

OBERSTDORF 

Jahresbericht

2025

Das Hochgefühl der Alpen.

GEMEINSAM STARK: RÜCKBLICK, ENTWICKLUNGEN UND EIN LEITBILD FÜR DIE ZUKUNFT

Ein bewegtes und erfolgreiches Jahr liegt hinter uns. 2025 war geprägt von vielen besonderen Momenten, großem Engagement und einer starken Oberstdorfer Gemeinschaft. Unser Tourismus lebt von Menschen, von Gastgeberinnen und Gastgebern, von Partnerbetrieben und vielen engagierten Akteurinnen und Akteuren im Dorf. Zusammen gestalten wir unseren Lebens- und Urlaubsraum in einer einzigartigen Naturlandschaft. Unser gemeinsames Ziel ist es, Oberstdorf als besonderen Ort erlebbar zu machen, für unsere Gäste ebenso wie für die Menschen, die hier leben und arbeiten.

Mit dem Team von Tourismus Oberstdorf haben wir auch im vergangenen Jahr daran gearbeitet, die Nachfrage nach Urlaub in Oberstdorf zu stärken. Durch gezielte Vermarktung, die Organisation

von Erlebnissen und Veranstaltungen sowie Investitionen in die touristische Infrastruktur, wie die Oberstdorf Therme, konnten wir wichtige Impulse setzen. Ebenso wichtig waren uns eine verantwortungsvolle Besucherlenkung im Tagesausflugsverkehr sowie die Beratung und Unterstützung unserer Gastgeberinnen und Gäste.

Mit der Ausarbeitung unseres Zukunftsbildes haben wir zudem einen wichtigen Meilenstein erreicht. Es gibt uns Orientierung für die weitere Entwicklung unserer Destination und zeigt, wie wir Oberstdorf nachhaltig und zukunftsfähig gestalten wollen. Dieser Rückblick macht sichtbar, was wir gemeinsam geschafft haben: zahlreiche Projekte, Initiativen und Besonderheiten, die das vergangene Jahr geprägt haben.

Unser besonderer Dank gilt allen gastgebenden Betrieben, Partnerinnen und Partnern aus Wirtschaft und Tourismus, Kooperationspartnerinnen und -partnern, Grundstückseigentümerinnen und -eigentümern, Dienstleistenden sowie den Gemeinderätinnen und Gemeinderäten für die vertrauensvolle Zusammenarbeit. Vor allem aber danken wir den Menschen in Oberstdorf, die mit ihrer Gastfreundschaft, ihrer Begeisterung und ihrem täglichen Einsatz dazu beitragen, dass unser Dorf lebendig bleibt. Gemeinsam mit Ihnen schaffen wir auch 2026, Tag für Tag, besondere Momente für unsere Gäste und viele echte Oberstdorfer Hochgefühle.

Petra Genster

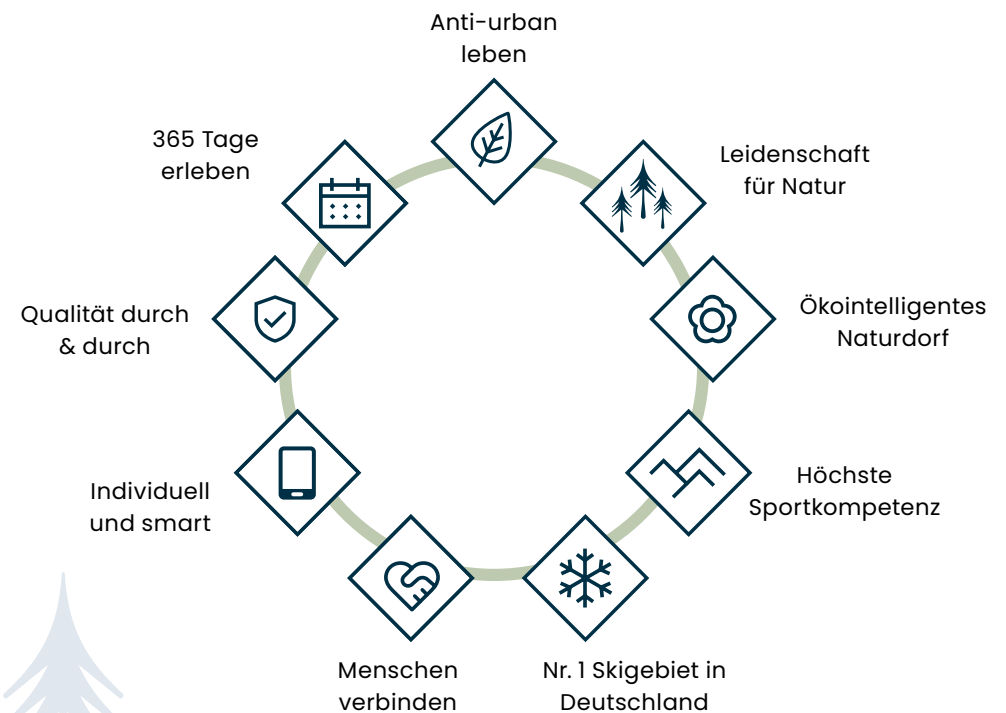
Stellvert. Tourismusdirektorin
und das Team vom Tourismus Oberstdorf

DAS ZUKUNFTSBILD

Das im Jahr 2025 entwickelte Zukunftsbild bildet das strategische Fundament für die zukünftige Entwicklung unseres Lebens- und Urlaubsraums. Es versteht sich als gemeinsamer Orientierungsrahmen für die langfristige Weiterentwicklung Oberstdorfs als führende alpine Tourismusdestination und zugleich als lebendiger Lebensraum für seine Bürgerinnen und Bürger.

In einem intensiven, partizipativen Prozess haben rund 80 engagierte Bürgerinnen und Bürger ihre Perspektiven, Erfahrungen und Visionen eingebracht, um ein gemeinsames Verständnis zu entwickeln und Oberstdorf nachhaltig, authentisch und wirtschaftlich tragfähig für die kommenden Jahre aufzustellen.

- ◊ **Zentrales Leistungsversprechen:** Wir aktivieren echte Wohlfühlmomente (Flow) im alpinen Naturparadies und schaffen Erlebnisse, die Menschen nachhaltig ins Gleichgewicht bringen.
- ◊ **Qualität & Identität:** Eine konsequente Qualitätsstrategie sichert den Schutz unseres authentischen Dorfcharakters und der Lebensqualität.
- ◊ **Lebendiger Kompass:** Die Erfolgsmuster machen das Leitmotiv greifbar und visualisieren die zentralen Kräfte, die uns auf dem gemeinsamen Weg bis 2035 antreiben.
- ◊ **Basis für Entscheidungen:** Das Zukunftsbild dient als verbindliche Orientierung für Projekte, Infrastruktur und Investitionen der kommenden Jahre.



ÜBERNACHTUNGEN & GÄSTEANKÜNFT

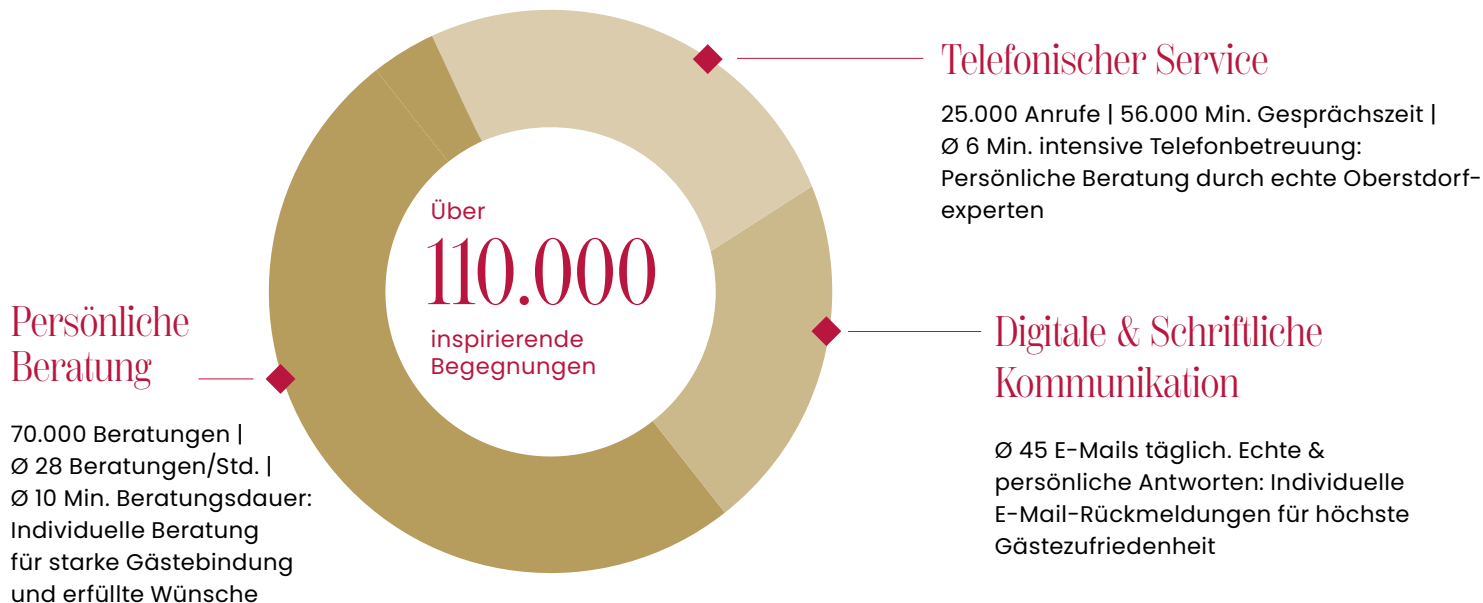


Rekordjahr 2025

Das Sommerhalbjahr 2025 markiert einen neuen Höchstwert: Mit einer durchschnittlichen Auslastung von 70% bei den touristisch bewirtschafteten Betten wurden die bisherigen Rekorde aus 2018 und 2024 übertroffen. Während der Sommer die zentrale Hauptreisezeit bleibt, stützen zunehmend Zweit- und Drittreisen die Auslastung der weiteren Monate. Dass die Belegung trotz 7 % Kapazitätsrückgang im letzten Jahrzehnt steigt, belegt den Erfolg unserer Qualitätsstrategie. Wir erzielen eine höhere Wertschöpfung bei effizienterer Flächennutzung und sichern so die Stabilität unserer Partnerbetriebe.



TOURIST INFORMATIONEN & SERVICE



Nordi Chat: Service ohne Pause

Mit dem „Nordi Chat“ haben wir unser Serviceversprechen ins Digitale verlängert. Der KI-gestützte Assistent bietet auf unserer Website eine alternative Anlaufstelle für Gästeanfragen auch außerhalb der Öffnungszeiten. Indem wir Fragen frühzeitig abfangen und Gäste Informationen direkt online finden, garantieren wir als moderne Ganzjahresdestination 365 Tage im Jahr schnelle Orientierung und Hilfe bei der Urlaubsplanung.



MEILENSTEIN THERME: ERÖFFNUNG & BETRIEB

Die Therme ist unser wetterunabhängiger Anker für den Ganzjahrestourismus. Ein Projekt der Superlative ist am Ziel.

- ◇ **Investition:** 49 Mio. € netto (gefördert mit ca. 11,7 Mio. €)
- ◇ **Team:** Ca. 50 Mitarbeitende sorgen für Ihr Wohlbefinden und besten Service
- ◇ **Gigantische Bauleistung:** 856 t Stahl, 160 km Kabel und 5.600 m³ Beton wurden verbaut
- ◇ **Regionale Wertschöpfung:** Realisiert durch 78 Gewerke und ca. 180 Firmen
- ◇ **Nachhaltige Energie:** Direkte Stromversorgung durch die neue 200 kWp PV-Anlage und die Anbindung an das Nahwärmenetz

W therme-oberstdorf.de



MOBILITÄTS-OFFENSIVE: DER NEUE RINGBUS

Mehr Takt, mehr Komfort, bessere Verbindungen. Mit dem neuen Ringbussystem wird Mobilität in Oberstdorf noch einfacher und umweltfreundlicher. Die Linien R9 und R10 verbinden den Ort effizienter denn je und sorgen mit neuen Zeiten und zusätzlichen Haltestellen für eine deutlich bessere Erreichbarkeit im Ort und den Ortsteilen. Mit über 220.000 Fahrgästen jährlich ist der Ringbus ein zentraler Hebel unserer Mobilitätswende. Er reduziert den Individualverkehr im sensiblen Ortskern und entlastet unseren Lebensraum.

NORDIC PARK: GANZJÄHRIGE FAMILIEN-ACTION



Das Highlight für die ganze Familie: Schneeparcours im Winter und Pumptrack, Skate- und Scooterbereich sowie Calisthenics-Park und Kletterfelsen im Sommer – der Park begeistert alle Generationen.

- ◇ **Eröffnung:** Mai 2025
- ◇ **Erfolg:** Verbindung Breiten- mit Leistungssport | Umsatzverdopplung Nordic Café
- ◇ **Ganzjährige Nutzung:** Wechsel zwischen Sommer- und Wintermodulen
- ◇ **Investitionsvolumen:** 915.000 €

„MING PLÄTZLE“: NATUR VERSTEHEN & BEWAHREN



Sechs besondere Orte (u.a. Moorweiher, Breitachklamm) wurden als Identifikationspunkte fertiggestellt. Sie verbinden visuelle Highlights mit wertvoller Wissensvermittlung zum Natur- und Klimaschutz. Indem wir Naturerleben mit Aufklärung koppeln, schaffen wir bei Gästen ein tiefes Verständnis dafür, wie wichtig der Erhalt unserer sensiblen Biotope ist.

INFRASTRUKTUR: SMARTE SERVICE-LEISTUNGEN

Wir investieren in die Zukunft: von regenerativer Energie bis zum Artenschutz.

- ◇ **Energie:** Neue PV-Anlage (134 kWp) versorgt Therme und Oberstdorf Haus
- ◇ **Innovation:** Alpenweit einmaliger „Wachstipp“ für Langläufer durch Live-Schnee-Temperaturmessung
- ◇ **Tier- und Naturschutz:** Aktives Bibermanagement am Moorweiher und Moorbad

VERMARKTUNGS- MASSNAHMEN

Das PESO-Modell bildet das strategische Grundgerüst unserer Kommunikation: Durch die gezielte Verzahnung von **bezahlten** (Paid), **verdienten** (Earned), **geteilten** (Shared) und **eigenen** (Owned) Aktivitäten schaffen wir wertvolle Synergien. Wir steigern die Bekanntheit, stärken die Glaubwürdigkeit, wecken Neugierde und Nachfrage und begleiten unsere Gäste effizient über alle Kanäle hinweg.

Print & Content

Strategische Neuausrichtung: Wir stellen unsere Printprodukte auf unbegrenzte Gültigkeit um, zur Vermeidung von Überproduktion. Damit schonen wir Ressourcen und reduzieren Kosten. Print fungiert nun gezielt als „Brücke zu Online“.

Neuerscheinungen: Veröffentlichung „Wanderbüchle“ sowie Broschüren „Hereinspaziert“ und „Schlemmen & Entdecken“ für Gastronomie und Einzelhandel

Content Production: Durchführung von jeweils acht neuen Video- und Foto-shootings für hochwertiges Bildmaterial für Print- und Onlinekommunikation.

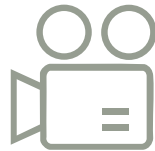
Veranstaltungen & Erlebnisse

- ◇ **Live:** 720 Events, davon u. a. 45 Konzerte, 84 politische Sitzungen, 10 Tagungen/Kongresse und 148 x Gästeprogramm
- ◇ **Highlights:** Käsefestival, Fotogipfel, Dorffest, Allgäuer Lieder- und Jodlertag
- ◇ **Gästeprogramm:** 10.083 Teilnehmende in 130 verschiedenen Programm-

Website: Über **13 Mio. Seitenaufrufe/Jahr** mit einer durchschnittlichen Verweildauer von fast 4 Minuten. Diese enorm hohe Reichweite macht uns unabhängiger von Drittanbietern und ermöglicht es uns, Gäste gezielt und kosteneffizient anzusprechen.

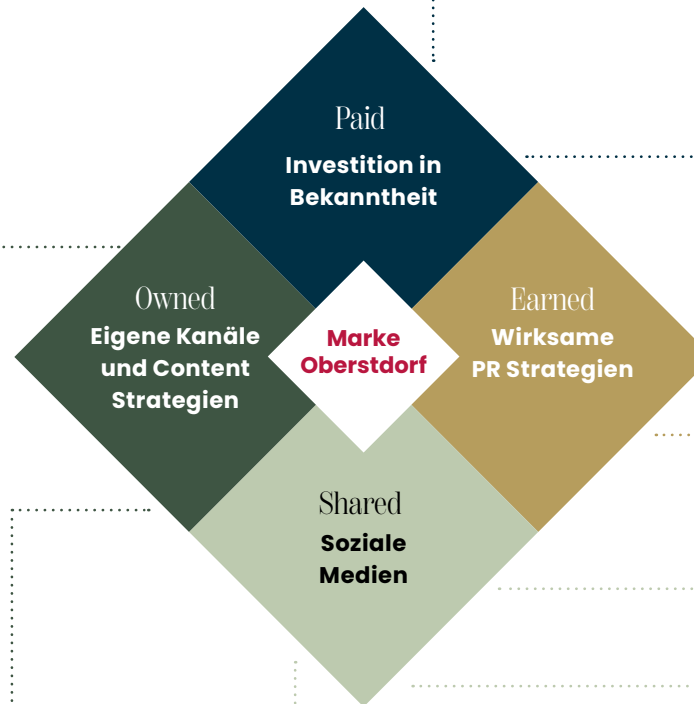
App: 28.000 Downloads (Steigerung von ca. 22% zum Vorjahr)

Newsletter: 46.000 Abonnenten (Steigerung von ca. 5% zum Vorjahr)



Fokus auf Positionierung als Ganzjahresurlaubsdestination und Stärkung des Markenclaims „Hochgefühl der Alpen“ in Deutschland, Niederlande und Schweiz.

Kampagnen: Steigerung der allgemeinen Markenbekanntheit durch gezielte Awareness- und Conversion-Kampagnen und Maßnahmen. Highlight: Winterkampagne mit Out-of-Home-Platzierungen in Hamburg, Köln und Frankfurt. Über **12.500 direkte Buchungsanfragen**.



Weiterentwicklung zentraler Produkte: SKI Oberstdorf Kleinwalsertal (Neuer Auftritt und Kampagne „Wo Skifahren beginnt“ mit bis zu 20% Frühbucherbatt auf Skipass), Winterglück, Winterwandern grenzenlos, Familienzeit und Bergbahn Unlimited.

Messen: Aktive Vermarktung auf der CMT Stuttgart, f.r.e.e München, ITB Berlin und Tag der deutschen Einheit.

Sponsoring: Unterstützung von **9 Top-Athleten und Athletinnen** im Ski-Alpin, Nordische Kombi, Langlauf und Skisprung (u.a. Sebastian Holzmann, Coletta Rydzek, Verena Veith, Germana Thannheimer und Julian Schmid)

Medienarbeit: Über 1.000 redaktionelle Erwähnungen in Online- und Offline-Medien, TV und Hörfunk. Über **550 Mio. Impressionen**.



Multiplikatoren: Blogger- und Pressereisen zur authentischen Destinationsdarstellung

Fokus auf persönliches Community Management mit hoher Interaktionsrate

Instagram: Durchschnittl. **2,1 Mio. Aufrufe/Monat**. Insg. über 2.800 beantwortete Kommentare und 6.300 Reaktionen

Facebook: 314 Posts mit insg. 1.904 beantworteten Kommentaren und über 4.300 Nachrichten

TikTok: Erfolgreiche Erschließung der jungen Zielgruppe (18-24 Jahre). 15.700 Follower, 600.000 Gesamtlikes, **2,5 Mio. Aufrufe**

Kanal-Vielfalt: Zusätzliche Bespielung von Whatsapp, Pinterest, YouTube und LinkedIn



NACHHALTIGKEIT

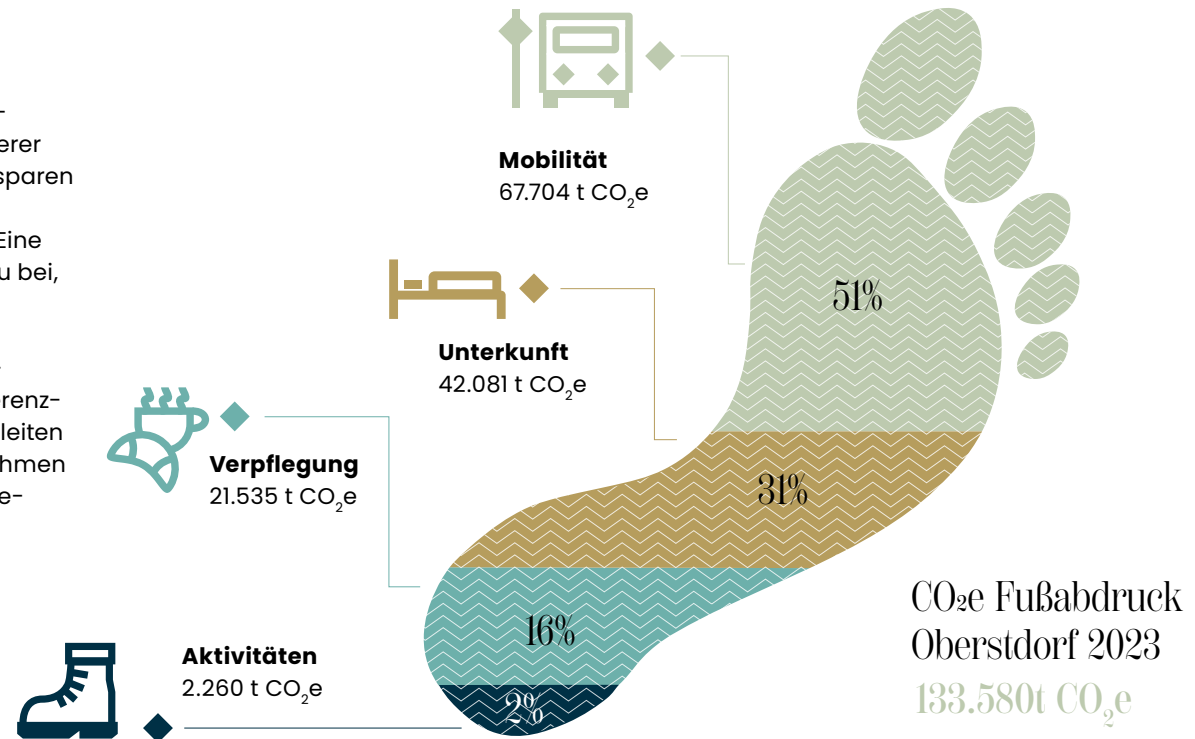
Verantwortung für morgen: Unser ökologischer Kompass

Um CO₂-Emissionen zu reduzieren und Oberstdorf als Urlaubs- und Lebensraum langfristig zu halten, dient uns die Berechnung der Treibhausgasbilanzierung als strategische Grundlage. Er zeigt uns präzise, in welchen Bereichen wir die größten Hebel für echte Veränderungen haben.

Die Bilanzierung unseres touristischen CO₂-Fußabdrucks ist kein Selbstzweck, sondern ein zentrales Steuerungsinstrument. Das präzise Wissen, dass die An- und Abreise (51 %) sowie die Unterkunft (31 %) die größten Treiber sind, schafft eine fundierte Grundlage für zukünftige Maßnahmen, gezielte Sensibilisierung und den bewussten Wissensaufbau bei Vermietenden und Gästen.

Durch Prozess-Effizienz stärken wir zudem die wirtschaftliche Resilienz unserer Partnerinnen und Partner vor Ort. So sparen beispielsweise 206.651 elektronische Meldescheine wertvolle Ressourcen. Eine starke Online-Vermarktung trägt dazu bei, Buchungen zu sichern.

Aktuell definieren wir unsere verbindlichen Klimaziele: Auf Basis eines Referenzszenarios für die Jahre 2030 bis 2050 leiten wir bis Frühjahr 2026 konkrete Maßnahmen ab, um Oberstdorf zukunftsfähig zu gestalten.



PARTNERMANAGEMENT

Der digitale Allgäu-Walser-Pass: Ein voller Erfolg

- ◇ Gästekomfort: Über **453.000 digitale Pässe** wurden erfolgreich an Gäste ausgegeben.
- ◇ Prozess-Effizienz: **206.651 elektronische Meldescheine** sparen wertvolle Ressourcen für Gastgebende und Verwaltung.
- ◇ Mobilitäts-Garantie: Nahtlose Integration von ÖPVN mit dem Mobil-Pass-Allgäu und „Bergbahn Unlimited“ im Sommer sorgen für höchste Gästezufriedenheit.



Umsatzmotor Online-Vermarktung

- ◇ **Booking.com:** Ein echter **Umsatz-Boost mit 12,2 Mio. €** Gesamtumsatz (+18 % zum Vorjahr, messbarer Umsatz über die Tramino-Schnittstelle) und über **153.000 gebuchten Übernachtungen** (+12 %).
- ◇ **Reichweiten-Power:** Rund **30 % der Oberstdorfer Gesamtbetten** werden bereits erfolgreich über Portale wie Booking, Airbnb und Holidu vermarktet.
- ◇ **Digitale Wertschöpfung:** Fast **70% aller Betten sind online buchbar** und sichern so die Rentabilität unserer Partnerbetriebe und fördern den Qualitätstourismus.

Effizienz & Kommunikation

- ◇ **Kosteneinsparung:** Allein die Umstellung auf den Online-Rechnungsversand **spart jährlich ca. 15.400 €** an Ressourcen.
- ◇ **Informationsfluss:** **49 Gastgebernews-letters** hielten unsere Partnerbetriebe das ganze Jahr über auf dem neuesten Stand.
- ◇ **Oberstdorf Gutschein als Verbindung zwischen Handel, Gastronomie und Gastgebenden:** Seit 01.08.2025 sorgt der Gutschein bei **122 Akzeptanzstellen** für Wertschöpfung und erreichte bisher über **700 Verkäufe** und mehr als **200 Einlösungen**.



ZUKUNFT GESTALTEN: TOURISMUSFORUM

Am 8. Dezember 2025 folgten Gastgebernde, Gastro-nomen und Gewerbetreibende der Einladung zum 4. Tourismusforum rund um die zentrale Frage: Wie prägen die Entscheidungen von heute die Welt von morgen? Unter dem Motto „Feel the Flow“ wurde das Forum zu einer kreativen Plattform für Austausch, neue Impulse und praxisnahe Lösungen. Highlight war die Keynote von Theresa Haid „Zukunft passiert nicht – wir gestalten sie“. Ihr Appell für Mut, Haltung und Qualität bildete die perfekte Brücke zur Präsentation der geplanten Maßnahmen für 2026.

Interaktive Sessions für echte Qualität:

- ◇ **Qualität durch und durch:** Strategien, um Servicequalität im eigenen Betrieb messbar weiterzuentwickeln.
- ◇ **Machen statt Träumen:** Methodik zur konsequenten Umsetzung von Potenzialen und guten Vorsätzen.
- ◇ **Digitale Gastfreundschaft:** Wie Online-Kommunikation im Winter echte Nähe zum Gast schafft.

GIPFELTREFFEN³ – IDEENWERKSTATT IM TOURISMUS

Im Frühjahr und Herbst fand erneut die Weiterbildungsinitiative Gipfeltreffen³ von Tourismus Oberstdorf und Kleinwalsertal Tourismus statt. Ziel ist es, Gastgebernde und touristische Betriebe mit praxisnahen Seminaren, Workshops und Schulungen zu aktuellen Themen im Tourismus zu unterstützen und den fachlichen Austausch zu fördern.

Eine breite Themenvielfalt – von Marketing und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen über Personalthemen bis hin zu anwendungsorientierten Tramino-Schulungen – vermittelte den Teilnehmenden wertvolles Wissen, das direkt im Betriebsalltag eingesetzt werden kann.

Das Gipfeltreffen³ bot damit erneut eine wertvolle Plattform, um Wissen zu teilen, neue Impulse zu erhalten und den Austausch innerhalb der regionalen Tourismusbranche zu stärken.

VONEINANDER LERNEN

Nachwuchsförderung & Berufsorientierung

Um Schülerinnen und Schülern die Vielfalt unserer touristischen Berufe näherzubringen, setzen wir auf persönlichen Austausch und praxisnahe Einblicke.

- ◇ **Präsenz vor Ort:** Regelmäßige Teilnahme an Berufsfindungsabenden und der „Berufsoffensive“, um Ausbildungsmöglichkeiten aufzuzeigen.
- ◇ **Einblicke hinter die Kulissen:** Wir laden regelmäßig Schulklassen in das Oberstdorf Haus ein, um ihnen in Vorträgen und Führungen unseren Arbeitsalltag und die Bedeutung des Tourismus für die Heimat zu vermitteln.

ARBEITGEBERMARKE: GEMEINSAM HEIMAT & ZUKUNFT GESTALTEN

Ein starkes Dach für unsere Gemeinschaft

Der Markt Oberstdorf positioniert sich mit seinen Eigenbetrieben und Gesellschaften als starker, verlässlicher Arbeitgeber im Oberallgäu. Gemeinsam investieren wir in unsere Mitarbeitenden, schaffen attraktive Arbeitsbedingungen und sichern so die besten Talente, um die hohe Lebens- und Servicequalität für Einheimische und Gäste dauerhaft zu garantieren.

- ◇ **Einheitlicher Auftritt:** Die Arbeitgebermarke tritt nun unter einem eigenen, starken Design auf, das alle Bereiche unter einem Dach vereint. Der Aufbau und die Stärkung der Marke ist ein fortwährender Prozess aller Beteiligten.
- ◇ **Wachsender Einfluss:** Mit insgesamt 102 Mitarbeitenden (Stand 31.12.2025) bilden neben dem Markt die Kurbetriebe und die Therme einen wesentlichen Teil dieser starken Arbeitgeber-Gemeinschaft.

Ausbildung & Duales Studium

Wir investieren konsequent in die Fachkräfte von morgen und bieten jungen Talenten eine erstklassige Perspektive in der Tourismusbranche. So wirken wir dem Fachkräftemangel aktiv entgegen und halten engagierte junge Menschen in unserer Heimat.

- ◇ **Insgesamt 8 Auszubildende** bereiten sich bei uns auf ihre Zukunft vor (7x Kaufleute für Tourismus und Freizeit, 1x Kaufmann für Veranstaltungsmanagement).
- ◇ **3 dual Studierende** kombinieren Theorie und Praxis in den Bereichen Tourismus- und Eventmanagement.

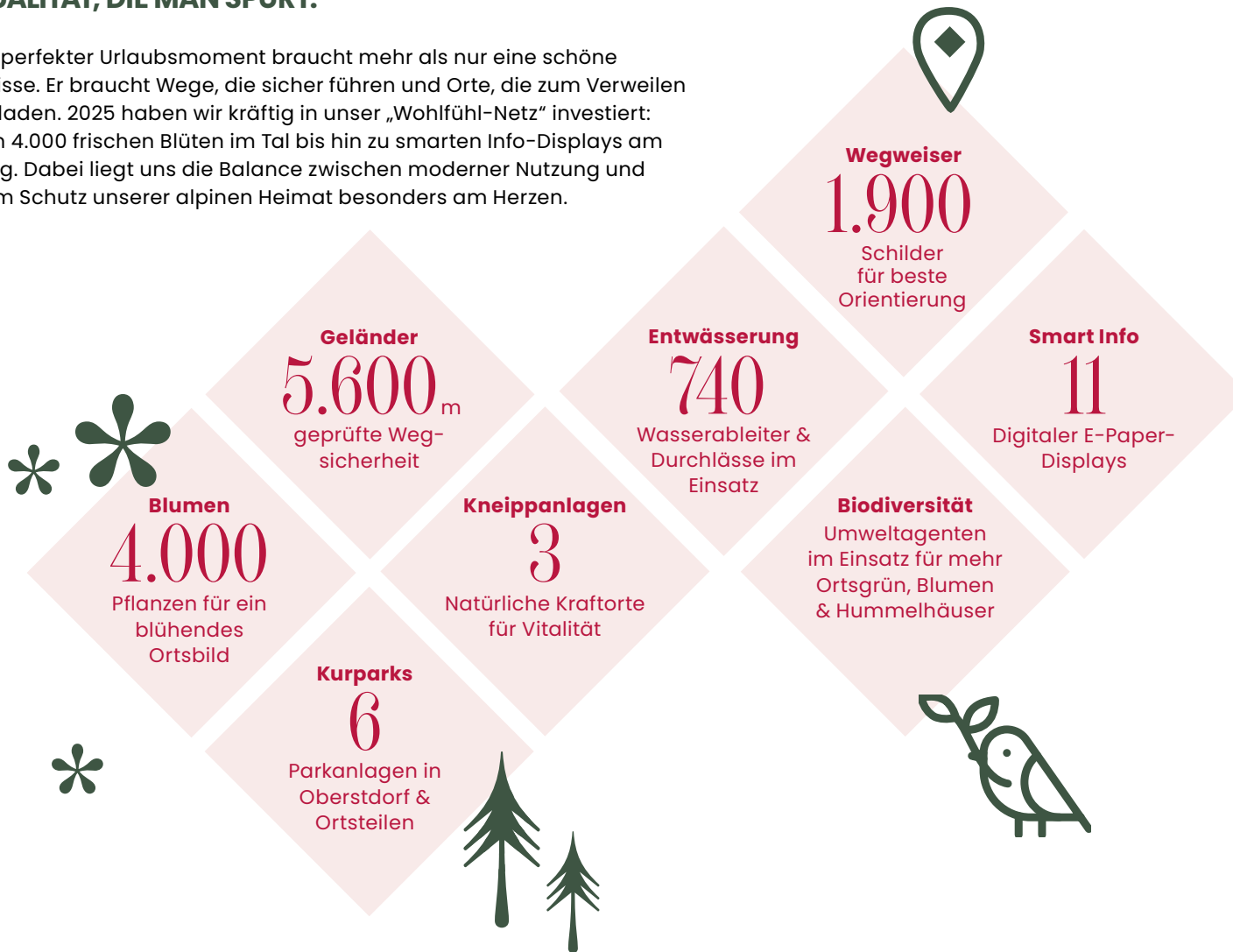
Meilenstein 2025: Unser gemeinsames Leitbild

Werte schaffen Bindung. Deshalb haben wir 2025 intensiv an unserem inneren Fundament gearbeitet.

- ➔ **Partizipative Entwicklung:** In drei fachübergreifenden Workshops erarbeiteten alle Amts- und Betriebsleitungen ein gemeinsames Unternehmensleitbild mit verbindlichen Leitlinien.
- ➔ **Vom Team für das Team:** Das neue Leitbild wurde im Oktober 2025 bei der Personalversammlung vorgestellt und wird allen Mitarbeitenden als Leitbild-Büchlein an die Hand gegeben.
- ➔ **Engagement im Kern:** Tourismus Oberstdorf begleitete den Prozess, um eine authentische und zukunftsfähige Unternehmenskultur zu etablieren und damit die Basis zu schaffen, jederzeit Spitzenleistungen für Gäste und die Gemeinde erbringen zu können.

INFRASTRUKTUR & LEBENSRAUM: QUALITÄT, DIE MAN SPÜRT.

Ein perfekter Urlaubsmoment braucht mehr als nur eine schöne Kulisse. Er braucht Wege, die sicher führen und Orte, die zum Verweilen einladen. 2025 haben wir kräftig in unser „Wohlfühl-Netz“ investiert: Von 4.000 frischen Blüten im Tal bis hin zu smarten Info-Displays am Berg. Dabei liegt uns die Balance zwischen moderner Nutzung und dem Schutz unserer alpinen Heimat besonders am Herzen.



Noch mehr Zahlen, Daten und Fakten

INFO

Weitere tiefer gehende Informationen und Wissenswertes erhalten Sie von den jeweiligen Ansprechpartnerinnen und -partnern von Tourismus Oberstdorf.

Hinweis: Alle Zahlen in diesem Jahresrückblick, soweit nicht anders angegeben, beziehen sich auf das Jahr 2025.

Eine ausführliche, aktuelle Jahresstatistik 2025 erhalten Sie in der Abteilung Partnermanagement:

oberstdorf.de/tourismus-statistik



AUSBLICK 2026

Bewerbung NSWM 2031

Oberstdorf bewirbt sich gemeinsam mit dem DSV als offizieller deutscher Kandidat für die Nordische Ski-WM 2031. Die Entscheidung über die Vergabe erfolgt im Juni 2026.

Update Wertschöpfungstool

2026 erfolgt der Roll-out des optimierten „Urlaubs-Checks“. Ein neues Design und die vereinfachte Handhabung machen die touristische Wertschöpfung künftig noch präziser messbar.

Relaunch Website

2026 realisieren wir eine neue Website und schaffen damit eine neue digitale Erlebniswelt für unsere Gäste. Im Fokus: Eine optimierte Navigation, ein klares UI-Design sowie die intelligente Verzahnung von Inspiration, Information und Buchung.

Herausgebende

Tourismus Oberstdorf
Prinzregenten-Platz 1
87561 Oberstdorf

T +49 8322 7000

M info@oberstdorf.de

W oberstdorf.de

