz bringt direkte Nachfrageimpulse



Tourismus Oberstdorf auf der CMT in Stuttgart und auf der REISEN & CARAVANING in Hamburg.
© Tourismus Oberstdorf

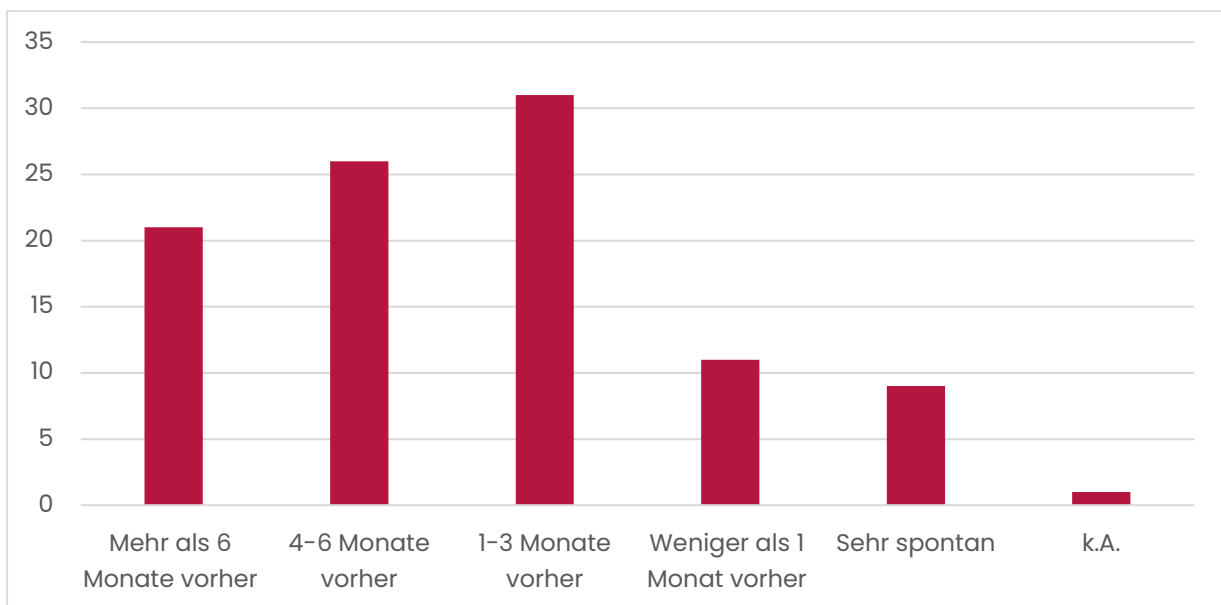
Wichtige Impulse lieferte zuletzt die Präsenz auf zwei der größten Publikumsmessen im deutschsprachigen Raum, der CMT in Stuttgart sowie der REISEN & CARAVANING in Hamburg. Mitarbeitende von Tourismus Oberstdorf nutzten die Veranstaltungen, um die Destination zu präsentieren, Inspiration zu geben und konkrete Urlaubsanfragen zu beraten.



„Der direkte Austausch zeigt uns sehr deutlich, wie stark das Interesse an kurzfristig planbaren Reisen ist“, erklärt Anna Sattler, Marketing Managerin bei Tourismus Oberstdorf, die auf beiden Messen persönlich vor Ort war. Viele Besucher informierten sich gezielt über freie Kapazitäten in den kommenden Wochen oder suchten nach buchbaren Angeboten für eine spontane Auszeit.

Kurzfristige Buchungen und kurze Aufenthaltsdauer gewinnen an Bedeutung

Aktuelle Branchenauswertungen bestätigen diese Entwicklung. Rund ein Drittel der Reisenden entscheidet sich ein bis drei Monate vor Reiseantritt. Etwa ein Fünftel bucht sogar weniger als einen Monat im Voraus oder ganz spontan.¹



*Frage: Wie weit im Voraus haben Sie sich für Ihr Reiseziel entschieden?
Teilgruppe: Personen, die 2025 bereits verreist sind bzw. noch verreisen. Abbildung in Anlehnung an Statistik „Reiseentscheidung“ des Bayerischen Zentrum für Tourismus¹*

Parallel dazu wächst die Nachfrage nach Kurzaufenthalten kontinuierlich. Aufenthalte von ein bis drei Nächten machen mittlerweile einen hohen Anteil der Inlandsreisen aus. Für Destinationen eröffnen sich daraus neue Chancen. Kurzfristig verfügbare Kapazitäten können gezielt vermarktet, Buchungslücken geschlossen und zusätzliche Wertschöpfung erzielt werden.

Gerade die Belegung der Monate März und April besitzt für die Region hohe wirtschaftliche Relevanz. Die Auslastung liegt unter den Spitzenwerten der



OBERSTDORF

Sommermonate. Gleichzeitig profitieren Gäste in dieser Zeit von guten Verfügbarkeiten und attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnissen.

„Spontanität ist für viele Gäste Teil des Urlaubserlebnisses geworden. Auch kurze Trips gewinnen weiter an Bedeutung. Das klassische lange Wochenende bietet großes Potenzial“, so Petra Genster. „Darauf müssen sich auch die Gastgebenden und Vermietenden aktiv einstellen mit flexiblen Angeboten, schneller Buchbarkeit und attraktiven Reiseanlässen.“

Digitale Kampagnen rücken Oberstdorf in den Fokus

Tourismus Oberstdorf setzt verstärkt darauf, die Marke Oberstdorf sicht- und erlebbar zu machen, auch im digitalen Bereich. Saisonale Highlights und attraktive Arrangements mit Preisvorteilen wie vergünstigte Skipässe, „geschenkte“ Übernachtungen, inkludierte Bergbahntickets oder erweiterte Wellnessleistungen werden direkt an die relevanten Zielgruppen kommuniziert. Die Angebote sind bewusst auch auf kurze Aufenthalte zugeschnitten und sollen zusätzliche Buchungsanreize schaffen. Aktuelle Trends im Tourismus werden dabei aufgegriffen und durch digitale Kampagnen über Suchmaschinen, Social Media und Displaywerbung direkt an die relevanten Zielgruppen gebracht.

- **SKI Oberstdorf Kleinwalsertal**
10% Rabatt auf Skipässe im Gebiet Oberstdorf-Kleinwalsertal
- **Winterglück**
1 Nacht geschenkt ab 5 Nächten Aufenthalt und 50% Rabatt auf Wintersportkurse (Langlauf, Schneeschuh und Biathlon)
- **Winterwandern grenzenlos**
Inklusive Bergbahnticket für Fußgänger, Eintritt in die Breitachklamm und Busticket
- **Wellness und Wohlfühlen für Kurzenschlossene, 4:3**
3 Nächte zahlen, 4 Nächte bleiben. Auf die regulären 20% Rabatt für Oberstdorfer Übernachtungsgäste gibt es weitere 10% auf den Thermen- und Saunatarif





„Ski OK“ ist eine Winter-Marketingkampagne von Tourismus Oberstdorf, Kleinwalsertal Tourismus und den OK Bergbahnen. Der Slogan „Wo Skifahren beginnt“ zeigt der Zielgruppe, wo ihr persönliches Skiabenteuer beginnt. © Ski Oberstdorf Kleinwalsertal

Ganzjährige Mehrwerte unabhängig von Wetter und Schneelage

Ein besonderer Fokus liegt auf der Kommunikation wetter- und schneeunabhängiger Angebote. Ziel ist, Oberstdorf als ganzjährig attraktive Destination zu positionieren. Laut Bayerischem Zentrum für Tourismus planen 39 Prozent der Deutschen zwischen Dezember 2025 und April 2026 eine Reise. Nur rund ein Drittel legt dabei Wert auf Schnee. Gleichzeitig steigt der Anteil der Gäste, für die Schneesicherheit keine entscheidende Rolle spielt.²

Oberstdorf bietet hierfür vielfältige Möglichkeiten. Neben klassischen Wintersportaktivitäten gibt es zahlreiche ganzjährig erlebbare Angebote. Dazu zählen hochwertige Wellness- und Gesundheitsangebote, kulinarische Erlebnisse, Kultur- und Veranstaltungsformate sowie naturnahe Aktivprogramme. Die [Winter-Erlebniswochen](#), [EKO \(Experimentelle Kunst Oberstdorf\)](#) und weitere Highlights beispielweise tragen ebenfalls dazu bei, die Vielfalt der Region auch in ruhigen Monaten erlebbar zu machen.

„Wir zeigen bewusst, dass ein Aufenthalt bei uns zu jeder Jahreszeit besondere Mehrwerte bietet“, betont Petra Genster. „Unsere Angebote funktionieren unabhängig von Wetter und Schneelage. Genau das schätzen unsere Gäste.“ Auch



OBERSTDORF

Anna Sattler ist überzeugt. „Wer sich jetzt für einen Urlaub in Oberstdorf entscheidet, profitiert von hoher Qualität, guten Verfügbarkeiten und besonderen Erlebnissen und entdeckt die Destination aus einer neuen Perspektive.“

Quellen

¹ Bayerisches Zentrum für Tourismus (BZT), „Umfrage zur Reiseentscheidung“, veröffentlicht am 29.01.2026. Online verfügbar unter: [bzt.bayern https://bzt.bayern/umfrage-reiseentscheidung/](https://bzt.bayern/umfrage-reiseentscheidung/)

² Bayerisches Zentrum für Tourismus (BZT), „Winterurlaub 2025/2026“, veröffentlicht am 11.12.2025. Online verfügbar unter: <https://bzt.bayern/winterurlaub-2025-2026/>

Presse Kontakt:

Tourismus Oberstdorf

Stefanie Näbrig

Presse & Kommunikation

presse@oberstdorf.de

T+49 (0)8322 700-1208

