Allgäu

UNSER JAHR

TOURISMUS 2022 BERICHT

www.badhindelang.de

BAD HINDELANG

BAD HINDELANG

BAD HINDELANG PLUS

BAD HINDELANG PLUS BÜRGER

BAD HINDELANG

BIO. REGIONAL. FAIR.

Georg's Naturwelt Erlebnispfad

EMMI-MOBIL

TOURISMUS 2022 BERICHT

DAS JAHR 2022

SEITEN 4 – 11

4 2022 Überblick und Ausblick
8 Monatsstatistik
10 Betriebsarten

10 JAHRE IM VERGLEICH

SEITEN 12 – 21

13 Überblick 2013-2022
14 Bad Hindelang
15 Bad Oberdorf
16 Hinterstein
17 Vorderhindelang
18 Oberjoch
19 Unterjoch
20 Vergleich Winter/Sommer

SCHWERPUNKTE UNSERER ARBEIT

SEITEN 22 – 54

23 Ökomodell & Nachhaltigkeit
28 Bad Hindelang PLUS
31 Umsetzung der neuen Kommunikationsstrategie
32 Neues Urlaubsmagazin
33 Online-Kampagnen
36 Website
37 Online-Marketing
40 EMMI-MOBIL
43 Besucherlenkung
44 Bad Hindelanger Produkt
45 Jugend entscheidet
46 Veranstaltungen
48 Regionales Kochbuch
49 Wissenschaft und Forschung
51 Interreg-Projekt
52 Medienarbeit
54 DTV-Klassfizierung

2022: Überblick und Ausblick

Der Tourismus in Bad Hindelang lag 2022 – wie in ganz Bayern - noch deutlich unter dem Vor-Corona-Niveau. Im Vergleich zu 2019 waren es knapp 10 Prozent weniger Übernachtungen. Insbesondere in der auslaufenden Pandemie im Winter 2021/22 waren die Gäste noch sehr zurückhaltend, so dass das Winterhalbjahr mit einem Minus gegenüber 2019/20 von rund 15 Prozent abschloss. Der Sommer 2022 war dann wieder auf hohem Niveau, konnte aber aufgrund der wieder erlaubten Auslandsreisen das Minus aus dem Winter nicht mehr wettmachen.

Grundsätzlich geht die Entwicklung aber wieder in die richtige Richtung, so dass wir mit unseren touristischen Werten für die Zukunft zuversichtlich sein dürfen.

Aber nicht nur die vergangene Pandemie machte uns zu schaffen, insbesondere der Klimawandel und die damit verbundenen schneearmen Winter fordern uns immer mehr heraus. Die Studienlage zu diesem Thema ist sich einig – der Klimawandel wird sich maßgeblich auf die Zukunft des Wintersports auswirken, da die Verfügbarkeit insbesondere

von Naturschnee in Abhängigkeit der Höhenlage abnehmen wird. Aus diesem Grund haben der Tourismusverband Tannheimer Tal und der Markt Bad Hindelang zusammen mit der EUREGIO via salina und der Regionalentwicklung Außerfern (REA) das Projekt „Optimierung der grenzüberschreitenden Sport- und Freizeitinfrastruktur" mit Start zum 01. April 2023 aus der Taufe gehoben.

Gemeinsam wollen wir die Sport- und Freizeitinfrastruktur in unserem Grenzraum mit Fördermitteln aus dem neu aufgelegten Förderprogramm „Interreg Österreich-Bayern 2021 – 2027" qualitativ weiterentwickeln. Es sollen Angebote mit dem Ziel geschaffen werden, die Qualität und Resilienz der grenzüberschreitenden Tourismusregion im Sommer und vor allem im Winter zu erhöhen.

Im Winter werden im Bereich der Loipen und Winterwanderwege ein ausgeklügeltes Schneemanagement und alternativ zum Schneesport zusätzliche Erlebnisangebote immer wichtiger. Der vergangene Winter 2022/23 hat auf der Strecke zwischen der Unteren Schwandalpe (Oberjoch) via Krummenbach (Unterjoch) und der alten Grenzstation gezeigt, wie gerne unsere Gäste auf Schnee wandern und mit entsprechender Beschilderung auch problemlos gemeinsam auf der Loipe geführt werden können.

Die Bad Hindelang PLUS-Erlebnisangebote waren in den schneearmen Weihnachtsferien eine willkommene Abwechslung und Alternative und mussten wegen der starken Nachfrage teils mehrfach angeboten werden. Um gerade derartig schneearmen Winterperioden vorzubeugen, haben wir mit unserem PLUS einen wirklich guten Werkzeugkasten, dessen Vielfalt der Erlebnisangebote im Winter noch weiter ausgebaut wird.

Erfreulich sind nach wie vor die Sommermonate. Im Sommer konnten wir bis in den Oktober hinein ein hohes Niveau an Gästezahlen vermelden, wenn auch nicht ganz auf dem übernatürlichen Niveau der beiden Coronasommer. Aber die Sommer zeigen immer mehr, wie beliebt Bad Hindelang bei seinen Gästen ist. Themen wie Regionalität, Nachhaltigkeit und Authentizität gewinnen ebenso an Bedeutung wie das Grundbedürfnis nach Sicherheit.

Klima, Luft und Natur bieten bei uns beste Voraussetzungen für die Regeneration des seelischen Immunsystems, was bei vielen Menschen immer wichtiger wird.

Unsere Gäste schätzen das Durchatmen und den gesunden Schlaf in „einem der Orte mit der besten Luft weltweit" (WHO), den Freiraum und das beruhigend frische Grün unserer intakten alpinen Kulturlandschaft sowie die Bewegung und das Naturerlebnis im Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen", dem artenreichsten Gebirge Deutschlands.

Zudem ist höchste Hygienekompetenz in unserem „Für Allergiker qualitätsgeprüften Kurort" seit Jahren Standard.

In Verantwortung gegenüber dem Klimawandel arbeiten wir erfolgreich an Projekten wie dem On-Demand-Mobilitätsservice EMMI-MOBIL – emissionsfrei. miteinander. individuell. – und setzten damit einen in der Branche vielbeachteten Meilenstein. Die Voraussetzungen für Bad Hindelang sind also bestens und es gilt, unsere Stärken weiter auszubauen. Unsere Familienbetriebe aus Land-

und Alpwirtschaft, Tourismus, Handel und Handwerk bilden dabei unsere Basis. Unsere kleinbäuerlichen Strukturen und die Alpwirtschaft geben uns hochwertige ökologische Produkte, pflegen und hegen unsere so artenreiche und intakte alpine Kulturlandschaft und prägen unsere ganz eigene, lokalspezifische Identität. Diese Strukturen zu festigen und zu stärken, ist unsere Aufgabe.

So ist Bad Hindelang nicht nur ein erfolgreicher Tourismusort in den Allgäuer Alpen, sondern vor allem ist Bad Hindelang Lebensraum. Für Bürger auf Dauer, für unsere Gäste auf Zeit. Deshalb hat es sich die Gemeinde im Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030" mit integrierter Tourismusstrategie zur Aufgabe gemacht, einen wertebasierten Tourismus umzusetzen und Urlaubsgäste in Kultur und Tradition verstärkt mit einzubeziehen.

Das Immaterielle Kulturerbe der „hochalpinen Alpwirtschaft" und das „Ökomodell Hindelang" sind dabei Kern unserer Strategie. Denn es ist weit und breit einmalig, dass alle im Verein „Hindelang – Natur & Kultur" organsierten 60 Bergbauern ihre sämtlichen Flächen in allen sechs Ortsteilen unserer Gemeinde äußerst naturnah durch den Verzicht auf chemische Unkrautbekämpfungsmittel (= Herbizide und Pestizide) und synthetische Mineraldünger (= Kunstdünger) bewirtschaften. Zudem bekennen sich alle Bad Hindelanger Landwirte zu einer absolut gentechnikfreien Wirtschaftsweise in ihren Betrieben. Ein Gewinn nicht nur für die Natur, sondern ganz besonders für jeden einzelnen von uns.

DIE ZAHLEN 2022 – BAD HINDELANG GESAMT

	2022	2019	+/-
Gäste	198.801	219.597	-9,47 %
davon Ausland	18.690	23.180	-19,37 %
in %	9,40	10,56	
Übernachtungen	985.299	1.084.002	-9,11 %
davon Ausland	97.071	110.042	-11,79 %
in %	9,85	10,15	
Aufenthaltsdauer (durchschn. in Tagen)	4,96	4,94	+ 0,02 Tage
Bettenkapazität (durchschn.)	6.120	6.184	-64 Betten (-1,03 %)
Auslastung gesamt: in %	44,49 %	48,08 %	-3,59 %-Punkte
Auslastung gesamt: in Tagen	160,54	175,39	-14,85 Tage

Ein herzlicher Dank an unsere Partner!
Das Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030" mit integrierter Tourismusstrategie zeigt uns, wie wichtig Zusammenarbeit ist und wir freuen uns sehr, diese auch im vergangenen Jahr in allen Bereichen erfahren zu haben.

Wir bedanken uns bei allen Partnern, die uns so erfolgreich auf dem Weg begleitet haben: Bei allen Ehrenamtlichen aus den Vereinen, die das Dorfleben in Bad Hindelang so abwechslungsreich und lebenswert gestalten. Bei allen Bergbauern und Alpbewirtschaftern, den Rechtlerverbänden und Grundstückseigentümern, bei den Mitgliedern des Marktgemeinderates und den Tourismusbeiräten, die viele Stunden ihrer Freizeit opfern, den Vorsitzenden der Verkehrs- und Tourismusvereine, dem Hotel- und Gaststättenverband sowie allen Gastgebern und Leistungsträgern für ihr Vertrauen, bei allen Persönlichkeiten aus Kirche, Politik, Verwaltung und Wirtschaft.

Vergelt's Gott für Ihre Zeit, Ihren Rat, Ihre Meinung und manchmal auch einfach nur für ein offenes Ohr!

Wir grüßen Sie herzlich, Ihre

Dr. Sabine Rödel
Erste Bürgermeisterin

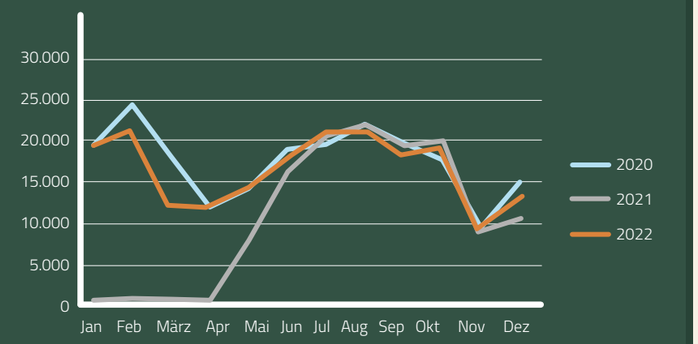
Maximilian Hillmeier
Tourismusdirektor

Gäste je Monat

Annäherung an „reguläre“ Gästezahlen.

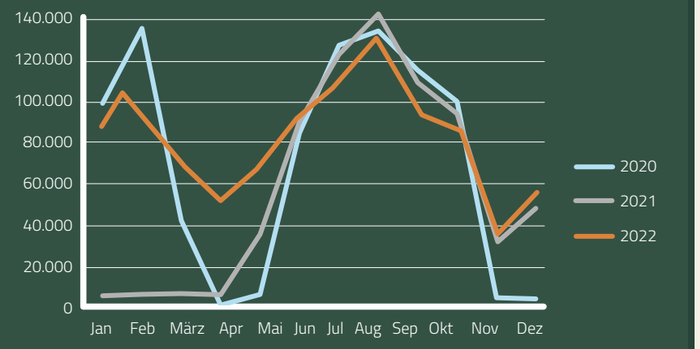
GÄSTE JE MONAT – GESAMT

	2022		2019		
Monat	**absolut**	**in %**	**absolut**	**in %**	**+/- (in %)**
Januar	19.474	9,80	20.338	9,26	-4,25
Februar	21.350	10,74	25.558	11,64	-16,46
März	12.577	6,33	18.862	8,59	-33,32
April	11.845	5,96	12.372	5,63	-4,26
Mai	14.590	7,34	14.762	6,72	-1,17
Juni	18.142	9,13	19.797	9,02	-8,36
Juli	20.736	10,43	20.451	9,31	+1,39
August	20.567	10,35	23.039	10,49	-10,73
September	17.512	8,81	20.648	9,40	-15,19
Oktober	18.617	9,36	18.453	8,40	+0,89
November	9.958	5,01	9.736	4,43	+2,28
Dezember	13.433	6,76	15.581	7,10	-13,79
Gesamt	**198.801**	**100**	**219.597**	**100**	**-9,47**



ÜBERNACHTUNGEN JE MONAT – GESAMT

	2022		2019		
Monat	**absolut**	**in %**	**absolut**	**in %**	**+/- (in %)**
Januar	87.499	8,88	99.211	9,15	-11,81
Februar	103.050	10,46	122.762	11,32	-16,06
März	68.296	6,93	97.397	8,98	-29,88
April	54.559	5,54	56.255	5,19	-3,01
Mai	64.491	6,55	63.882	5,89	+0,95
Juni	93.230	9,46	98.197	9,06	-5,06
Juli	107.970	10,96	119.100	10,99	-9,35
August	129.813	13,17	131.000	12,08	-0,91
September	93.281	9,47	104.983	9,68	-11,15
Oktober	86.309	8,76	89.780	8,28	-3,87
November	38.967	3,95	38.010	3,51	+2,52
Dezember	57.834	5,87	69.425	6,40	-16,70
Gesamt	**985.299**	**100**	**1.084.002**	**100**	**-9,11**



Übernachtungen je Monat

Vor-Corona-Niveau noch nicht wieder erreicht.

BUNDESLÄNDER – GESAMT

Bundesland	Gäste 2022	Anteil in %	+/- Gäste in % zu 2019	Übernachtungen 2022	Anteil Anteil in %	+/-Übern. in % zu 2019
Baden-Württemberg	62.443	34,67	-12,89	244.141	27,49	-13,84
Bayern	41.265	22,91	-14,18	160.452	18,06	-14,70
Nordrhein-Westfalen	21.231	11,79	-0,59	149.441	16,82	-3,62
Hessen	15.251	8,47	-5,62	83.449	9,39	-11,89
Rheinland-Pfalz	13.840	7,68	-5,77	81.540	9,18	-12,23
Rest	26.081	14,48	+7,87	169.205	19,06	+5,86
Inland gesamt	180.111	90,60	-8,18	888.228	90,15	-8,80
Ausland gesamt	18.690	9,40	-19,37	97.071	9,85	-11,79
Gesamt	**198.801**	**100**	**-9,47**	**985.299**	**100**	**-9,11**

Noch nicht auf Normalniveau

Corona hat uns, unser Leben, unsere gewohnte Ordnung und auch unseren Tourismus ganz schön durcheinandergewirbelt. Das spiegelt sich auch in unserer Statistik für das Jahr 2022 wider. Auch in diesem Jahr können wir noch nicht von einem Normalzustand sprechen.

Die Zahlen sind schwer vergleichbar. Dennoch kann man sagen, dass der Tourismus auf dem Weg ist, sich von der Pandemie zu erholen. Unsere Gäste- und Übernachtungszahlen steigen wieder, konnten das Niveau der Jahre vor Corona aber noch nicht erreichen.

Der Ukraine-Krieg, die Energiekrise und die steigende Inflation sowie ein schneearmer Winter trugen ihres dazu bei. So konnten wir in das Jahr 2022 erstmalig wieder mit einem Tourismus ohne Einschränkungen starten, was uns gute Zahlen bescherte.

Im Sommer konnten wir aus den obigen Gründen, in Verbindung mit dem Wunsch der Gäste, den Urlaub nun auch wieder im Ausland zu verbringen, die Zahlen der Vorjahre noch nicht erreichen. Wir verspürten

ein Abwarten bei unseren Gästen, wie sich die Lage entwickeln würde, sind doch Krieg, Energie und Inflation immer mit einer gewissen Unsicherheit verbunden. In Folge buchten viele erst kurzfristig, was sich wiederum auf die Auslastung positiv auswirkte. Sie lag nun wieder bei über 44% und geht nun wieder in Richtung unseres diesbezüglichen Rekordjahres 2019 (48%).

Schwierig zu deuten sind hingegen die Zahlen wie Auslandsanteil bei unseren Gästen und die Bettenkapazität. Nachdem in den Coronajahren ein Urlaub für nicht deutsche Gäste in Deutschland nahezu unmöglich war, verwundert der Anstieg von 140 bzw. 170% nicht – doch es bedeutet mit Sicherheit nicht, dass nun unverhältnismäßig mehr ausländische Gäste den Weg ins Allgäu fanden.

Bei den Betten können wir eine Zunahme von 970 (+19%) aus der Statistik ablesen. Diese Zahl sollte jedoch nicht zu dem Schluss einer Bettenvermehrung führen. Es zeigt lediglich, dass in den Coronajahren mancher Betrieb seine Betten gar nicht erst am Markt angeboten hatte.

Kurz und gut: Vor dem Hintergrund der Coronanachwirkungen, der instabilen Weltlage und unsicherer Geldwerte sind unsere Tourismuszahlen 2022 als gut einzustufen. Eine konkrete statistische Auswertung fällt nach wie vor schwer, da hohe prozentuale Zunahmen in einzelnen Bereichen zu falschen Schlüssen führen könnten. Diese entstehen aus der Verzerrung der Statistik, ausgelöst durch Lockdowns und Nachwirkungen aus der Pandemie.

Im Überblick
10 Jahre im Vergleich

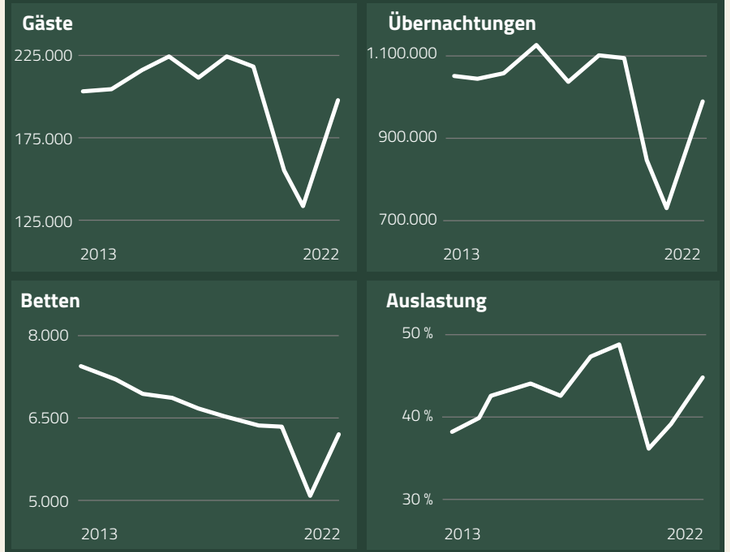
Entwicklung:
Gäste
Übernachtungen
Betten
Auslastung
pro Ortsteil
Winter/Sommer

Zehn Jahre Bad Hindelanger Tourismus in Zahlen. Zwei Jahre davon unter Corona-Einfluss. Diese beiden Jahre haben den Zahlen verständlicherweise einen Einbruch beschert, von dem wir uns im ersten Nach-Corona-Jahr noch nicht erholt haben. Eine Interpretation der Daten und ein Ablesen eines daraus resultierenden Trends fällt daher schwer.

Betrachtet man die nackten Zahlen, erkennen wir wieder eine Wende zum Positiven. Heißt dies doch, dass Bad Hindelang nach wie vor als Destination am Markt attraktiv ist. Sowohl unsere Gäste- als auch die Übernachtungszahlen steigen wieder, die Auslastung ist wieder auf einem guten Stand. Durchaus erkennbar ist aber weiterhin die tendenzielle Abnahme unserer Bettenanzahl, vor allem im privaten Sektor. Es wurden zwar wieder mehr Betten am Markt angeboten, doch verglichen mit den Vor-Corona-Jahren zeigt sich immer noch ein Rückgang.

Erst mit einer (hoffentlich baldigen) Beruhigung des Ukraine-Kriegs und einer Stabilisierung der wirtschaftlichen Situation werden wir statistische Zahlen erhalten, die wieder ein Ablesen eines Trends ermöglichen. Solange dies nicht geschieht, bewegt sich die Interpretation der Zehn-Jahres-Statistik viel im Bereich der Spekulation.

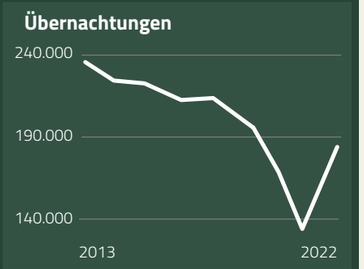
ÜBERBLICK 2013-2022 GESAMT

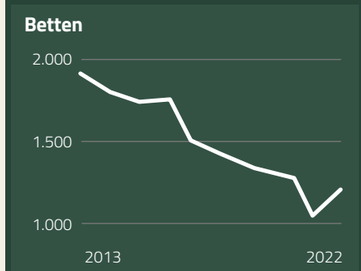


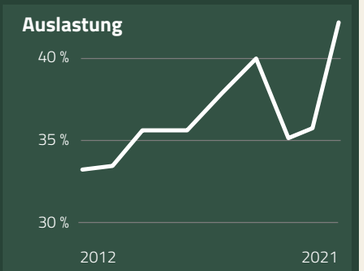
Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2013	205.157		1.055.001		7.436	38,87
2014	208.836	+1,79	1.047.771	-0,69	7.123	40,30
2015	217.768	+4,28	1.065.680	+1,71	6.879	42,45
2016	225.450	+3,53	1.101.232	+3,34	6.818	44,13
2017	213.302	-5,39	1.041.555	-5,42	6.538	43,64
2018	225.010	+5,49	1.095.508	+5,18	6.398	46,96
2019	219.597	-2,41	1.084.002	-1,05	6.184	48,08
2020	157.049	-28,48	844.663	-22,09	6.192	37,51
2021	131.413	-16,32	725.239	-14,14	5.150	39,35
2022	198.801	+51,28	985.299	+35,86	6.120	44,49

ORTSTEIL BAD HINDELANG

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2013	48.306		233.877		1.918	33,40
2014	48.461	+0,32	225.389	-3,63	1.826	33,81
2015	50.957	+5,15	225.345	-0,02	1.723	35,84
2016	50.497	-0,90	223.339	-0,89	1.738	35,37
2017	50.116	-0,16	213.025	-4,62	1.536	38,03
2018	50.480	+0,73	214.089	+0,50	1.460	40,21
2019	45.353	-10,16	197.985	-7,52	1.358	39,99
2020	34.150	-24,75	168.238	-15,04	1.303	35,44
2021	27.558	-19,30	134.565	-20,01	1.033	36,03
2022	42.985	+55,98	186.205	+38,38	1.212	42,23



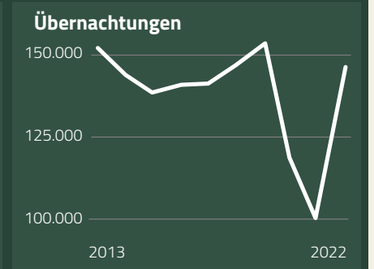


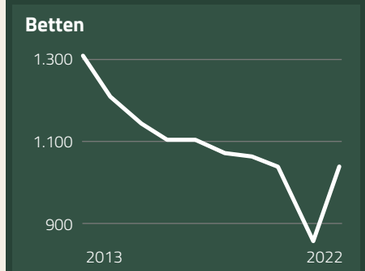


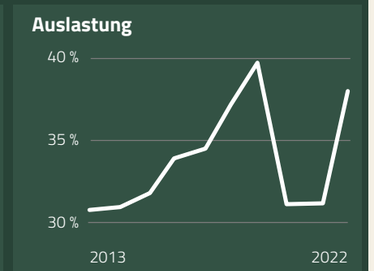
Bad Hindelang

ORTSTEIL BAD OBERDORF

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2013	29.932		151.061		1.314	31,49
2014	28.137	-6,00	140.275	-7,14	1.210	31,77
2015	28.030	-0,38	134.882	-3,84	1.147	32,27
2016	29.052	+3,65	139.117	+3,14	1.106	34,37
2017	29.208	+0,54	139.918	+0,58	1.100	34,87
2018	31.007	+6,16	144.461	+3,25	1.081	36,62
2019	32.394	+4,47	151.529	+4,89	1.060	39,18
2020	22.055	-31,92	118.128	-22,04	1.039	31,76
2021	17.915	-18,77	100.389	-15,02	870	31,74
2022	29.163	+62,79	143.138	+42,63	1.041	37,81



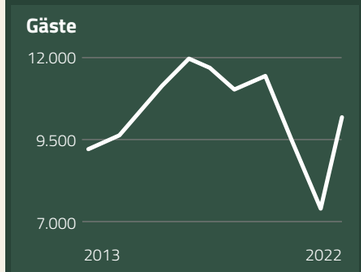


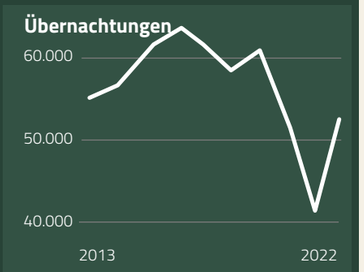


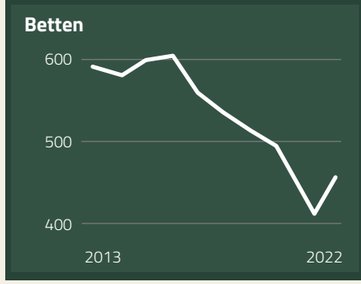
Bad Oberdorf

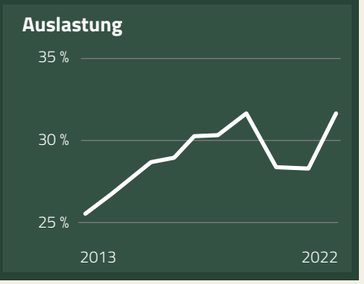
ORTSTEIL HINTERSTEIN

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2013	8.478		56.129		595	25,86
2014	9.259	+9,21	57.537	+2,51	582	27,11
2015	10.974	+18,53	62.243	+8,22	597	28,57
2016	11.998	+9,33	64.105	+2,99	604	29,16
2017	11.718	-2,33	62.325	-2,77	559	30,71
2018	10.993	-6,19	59.775	-3,77	538	30,63
2019	11.522	+4,81	60.484	+1,19	515	32,15
2020	9.023	-21,69	51.140	-15,49	497	28,16
2021	7.236	-19,80	41.389	-19,07	414	27,79
2022	9.864	+36,32	52.903	+27,82	460	32,00





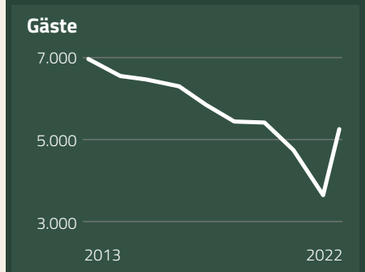


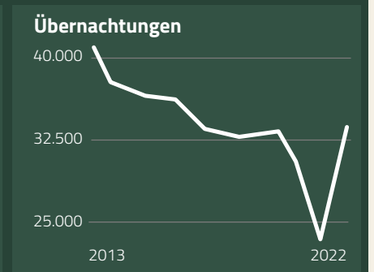


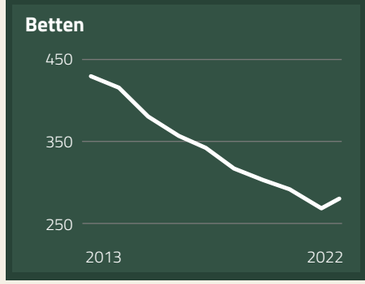
Hinterstein

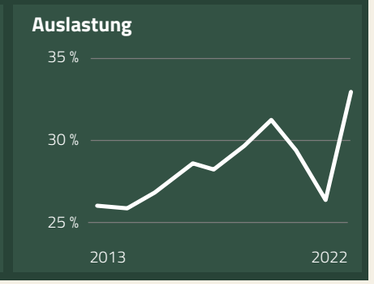
ORTSTEIL VORDERHINDELANG

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2013	6.991		40.864		428	26,19
2014	6.673	-4,55	38.819	-5,00	412	25,83
2015	6.446	-3,40	37.160	-4,27	378	26,90
2016	6.196	-4,30	36.969	-0,51	357	28,41
2017	5.822	-6,04	33.766	-8,67	333	27,94
2018	5.454	-6,32	32.776	-3,02	306	29,50
2019	5.443	-0,20	33.252	+1,45	293	31,11
2020	4.606	-15,38	30.368	-8,67	284	29,33
2021	3.450	-25,10	24.539	-19,19	260	26,04
2022	5.109	+48,09	33.044	+34,66	271	33,51





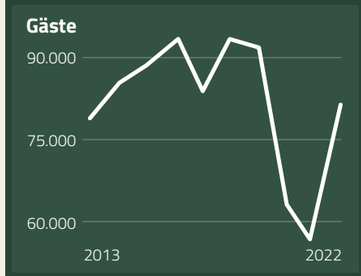


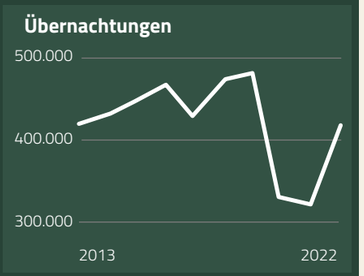


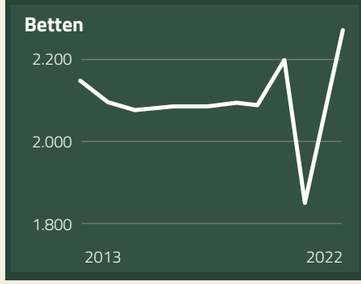
Vorderhindelang

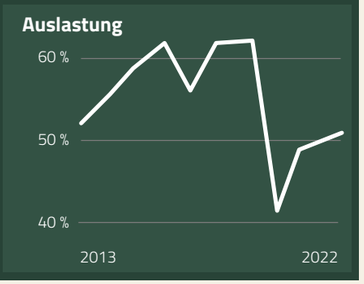
ORTSTEIL OBERJOCH

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2013	81.297		413.232		2.168	52,23
2014	87.459	+7,58	433.247	+4,84	2.119	56,02
2015	90.709	+3,71	450.031	+3,87	2.080	59,41
2016	96.063	+5,90	475.139	+5,58	2.115	61,43
2017	85.323	-11,18	435.310	-8,38	2.113	56,50
2018	94.091	+10,28	476.775	+9,53	2.130	61,33
2019	93.376	-1,08	478.847	+0,43	2.123	61,93
2020	62.434	-33,14	336.040	-29,82	2.203	41,83
2021	56.820	-8,99	318.590	-5,19	1.854	48,39
2022	81.605	+43,62	412.249	+29,40	2.275	50,38





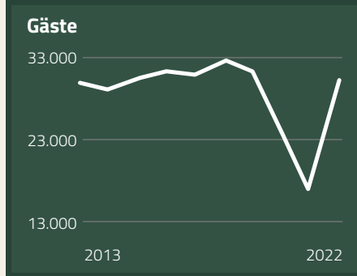


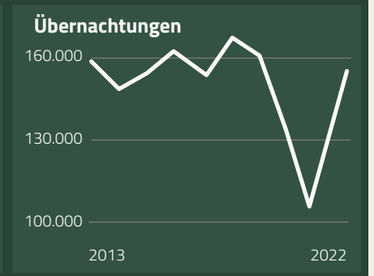


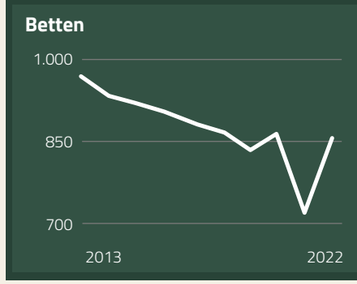
Oberjoch

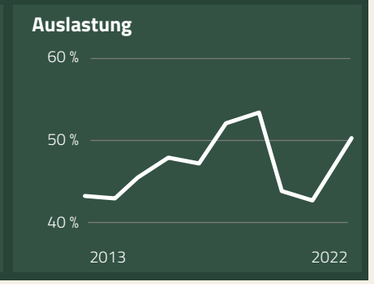
ORTSTEIL UNTERJOCH

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2013	30.154		159.838		1.014	43,18
2014	28.847	-4,33	152.504	-4,59	972	42,98
2015	30.646	+6,24	156.010	+2,30	951	44,98
2016	31.642	+3,25	162.558	+4,20	920	48,31
2017	31.115	-1,66	157.211	-3,29	906	47,52
2018	32.985	+6,01	167.632	+6,63	883	52,03
2019	31.809	-3,57	161.905	-3,42	836	53,13
2020	24.781	-22,09	140.749	-13,07	865	44,46
2021	18.434	-25,61	105.767	-24,85	718	42,04
2022	30.075	+63,15	157.115	+49,12	860	50,47







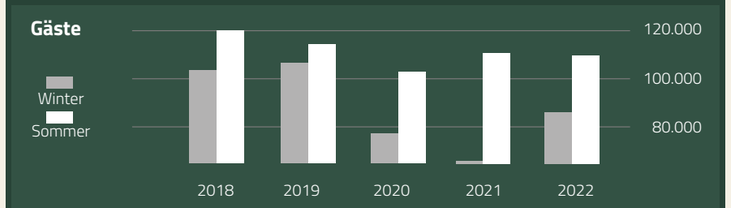


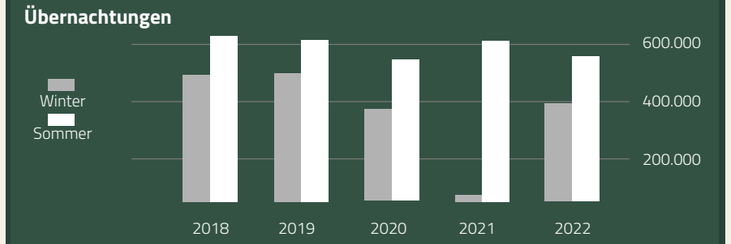
Unterjoch

Winter / Sommer im Vergleich

WINTER/SOMMER FÜNFJAHRESVERGLEICH

Zeitraum	Gäste	+/- Gäste z. Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. z. Vorjahr in %
Winter				
11/17-04/18	102.836		461.146	
11/18-04/19	103.225	+0,38	477.605	+3,57
11/19-04/20	78.958	-23,51	382.207	-19,97
11/20-04/21	2.209	-97,20	36.150	-90,54
11/21-04/22	84.105	+3.707,38	398.720	+1.002,96
Sommer				
05/18-10/18	120.134		617.218	
05/19-10/19	117.150	-2,48	606.942	-1,66
05/20-10/20	102.969	-12,10	562.905	-7,26
05/21-10/21	110.723	+7,53	610.305	+8,42
05/22-10/22	110.164	-0,50	575.094	-5,77





Im Überblick
Die Schwerpunkte

AUS DEM LEBENSRAUMKONZEPT „BAD HINDELANG 2030“ SEITEN 22 – 54

23 Ökomodell & Nachhaltigkeit
28 Bad Hindelang PLUS
31 Umsetzung der neuen Kommunikationsstrategie
32 Neues Urlaubsmagazin
33 Online-Kampagnen
36 Website
37 Online-Marketing
40 EMMI-MOBIL
43 Besucherlenkung
44 Bad Hindelanger Produkt
45 Jugend entscheidet
46 Veranstaltungen
48 Regionales Kochbuch
49 Wissenschaft und Forschung
51 Interreg-Projekt
52 Medienarbeit
54 DTV-Klassifizierung

Ökomodell Hindelang als Lebensraumkonzept

Die Berge um Bad Hindelang im Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen“ sind das artenreichste Gebirge Deutschlands – 80 Prozent der Gemeindefläche stehen unter Landschafts- oder Naturschutz. Heimische Bergbauern und die Alpwirtschaft erhalten seit Generationen mit viel Herzblut, Fleiß und Idealismus und im Einklang mit der Natur die traditionelle und intakte Berglandwirtschaft, die bekannt ist für farbenprächtige Pflanzenteppiche, typische Buckelwiesen, klares Bergwasser und das mehrfach ausgezeichnete „Ökomodell Hindelang“, das seit über 35 Jahren besteht.

Diese Allianz aus Bergbauern, Naturschutz und Tourismus ist seit mehr als drei Jahrzehnten ein Paradebeispiel für großflächigen Biotopverbund, Artenvielfalt, nachhaltigen Artenschutz und hochwertige ökologische Produkte, die in der Region hergestellt wurden. Denn es ist weit und breit einmalig, dass alle im Verein „Hindelang – Natur & Kultur“ organsierten 60 Bergbauern ihre sämtlichen Flächen in allen sechs Ortsteilen unserer Gemeinde äußerst naturnah durch den Verzicht auf chemische Unkrautbekämpfungsmittel (= Herbizide und Pestizide) und synthetische Mineraldünger (= Kunstdünger) bewirtschaften. Zudem bekennen sich alle Bad Hindelanger Landwirte zu einer absolut gentechnikfreien Wirtschaftweise in ihren Betrieben. Ein Gewinn nicht nur für die Natur, sondern ganz besonders für jeden einzelnen von uns. Außerdem wurde die hochalpine Allgäuer Alpwirtschaftskultur in Bad Hindelang 2016 sogar ins deutsche Register „Immaterielles Kulturerbe“ aufgenommen. Bergbauern und Älpler sichern und erhalten den einzigartigen Lebensraum, indem sie mit der und nicht gegen die Natur arbeiten. Grundlage ist die über Jahrhunderte angeeignete Erfahrung der Alpwirtschaft, Natur nachhaltig zu verändern und zu nutzen, ohne Natur zu zerstören.

Seit drei Jahren bildet das Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ mit integrierter Tourismusstrategie die Grundlage für politische Entscheidungen und touristische Projekte. 3.500 Bürger und Gäste beteiligten sich 2019 an der Markenumfrage und 200 Einheimische arbeiteten das verbindliche Konzept für eine nachhaltige Lebens- und Urlaubsqualität aus. Das Immaterielle Kulturerbe „Alpwirtschaft“ und das „Ökomodell Hindelang“ sind Kern der Strategie. Mit der in das Lebensraumkonzept integrierten Tourismusstrategie haben wir es uns zudem zur Aufgabe

gemacht, einen wertebasierten Tourismus umzusetzen und Urlaubsgäste in Kultur und Tradition verstärkt mit einzubeziehen. Die aus dem Lebensraumkonzept resultierenden neuen Markenkernwerte sowie die davon abgeleitete Tourismusstrategie sind feste Leitlinien für dieses Jahrzehnt, das im Zuge des Klimawandels womöglich entscheidend dafür sein wird, in welcher Form unsere Umwelt fortbesteht.

Das Lebensraumkonzept verdeutlicht, wie wichtig uns Nachhaltigkeit sowie der Schutz von Klima, Luft und Natur sind. Im Wesentlichen geht es um die richtige Balance zwischen den Bedürfnissen der Einheimischen, der Urlaubsgäste und der Natur.

Der Fokus – das verdeutlicht auch der Blick auf die zielgerichtet überarbeitete Internetpräsentation Bad Hindelangs – richtet sich zudem auf Regionalität und heimisches Handwerk sowie die gesunde Luft – denn laut Weltgesundheitsorganisation WHO ist Bad Hindelang einer der Orte mit der besten Luft weltweit.

Einsparung von Treibhausgasen hängt entscheidend von der Mobilität ab

Erstaunlich ist, dass im Tourismus der bei Weitem größte Teil an CO2-Belastung aus dem Verkehr und insbesondere der An- und Abreise kommt. Vereinfachend kann man bei einem Urlaub mit dem Pkw im eigenen Land von 80% CO2-Belastung allein durch die Anreise ausgehen. Das heißt, der Verzicht aufs Auto gilt als größter Hebel für den Klimaschutz. Hier liegt es an der Politik, Rahmenbedingungen zu schaffen – denn noch ist das öffentliche Verkehrsnetz in vielen Tourismusgebieten unterentwickelt. Bad Hindelang hat seinerseits bereits gehandelt: Die Gemeinde setzt im Lebensraumkonzept verankerte Vorgaben der Bürger und Gäste konsequent um. Diese hatten appelliert, die prekären Parkplatzverhältnisse aufzulösen sowie den Individualverkehr – und damit die Luftverschmutzung und die Lärmbelästigung – spürbar zu reduzieren.

Wie sich das Bad Hindelanger Lebensraumkonzept nahtlos in die Praxis übertragen lässt, zeigt das Modell der sanften Mobilität in Bad Hindelang. Denn mit der Gästekarte oder Bürgerkarte können Gäste und Einheimische nicht nur den ÖPNV, sondern auch den elektrischen On-Demand-Mobilitätsservice „EMMI-MOBIL" – emissionsfrei. miteinander. individuell. - kostenlos nutzen. Dieser hat keine Linien und Fahrpläne, sondern ist vollkommen bedarfs- und routenoptimiert und damit die Lösung für den ländlichen alpinen Raum. Mit unzähligen virtuellen Haltestellen sind Einwohner und Urlaubsgäste quasi ab der Haustüre mobil, und zwar genau dann, wenn die Mobilität gebraucht wird. Fahrgäste werden zur nächsten Bushaltestelle oder direkt ans Ziel gebracht. Bedarfsgerecht bestellt wird EMMI-MOBIL ganz einfach über die EMMI-MOBIL-App. Bei knapp 50% Feedbackquote wird EMMI-MOBIL von seinen Fahrgästen mit 4,7 von 5,0 mit „sehr gut" bewertet.

Da EMMI-MOBIL die erste und letzte Meile vor Ort schließt, liegt die große Hebelwirkung darin, dass Gäste unbeschwert - statt mit dem Auto – mit der Bahn ins Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen" anreisen können. EMMI-MOBIL macht damit die sanfte Mobilitätskette perfekt und trägt zu mehr Lebens- und Urlaubsqualität zum Schutz von Klima, Luft und Natur im Alpenraum bei.

Integration zwischen Ökomodell und Tourismus

Für die Zukunft hat sich Bad Hindelang vorgenommen, das Ökomodell mit seinen Produkten und erlebbaren Angeboten noch stärker im Tourismus zu integrieren und die Fairtrade-Philosophie im Dorf umzusetzen.

Deswegen ist Bad Hindelang seit 2018 „Genussort", seit 2020 „Fairtrade-Gemeinde" und dem Bündnis „bio.regional.fair" beigetreten. Die Weichen dafür stellte unter anderem eine ehrenamtlich tätige Fairtrade-Steuerungsgruppe mit Menschen aus dem Dorf, die zum Beispiel Bio-Bauernmärkte und „faire Frühstücke" organisiert.

Bad Hindelangs 2. Bürgermeister Eric Enders kümmert sich derzeit intensiv um das Projekt „Bad Hindelanger Produkt". Gemeinsam mit den drei örtlichen Metzgern entstanden qualitativ hochwertige Produkte, die dem regionalen und nachhaltigen Anspruch der Marktgemeinde gerecht werden. Sehr beliebt bei Gästen und

Einheimischen sind die Produkte „von der alten Kuh" wie Schinken, Salami, Sulz, Landjäger und Beef Jerkey (Trockenfleisch). Zu kaufen gibt es die Produkte beispielsweise auf dem Wochen-, dem Bio- und Bauernmarkt sowie an verschiedenen anderen Verkaufsstellen. Das „Bad Hindelanger Produkt" steht für den lokalen Vertrieb von örtlichen Produkten zur Stärkung der kleinbäuerlichen Strukturen und ist ein weiterer wichtiger

Schritt hin zu einer besseren Umwelt mit weniger CO2-Ausstoß.

Auch die Bewusstseinsbildung für die Bergland- und Alpwirtschaft sowie den Naturschutz mit der Übertragung des traditionellen Umwelt-Wissens durch Einheimische an Urlaubsgäste folgt dem Lebensraumkonzept. Aus der Idee, dass Einheimische ihre Kultur und ihr Brauchtum vermitteln und Gäste zu „Einheimischen auf Zeit" machen, sind 25 einzigartige touristische Erlebnisse entwickelt worden, die man sonst nicht kaufen kann. Zu diesen Erlebnissen haben Gäste nur mit der Servicegästekarte „Bad Hindelang PLUS" exklusiven Zugang. Damit können Gäste aus erster Hand von Einheimischen eigens teilhaben an dem, was Bad Hindelang lebens- und liebenswert macht. Die neuen Erlebnisse sind ein Angebot von Menschen für Menschen: Einheimische nehmen Gäste frühmorgens mit zu Sonnenaufgangswanderungen, pflanzen mit ihnen Bäume oder erläutern, wie man auf der Alpe lebt und arbeitet. Alp- und Landwirte, Bergführer und Förster, Köche oder Musiker zeigen, wie man Butter und Käse herstellt, Kässpatzen zubereitet oder ein Alphorn bläst.

Energiewende

Für den Verein „Sonnenwende Hindelang" sind die Bereiche Mobilität und Verkehr ebenfalls von zentraler Bedeutung. In der Gemeinde werden Voraussetzungen dafür geschaffen, dass Verwaltung, private Hausbesitzer, Unternehmen, Verkehrsteilnehmer, Vereine, Kirche, Schüler, Kindergartenkinder und weitere Gruppen ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten können. Deswegen setzen die Sonnenwende, das Bad Hindelanger „Energieteam" sowie das Elektrizitätswerk Hindelang auf eine umweltverträgliche Energieversorgung.

Bereits heute sind es bilanziell rund Dreiviertel des gesamten Stromverbrauchs, die im Gemeindegebiet natürlich, regional und fair erzeugt werden. Ferner wird auf Straßenbeleuchtung mit LED im gesamten Gemeindegebiet, die Sanierung der Wasserkraftanlagen im Hintersteiner Tal, Nahwärmenetzwerke, die Erweiterung der PV-Anlagen auf Dächern sowie den Ausbau der Ladeinfrastruktur für eine CO2-freie Mobilität gesetzt.

Somit leistet auch die Energieversorgung – nicht nur im öffentlichen, sondern auch im privaten und betrieblichen Bereich – vor Ort einen großen Beitrag zum Klimawandel. Für Interessierte gibt es mit dem „Energieweagele" (Energieweg) eine eigene Broschüre, die im Rathaus oder in den Tourist Informationen erhältlich ist.

Wir können nur schützen, was wir schätzen gelernt haben!

Ein sehr wesentlicher Bestandteil des Lebensraumkonzeptes ist die Umsetzung eines Besucherlenkungskonzepts in naturschutzfachlich relevanten Bereichen wie dem Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen" und verschiedenen biotopkartierten Landschaftsschutzgebieten mit teils überregionaler oder landesweiter Bedeutung.

Denn durch einen starken Besucherdruck in den vergangenen Jahren sind die Belastungsgrenzen der Natur erreicht und verstärkt naturschutzfachlich relevante Beeinträchtigungen zu beobachten, wie zum Beispiel Störungen in Biotopen - insbesondere entlang von Wegen - sowie Belastungen durch Trittschäden, Müll und Fäkalien oder Lärm zu Dämmerungs- und Nachtzeiten durch eine hohe, teils uninformierte Besucherzahl.

Gefördert über die „Richtlinie zur Förderung von Maßnahmen des Natur- und Artenschutzes, der Landschaftspflege sowie der naturverträglichen Erholung" (LNPR) des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz, soll ein Bad Hindelanger Projektmanagement in den kommenden vier Jahren verschiedene Maßnahmen im Bereich der Information, Sensibilisierung, Öffentlichkeitsarbeit sowie Wegesanierungen umsetzen und weitere Maßnahmen entwickeln.

Ein sehr gutes und bereits bestehendes Beispiel für die Sensibilisierung für unsere Natur mit ihrer Vielfalt ist „Georg's Naturwelt Erlebnispfad" an der Bergstation der Hornbahn Hindelang. Als Themen wurden die heimische Flora und Fauna gewählt. 16 Erlebnisstationen erläutern die Tier- und Pflanzenwelt in den Allgäuer Hochalpen. Das Familien-Bergabenteuer wird von einer spannenden Geschichte um „Georg Gems" und seine Freunde umrahmt und liefert interessante Informationen über die bunte Artenvielfalt, die es in der einzigartigen Bad Hindelanger Natur zu entdecken gibt. Zum Beispiel den Steinadler, der im Naturschutzgebiet Allgäuer Hochalpen in den vergangenen Jahren Rückzugsgebiete gefunden hat.

Zwischen Mai und September lädt jeweils der Landesbund für Vogelschutz in Bayern unter fachkundiger Begleitung bei der „Wanderung ins Reich des Steinadlers" im Adlerrevier im Hintersteiner Tal zu regelmäßigen Führungen ein.

Beurteilung der Erlebnisleistungen von Bad Hindelang PLUS

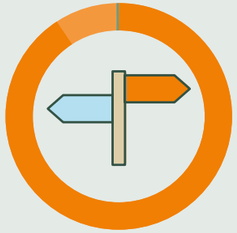
Dauer
des Workshops/der Leistung

88 % „sehr zufrieden“
11 % „zufrieden“
1 % „teils/teils“

Vorabinformation
zur Leistung

71 % „sehr zufrieden“
25 % „zufrieden“
4 % „teils/teils“

Durchführung
der Leistung



94 % „sehr zufrieden“
5 % „zufrieden“
1 % „teils/teils“

Gruppenleiter
des Workshops/der Leistung

96 % „sehr zufrieden“
4 % „zufrieden“

Gesamteindruck
der Leistung

93 % „sehr zufrieden“
6 % „zufrieden“
1 % „teils/teils“

Beurteilung von Bad Hindelang PLUS insgesamt

Leistungsumfang
von BHP

76 % „sehr gut“
22 % „gut“
2 % „teils/teils“

Handhabung
der BHP-Karte

86 % „sehr gut“
13 % „gut“
1 % „teils/teils“

Leistungsvielfalt
von BHP

75 % „sehr gut“
23 % „gut“
2 % „teils/teils“

Zufriedenheit insg.
mit BHP

81 % „sehr zufrieden“
17 % „zufrieden“
2 % „teils/teils“

Weiterempfehlung
von BHP

84 % „sehr wahrscheinlich“
13 % „wahrscheinlich“
3 % „unentschlossen“

Umfrage 2022 bei 1.303 abgegebenen Fragebögen

Unser Leitprodukt Bad Hindelang PLUS

Lokale Erlebnisse mit Bad Hindelang PLUS
Bad Hindelang ist ein erfolgreicher Tourismusort in den Allgäuer Alpen. Vor allem aber ist Bad Hindelang Lebensraum. Für Bürger auf Dauer, für unsere Gäste auf Zeit.
Deshalb hat es sich die Gemeinde im Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030" mit integrierter Tourismusstrategie zur Aufgabe gemacht, Urlaubsgäste in Kultur und Tradition verstärkt mit einzubeziehen. Das Immaterielle Kulturerbe „Alpwirtschaft" und das „Ökomodell Hindelang" sind Kern der Strategie, sowie der für Gäste kostenlose ÖPNV samt dem innovativen Mobilitätsservice „EMMI-MOBIL". Aus der Idee, dass Einheimische ihre Kultur und ihr Brauchtum vermitteln und Gäste zu „Einheimischen auf Zeit" machen, sind 25 authentische touristische Erlebnisse entwickelt worden. Zu diesen Erlebnissen haben Gäste lediglich mit der Servicegästekarte „Bad Hindelang PLUS" exklusiven Zugang.

Gäste von Bad Hindelang PLUS-Erlebnissen begeistert
Seit 2010 können die Gäste mit Bad Hindelang PLUS 20 Infrastrukturleistungen aus den Bereichen Bergbahnen, ÖPNV, Bäder und Freizeit kostenfrei nutzen. Zum zehnjährigen Jubiläum kamen 2020 zusätzlich 25 neue kostenlose Erlebnisse aus den Bereichen Natur und Kultur, Tradition, Sport und Kulinarik mit dazu. Damit können Gäste aus erster Hand von Einheimischen exklusiv erfahren und selbst teilhaben an dem, was Bad Hindelang lebens- und liebenswert macht. Die Erlebnisse sind ein Angebot von Menschen für Menschen: Einheimische nehmen Gäste frühmorgens mit zu Sonnenaufgangswanderungen, pflanzen mit ihnen Bäume oder erläutern wie man auf der Alpe lebt und arbeitet. Alp- und Landwirte, Bergführer und Förster, Köche oder Musiker zeigen, wie man Butter und Käse herstellt und daraus unsere leckeren Kässpatzen zubereitet, wie ein Alphorn gebaut wird oder wie einst nach alter Väter Sitte mit der Sense Allgäuer Buckelwiesen gemäht wurden.

Über 6.250 Urlaubsgäste haben bisher die Erlebnisangebote genutzt. Insgesamt 1.303 Teilnehmer haben bis Ende 2022 der Tourist Information anschließend ihre persönliche Bewertung zurückgegeben – die allermeisten mit (sehr) positivem Feedback. Mehrheitlich waren die Gäste von dem Angebot und insbesondere den lokalen Anbietern geradezu begeistert. Bewertet werden konnten unter anderem die Angebotsvielfalt, die Durchführung sowie die Gruppenleiter. 99% der Gäste bewerten dabei die neuen Erlebnisleistungen mit „sehr gut" (93%) und „gut" (6%). Die heimischen Anbieter der Erlebnisleistungen werden sogar zu 100% mit „sehr gut" (96%) beziehungsweise „gut" (4%) bewertet (Grafiken siehe Seite 28 und 29). Mit der Leistungsvielfalt, der Handhabung und Zuverlässigkeit der Bad Hindelang PLUS-Karte insgesamt sind 98% „sehr zufrieden" und „zufrieden". Ebenfalls 97% der Gäste möchten Bad Hindelang PLUS „sehr wahrscheinlich" (84%) bzw. „wahrscheinlich" (13%) weiterempfehlen.

Innovationsgrad
Urlaubsgäste wollen heute Teilhabe am örtlichen Leben. Sie wollen nicht mehr nur zuschauen. Sie möchten mittendrin im Geschehen, ein Teil des Ortes sein und Unvergessliches erleben – das einzigartige Erlebnis, von dem zu Hause erzählt wird. Und genau diese Inspiration schafft Bad Hindelang PLUS mit den exklusiven Erlebnissen. Das unvergessliche Erlebnis, das einem Reisenden angeboten wird, ist Schlüssel zur Differenzierung und daher Wettbewerbsvorteil. Bad Hindelang PLUS schafft genau diesen echten Mehrwert und zugleich Wertschöpfung vor Ort. Zudem sind die Bad Hindelang PLUS-Erlebnisse in Zeiten des Klimawandels und veränderten Wintern verstärkt eine gute Alternative in schneearmen oder -losen Winterperioden.

Umsetzung der neuen Kommunikationsstrategie

Auf Basis des Lebensraumkonzeptes „Unser Bad Hindelang 2030" und der daraus resultierenden Tourismusstrategie wurde 2020 eine ganzheitliche Kommunikationsstrategie mit neuer Corporate Identity (CI) inklusive neuem Corporate Design (CD) und einem überarbeiteten Logo für Bad Hindelang Tourismus entwickelt.

Herausgekommen ist ein harmonisches und stimmiges CD, passend ausgelegt auf die Schwerpunkte der Tourismusstrategie 2030 und

basierend auf den Kernwerten Bad Hindelangs „beschaulich", „ursprünglich", „freischaffend", „eigenwillig", „offenherzig" und resultierend die Markenessenz „seelenruhig".

Das überarbeitete Logo ist eine Weiterentwicklung des bereits bestehenden Logos mit springender Gems. Es wurde an die neue Farbwelt angeglichen und auch die Schriftart wurde passend gestaltet. Insgesamt wurde es harmonischer und psychologisch positiver gestaltet und wirkt somit moderner, jedoch zeitgleich traditionell. Der Wiedererkennungswert wird nicht gebrochen, da es sich um eine Weiterentwicklung und keine komplette Neugestaltung handelt.

Die Farbpalette orientiert sich an der Natur und hat in ihren Abstufungen eine entspannende und beruhigende Wirkung. Einen erfrischenden Kontrast bilden die Akzentfarben, die sich an der Lebendigkeit blühender, bunter Bergwiesen und dem blauen Himmel orientieren.

Die Schrift/Überschrift ist eine markante Schrift und verleiht dem Erscheinungsbild eine traditionelle und geerdete Note. Die Fließtext-Schrift ist einfach und gut lesbar gehalten. Auch die Bildsprache passt sich an das Gesamtkonzept an, sie ist MAGISCH MYSTISCH, eine reduzierte, leicht desaturierte grün-braun-graue Farbpalette. Die Bilder sprechen die Seele an, das heißt, sie werden primär nach ihrer emotionalen Aussagekraft gewählt.

Das gesamte Marketing orientiert sich am sogenannten Storytelling, das heißt, an Hand von ausgewähl-

ten authentischen Geschichten werden die Lebensweise und das echte Bad Hindelang den Gästen nah gebracht. Es werden keine Werbeslogans erfunden, sondern die wahre Tradition, die erlebbare Natur etc. werden emotional erzählt. Das Wording (die Ansprache) soll dabei den Charakter des „Einheimischen auf Zeit“ unterstreichen und orientiert sich wie bisher auch an der Ansprache mit „Ihr/Euch“.

Nachdem das neue CI inklusive CD bereits 2021 in viele Kommunikationsbereiche übertragen wurde, wurde dies auch im Jahr 2022 in Print- und Onlinemedien weitergeführt. Der Printbereich wurde nun vollständig im neuen Design umgesetzt, so dass ein überzeugendes und durchgehendes Bild bei der Präsentation der Printmedien geschaffen wurde. Wanderkarten, Urlaubsinformationen, Gästekartenmäppchen, Ortsplan, Plakate und alle weiteren Druckerzeugnisse begleiten den Gast vor und bei seinem Aufenthalt. Fahnen, Winter-Tafeln, Schilder und Banner im Ort sorgen für die „Kommunikation im Raum“.

Auch Onlinemaßnahmen wie beispielsweise Kampagnen wurden neu designt und das Wording an die Strategie angepasst. Die überarbeitete Website transportiert online die Corporate Identity und das Corporate Design in vollem Umfang bezüglich Themen, Wording, Gestaltung und Bildsprache.

Neues Urlaubsmagazin

Ganz im Sinne der Kommunikationsstrategie wurde auch das Urlaubsmagazin neu erstellt. Authentische Interviews, interessante Geschichten und besondere Tipps herrschen im Magazin mit dem Titel „Lebe Lang“ vor. Dabei werden die wichtigen Themen der Strategie, wie das Ökomodell und die Land- und Alpwirtschaft, aber auch Wandern, Winter und Familie transportiert – aber nicht als Werbetexte, sondern von Einheimischen erzählt, die ihren Ort zeigen und vorstellen.
Untermalt von passenden und ansprechenden Bildern und Illustrationen ist so ein rundum gelungenes und authentisches Produkt entstanden, das sowohl äußerlich als auch inhaltlich ganz im Magazinstil gehalten ist.

Online-Kampagne „Die Seele der Alpen“

Um die Bekanntheit Bad Hindelangs besonders im zielgruppenrelevanten Rhein-Main-Gebiet zu steigern, wurde 2022 eine Online-Kampagne unter dem Titel „Die Seele der Alpen“ durchgeführt. Themenschwerpunkte waren die seelische Regeneration und das zur Ruhe kommen im Urlaub durch die beste Luft, die grüne Natur und das angenehme Klima.

Als Werbemittel wurden dazu „Native Teaser“, kleine Nachrichten mit Bild und kurzem Text, rotierend im redaktionellen Umfeld von themenaffinen Websites und Portalen ausgespielt. Durch die Integration im Stile der jeweiligen Website wurde der natürliche Lesefluss des Nutzers nicht unterbrochen und die Inhalte konnten so besser aufgenommen werden. Die Ausspielung wurde dabei gezielt auf Nutzerinteressen und Nutzerverhalten ausgerichtet und unterlag einer permanenten Optimierung. Beim Anklicken der Teaser landeten die Nutzer auf einer entsprechenden Zielseite der badhindelang.de.

Die Kampagne wurde im April und Mai 2022 ausgespielt und konnte erfolgreiche Werte erzielen.

Besonders die Verweildauer der Nutzer, die über die Kampagne auf die badhindelang.de kamen, spricht für hochwertige und interessierte Besucher, die über die Online-Maßnahme angesprochen wurden.

Feinstaub-Kampagne Stuttgart

Auch im Frühjahr 2022 wurde die gemeinsame Feinstaubkampagne mit der Stuttgarter Zeitung durchgeführt. In Bad Hindelang gibt es die beste Luft Bayerns – das zeigen ständige Messungen an der Station des Bayerischen Landesamtes für Umwelt, die in Unterjoch steht. Die Belastungen durch Stickstoffoxide und Feinstaub sind in Bad Hindelang äußerst gering, während die Feinstaubkonzentration in vielen Städten zunimmt. Besonders Stuttgart ist hiervon betroffen und ruft regelmäßig Feinstaubalarm in den Monaten Oktober bis April aus. Bad Hindelang nutzt seit 2018 diese Thematik und wirbt mit der besonders guten Luftqualität und Luftzirkulation im Feinstaubradar der Website der Stuttgarter Zeitung. Verlinkt wird auf eine informative Zielseite zu Urlaub in Bad Hindelang mit reinster Luftqualität.

Website

Die neu gestaltete und neu konzipierte Website badhindelang.de ging im August 2021 live. Authentische Bilder, eine naturnahe, harmonische und positive Bildsprache sowie eine eigene Schmuckschrift sprechen die Nutzer ganzheitlich an und stellen so eine direkte Nähe zur Bad Hindelanger Natur her. Die Markenwerte werden auf anschauliche Weise transportiert, die neuen Farben, Bilder und Schriften gliedern die Website in das Erscheinungsbild aller örtlichen Kommunikations- und Informationsmittel ein. So entsteht ein einheitliches Kommunikationskonzept, das für den hohen Wiedererkennungswert Bad Hindelangs sorgt.

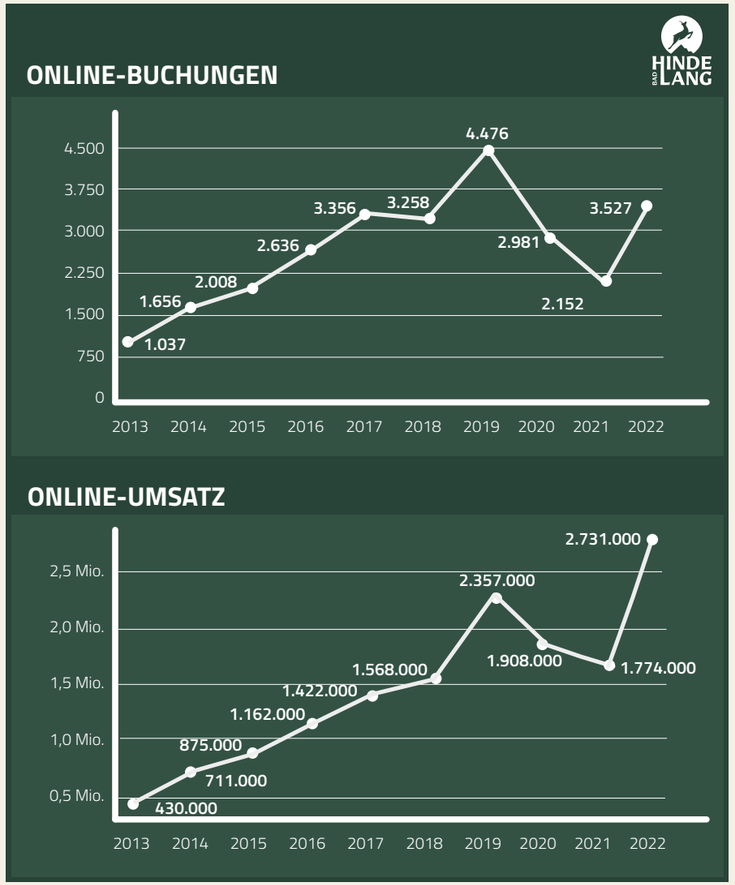
Der Fokus der Internetpräsentation richtet sich einerseits auf zentrale touristische Themen wie Wandern, Radfahren, Winter- und Familienurlaub. Zugleich rückt der neue Online-Auftritt das „Ökomodell Hindelang", die Alpwirtschaft sowie Begriffe wie Regionalität, das heimische Handwerk und die gesunde und gute Luft in den Mittelpunkt.

Mit der überarbeiteten badhindelang.de hat Bad Hindelang eine Website, die den aktuellen Standards entspricht, schneller arbeitet, benutzerfreundlicher ist und die Werte Bad Hindelangs optisch widerspiegelt. Die Website konnte auch im Jahr 2022 erfolgreiche Zahlen liefern.

Seit ihrem Start wurde sie permanent weiterentwickelt und optimiert, sowohl technisch als auch inhaltlich und gestalterisch. So wurden unter anderem unter dem Leitmotto „mobile first" weitere Anpassungen zu Ausspielungen für mobile Endgeräte vorgenommen. Die stetige Suchmaschinenoptimierung wurde zielgerichtet durchgeführt und die meistbesuchten Seiten analysiert und angepasst. Auf Grundlage des analysierten Nutzerverhaltens wurden Umstrukturierungen und Veränderungen des Wordings im Menü vorgenommen und Anpassungen an neue Gesetzeslagen wie beispielsweise zur Barrierearmut durchgeführt.

Online-Marketing

Onlinebuchbarkeit
Nach den Pandemiejahren war 2022 endlich wieder ein Jahr, in dem durchgängig Gäste empfangen und beherbergt werden konnten, so dass sich wieder viele Gäste für einen Urlaub in Bad Hindelang entschieden haben. Wie dem generellen Nutzerverhalten entsprechend, wurde erneut eine Vielzahl an Buchungen über den digitalen Weg durchgeführt. So sind digitale Buchungen von Reisen in Deutschland von 45% auf 59% gestiegen. Erfreulich ist es zu sehen, dass trotz der allgemeinen steigenden Preisentwicklung, der wechselnden und unsicheren Schneelage viele Urlauber das Angebot wahrgenommen und sich für einen Urlaub im Allgäu entschieden haben. Die Zahl der Onlinebuchungen für Unterkünfte in 2022 liegt bei 3.527. Im Jahr 2021 lag diese bei 2.152, im Jahr 2019 bei 4.476 und



im Jahr 2018 bei 3.258 Buchungen. Somit liegen die Buchungszahlen dieses Jahres zwar unter einem „normalen" Buchungsjahr 2019, sind aber zu 2021 steigend und als positiv zu erachten. Denn auch trotz der inflationsbedingten Preissteigerungen und der Besorgnis um die wirtschaftliche Entwicklung blieb die Nachfrage für Reisen grundsätzlich hoch. Der Blick auf den Umsatz der Online-Buchungen zeigt mit einem

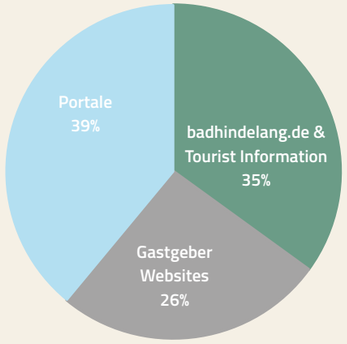
Gesamtumsatz von 2,73 Mio. Euro eine Steigerung im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 mit 2,36 Mio. Euro. Mit ca. 774 Euro pro Buchung ist der durchschnittliche Umsatz pro Unterkunftsbuchung gestiegen, was auf Preisanhebungen in Zeiten höherer Inflation mit einem Jahresdurchschnitt von 6,7% und erhöhten Energiekosten zurückzuführen ist. Der durchschnittliche Umsatz pro Buchung lag 2019 bei 543 Euro.

In der Verteilung der Unterkunftsbuchungen zeichnet sich weiterhin der Trend ab, dass Gäste vermehrt auf Portale wie booking.com setzen, welche ihnen bekannt sind und bei denen Daten wie Kontonummern hinterlegt werden können, was eine erneute Buchung erleichtert. Der Anteil der externen Buchungsportale ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen auf 39%.

3% der Buchungen kamen direkt über die Tourist Information. Die badhindelang.de liegt mit 32% Anteil weiterhin in einem sehr guten Bereich, ebenso wie die Gastgeberwebsites, die mit 26% der gesamten Online-Buchungen vertreten sind.

Dies liegt vor allem daran, dass viele Gastgeber das modernisierte Buchungsmodul von feratel auf ihrer eigenen Website integriert haben und so den Gästen die Möglichkeit einer Direktbuchung geben. Auch 2022 hat sich die Onlinebuchbarkeit als bedeutendes Buchungsinstrument herausgestellt. Die Gäste schätzen die unkomplizierte und direkte Abwicklung der Buchung. Und auch Urlaubsangebote vor Ort, wie zum Beispiel Erlebnisse werden immer stärker online gebucht.

Ein Blick auf das Buchungsverhalten macht bemerkbar, dass Urlaube kurzfristiger gebucht werden. So werden die meisten Reiseentscheidungen 1-3 Monate vor Urlaubsbeginn getroffen. 12% entscheiden mehr als 6 Monate vorher und 14% in den 4 Wochen vor der Anreise, ob der Urlaub gebucht wird. Doch nicht nur der Preis, sondern auch eine gute Erreichbarkeit und das Wetter am Reiseziel, sowie das Angebot an Erlebnissen und Aktivitäten spielen eine entscheidende Rolle.



Erlebnisse
Ein immenser Anstieg ist bei den Buchungen der Erlebnisse zu verzeichnen. Mit 2.079 Erlebnis-Buchungen hat sich die Zahl der Buchungen im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt. Das liegt zum einen an dem erweiterten Angebot der PLUS-Erlebnisse und zum anderen daran, dass es 2022 kaum coronabedingte Einschränkungen gab, so dass Erlebnisse gut durchgeführt werden konnten.

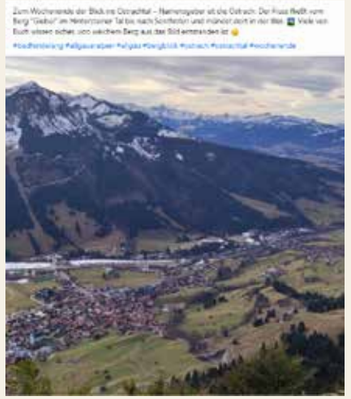
Dieses Jahr hat sich Bad Hindelang zudem mit seinen Allgäuer Nachbardestinationen wie den Hörnerdörfern, Kempten und Alpsee-Grünten zusammengeschlossen. Gemeinsam wurde die Idee umgesetzt, die Erlebnisse gegenseitig auf den jeweiligen Webseiten auszuspielen, so dass Gästen ein ortsübergreifendes Angebot an buchbaren Erlebnissen zur Verfügung steht.. Dies ist ein schönes Beispiel für die gute Zusammenarbeit der Destinationen im Allgäu.

Bad Hindelang-Fanartikel
Wahre Bad Hindelang-Fans und auch einige Einheimische kaufen weiterhin fleißig die Bad Hindelang-Produkte aus dem Fanartikel-Shop und sorgen für leicht steigende Einkaufzahlen und Umsätze. Besonders bei den Gutscheinen war ein starkes Wachstum der Verkaufszahlen zu erkennen.

Social Media
Bad Hindelang ist weiterhin auf den Sozialen Medien in Instagram und Facebook präsent. Es schafft einen ersten Anknüpfungspunkt mit dem Ort und macht Gäste bereits zu Hause auf Bad Hindelang aufmerksam, lädt zum Träumen vom Urlaub in den Bergen ein oder dient als Inspiration für die nächste Wanderung und Veranstaltung. Gezeigt wird in zahlreichen Posts und Stories, was Bad Hindelang an beeindruckender Natur, Veranstaltungen, Tradition und Nachhaltigkeit zu bieten hat. In den fast täglichen Stories lässt sich unter anderem die aktuelle Wetterlage erkennen. Nicht nur neue Gäste, sondern auch Bad Hindelang-Fans, die bereits Gäste waren, gilt es über Stories und anschauliche Beiträge zu binden und die Begeisterung für die Region aufrecht zu erhalten.

Da sich Instagram immer mehr zu einer Plattform mit Bewegtbildern entwickelt, nimmt die Bedeutung für Reels (kurze Videos im Hochformat) zu, welche anhand von Algorithmen für mehr Reichweite und Follower sorgen. 22 neue Reels sind hinzugekommen und zeigen Veranstaltungen wie den Schellenweltrekord oder Weihnachtsmarkt, jahreszeitliche Natureinblicke oder Wandertipps rund um Bad Hindelang. Die Reihe der Imagefilme, die Bad Hindelang hautnah und echt zeigen, wurden Stück für Stück auf Facebook gepostet.

Das stetige Posten und die Kreativität haben sich gelohnt: Die Followerzahlen auf Facebook und Instagram sind gewachsen und die Reichweite auf Instagram hat sich um 16,6% gesteigert. Highlights waren ein Frühlings-Beitrag, der beinahe 35.500 Konten erreicht hat und ein Winterbeitrag mit Sonnenuntergang. Ebenfalls erfreulich sind die vielen Verlinkungen des Bad Hindelang Profils. Sowohl auf Facebook als auch auf Instagram teilen Gäste und Einheimische fast täglich schöne Momente während ihres Aufenthalts oder tolle Erinnerungen von ihren Erlebnissen in Bad Hindelang.



Aktueller Schneebericht

Immer einen aktuellen Stand zur Schneelage, zu geöffneten Liftanlagen, Loipen und Winterwanderwegen sowie Hütten und Alpen – das konnte im Winter 2022/23 über den akutellen Schneebericht dargestellt werden. Sowohl in einer Ausspielung auf der badhindelang.de als auch über ein neu gestaltetes und sich stündlich aktualisierendes PDF, das von Gästen und Einheimischen entweder digital abgerufen oder ausgedruckt für den Frühstückstisch oder das Schwarze Brett verwendet werden konnte.

Beide Versionen zeigen übersichtlich aufgegliedert in den Kategorien „Bergbahnen & Skigebiete", „Rodeln", „Langlaufen", „Winterwandern" und „Hütten & Alpen" auf einen Blick, was geöffnet hat. Bei beinahe täglichen Änderungen im Früh- und Spätwinter hat sich der Schneebericht als wichtiges Informationsmedium etabliert.

Mobilitätsservice EMMI-MOBIL

Das Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030" hatte es klar ergeben: Die Bad Hindelanger wünschen

sich die Reduzierung des Individualverkehrs zum Schutz von Klima, Luft und Natur und zur Steigerung der Lebens- und Urlaubsqualität.
Die Lösung: innovative Ideen für den ÖPNV und intelligente Konzepte für die Parkraumbewirtschaftung. Einen ersten großen Schritt machte die Gemeinde 2019 mit der Einführung der kostenfreien Nutzung des ÖPNV mit der Bürger- und Gästekarte im gesamten Gemeindegebiet, bis Wertach, Jungholz/Tirol und nach Sonthofen, mit der Gästekarte sogar zusätzlich bis ins Tannheimer Tal/Tirol.
Einen weiteren Meilenstein zur Erreichung dieser Ziele setzte die Gemeinde im Dezember 2021 mit der Einführung des Mobilitätsservices EMMI-MOBIL.

Was ist EMMI-MOBIL?
EMMI-MOBIL steht für „emissionsfrei. miteinander. individuell." Als innovativer Mobilitätsservice kombiniert EMMI-MOBIL bestehende ÖPNV-Linien mit einem individuellen On-Demand-Ridepooling. EMMI-MOBIL ist somit die nahtlose Ergänzung des Linienverkehrs, um die Lücken im ÖPNV-Netz und vor allem die erste und letzte Meile zu schließen. Die mit Strom betriebenen Kleinbusse (9-Sitzer) werden über eine multimodale App bei Bedarf gerufen und bringen die Fahrgäste zur nächstbesten ÖPNV-Haltestelle. Fährt von dort in kurzem Abstand kein Bus, fährt EMMI-MOBIL direkt bis ans Ziel. Durch den Ridepooling-Ansatz von EMMI-MOBIL werden Fahrten in die gleiche Richtung zusammengefasst. So wird die Nutzung zu einem gemeinsamen Fahrerlebnis und das Mobilitätsangebot innerhalb des Ortes deutlich verbessert.

Ohne feste Linienverläufe – wie im klassischen ÖPNV – werden „virtuelle Haltestellen" durch die Fahrzeuge

EMMI-MOBIL

STATISTIK 1. BETRIEBSJAHR

Fahrten:	7.799
Fahrgäste:	18.183
o Wartezeit:	7:44 Min.
o Fahrtzeit:	8:72 Min.
eingesparte PKW-Kilometer:	43.500
Feedback:	4,7 von 5,0 („sehr gut")

routenoptimiert angefahren und unnötige Umwege im laufenden Betrieb vermieden. Die „virtuellen Haltestellen" befinden sich im gesamten Gemeindegebiet. Auf diese Weise agiert EMMI-MOBIL – quasi ab der „Haustür" – vor allem als Zubringer zu den Busbahnhöfen/Haltestellen und kann insbesondere abgelegene Gemeindebereiche, welche durch den

ADAC
2. Platz
Tourismuspreis
Bayern 2023

VITALPIN
KLIMAINVESTMENT

regulären Linienverkehr nicht erreicht werden, deutlich besser anbinden.
Mit der elektronischen Bad Hindelanger Gäste- oder Bürgerkarte sind sowohl EMMI-MOBIL als auch der ÖPNV kostenlos. Da EMMI-MOBIL ganzjährig im Einsatz ist, sind Einwohner und Urlaubsgäste genau dann mobil, wenn Mobilität gebraucht wird.

Wie wirkt EMMI-MOBIL?
EMMI-MOBIL ist somit eine echte und umweltverträgliche Alternative zum Individualverkehr für Bürger, Tages- und Übernachtungsgäste und die Lösung für den ÖPNV in ländlichen Regionen und Flächengemeinden.

Im Tourismus entfallen 75 Prozent des CO2-Ausstoßes auf die An- und Abreise der Übernachtungsgäste. Da EMMI-MOBIL die „erste und letzte

Deutscher Tourismuspreis 2022
3. Preis

ARGE ALP
Die Alpen leben • Le Alpi vivono

Meile" vor Ort bedarfsgerecht schließt, liegt die große Chance darin, dass Gäste zukünftig vermehrt mit dem ÖPNV und der Bahn anreisen. Und weil Gäste mit der Gästekarte den Service kostenfrei nutzen, lassen diese das Auto noch lieber stehen.

Durch die Intensivierung der ÖPNV-Nutzung wird das Verkehrsaufkommen in der Gemeinde gesenkt und CO2-Emissionen werden reduziert. EMMI-MOBIL macht damit die sanfte Mobilitätskette perfekt und trägt zu mehr Lebens- und Urlaubsqualität zum Schutz von Klima, Luft und Natur bei.

Zahlen und Erfolge im 1. Betriebsjahr
Die Bilanz im ersten Betriebsjahr nach dem Projektstart zum 01. Dezember

2021 fällt überaus positiv aus: Erfasst wurden insgesamt 7.799 Fahrten und 18.183 Fahrgäste. So konnten im ersten Jahr mit EMMI-MOBIL bereits über 43.500 Pkw-Kilometer eingespart werden. Das ist einmal um die ganze Welt!

Und die Fahrgäste sind begeistert: mit einer Feedbackquote von knapp 50% bewerteten die Fahrgäste EMMI-MOBIL mit 4,7 von 5,0 möglichen Sternen mit der Note „sehr gut". Im Jahr 2022 wurde Bad Hindelang für EMMI-MOBIL zudem mit dem „Vitalpin KlimaInvestment Preis" als bestes Klimaschutzprojekt der Alpen, dem „ARGE ALP-Preis" für innovative Klimaschutzprojekte sowie dem 3. Platz beim Deutschen Tourismuspreis ausgezeichnet. Auch 2023 hat Bad Hindelang für EMMI-MOBIL erneut einen Preis erhalten. Die innovative Mobilitätslösung wurde beim Wettbewerb „ADAC-Tourismuspreis Bayern 2023" mit dem 2. Platz ausgezeichnet.

Aufgrund des erfolgreichen ersten Betriebsjahres hat der Marktgemeinderat im Januar 2023 beschlossen, EMMI-MOBIL auch die kommenden Jahre fortzuführen. Partner von EMMI-MOBIL sind die Firma WIIF GmbH, die der Gemeinde das innovative Mobilitätskonzept vorgeschlagen und mit ihr umgesetzt hat, sowie als Betreiber die Firma „Komm mit".

Die EMMI-MOBIL-App stellt „ioki" (Deutsche Bahn). Auch diese Partnerschaft ermöglicht Bad Hindelang weitere sehr gute Entwicklungsmöglichkeiten bzgl. der sanften Mobilitätskette, da man über das Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen" bereits seit vielen Jahren Partner von „Fahrtziel Natur" der Deutschen Bahn ist.

Besucherlenkung

Im Rahmen des Lebensraumkonzeptes „Unser Bad Hindelang 2030" war das Thema Besucherlenkung eine der wichtigsten umzusetzenden Maßnahmen. Folglich wurde zusammen mit der Gemeinde Tannheim/Tirol in den Jahren 2021 und 2022 ein gefördertes Interreg-Kleinprojekt in Form einer Machbarkeitsstudie mit dem Titel „Gemeinsame Besucherlenkung in sensiblen Naturräumen im Grenzraum Bad Hindelang – Tannheim" durchgeführt.

Zusammen mit den Schlüsselakteuren (Vertretern der Grundstückseigentümer, Alpbetreiber, Jagd etc.) wurden die Umweltprobleme und Herausforderungen bezüglich verschiedener Besuchertypen wie Urlaubern, Tagesgästen und Einheimischen im Naturschutzgebiet Allgäuer Hochalpen diskutiert sowie mögliche Maßnahmen und Formen der Besucherlenkung, Information, Kontrolle und Sanktionierung erarbeitet.

Diese Maßnahmen sollen nun in Absprache mit der Regierung von Schwaben (Höhere Naturschutzbehörde) mit Hilfe der neu aufgelegten „Landschaftspflege- und Naturparkrichtlinie" (LNPR), die Vorhaben zur naturverträglichen Besucherlenkung und Förderung des Naturverständnisses und Naturerlebnisses fördert, ab 2023 mit einer Laufzeit von 4 Jahren umgesetzt werden. Im Rahmen der LNPR-Richtlinie werden Maßnahmen innerhalb des Naturschutzgebietes, die naturschutzrechtlich begründet werden können, mit bis zu 90% und Maßnahmen im gesamten Gemeindegebiet mit bis zu 70% gefördert. Gefördert werden können Vorhaben und Einrichtungen für ein aktives Naturerleben und aktive Naturvermittlung, Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität, Vorhaben zur Verringerung und Vermeidung von Beeinträchtigungen und Störungen von ökologisch sensiblen Gebieten einschließlich digitaler Maßnahmen, die naturschutzrechtlich begründete Sanierung von Wegen, naturschutz- und projektbezogene Informationen an die Öffentlichkeit, aber auch Personal wie ein Projektmanagement und Natur Scouts.

Die Bewilligungsstelle ist die Regierung von Schwaben (Höhere Naturschutzbehörde). Ein erster Antrag im Rahmen der LNPR-Richtlinie wurde im Frühjahr 2023 gestellt.

Beinhaltet sind das Projektmanagement und Natur Scouts, weiters die naturschutzrechtlich begründete Sanierung von Wegen in sensiblen Biotop- und Naturbereichen wie zum Beispiel der Weg zum Schrecksee und die Sanierung des Uferbereichs, Naturinfoeinrichtungen wie Eingangsportale ins Naturschutzgebiet Allgäuer Hochalpen, digitale Besucherlenkung, Social Media, aber auch die Installation von Messsensorik an vielbegangenen Wegen etc. Innerhalb der vier Jahre können weitere Folgeanträge gestellt werden.

Die tatsächliche Umsetzung möglicher Maßnahmen hängt letzten Endes immer von der Absprache mit den Grundstückseigentümern und deren Einwilligung ab.

Bad Hindelanger Produkt

Das Ökomodell Hindelang und die hochalpine Alpwirtschaft als Immaterielles Kulturerbe stehen im Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030" mit integrierter Tourismusstrategie an erster Stelle. Eines der sieben Schlüsselprojekte aus dem Bürgerprojekt ist die Weiterentwicklung der Direktvermarktung ökologisch hochwertiger Produkte aus der örtlichen Land- und

Alpwirtschaft. Auf Initiative von Marktgemeinderätin Marion Weber, in diesem Zuge Fleisch- und Wurstprodukte komplett aus Bad Hindelang zu erarbeiten, hatten sich Zweiter Bürgermeister Eric Enders und Metzgermeister Matthias Endraß mit ihrem Know-how in der Produktentwicklung dieses Projekts angenommen.

Gemeinsam mit den drei Metzgern aus dem Ort entstehen seither qualitativ hochwertige Produkte, die dem regionalen und nachhaltigen Anspruch der Gemeinde gerecht werden. Zu kaufen gibt es die Produkte für Hotels, Tourismusbetriebe und den Einzelhandel an verschiedenen Verkaufsstellen vor Ort, dem Wochenmarkt und dem Bio- und Bauernmarkt.

So können Einzelhändler die hochwertigen Produkte in Form von Geschenkkörben oder einfach direkt an der Theke verkaufen und Gastgeber ihren Gästen ein genussvolles Stück Bad Hindelang anbieten oder mitgeben.

Das „Bad Hindelanger Produkt" steht für den lokalen Vertrieb von örtlichen Produkten zur Stärkung der kleinbäuerlichen Strukturen sowie der Familienbetriebe und ist ein weiterer wichtiger Schritt im Rahmen von „Unser Bad Hindelang 2030" hin zu einer besseren Umwelt mit weniger CO2-Ausstoß.

Jugend entscheidet

„Jugend entscheidet" ist inzwischen ein fester Bestandteil des kommunalen Lebens in Bad Hindelang geworden. Im Jahr 2022 wurde mit Hochdruck an der Umsetzung des Projektes „Inklusive Mehrgenerationen Freizeit- und Rollsportanlage" an der Hornbahn gearbeitet. Das Team der Jugendlichen zeigte dabei sehr viel Einsatz und musste gleichzeitig lernen, wie zäh ein so großes Projekt ist, wieviel Geduld man braucht und wie viel kleine Schritte notwendig sind, um mit dem Bau überhaupt beginnen zu können.

Aber man ließ sich nicht entmutigen. Während seitens der Gemeinde der LEADER Förderantrag gestellt und mit den Grundstückseigentümern verhandelt wurde, überlegten die Jugendlichen bei ihren regelmäßigen Treffen im Kurhaus, wie sie Geld und Spenden für ihr Projekt sammeln können. Mit Unterstützung des kommunalen Teams wurden Stirnbänder entworfen, Schlüsselanhänger genäht und kleine Schellen geschnitzt. Dazu kam noch ein Bio-Fahrradkettenöl mit eigenem Logo.

An der Alpzit betrieben die Jugendlichen erfolgreich einen Kaffee- und Kuchen-Stand und betreuten das Kinderprogramm mit Hüpfburg, Spielen und Schminken. Natürlich boten sie auch ihre eigenen Produkte an, die sie im Laufe des Jahres auch am Bad Hindelanger Marktfest und am Viehscheid verkauften.

Die Idee, direkt bei den Bad Hindelanger Unternehmen um Spenden zu bitten, stammte ebenfalls von den Jugendlichen selbst. Eingeteilt in Gruppen radelten sie durch alle Ortsteile und baten die einheimischen Betriebe um Unterstützung. Und sie waren dabei sehr erfolgreich. Spenden und Verkaufsaktionen brachten im Laufe des Jahres die stolze Summe von 6.498,00 Euro ein.

Aber auch das Bauprojekt machte Fortschritte. Für den zukünftigen Mulitfunktionsplatz trafen die mobilen Hindernisse ein, die auf dem alten Eisplatz schon mal ausprobiert werden konnten. Nach und nach wurden alle Themen rund um Hochwasserschutz, Naturschutz, Flächennutzungsplan abgearbeitet und der Bauantrag gestellt. Zum Jahresende war es dann so weit: Das Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in Kempten bewilligte die LEADER Förderung in Höhe von 200.000 Euro und zu Beginn des neuen Jahres traf auch die langersehnte Baugenehmigung ein.

Die Jugendlichen und das kommunale Team freuen sich schon jetzt auf die Eröffnung im Herbst 2023!

Schon beinahe Tradition sind inzwischen die Filmabende im Kurhaus geworden. Mit großer Begeisterung haben auch 2022 an zwei Terminen Kinder von 6 bis 11 Jahre und Jugendliche von 12 bis 16 Jahre einen Film angeschaut und dabei in gemütlichen Sesseln mit Popcorn und Getränken echtes Kinoflair erlebt. Diese Idee der Jugendlichen wird sicherlich auch in Zukunft den Veranstaltungskalender bereichern.

Doch auch darüber hinaus geht „Jugend entscheidet" weiter. Es hat

sich gezeigt, dass die Jugend in Bad Hindelang Interesse an ihrem Dorf, an ihrer Heimat hat, dass sie mitgestalten möchte und eigene Ideen hat. Dieses Engagement langfristig als Bestandteil des kommunalen Lebens zu fördern und auch zu fordern, ist das große Ziel von „Jugend entscheidet".

Veranstaltungen

Die Durchführung von Veranstaltungen im Jahr 2022 war leider zunächst auf Grund der Corona-Pandemie schwer zu planen und kaum umsetzbar, sodass auch wieder viele Veranstaltungen im ersten Quartal abgesagt werden mussten. Zum Glück wurden die Beschränkungen mehr und mehr gelockert, woraufhin einige Events in Bad Hindelang stattfinden konnten.

SummerSound
Erstmalig fand im letzten Jahr der „SummerSound" in Bad Hindelang statt. Diese Veranstaltung lieferte drei heiße Musiknächte mit viel Rock, Blues, Folk und Country. Zum Warm-up am Donnerstag, den 21. Juli, luden verschiedene Restaurants und Locations im Ostrachtal und in Oberjoch zu kleineren Musikveranstaltungen ein, bevor am Freitag und Samstag, 22. und 23. Juli, die Open-Air-Konzerte auf dem Kurhausvorplatz für eine atemberaubende Stimmung sorgten. Mit Daniel Kemish, John Diva & The Rockets of Love, Kids of Adelaide und dem Saint City Orchestra traten vier Bands am Fuße der Allgäuer Hochalpen auf, die in der jüngeren Vergangenheit Musikfans rund um den Globus begeistert haben. Die Konzertabende wurden von der Gemeinde Bad Hindelang in Kooperation mit Michael Schober, Inhaber der bekannten heimischen Agentur „Brainstorm Music Marketing", organisiert. Schon jetzt freuen sich die Organisatoren auf die nächste Ausgabe in 2023.

Ein Ort wird Musik
Die beliebte Konzertreihe „Ein Ort wird Musik", die seit 2005 ein Fixpunkt im Veranstaltungskalender der Marktgemeinde Bad Hindelang ist, wurde im Jahr 2022 reformiert. Das neue Konzept sieht vor, alle musikalischen Veranstaltungen in Bad Hindelang unter einem Dach zusammenzufassen.

Hierbei möchte man veranschaulichen, wie vielfältig sich die musikalisch-kulturellen Veranstaltungen präsentieren. Egal ob die Kurkonzerte der Harmoniemusik und Sängergesellschaft oder aber die Heimatabende, Dämmerschoppen und das Festival „SummerSound" – sie alle sind nun Teil des neuen Konzeptes. Mit diesem veränderten Gedanken, neuem Logo und dem bewährten Slogan „Ein Ort wird Musik" möchte die Gemeinde Bad Hindelang verstärkt auch bei Einheimischen mehr Interesse für kulturelle Veranstaltungen im Ort wecken. Die gewachsene Kultur sowie die historische und zukunftsorientierte Identität der Gemeinschaft im Ort soll hiermit unterstrichen werden.

Benefizkonzerte
Zum 10-jährigen Jubiläum fanden gleich zwei Benefizkonzerte in Bad Hindelang statt. Das Trio Gaon, bestehend aus dem Pianist Tae-Hyung Kim, dem Cellisten Samuel Lutzker und Violinist Jehye Lee spielten am

EIN ORT WIRD MUSIK
BAD HINDELANG

Freitag Werke von Beethoven und Schubert. Stücke von Schubert, Schumann und Prokofiev/Schubert wurden beim zweiten Konzert von Tae-Hyung Kim solo am Piano gespielt. Die Erlöse aus diesen beiden Konzerten kamen der Bergwacht und der evangelischen Dreifaltigkeitskirche in Bad Hindelang ohne Abstriche zugute.

Regionales Kochbuch

„Eine Hommage an die Menschen von Bad Hindelang“

Originalrezepte, Lebensweisheiten und Amüsantes – 18 Zeitzeugen wirkten mit.

„Groß geworden sind wir mit Kartoffeln und Milch – und wenn es uns besonders gut ging, gab es noch Butter dazu," erzählt Regina Weishaupt. Aus ihrer Kindheit spricht sie über Verzicht und Hunger sowie den Alltag einer zehnköpfigen Familie in den 1930er und 1940er Jahren. Die heute 96-jährige Seniorin aus dem Bad Hindelanger Ortsteil Hinterstein erinnert sich zugleich an viele schöne Momente. „Wir haben immer gearbeitet, waren aber dennoch zufrieden." Gerüche und Düfte sind in ihren Erinnerungen bis heute besonders fest verankert.

Im neuen Kochbuch „Easse und 's olte Wisse“ („Essen und altes Wissen") hat Regina Weishaupt ihre Kompetenz mit Gleichgesinnten zu Papier gebracht. Entstanden ist ein besonderes Buch mit Originalrezepten und Lebensgeschichten. Das Werk ist im context verlag Augsburg/Nürnberg erschienen.
„Das Buch ist eine Hommage an die Menschen, die in den vergangenen 100 Jahren in Bad Hindelang gelebt, gearbeitet und gekocht haben. Dass es uns gelungen ist, dieses Wissen für nachfolgende Generationen zu erhalten und zu dokumentieren, freut mich sehr. Das Buch spiegelt die engen Wirtschaftskreisläufe im Ort in Wort und Bild wider und zeigt auf, welchen Stellenwert Essen und Kochen in Bad Hindelang und den Allgäuer Alpen bis heute hat", sagte Erste Bürgermeisterin Dr. Sabine Rödel bei der Buchpräsentation.

Essen und Kochen in Bad Hindelang bedeutet (Zeit-)Geschichte und Geschichten, Alpwirtschaft und Ökolandbau. Die nachhaltige Bewusstseinsbildung für die heimische Bergland- und Alpwirtschaft, die Stärkung regionaler Kreisläufe sowie die Belebung der Nachfrage heimischer Produkte sind allgegenwärtig. Die Konzepte für den Wochenmarkt und den Hindelanger Bio- und Bauernmarkt beruhen ebenfalls auf regionaler Produktion.

In dem Kochbuch „Easse und 's olte Wisse" kommen 18 Einheimische in fortgeschrittenem Alter zu Wort. Sie verraten ihre Originalrezepte und persönlichen Geschichten dazu, schildern, wie das Leben früher war und erklären, warum die liebevoll einfach zubereiteten Gerichte aus Omas Küche bis heute positive Erinnerungen an die eigene Kindheit wecken. Ebenfalls spielen aktuelle Themen wie Energiesparen und Nachhaltigkeit im Buch eine Rolle – die Gerichte wurden seinerzeit häufig in einem Topf und mit regionalen Zutaten zubereitet.

„Das Buch unterstreicht, wie existentiell wichtig regionale Versorgung der Menschen mit heimischen Lebensmitteln gerade in Zeiten von steigenden Energiepreisen und unterbrochenen Lieferketten ist. Darüber hinaus thematisiert es sehr treffend die Kernbotschaften, die wir in unserem Lebensraumkonzept ‚Unser Bad Hindelang 2030' festgeschrieben haben. Es geht um die Übertragung des traditionellen Wissens sowie der ökologisch hochwertigen Produkte aus dem gemeindeweiten Landschaftspflegeprojekt ‚Ökomodell Hindelang' in die örtlichen Tourismusbetriebe sowie in den Einzelhandel", sagt Gemeindechefin Dr. Sabine Rödel.

Idee: Erste Bürgermeisterin Dr. Sabine Rödel
Konzeption und Redaktion: Petra Kluger und Rosa Schmid
Köchinnen: Petra und Hannah Kluger, Rosa Schmid und Paula Wimmer
Fotografie: Hannah Kluger
Dialekt: Ulrich Keck
Lektorat: Sandra Riedmüller

Wissenschaft und Forschung

Bad Hindelang Real-Labor der Uni Augsburg
Seit zwei Jahren bildet das Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030" mit integrierter Tourismusstrategie die Grundlage für politische Entscheidungen und gesundheitstouristische Projekte. Das „Ökomodell Hindelang" und das Immaterielle Kulturerbe der hochalpinen Alpwirtschaft sind dabei ebenso Kern wie die besonders reine und allergenarme Luft im „Heilklimatischen Kurort".
Laut der Weltgesundheitsorganisation WHO ist Bad Hindelang „einer der Orte mit der besten Luft weltweit", wie die ständigen Luftmessungen durch das Bayerische Landesamt für Umwelt (LfU) zeigen.

Anfang Mai 2022 überbrachte der Bayerische Gesundheitsminister Klaus Holetschek 200.000 Euro für ein Forschungsprojekt, die die Zukunft von Bad Hindelang, vom Bayerischen Heilbäderverband e.V. zertifiziert als „Für Allergiker qualitätsgeprüfter Kurort", prägen werden: Die „Rettungsinsel für Allergiker" in den Allgäuer Alpen wird künftig durch eine Kooperation mit der Universität Augsburg, dem Lehrstuhl für Umweltmedizin, wissenschaftlich begleitet und gestärkt werden. Den Förderbescheid für ein erstes Forschungsprojekt übergab der Gesundheitsminister an Prof. Dr. Claudia Traidl-Hoffmann, Professorin für Umweltmedizin an der Medizinischen Fakultät der Universität Augsburg, und Bürgermeisterin Dr. Sabine Rödel. Im „Real-Labor Bad Hindelang" sollen die positiven volksgesundheitlichen und volkswirtschaftlichen Auswirkungen einer gesunden Umwelt auf den menschlichen Organismus untersucht werden.

Bei einer aufgrund des Klimawandels und von Luftschadstoffen stetigen Zunahme von Umweltkrankheiten und Allergien sollen die positiven Auswirkungen des heilenden Klimas, der besonders reinen Luft und der gesunden Umwelt in Bad Hindelang auf die körperliche und geistig-mentale Gesundheit im Allgemeinen und bei Allergikern im Besonderen in verschiedenen Forschungsprojekten untersucht werden. Zudem verfügt die Oberallgäuer Gemeinde, insbesondere mit der KJF Alpenklinik Santa Maria für Kinder- und Jugendmedizin und dem dort angesiedelten „Allergie Kompetenzzentrum" zur ambulanten Beratung, bei umweltbedingten Krankheiten und Allergien über eine hervorragende medizinische Infrastruktur vor Ort. Dabei verfolgt der Lehrstuhl für Umweltmedizin bei den Forschungen in Bad Hindelang einen

ganzheitlichen Ansatz: „Als Umweltmedizinerin möchte ich verstehen, welche Umweltfaktoren uns krankmachen und aber auch, welche uns gesund erhalten oder gesundmachen", sagte Prof. Dr. Traidl-Hoffmann.

Klaus Holetschek überreichte im Kurhaus symbolisch einen Scheck in Höhe von 200.000 Euro aus dem „Förderprogramm für hochprädikatisierte Kurorte und Heilbäder". Mit dem Forschungsprojekt „Umwelt und Allergie: Ein digitaler Umwelt-, Gesundheits- und Informationsdienst in Bad Hindelang", das auf drei Jahre angelegt ist, soll künftig eine für Bad Hindelang konzipierte „Allergie- und Umwelt-App" Allergikern bei der Prävention helfen und einer effektiven Strategie im Umgang mit der Krankheit dienen. Bayerns Gesundheitsminister Klaus Holetschek betonte: „Gesundheit und Klimawandel hängen eng miteinander zusammen. Durch den Klimawandel nimmt die Bedeutung des Pollenflugs für die menschliche Gesundheit zu. So leiden zunehmend mehr Menschen an Allergien, davon in Bayern rund 12% der Erwachsenen an Heuschnupfen. Mit Fördergeldern unterstützt der Freistaat Projekte, die den Betroffenen die Heuschnupfensaison erleichtern sollen. Klar ist: Gesundheit muss künftig in vieler Hinsicht digital gedacht werden. Ich freue mich, dass gerade in Bad Hindelang nun Forschung und Praxis auch digital verknüpft werden. Bad Hindelang hat als Kurort schon früh den Fokus auf das Thema Allergien gelegt. Langfristig werden von dem Projekt auch Menschen außerhalb Bad Hindelangs davon profitieren."

Die Zusammenarbeit bzgl. der „Allergie- und Umwelt-App" erfolgt eng mit der Gemeinde Bad Hindelang. Eine wichtige Rolle spielt die KJF Alpenklinik Santa Maria in Oberjoch sowie das dort angesiedelte „Allergie Kompetenzzentrum", das ebenfalls vom Bayerischen Gesundheitsministerium für Gesundheit und Pflege gefördert wird. Der ärztliche Leiter Dr. Markus Koch ist eng in die Projektarbeit involviert. Für seine Patientinnen und Patienten ist eine erfolgreiche Entwicklung der App besonders wertvoll.

Weiter unterstützt wird die Maßnahme durch die beiden Biologen Dr. Reinhard Wachter und Ulrike Kuhn, die Pollenmessungen im Ortsteil Oberjoch durchführen. Die Pollenfalle auf dem Gelände der KJF Alpenklinik Santa Maria wird in Zusammenarbeit der Marktgemeinde Bad Hindelang und der KJF Klinik seit 1982 betrieben. Durch die Initiative von Prof. Dr. Claudia Traidl-Hoffmann wurde zudem im April 2023 auf dem Klinikgelände der KJF Alpenklinik Santa Maria eine vollautomatische Pollenmessstation der Firma „Hund" aufgestellt. Damit können die Daten über den Pollenflug nun quasi in Echtzeit von Allergikern abgerufen werden.

Interreg

Nachhaltiger Tourismus ohne Grenzen: Bad Hindelang und Tannheimer Tal starten gemeinsames Projekt

Die Studienlage ist sich einig - der Klimawandel wird sich maßgeblich auf die Zukunft der alpinen Tourismusregionen auswirken. So fehlte im vergangenen Winter alpenweit der kontinuierliche Schnee für ein durchgängig funktionierendes Schneesportangebot. Unter diesem Aspekt haben Bad Hindelang und das Tannheimer Tal/Tirol in den

Allgäuer Alpen ein gemeinsames Projekt gestartet: Unter dem Titel „Qualitative Weiterentwicklung der Sport- und Freizeitinfrastruktur im Grenzraum Bad Hindelang/Tannheimer Tal – Planungsphase" arbeiten Bad Hindelang Tourismus und der Tourismusverband Tannheimer Tal jetzt noch stärker zusammen.

In einer 2022 vorausgegangenen Machbarkeitsstudie in Form eines Interreg-Kleinprojektes wurden bereits mögliche Maßnahmen inklusive Priorisierung identifiziert, die zu einer Verbesserung der grenzüberschreitenden Sport- und Freizeitinfrastruktur für Gäste und Einheimische führen. Im vorliegenden Projekt geht es darum, diese Maßnahmen zu konkretisieren und für eine Umsetzung vorzubereiten. Dies betrifft im ersten Schritt die Themen alternative Winterangebote und Radfahren/Natur-Biken sowie grenzüberschreitendes Wandern samt begleitender Infrastruktur.

Beide Seiten haben sich auf Basis ihrer jeweiligen Lebensraumkonzepte bereits intensiv mit der qualitativen Weiterentwicklung ihrer Freizeitinfrastruktur beschäftigt und sehen in der grenzüberschreitenden Umsetzung – gefördert durch Interreg-Mittel – eine große Chance.
„Es geht in dem aktuellen Projekt unter anderem darum, Lösungen

zu finden für einen nachhaltigen und lebenswerten Tourismus im deutsch-österreichischen Grenzraum und darum, sich noch stärker an den äußeren Einflüssen zu orientieren – etwa der Klimaerwärmung. Neben den Skipisten müssen wir den zunehmenden Interessen der Einheimischen und Gäste gerecht werden und ein optimales Schnee-Management auch für die Loipen und Winterwanderwege sowie mehr Alternativen in Form von ganzjährigen Erlebnisangeboten schaffen", sagte die Bürgermeisterin von Bad Hindelang, Dr. Sabine Rödel, anlässlich der Unterzeichnung des gemeinsamen Fördervertrages.

Der Tourismusobmann des Tannheimer Tals, Walter Barbist, ergänzte: „Ein grenzüberschreitendes Rad- und Bikeangebot mit Erlebnismöglichkeiten für Familien entlang der Strecke ist anlässlich unserer Topografie und Zielgruppe ideal. Von dieser qualitativen Weiterentwicklung profitieren sowohl Einheimische als auch unsere Gäste und Tourismusbetriebe."
Bad Hindelang und das Tannheimer Tal arbeiten seit jeher eng zusammen. Unterstützt werden sie dabei vom Verein Euregio via salina, der für die grenzüberschreitende Regionalentwicklung im Raum Vorarlberg/Allgäu/Außerfern zuständig ist, und der Regionalentwicklung Außerfern

Interreg Bayern-Österreich | Kofinanziert von der Europäischen Union

(REA), die beide die Aufgabe verfolgen, Menschen zu vernetzen und Projekte zu fördern.

Jüngstes Beispiel ist der alpine Etappenwanderweg „Grenzgänger". Auf dem 30 Kilometer langen Grenzkamm der Allgäuer Hochalpen zwischen Bad Hindelang und dem Tannheimer Tal sowie der Gemeinde Hinterhornbach wurden die alpinen Wege bezüglich Sicherheit und Besucherlenkung in sensiblen Naturräumen inwertgesetzt. 75 Prozent der 1,55 Mio. Euro teuren Maßnahme wurden durch Interreg-Mittel kofinanziert.

Nun sollen in der laufenden Planungsphase durch die Projektleitung, die zu je einer halben Stelle Karina Konrad aus Jungholz und Matthias Beck aus Unterjoch innehaben, mit den Akteuren vor Ort und mit Unterstützung fachlicher externer Expertise die Themen so weiterentwickelt werden, dass sie anschließend in die Interreg geförderte Umsetzung gehen können. Das aktuelle Projekt hat eine Laufzeit von zwölf Monaten. Die zu 75 Prozent durch Interreg geförderten Gesamtkosten belaufen sich auf rund 94.000 Euro.

Medienarbeit

Spätestens seit dem 18. März 2023 wissen die Menschen landauf und landab, was eine Kuhschelle ist. Zugleich wissen alle Augen und Ohrenzeugen des Weltrekordversuchs, wie es klingt, wenn 2.357 Kuhschellen musikalisch professionell dirigiert auf einmal läuten. An diesem sonnigen Samstag haben wir uns einen Platz im „Guinnessbuch der Rekorde" gesichert und Gästen, Einheimischen und Medienvertretern – die es noch nicht wussten – vor Augen geführt, was wir zu bieten haben. Davon überzeugt haben sich unter anderem das ZDF, SAT1, BR Fernsehen, Servus TV, Stern, Süddeutsche Zeitung, Münchner Merkur, Kölner Express, die Allgäuer Zeitung als Partner des Schwellenweltrekords und viele andere.

Medial schaffen es die Kuhschellen in diesem Jahr also womöglich dorthin, wo seit 2022 die innovative und intelligente Bad Hindelanger Mobilitätslösung EMMI-MOBIL thront – auf Position 1. Anno 2022 haben wir mit EMMI-MOBIL nicht zuletzt durch die Auszeichnungen mit dem „Vitalpin KlimaInvest Förderpreis", dem „ARGE ALP-Preis" für innovative Klimaschutzprojekte sowie dem 3. Platz beim Deutschen Tourismuspreis medial für großes Aufsehen gesorgt. Ferner erreichte uns zum Jahresende 2022 die Nachricht, dass wir auch beim „ADAC-Tourismuspreis Bayern" als Zweitplatzierter vorne mit dabei sind – die Preisvergabe fand im Januar statt.

Die EMMI-Preise sind eng verbunden mit dem Unternehmen WIIF GmbH, das der Gemeinde das innovative Mobilitätskonzept vorgeschlagen und mit ihr umgesetzt hat, sowie als Betreiber der Busfirma „Komm mit". Aktuell wertet Michael Denkinger, der Bad Hindelang mit seiner PR-Agentur seit vielen Jahren mit großem Einsatz sehr erfolgreich bei der PR- und Medienarbeit unterstützt, die Veröffentlichungen für 2022 final aus.

Neben EMMI haben wir es im vergangenen Jahr unter anderem mit zwei weiteren Themen regional und überregional vielfach in die Tages- und Fachpresse sowie in Funk, Fernsehen und die wichtigen Online-Portale geschafft: Mit der Kooperation, die wir mit der Universität Augsburg, dem Lehrstuhl für Umweltmedizin, wissenschaftlich eingegangen sind und mit dem im context verlag Augsburg/Nürnberg erschienenen Buch „Easse und 's olte Wisse". Wir sind davon überzeugt, dass uns das „Real-Labor Bad Hindelang", das die positiven volksgesundheitlichen und

volkswirtschaftlichen Auswirkungen der gesunden Hindelanger Umwelt auf den menschlichen Organismus untersucht, sowie das etwas andere Kochbuch mit seinen liebevoll zubereiteten Gerichten und beeindruckenden (Zeit-)Geschichten in Zukunft weitere Veröffentlichungen bescheren werden.

Das Endergebnis für die Medienauswertung in 2022 wird nach aktuellem Stand ein wenig besser werden als 2021. Seinerzeit hatten wir einen Medienwert auf Basis der Anzeigenäquivalenz von 1,85 Mio. Euro bei einer verbreiteten Auflage von 10,1 Mio. und einer Reichweite von 30,2 Mio. erzielt. Aktuell stehen wir für 2022 bei 1,83 Mio. (Medienwert), einer verbreiteten Auflage von 7,94 Mio. sowie bereits vor Abschluss bei einer Reichweite von 35,1 Mio.

Alte Gerichte und Geschichten

Bad Hindelang gibt ein eigenes Kochbuch mit dem Titel „Kasse und 's olte Wisse" heraus.
18 Zeitzeugen aus der Marktgemeinde berichten von Rezepten und dem Leben, wie es früher war.

Bad Hindelang. „Jetzt gewecken und wir mit Kartoffeln gut bedeckt – dann wenn es nun besonders gut gelingt es noch Butter dazu". Kreiß Hedwig aus Bad Hindelang hat, spricht sie über Vorsicht und Hinger sowie den Alltag einer Bauernfamilie vor rund 80 bis 100 Jahren und 2000er Jahren. Die 96-jährige Fontanis aus dem Bad Hindelang hat mit ihrer Familie in einer von 18 Zeitzeugen, die es, einem Kochbuch historischer Gerichte, in dem sie mitgewirkt hat, erzählen, was es heißt „Kasse und 's olte Wisse". Lösen und alten Wissen" im Context Verlag Augsburg. Herausgeber ist der Markt Bad Hindelang.

Laut Pressemitteilung versteht die betagten Kleiße Dies Original-Kochbuch, Geschichten zu erzählen, Sie erzählten, wie die Leben früher war und erklären, warum die einfach zubereiteten Gerichte aus ihrem Kleiße Ma heute immer noch gut schmecken und wie sie die Kindheit machen.

Ebenfalls alles Rede im Buch „Kasse und 's olte Wisse" ist die Geschichte der Familie Kreiß, die sich mit Genügsamkeit und Sparsamkeit, Bescheidenheit und Zufriedenheit, Ehrlichkeit und Fleißigkeit – die Gerichte wurden notwendig bisiflig zubereitet, aber auch mit regionalen Zutaten zubereitet.

„Das Buch ist eine Hommage an die Menschen, die vor mindestens 100 Jahren in Bad Hindelang gelebt, gearbeitet und gekocht haben", sagt die Bürgermeisterin Dr. Sabine Dern es gelungen sei, dieses Werk für nachfolgende Generationen zu erhalten und zu dokumentieren, wie es früher ist, sagt die Bürgermeisterin.

Der Buch spiegelte die enge Verbindung zwischen Mensch und Natur und Bild wider und zeigt auf, welchen Stellenwert Essen und Kochen in Bad Hindelang und den Allgäuer Alpen bis heute habe, erläuterte Dern. Es zeige, wie die Versorgung der Menschen mit hochwertigen und nahrhaften Lebensmitteln gerade in Zeiten von steigenden Energiepreisen und unerbrochenen Lieferketten wichtig sei.

Darüber hinaus charakterisiere das neue Buch die Entstehungsgeschichte, Geschichte und Kultur, sowie die Bedeutung der Kochkunst in ihrem Lebensumfeld. Der „Unser Bad Hindelang 2030" Prozess sei ein Teil davon.

Es gehe dabei um die Übertragung der traditionellen Wissens und Kenntnisse über Produkte und deren gesundheitlichen Landschaftspflegeprodukt, „Unser Bad Hindelang" in die Zukunft zu tragen, so die Bürgermeisterin des Einzelhandel der Gemeinde, betont Bürgermeisterin Dr. Sabine Rödel. (Nd)

● Erhältlich ist das Buch „Kasse und 's olte Wisse", Originalrezepte und Geschichten aus Bad Hindelang und den Allgäuer Alpen, im Context Verlag Augsburg. Ihr ISBN-Nummer lautet 978-3-964043-7-86-4

Bei der Buchpräsentation vor „Kasse und 's olte Wisse" (von links): Bürgermeisterin Dr. Sabine Rödel, Petra Kreiß (Redaktion und Kochin), Hannah Kreiß (Fotografie und Kochin), Marianne Kraemer (Zeichnungen) sowie Rosa Schmid (Redaktion, Redaktion und Kochin) von Verlag & Werk

Abendschau - Der Süden (BR Süd)
Unterwegs mit dem EMMI-Mobil in Bad Hindelang

Erstausstrahlung
03.08.2022 17:30
27.10.2022 16:16
Bad Hindelang inkl. Oberj und Vorderhindelang
Wer in Bad Hindelang Url. kann den ÖPNV sowie der Einheimischen können E8 Aufpreis bestellen. EMMI-
Wer in Bad Hindelang Url. kann den ÖPNV sowie der Einheimischen können E8 Aufpreis bestellen. EMMI-
Arbeit, bei der sie auf nett mehr als 12.000 Fahrgäste 'sehr gut' bewertet.
00:03:56
Start: 17:30:01 | Ende: 17:
nicht kategorisiert
70500 - Bad Hindelang
116387 - Bad Hindelang
619278565 [30]

Abendschau - Der Süden (BR Süd)
Ökomodell Hindelang

Erstausstrahlung
29.08.2022 17:30
06.09.2022 10:32
Bad Hindelang inkl. Oberjoch, Unterjoch, Hinterstein, Bad Oberdorf und Vorderhindelang
Das "Ökomodell Hindelang" feiert 30-jähriges Jubiläum. Es stützt Landwirte, die die Kulturlandschaft erhalten. Dies ist in einer Tourismusregion ein unschätzbarer Wert. Die Arbeit der Bergbauern wird nun besonders gewürdigt. Eric Enders, Koordinator des ...
Das "Ökomodell Hindelang" feiert 30-jähriges Jubiläum. Es stützt Landwirte, die die Kulturlandschaft erhalten. Dies ist in einer Tourismusregion ein unschätzbarer Wert. Die Arbeit der Bergbauern wird nun besonders gewürdigt. Eric Enders, Koordinator des Projekts 'Alte Kuh' erläuterte, die Kulturlandschaft der Region lebe von der

DTV-Klassifizierung

Urlaub mit Sternequalität können unsere Gäste bei über 100 Gastgebern verbringen. Unsere klassifizierten Betriebe geben Sicherheit bezüglich der objektiven Leistungen und Angebote des Urlaubsquartiers. Durch einen umfangreichen Kriterienkatalog hinsichtlich Ausstattung und Service wird die Unterkunft mit ein bis fünf Sternen ausgezeichnet - von einfach bis erstklassig. Die mit Sternen ausgezeichneten Häuser haben an einer den beiden offiziellen, bundesweit einheitlichen Klassifizierungsverfahren des DEHOGA für Hotel & Gasthäuser oder DTV-Sterneferien für Privatvermieter teilgenommen. Die Klassifizierung ist drei Jahre gültig, danach erfolgt eine erneute Überprüfung nach den dann aktuellen Kriterien. Die DTV-Klassifizierung wird direkt über Bad Hindelang Tourismus abgewickelt und die Sterneklassifizierung für Hotels und Gasthäuser über den DEHOGA Bayern.

DTV Sterneferien
Wir prüfen Ferienunterkünfte im Auftrag des Deutschen Tourismusverbandes.
sterneferien.de

HOTELSTARS.EU
DEHOGA DEUTSCHE HOTELKLASSIFIZIERUNG GmbH

G-KLASSIFIZIERUNG.DE
GÄSTEHÄUSER, GASTHÖFE & PENSIONEN

Wir setzen alles auf eine Karte!

Bergbahnen, Ski- und Rodelpass, Busse, Spaßbäder, Freizeiteinrichtungen und exklusive Erlebnisse – insgesamt über 40 kostenlose Leistungen bei über 220 Gastgebern auf der Servicegästekarte „Bad Hindelang PLUS".
Alle Informationen: www.badhindelang.de/plus

Bad Hindelang Tourismus
Unterer Buigenweg 2 I 87541 Bad Hindelang
Tel. +49 8324 8920
info@badhindelang.de

www.badhindelang.de

Herausgeber: Markt Bad Hindelang I Bad Hindelang Tourismus
Verantwortlich: Tourismusdirektor Maximilian Hillmeier
Bearbeitung: Manuela Kreier
Texte/Inhalte: Michael Denkinger, Michaela Endrass, Nina Gesterkamp, Maximilian Hillmeier, Manuela Kreier, Viktoria Mohr, Madeleine Rädler, Johannes Scharrer, Maria Schwarzmann, Annette Spies.
Fotos: Wolfgang B. Kleiner, Bad Hindelang Tourismus, Thilo Kreier, DTV/Jan Sobotka.
5I23I0,5'
gedruckt auf Naturpapier, Mayr Druck Medien, 87549 Rettenberg