

Allgäu®

# Bad Hindelang TOURISMUS BERICHT 2015/16.

„Urlaub mit Heimatgefühl!“





## Das Jahr 2015

Seiten 4 – 11

- 4 Zahlen im Überblick
- 6 Monatsstatistik
- 8 Länder
- 10 Betriebsarten
- 11 Urlaub auf dem Bauernhof

## 10 Jahre

Seiten 12 – 20

- 12 Überblick 2006-2015
- 14 Bad Hindelang
- 15 Bad Oberdorf
- 16 Oberjoch
- 17 Unterjoch
- 18 Hinterstein
- 19 Vorderhindelang
- 20 Vergleich Winter/Sommer

## Bad Hindelang PLUS

Seite 21

## Schwerpunkte unserer Arbeit

Seiten 22 – 31

- 22 Tourismus-Strategie
- 23 Website
- 24 Urlaubsmagazin, BH PLUS
- 25 Zielgruppen
- 29 Ortsbild
- 30 Medienarbeit
- 31 Merchandising & Messen

# 2015 im Überblick

## Auslastung der Betten so hoch wie nie!

Nach dem Rekordwinter 2014/15 und einem guten Sommer hat uns auf der Zielgeraden der vergangene Dezember das gute Gesamtergebnis 2015 doch noch ein wenig gedämpft. Nichts desto trotz können wir ein positives Ergebnis vermelden:

Mit 1.065.938 Übernachtungen waren die Übernachtungszahlen um gut 18.000 Nächte bzw. 1,7 % höher als im Vorjahr.

217.764 Gästeankünfte in 2015 sind ein Plus von rund 9.000 Gästen oder 4,28 % gegenüber 2014.

Bei weiter sinkender Bettenzahl liegt die Auslastung bei 42,59 %. Damit ist die durchschnittliche Auslastung erstmals deutlich über 40 %.

Mit rund 23 Mio. Euro war im vergangenen Jahr der Bau der drei neuen Bergbahnen und der Ausbau der Beschneigung im Skigebiet Oberjoch das größte touristische Investitionsvorhaben seit jeher! Unter Einbeziehung des wesentlich ausgeweiteten Skibusfahrplans ist dieses Projekt nicht nur für die „Wiege des deutschen Skisports“, Oberjoch, sondern für alle Ortsteile von epochaler Bedeutung. Unser Leitprodukt „Bad Hindelang PLUS“ erfuhr nochmals eine erhebliche Aufwertung, zumal wir alpenweit die

einzigste Servicegästekarte anbieten, mit der alle Top-Leistungen am gleichen Tag ohne Einschränkung genutzt werden können. Ein Erfolg ist aber vor allem die kontinuierliche Entwicklung der Übernachtungszahlen sowie die Auslastungssteigerung über die vergangenen zehn Jahre.

Seit 2006 konnten die Nächtigungen um 150.000 und damit um 17 % gesteigert werden! Im touristischen Verdrängungswettbewerb eine sehr starke Marke! Die Auslastung stieg von 34,65 % auf 42,59 % um fast 8 %-Punkte. Allerdings muss diese gemeindeweit sehr positive Entwicklung pro Ortsteil differenziert betrachtet werden.

Bedanken möchten wir uns an dieser Stelle beim Tourismusbeirat, der für die erfolgreiche touristische Entwicklung unserer Gemeinde von entscheidender Bedeutung ist: Sind doch neben dem 1. Bürgermeister, Mitgliedern des Gemeinderats, dem Tourismusdirektor und den Bergbahnen alle am Tourismus beteiligten Branchen sowie die Ortsteile durch die Vorsitzenden der Tourismus- und Verkehrsvereine äußerst kompetent und ausgezeichnet vertreten. Dieser Vorsprung durch ein strategisch und nachhaltig zukunftsorientiertes Miteinander schafft Vertrauen nach innen und ist der Wettbewerbsvorteil für Bad Hindelang nach außen! Ganz nach dem Motto: „Konsequent die eigenen Stärken weiter ausbauen!“

In der Rückschau war das Jahr 2015 aus touristischer Sicht vor allem durch maßgebliche Zukunftsprojekte geprägt, wie unsere Tourismus-Strategie 2020, die neue Website, unser neues Urlaubsmagazin... Diese und weitere Projekte dürfen wir Ihnen im hinteren Teil als Tätigkeits-



Adalbert Martin  
Erster Bürgermeister



## Die Zahlen 2015

Bad Hindelang GESAMT

	2015	2014	+/-
<b>Gäste</b>	217.764	208.822	+4,28%
davon Ausland	27.685	24.160	+14,49%
in %	12,71	11,57	
<b>Übernachtungen</b>	1.065.938	1.047.771	+1,73%
davon Ausland	130.110	117.519	+10,71%
in %	12,21	11,22	
<b>Aufenthaltsdauer</b> (durchschn. in Tagen)	4,89	5,02	-0,13 Tage
<b>Bettenkapazität</b> (durchschn.)	6.858	7.120	-262 Betten (-3,68%)
<b>Auslastung</b> gesamt: in %	42,59%	40,32%	+2,27%-Punkte
<b>Auslastung</b> gesamt: in Tagen	155,24	147,00	+8,24 Tage

bericht näher vorstellen. In diesem Sinne wünschen wir viel Spaß beim Zahlenstudium und bedanken uns bei allen Partnern, mit denen wir diesen gemeinsamen und erfolgreichen Weg gehen dürfen: den Mitgliedern des Marktgemeinderates, den Tourismusbeiräten, die unersetzliches Know-how und viele Stunden in die touristischen Beratungen einbringen, den

Vorsitzenden der Verkehrs- und Tourismusvereine, des Hotel- und Gaststättenverbandes, von „Ostrachtal attraktiv“ sowie allen Gastgebern und Leistungsträgern für die vertrauensvolle Zusammenarbeit, bei allen Persönlichkeiten aus Kirche, Politik, Verwaltung und Wirtschaft und bei allen Ehrenamtlichen unserer Vereine, die unser Gemeindeleben so lebendig gestalten.




Maximilian Hillmeier  
Tourismusdirektor



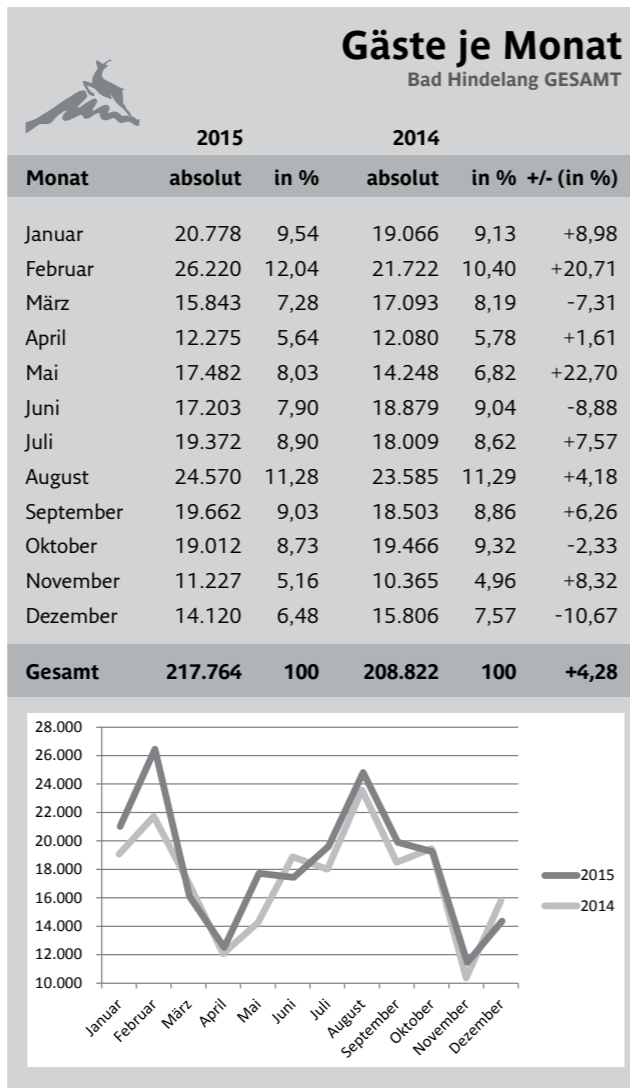
# Gäste

Über das Jahr verteilt zeigen unsere Gästeankünfte den in Süddeutschland typischen saisonalen Verlauf mit Spitzen in den klassischen Monaten Februar und August.

Auffallend ist jedoch, dass der Februar erstmalig der stärkste Monat im Jahresverlauf ist, er hat somit den August als Spitze abgelöst.

Dementgegen ist der November nach wie vor der schwächste Monat, der aber in den letzten Jahren stets Zuwächse verzeichnen und auch in 2015 wieder eine Steigerung verbuchen konnte.

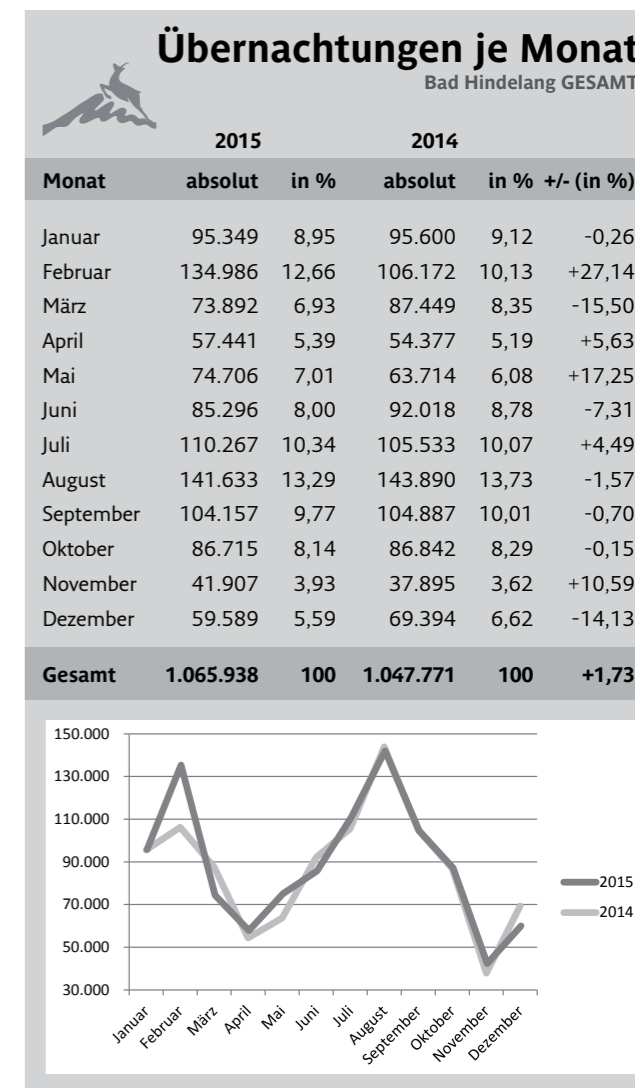
Insgesamt konnten wir bei den Gästen wieder zulegen (+8.942 bzw. +4,28%).



# Übernachtungen

Auch bei den Übernachtungen können wir einen erfreulichen Anstieg von 1,73 % verzeichnen, womit wir bei den höchsten Übernachtungszahlen seit mindestens zehn Jahren landen konnten.

Übers Jahr gesehen fällt auch hier auf, dass wir den Zuwachs vor allem dem Monat Februar zu verdanken haben, dem stärksten Wintermonat aller Zeiten, auch wenn der August bei den Übernachtungen doch noch vor dem Februar rangiert – ein eindeutiges Resultat aus der in den Sommermonaten längeren Aufenthaltsdauer.



### Durchschnittlicher Aufenthalt je Monat

Bad Hindelang GESAMT – in Tagen


Monat	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
<b>2015</b>	4,59	5,15	4,66	4,68	4,27	4,96	5,69	5,76	5,30	4,56	3,73	4,22
<b>2014</b>	5,01	4,89	5,12	4,50	4,47	4,87	5,86	6,10	5,67	4,46	3,66	4,39




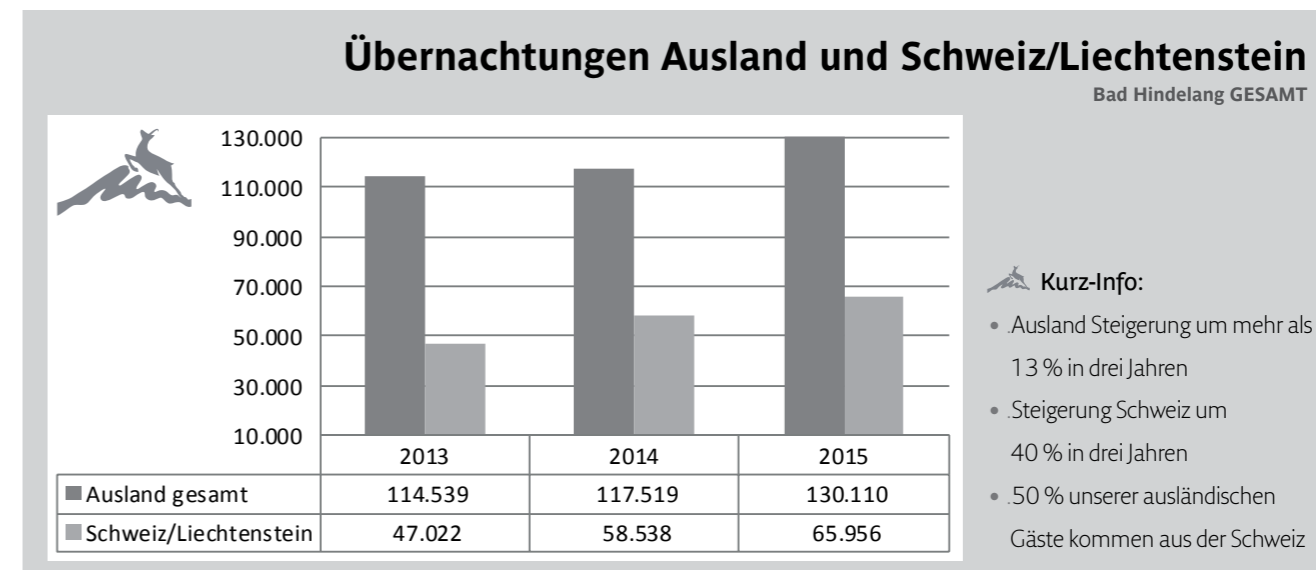


Bei einem Blick auf die Herkunftsländer unserer Gäste fällt nach wie vor Baden-Württemberg als stärkstes Quellgebiet auf. Zusammengefasst stellen die südlichen Bundesländer (Baden-Württemberg, Bayern und Hessen) zwei Drittel unserer Gäste. Die anderen beiden traditionell starken Bundesländer Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz mussten kleine bis größere Einbußen hinnehmen. So spiegeln unsere Übernachtungszahlen ganz gut die wirtschaftliche Entwicklung der Bundesländer wider.

Die Ankünfte und Übernachtungen aus dem Ausland konnten wieder, wie schon in den Vorjahren, zulegen (+14% bzw. +11%). So ist Bad Hindelang und das Allgäu generell nach wie vor sehr attraktiv für Schweizer, mit stetig steigenden Zuwächsen. Aber auch die Benelux-Staaten, Österreich, Großbritannien und Frankreich sind gut vertreten.

 <b>Bundesländer</b> Bad Hindelang GESAMT						
Bundesland	Gäste 2015	Anteil in %	+/- Gäste in % zu 2014	Übernachtungen 2015	Anteil Anteil in %	+/- Übern. in % zu 2014
Baden-Württemberg	67.377	35,45	+2,92	264.270	28,24	+2,00
Bayern	51.000	26,83	+6,81	201.006	21,48	+6,68
Nordrhein-Westfalen	20.342	10,70	+0,40	151.546	16,19	-2,28
Hessen	15.520	8,17	+1,71	85.762	9,16	-0,14
Rheinland-Pfalz	12.224	6,43	-5,65	74.404	7,95	-8,75
Rest	23.616	12,42	+2,80	158.840	16,97	-0,87
<b>Inland gesamt</b>	<b>190.079</b>	<b>87,29</b>	<b>+2,93</b>	<b>935.828</b>	<b>87,79</b>	<b>+0,60</b>
<b>Ausland gesamt</b>	<b>27.685</b>	<b>12,71</b>	<b>+14,49</b>	<b>130.110</b>	<b>12,21</b>	<b>+10,71</b>
<b>Gesamt</b>	<b>217.764</b>	<b>100</b>	<b>+4,28</b>	<b>1.065.938</b>	<b>100</b>	<b>+1,73</b>

 <b>Ausland</b> Bad Hindelang GESAMT						
Land	Gäste 2015	Anteil in %	+/- Gäste in % zu 2014	Übernachtungen 2015	Anteil in %	+/- Übern. in % zu 2014
<b>Schweiz/Liechtenstein</b>	14.699	53,09	+16,44	65.956	50,69	+12,67
<b>Benelux</b>	3.939	14,23	+14,04	23.832	18,32	+13,08
<b>Österreich</b>	1.336	4,83	+10,32	4.318	3,32	+10,41
<b>Frankreich</b>	785	2,84	+39,68	3.241	2,49	+19,73
<b>Großbritannien/Nordirland</b>	639	2,31	+24,56	3.621	2,78	+14,41
<b>Rest</b>	6.287	22,71	+8,47	29.142	22,40	+3,63
<b>Ausland gesamt</b>	<b>27.685</b>	<b>100</b>	<b>+14,49</b>	<b>130.110</b>	<b>100</b>	<b>+10,71</b>





## Betriebsarten

Die Verteilung unserer Gäste und Übernachtungen über die Betriebsarten zeigt seit vielen Jahren einen ähnlichen Verlauf: eine typische Verteilung mit dem größten Anteil bei Hotels und Ferienwohnungen. Dabei weisen die Hotels die beste Auslastung auf, was ebenfalls nicht überrascht.

Sorgen bereitet der Bettenverlust in den Kleinvermieterstrukturen. Wesentliche Gründe sind die hohen Ansprüche im digitalen Marketing, die moderne Arbeitswelt, die Anspruchshaltung der Gäste, aber auch der Generationenwechsel und häufig der Eigenbedarf.

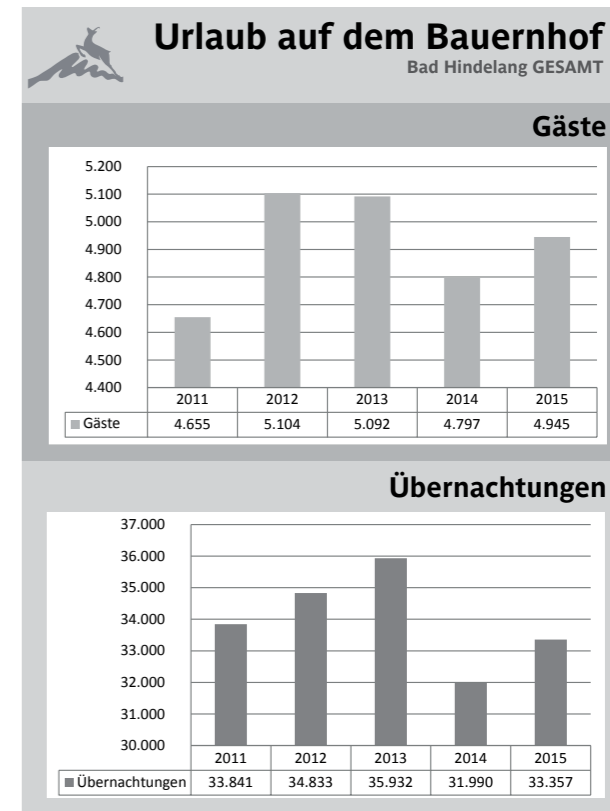


## Urlaub auf dem Bauernhof

Im Segment Urlaub auf dem Bauernhof bereitet der Blick auf die Statistik durchaus Freude, auch wenn die Zahlen dies zunächst nicht vermuten ließen. Bereinigt gesehen kann dieses Segment jährlich Zuwächse vermelden. Der Einbruch im Jahr 2014 resultiert aus dem Großbrand eines Bauernhofs in Unterjoch im Frühjahr 2014.

Wir hatten im Jahr 2015 21 aktive Anbieter von Zimmern und Ferienwohnungen auf dem Bauernhof im gesamten Gemeindegebiet, davon 15 im Hochtal und 6 in der Tallage. Wiederum 15 sind Bad Hindelang PLUS Betriebe.

Betriebsart	2015				2014				+/- Übernacht.
	Betten		Auslastung		Betten		Auslastung		
	Übernacht.	in %	in Tagen	in %	in Tagen	in %	in Tagen		
Hotels/Klinik	2.732	601,642	62,73	230,03	2.748	588,401	62,53	228,04	+2,20
Verbandsheime	400	63,058	47,77	174,35	400	63,080	47,45	173,19	-0,03
Gasthöfe	126	12,715	27,74	101,53	132	14,343	29,75	105,88	-12,80
Ferienwohnungen	2.521	277,669	30,24	109,97	2.666	272,558	28,04	102,43	+1,84
Gästehäuser/Pensionen	610	72,772	32,63	118,67	660	72,640	30,27	110,17	+0,18
Privatzimmer	370	31,776	23,56	85,95	400	32,440	22,27	82,41	-2,09
Hütten	99	4,804	13,31	46,9	114	2,216	5,33	19,44	+53,87
Campingplatz		1,502				2,093			-39,35
<b>Gesamt</b>	<b>6.858</b>	<b>1.065.938</b>	<b>42,59</b>	<b>155,24</b>	<b>7.120</b>	<b>1.047.771</b>	<b>40,32</b>	<b>147,00</b>	<b>+1,73</b>





# 10 Jahre im Vergleich

Will man aus einer Statistik einen echten Trend erkennen und eine Aussagekraft treffen, wohin die Reise geht, so reicht es nicht, einen Blick auf das vergangene und das vorherige Jahr zu werfen. Eine viel bessere Information erhält man, wenn man die zurückliegenden zehn Jahre vergleicht. So erkennt man auf den ersten Blick die **un glaubliche Zunahme bei unseren Gästekünften**.

Überblick 2006 – 2015 Bad Hindelang GESAMT						
Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern. zum Vorjahr in %	+/- Übern.	Betten	Auslastung in %
2006	147.175		914.501		7.232	34,65
2007	158.216	+7,50	949.747	+3,85	7.113	36,58
2008	166.385	+5,16	949.239	-0,05	6.826	37,99
2009	169.709	+2,00	939.226	-1,05	6.892	37,34
2010	172.322	+1,54	953.926	+1,57	6.998	37,34
2011	180.788	+4,91	962.815	+0,93	7.478	35,28
2012	188.342	+4,18	1.000.566	+3,92	7.749	35,28
2013	205.158	+8,93	1.055.001	+5,44	7.436	38,87
2014	208.822	+1,79	1.047.771	-0,69	7.120	40,32
2015	217.764	+4,28	1.065.938	+1,73	6.858	42,59

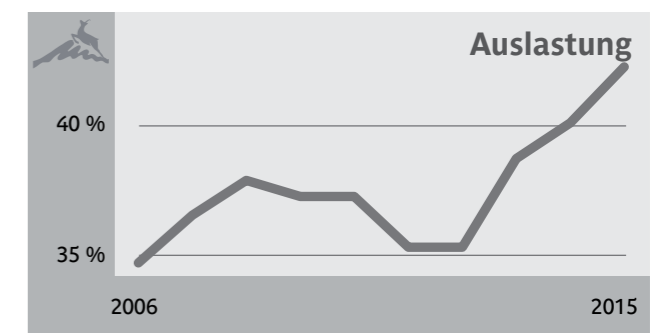
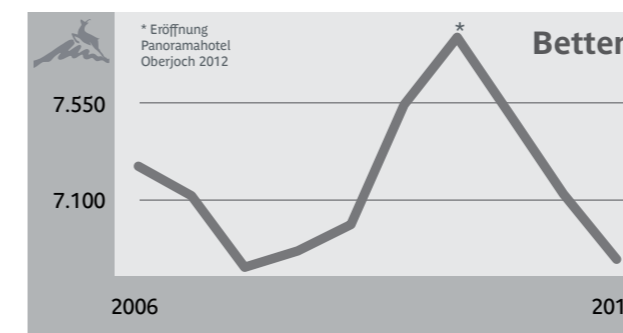
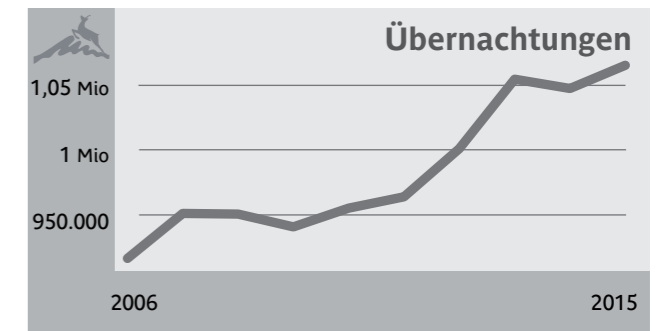
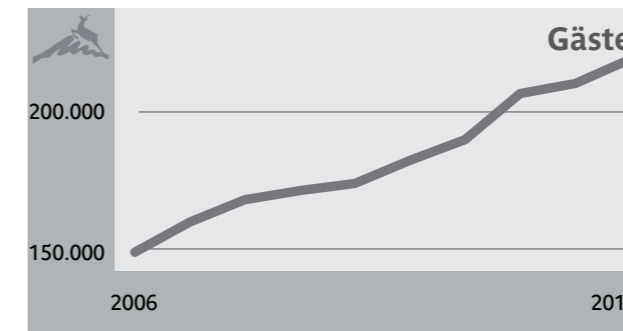
Man muss sich verdeutlichen: **Wir begrüßen heute pro Jahr 70.000 Gäste mehr als noch vor 10 Jahren!** Es fällt nicht schwer, sich auszurechnen, was das für unsere Infrastruktureinrichtungen vor Ort bedeutet. Nämlich deutlich mehr Betrieb!

Und auch wenn wir mit einer **sinkenden Aufenthaltsdauer** zu kämpfen haben, so konnte das Mehr an Gästen doch auch dazu führen, dass unsere **Übernachtungszahlen** nach einem kurzen Tief im

Jahr 2009 **stetig bergauf gingen** und wir seit dem Jahr 2012 wieder zu den **Übernachtungsmillionären** zählen können (+150.000 Übernachtungen in 10 Jahren). Unerfreulich ist der **Bettenrückgang** von 374 Betten in 10 Jahren. Gerade in den **Kleinvermieterstrukturen** haben wir **Betten verloren**. Ein Trend, den es in der Zukunft zu stoppen gilt! Dahingegen erfreulich ist wiederum, dass die Betten, die wir im Ort bieten, dafür besser ausgelastet sind, also eine im Vergleich zu den Vorjahren bessere Wert-

schöpfung erzielen. **Mit 42,59 % haben wir eine sehr gute Auslastung**, die heute fast 8%-Punkte über der Auslastung von vor 10 Jahren (34,65%) liegt.

Man könnte es auch so deuten: **Qualitativ hochwertige Angebote haben in der heutigen Zeit keine Probleme, eine Auslastung zu erzielen**, die einen respektablen Gewinn erzielt. Qualitativ minderwertige Produkte werden es heute und in Zukunft immer schwerer haben am Markt zu bestehen.





## Ortsteil Bad Hindelang

2006 – 2015

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2006	39.720		237.202		2.052	31,68
2007	40.219	1,26	233.390	-1,61	1.938	32,99
2008	41.820	3,98	231.505	-0,81	1.914	33,04
2009	45.531	8,87	238.334	2,95	1.899	34,38
2010	45.954	0,93	232.941	-2,26	1.980	32,24
2011	49.710	8,17	244.134	4,81	2.063	32,42
2012	49.181	-1,06	242.031	-0,86	2.199	30,07
2013	48.306	-1,78	233.877	-3,37	1.918	33,40
2014	48.461	0,32	225.389	-3,63	1.826	33,81
2015	50.903	5,04	225.218	-0,08	1.713	36,02

### Kurz-Info:

- Gästezahlen um 11.183 (+28,15 %) gestiegen
- Übernachtungszahlen um 11.984 (-5,05 %) gesunken
- 339 (-16,52 %) Betten weniger
- Auslastung + 4,34 %-Punkte



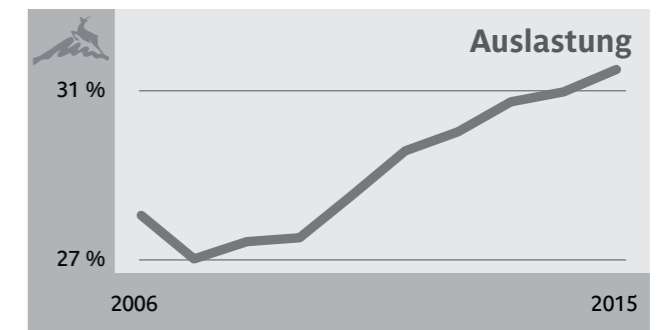
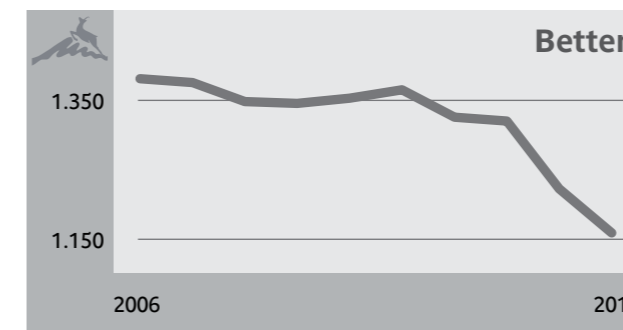
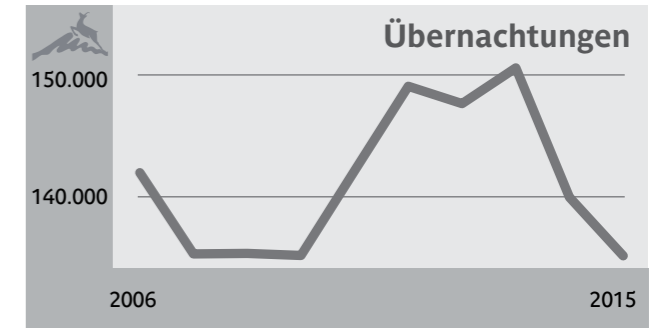
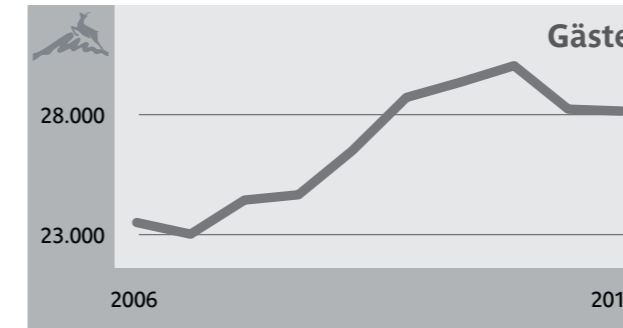
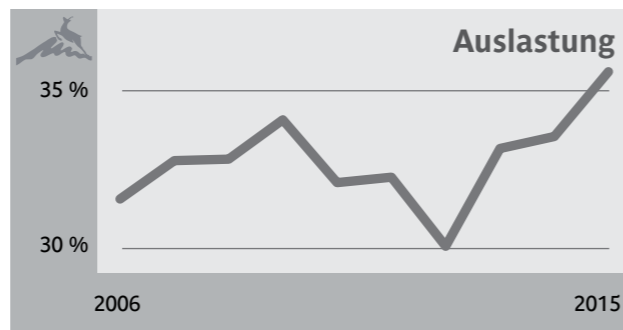
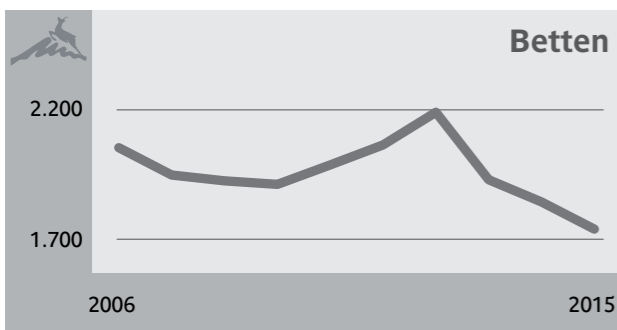
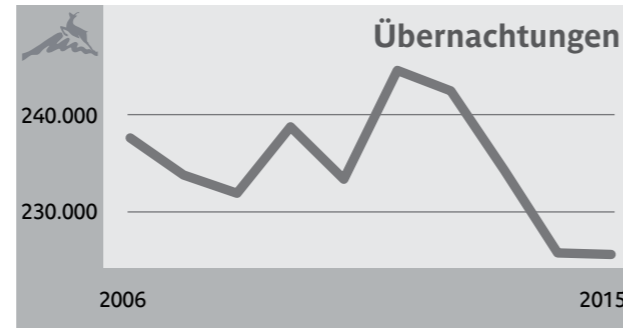
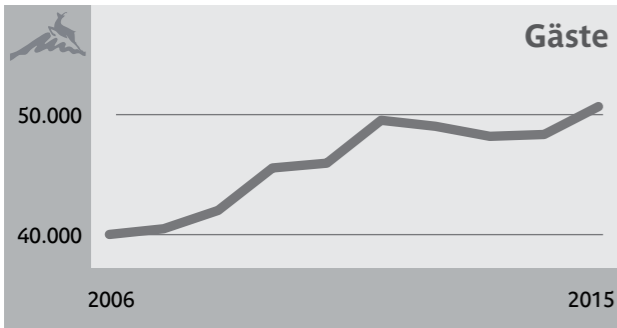
## Ortsteil Bad Oberdorf

2006 – 2015

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2006	23.436		142.143		1.379	28,24
2007	22.958	-2,04	135.212	-4,88	1.373	26,99
2008	24.366	6,13	135.257	0,03	1.344	27,49
2009	24.589	0,92	135.080	-0,13	1.341	27,60
2010	26.413	7,42	142.294	5,34	1.349	28,90
2011	28.618	8,35	149.494	5,06	1.362	30,08
2012	29.244	2,19	148.016	-0,99	1.320	30,63
2013	29.932	2,35	151.061	2,06	1.314	31,49
2014	28.137	-6,00	140.275	-7,14	1.210	31,77
2015	28.055	-0,29	135.057	-3,72	1.142	32,41

### Kurz-Info:

- Gästezahlen um 4.619 (+19,71 %) gestiegen
- Übernachtungszahlen um 7.086 (-4,99 %) gesunken
- 237 (-17,19 %) Betten weniger
- Auslastung + 4,17 %-Punkte





## Ortsteil Oberjoch

2006-2015

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2006	46.560		295.414		1.574	51,42
2007	55.242	18,65	329.725	11,61	1.578	57,24
2008	60.008	8,63	335.619	1,79	1.534	59,79
2009	59.640	-0,61	326.410	-2,74	1.605	55,73
2010	58.231	-2,36	334.607	2,51	1.604	57,14
2011	58.313	0,14	320.062	-4,35	1.898	46,19
2012	63.706	9,25	351.987	9,97	2.129	45,16
2013	81.297	27,61	413.232	17,40	2.168	52,23
2014	87.459	7,58	433.247	4,84	2.119	56,02
2015	90.712	3,72	450.023	3,87	2.077	59,35

### Kurz-Info:

- Gästezahlen um 44.152 (+94,83 %) gestiegen
- Übernachtungszahlen um 154.609 (+52,34 %) gestiegen
- 503 (+31,96 %) Betten mehr
- Auslastung + 7,93 %-Punkte



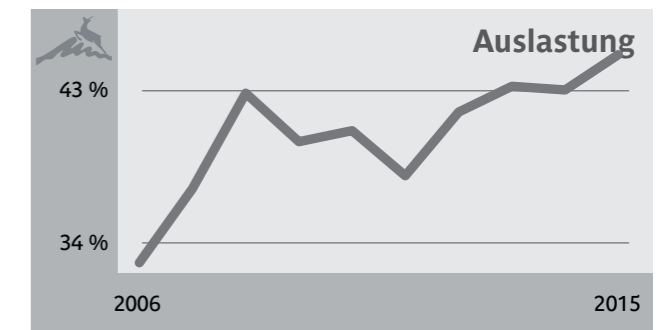
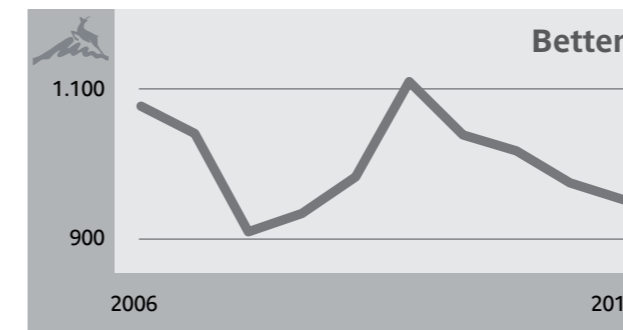
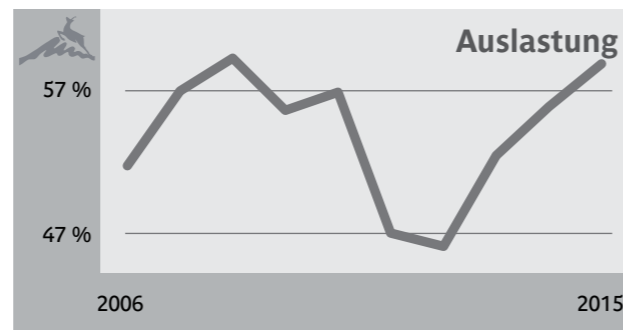
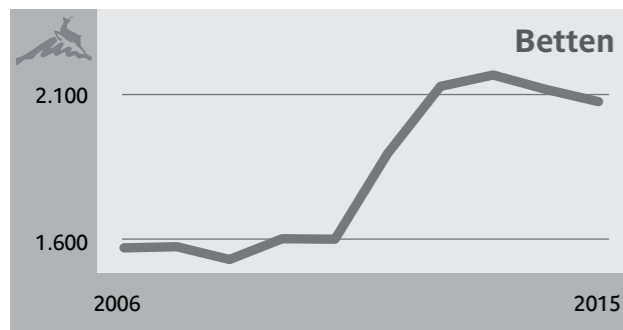
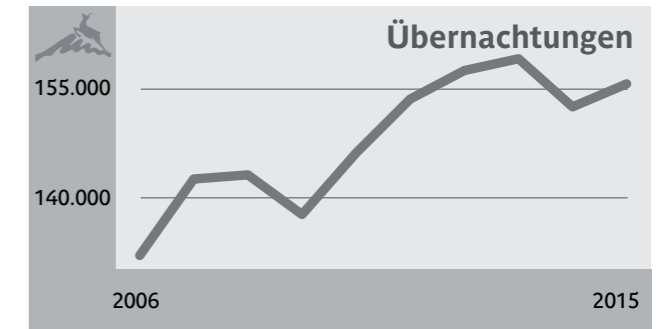
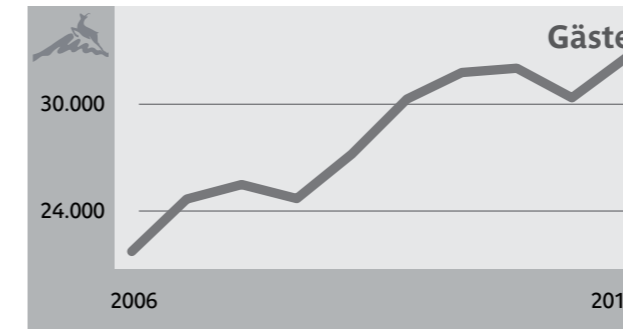
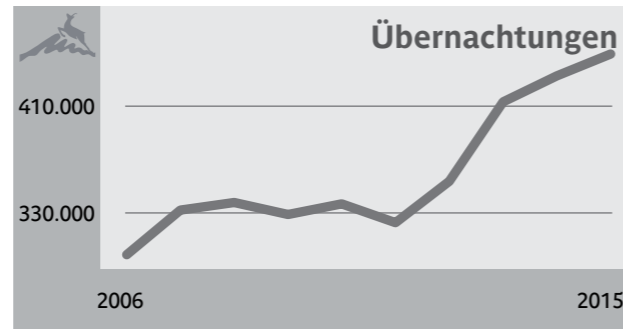
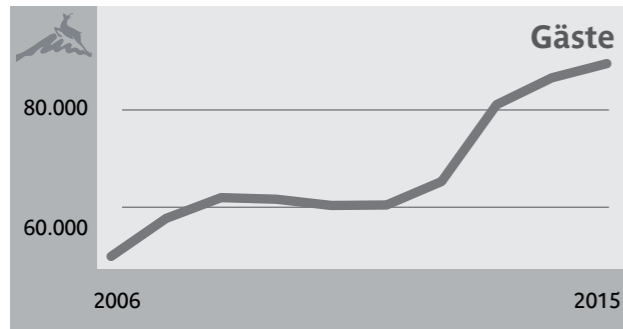
## Ortsteil Unterjoch

2006-2015

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2006	22.043		129.883		1.073	33,16
2007	24.362	10,52	141.539	8,97	1.037	37,38
2008	25.003	2,63	142.173	0,45	908	42,80
2009	24.384	-2,48	136.137	-4,25	932	40,04
2010	26.348	8,05	145.484	6,87	980	40,67
2011	28.788	9,26	153.687	5,64	1.105	38,10
2012	29.961	4,07	158.052	2,84	1.035	41,72
2013	30.154	0,64	159.838	1,13	1.014	43,18
2014	28.847	-4,33	152.504	-4,59	972	42,98
2015	30.647	6,24	156.006	2,30	950	44,98

### Kurz-Info:

- Gästezahlen um 8.604 (+39,03 %) gestiegen
- Übernachtungszahlen um 26.123 (+20,11 %) gestiegen
- 123 (-11,46 %) Betten weniger
- Auslastung + 11,82 %-Punkte





## Ortsteil Hinterstein

2006 – 2015

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2006	9.413		67.291		733	25,14
2007	9.560	1,56	67.695	0,60	735	25,24
2008	9.183	-3,94	64.684	-4,45	672	26,32
2009	9.159	-0,26	62.496	-3,38	680	25,17
2010	8.643	-5,63	56.690	-9,29	652	23,83
2011	8.403	-2,78	54.410	-4,02	617	24,17
2012	9.101	8,31	58.398	7,33	615	25,96
2013	8.478	-6,85	56.129	-3,89	595	25,86
2014	9.259	9,21	57.537	2,51	582	27,11
2015	10.977	18,55	62.266	8,22	597	28,59

### Kurz-Info:

- Gästezahlen um 1.564 (+16,62 %) gestiegen
- Übernachtungszahlen um 5.025 (-7,47 %) gesunken
- 136 (-18,55 %) Betten weniger
- Auslastung + 3,45 %-Punkte



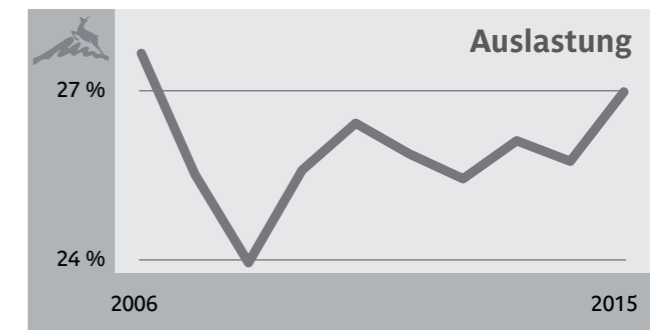
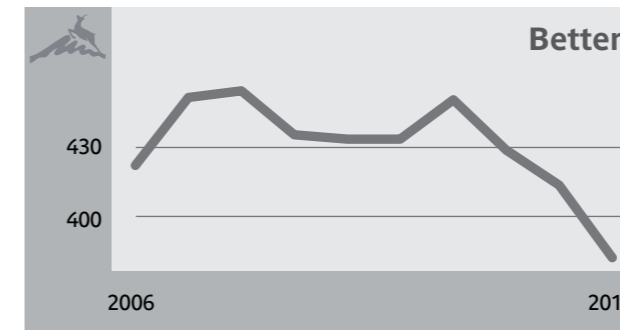
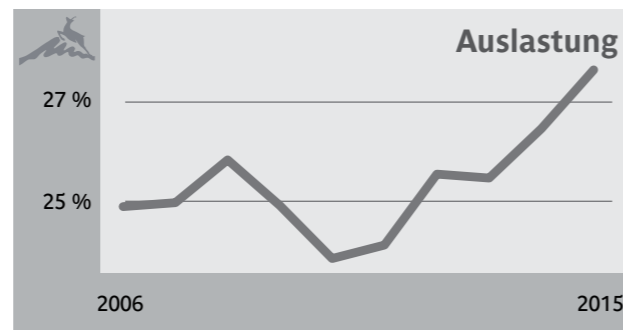
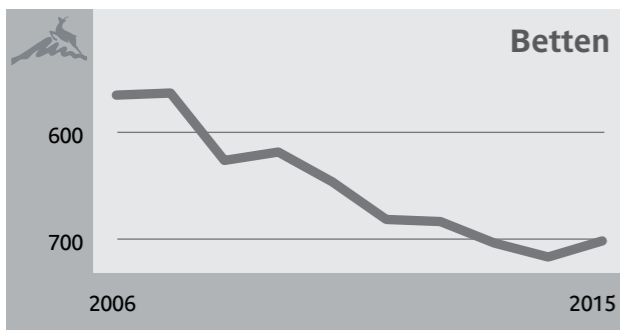
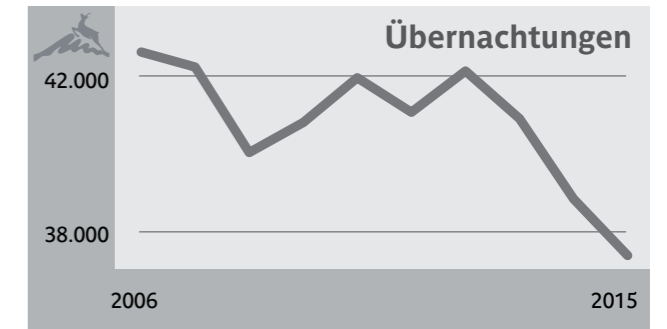
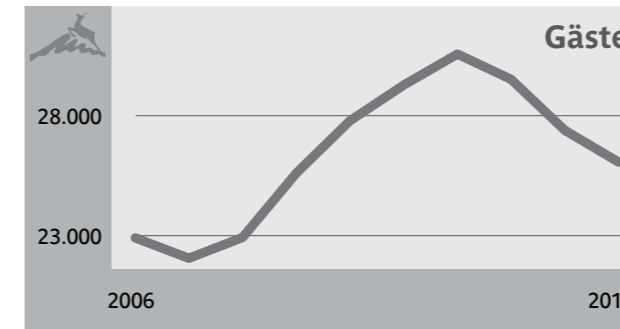
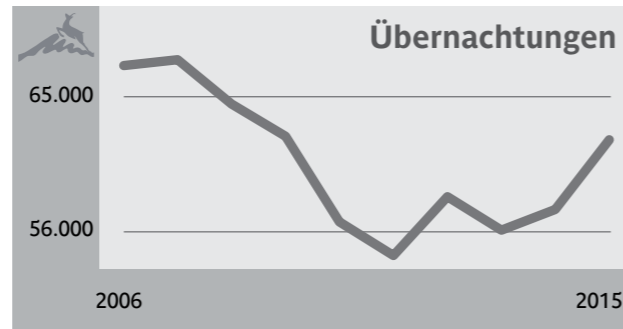
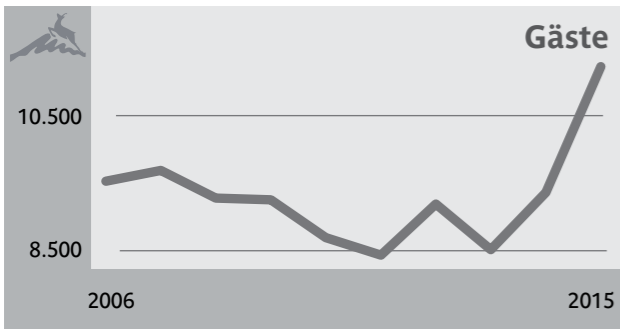
## Ortsteil Vorderhindelang

2006 – 2015

Jahr	Gäste	+/- Gäste zum Vorjahr in %	Übern.	+/- Übern. zum Vorjahr in %	Betten	Auslastung in %
2006	6.003		42.568		421	27,73
2007	5.875	-2,13	42.186	-0,90	452	25,60
2008	6.005	2,21	40.001	-5,18	455	24,04
2009	6.406	6,68	40.769	1,92	435	25,67
2010	6.733	5,10	41.910	2,80	433	26,50
2011	6.956	3,31	41.028	-2,10	433	25,96
2012	7.149	2,77	42.082	2,57	451	25,52
2013	6.991	-2,21	40.864	-2,89	428	26,19
2014	6.673	-4,55	38.819	-5,00	412	25,83
2015	6.476	-2,95	37.370	-3,73	379	27,05

### Kurz-Info:

- Gästezahlen um 473 (+7,89 %) gestiegen
- Übernachtungszahlen um 5.198 (-12,21 %) gesunken
- 42 (-9,98 %) Betten weniger
- Auslastung - 0,68 %-Punkte





Im Winter/Sommer-Vergleich stecken keine großen Überraschungen. Wir haben eine Verteilung von 54 % (Sommer) zu 46 % (Winter), wobei die Winterzahlen stärker ansteigen als die Sommerzahlen.

Man kann also durchaus sagen, dass wir eine gute, ausgewogene Saisonverteilung und somit eine gesicherte Grundlage für Einkünfte über das ganze Jahr verteilt haben.



Unser Leitprodukt Bad Hindelang PLUS ist einer unserer größten Vorteile im touristischen Wettbewerb. Teilnehmende Betriebe können gute Buchungszahlen vermelden und deren Gäste sind hoch zufrieden, wie Umfragen zeigen.

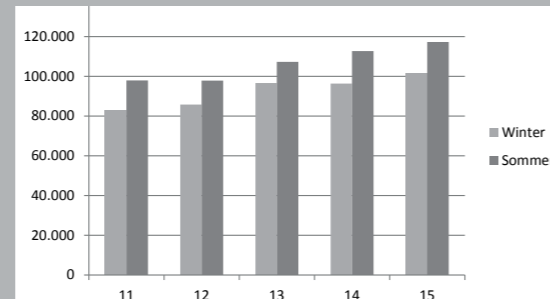
Beim Lesen der Statistik ist zu beachten, dass das Hotel „Bären“ in Bad Oberdorf im Frühjahr 2015 umgebaut und das Alpenlandhotel „Hirsch“ in Bad Oberdorf im Herbst 2014 geschlossen wurde (beides BHP-Betriebe). Dadurch fehlen auf der Seite der teilnehmenden Betriebe ca. 7.000 Übernachtungen.



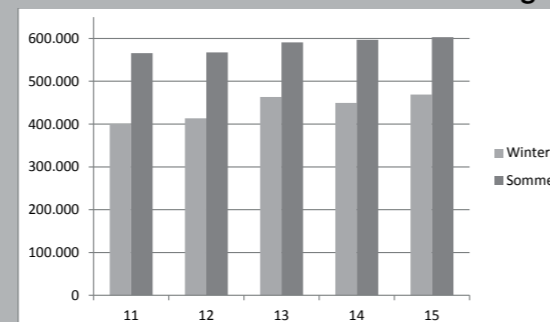
### Winter/Sommer

Fünffjahresvergleich Bad Hindelang GESAMT

#### Gäste



#### Übernachtungen



Zeitraum	Gäste	+/- Gäste	Übern.	+/- Übern.
	z. Vorjahr in %		z. Vorjahr in %	
<b>Winter</b>				
11/10-04/11	82.778		399.471	
11/11-04/12	85.791	+3,64	413.355	+3,48
11/12-04/13	96.630	+12,63	463.285	+12,08
11/13-04/14	96.303	-0,34	449.619	-2,95
11/14-04/15	101.287	+5,18	468.957	+4,30
<b>Sommer</b>				
05/11-10/11	97.940		565.858	
05/12-10/12	97.815	-0,13	567.401	+0,27
05/13-10/13	107.242	+9,64	590.723	+4,11
05/14-10/14	112.690	+5,08	596.884	+1,04
05/15-10/15	117.301	+4,09	602.774	+0,99



### Vergleich PLUS / Nicht-PLUS

Bad Hindelang GESAMT

	Vermieter mit Bad Hindelang PLUS			Vermieter ohne Bad Hindelang PLUS						
	Gäste	+/- in %	Übernacht.	+/- in %	Aufenth. dauer	Gäste	+/- in %	Übernacht.	+/- in %	Aufenth. dauer
2014	123.540		632.944		4,98	85.296		414.827		4,80
2015	127.444	+3,16	635.893	+0,47	4,87	90.328	+5,90	430.060	+3,67	4,70



### Verteilung über die Ortsteile

Vermieter mit Bad Hindelang PLUS

	Bad Hindelang		Bad Oberdorf		Oberjoch		Unterjoch		Hinterstein		Vorderhind.	
	Gäste	+/- in %	Gäste	+/- in %	Gäste	+/- in %	Gäste	+/- in %	Gäste	+/- in %	Gäste	+/- in %
2014	28.584		17.132		50.159		18.660		4.118		4.887	
2015	30.737	+7,53	16.152	-5,72	51.303	+2,28	19.966	+7,00	4.533	+10,08	4.753	-2,74
	Übern.		Übern.		Übern.		Übern.		Übern.		Übern.	
2014	146.719		84.819		246.379		104.245		25.012		25.770	
2015	149.322	+1,77	78.506	-7,44	251.440	+2,05	107.151	+2,79	25.074	+0,25	24.400	-5,32



# Schwerpunkte unserer Arbeit

## Tourismusstrategie

Touristisch haben wir im Jahr 2015 einen Grundstein für die Zukunft gelegt. Es haben Marktgemeinderat und Tourismusbeirat in einer gemeinsamen Klausur im Mai 2015 die „Tourismus Strategie 2020 – Urlaub mit Heimatgefühl“ erarbeitet, um alle Partner und Leistungsträger gemäß dem Leitsatz „es ziehen alle am gleichen Strang in die gleiche Richtung“ einzuladen, um miteinander für den gemeinsamen Erfolg zu arbeiten. So lautet unsere Mission für die kommenden Jahre: „Mit unserem täglichen Handeln schaffen wir Begeisterung und Überraschungs-

qualität für unsere Gäste, Partner und Bürger. Das Ökomodell Hindelang dient dabei als Grundlage und bietet höchste Aufenthaltsqualität für einen ‚Lebensraum mit Heimatgefühl‘. Dieser wird damit zur wichtigsten Ressource für alpinen und gesunden Naturerlebnis-Urlaub im Allgäu. Nur mit einer konsequenten **Nachfrageorientierung** aller Beteiligten – vor, während und nach der Reise unserer Gäste – gestalten wir ein ganzheitliches Markenerlebnis und sichern die Wertschöpfung für unsere Gemeinde. Der **Fokus** liegt dabei auf dem **Leitprodukt** Bad Hindelang PLUS und dem **Ausbau** unserer **digitalen Services**.“



## Website

Unsere Seite [www.badhindelang.de](http://www.badhindelang.de) ist unser wichtigstes Medium im Tourismusmarketing. Nach vier Jahren konsequenter Weiterentwicklung der Technik, erfuhr sie in 2015 einen neuen Anstrich („Look and Feel“). Sie wirkt dadurch moderner, aufgeräumter und reduzierter sowie mit den großen Bildern deutlich emotionaler als zuvor. Im Zuge der Neugestaltung wurden die Inhalte nach der neuen Strategie für die Zukunft strukturiert, um unseren Gästen schneller die wichtigen Infos zu relevanten Urlaubsthemen zu liefern und gleichzeitig eine **noch stärkere Buchungsorientierung** zu schaffen.

Der neue Aufbau setzt seine Schwerpunkte auf die **Marktsegmente „Wandern“ und „Winter“ mit den Querschnitts- und Basisthemen „Kinder“, „Allergie“, „Nachhaltigkeit“ sowie „Gesundheit“**. Die Erfolgswahlen sprechen für sich: 2015 konnten **erstmals über 2.000 Online-Buchungen mit einem fast siebenstelligen Umsatz** über unsere Website und die über Bad Hindelang Tourismus angeschlossenen Buchungsplattformen für unsere Gastgeber erreicht



werden. Der durchschnittliche **TrustScore** unserer Betriebe liegt bei **94** und ist nach wie vor **bayernweit konkurrenzlos**. Darauf können wir besonders stolz sein!

**Wir nehmen als Destination in Deutschland eine Vorreiterrolle ein**, was ein herausragendes digitales Produkt eindrucksvoll belegt: **PisteView**. Mit dieser Internettechnik bieten wir als erster deutscher Wintersportort einen Online-Service der besonderen Art: Internetnutzer können virtuell via Tablet, Laptop oder auch Smartphone alle Skipisten in Oberjoch und Unterjoch online erleben und vorab testen. Eine digitale Liftfahrt zur Bergstation ist ebenso realisierbar wie die Abfahrt aus der Ich-Perspektive. Um die neuen Bergbahnen am Oberjoch auch zukünftig digital zu inszenieren, wurden alle Pisten und Bahnen im Skigebiet „Iseler“ im Winter nochmals neu aufgenommen.

## Gemeinsame Werbekampagne auf Google

Ein großer Erfolg der örtlichen Zusammenarbeit ist seit dem Winter 2014/15 die **gemeinsame Google AdWords-Kampagne (Werbeanzeigen auf Google)** in Zusammenarbeit von Bad Hindelang Tourismus mit den Verkehrs- und Tourismusvereinen sowie „natürlich hindelang“. Mit Google AdWords können Bad Hindelang und seine Betriebe immer dann gefunden werden, wenn potenzielle Gäste bei Google bestimmte Suchbegriffe eingeben (z.B. Wandern im Allgäu), um ihren nächsten Urlaubsort zu finden. Dabei gilt: Wer sich hinsichtlich zutreffender Suchbegriffe zusammnut, d.h. gemeinsam auf prominente Suchbegriffe einbezahlt, hat deutlich **mehr Chancen** gefunden zu werden und kann deutlich mehr herausholen. Zusammengefasst gibt es dadurch **mehr Klicks, mehr Buchungen und mehr Gäste für alle Betriebe**, die Mitglieder der oben genannten Vereine sind.



## Urlaubsmagazin

Auch im analogen Bereich richten wir uns auf die Zukunft aus. Das **Urlaubsmagazin** wurde im Jahr 2015 für das Jahr 2016 überarbeitet und präsentiert sich komplett neu als **authentisches, informatives und überzeugendes Produkt**.

Erstmals in diesem Jahr stellen ausschließlich Einheimische auf Bildern von Wolfgang B. Kleiner den Gästen ihr Bad Hindelang vor und vermitteln so das einzigartige Heimatgefühl. Die Aufmachung aller Ortsteile, die hilfreichen Infokästen zu Beginn aller Ortsteil- und Themenseiten

zur schnelleren Übersicht sowie die Sortierung im Gastgeberteil nach Ortsteilen sind sehr gelungen. Die Titel- und Rückseite sowie die Einführungsseiten in die jeweiligen Themenbereiche in schwarz-weiß sind ein Novum und damit Alleinstellungsmerkmal in der Branche. Im Anzeigenteil gibt es dieses Jahr erstmalig keine reinen Textanzeigen mehr, wodurch die Anzeigen insgesamt ansprechender und moderner, allesamt mit Bildern, gestaltet wurden.

Zur separaten Verwendung durch die Gastgeber zum Postversand oder zur Auslage auf den Zimmern und in den Ferienwohnungen steht nach wie vor wieder ein **Sonderdruck des reinen Imageteils** (ohne Gastgeberverzeichnis) kostenlos zur Verfügung.

## Bad Hindelang PLUS

Die drei neuen Sesselbahnen, die Optimierung der Beschneigungstechnik im Skigebiet Oberjoch und der Skibus aus allen Ortsteilen in die Skigebiete „Iseler“ und „Spieser“ sind eine in der Branche herausragende Aufwertung unserer touristischen Infrastruktur insgesamt



und insbesondere auch für „Bad Hindelang PLUS“. Sehr gut aufgenommen wird, dass nun auch **Fußgänger im Winter mit der Wiedhagbahn** fahren können. Nach der Skisaison werden die Revisionszeiten jetzt deutlich verkürzt, da die Wiedhagbahn bereits zum 1. Mai 2016 für den Sommerbetrieb genutzt werden kann.

Bad Hindelang PLUS besitzt seit dem vergangenen Winter zudem noch eine zusätzlich alpenweite Alleinstellung: Denn **alle Top-Leistungen** – egal ob das Skifahren, Rodeln, Baden etc. – **können nach wie vor ohne jegliche Einschränkung am selben Tag genutzt werden**. Das gibt es nur in Bad Hindelang!



## Allergiker

Mit der Allergikerfreundlichkeit reagieren wir auf einen der größten Trends im deutschen Reiseverhalten. Mehr als 25 Millionen Allergiker gibt es alleine in Deutschland, statistisch gesehen ist fast jede Familie betroffen.

Familienurlaub und Allergikerfreundlichkeit sind damit untrennbar miteinander verbunden. Wir bieten das optimale Angebot und die **perfekte Vermarktungsplattform mit dem Zusammenschluss Allergikerfreundlicher Kommunen**. Bisher handelte es sich um einen lose organisierten Marketingverbund von sechs (nun sieben) Urlaubsregionen, die „Ferien von der Allergie“ bieten. Nun haben wir

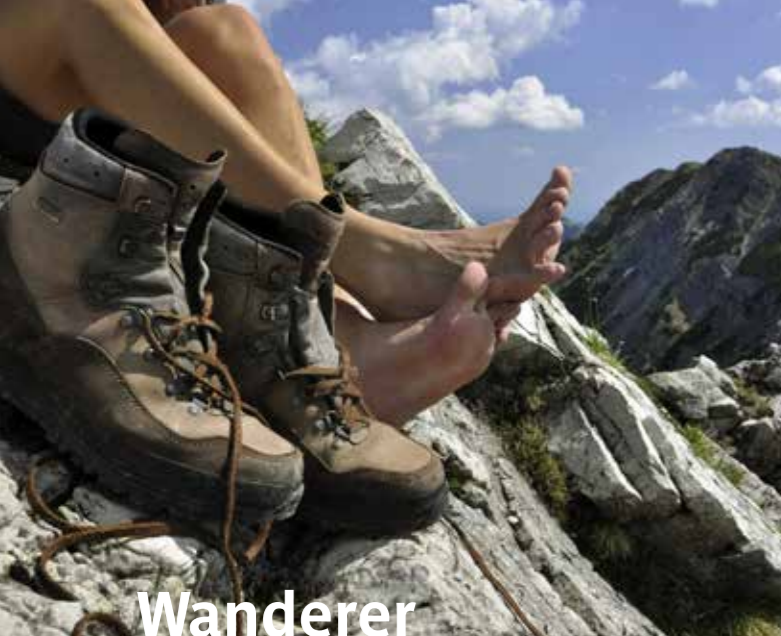
zusammen mit diesen Regionen eine noch professionellere Basis geschaffen. Auf einer Arbeitstagung Anfang November schloss sich der Verband, der auch das Buchungsportal [www.allergikerfreundlich.de](http://www.allergikerfreundlich.de) betreibt, zu einer dem Deutschen Heilbäderverband e.V. angegliederten Interessensgemeinschaft zusammen. Als deren ersten **Vorsitzenden** für die kommenden drei Jahre wählten die Mitglieder **Tourismuskommunikationsdirektor Maximilian Hillmeier**. Anlässlich der ITB 2016 lief eine Pressekampagne zum Thema „Allergikerfreundliche Kommunen“ mit einer Auflage von 1,8 Millionen und einem Medienwert von 250.000 EUR.



## Familien mit Kindern

Familien mit Kindern sind eine unserer wichtigsten Zielgruppen. Für sie erarbeiten wir jährlich das **Kinder- und Familienprogramm „BaHiLa Familienspaß“**. Sowohl Gäste- als auch einheimische Kinder und Jugendliche ab 7 Jahren können am Programm teilnehmen (wobei die Plätze für Einheimische limitiert sind). Das Programm bietet viele spielerische Höhepunkte für drinnen und draußen. So konnten wir das Naturerlebniszentrum Immenstadt als Partner für einige Veranstaltungen gewinnen. Die Kinder lernten so spielerisch die Natur und viele Outdoor-Erlebnisse kennen. Auch eine wöchentliche „Kinderbetreuung“ von drei Stunden konnten wir anbieten. Frau Henkel aus Sonthofen hat hier die Betreuung kompetent und spielerisch übernommen, egal ob gebastelt, gemalt oder zum Minigolf spielen gegangen wurde.





## Wanderer

### Langsamster Wanderweg der Welt

Der Langsamste Wanderweg der Welt ist ein Produkt, das uns schon viel Pressezuspruch eingebracht hat: Elf Einkehrmöglichkeiten auf 21 Kilometern Wegstrecke von Unterjoch über Bad Hindelang nach Hinterstein. 2015 haben wir diesem Weg, den es bereits seit vielen Jahren gibt, einen neuen professionelleren Anstrich verpasst und die Gesamtstrecke in zwei Etappen (Hochtallage und Tallage) geteilt.

Mit einer **neu gestalteten Broschüre**, die neben einer **besseren Übersichts-**

**karte** und den Informationen zu den Gaststätten und Hütten auch ein **Stempelfeld** enthält, das zur Abholung der Langsam-Wander-Urkunde in der Tourist Information berechtigt, konnte so ein hochwertiges Produkt geschaffen werden.



### Grenzgänger

Im November wurde das **Projekt „Grenzgänger – hochalpiner Etappenwandersteig“** in der Sitzung des Begleitausschusses, dem beschlussfassenden Gremium des EU-Förderprogramms INTERREG V-A Österreich – Bayern 2014-2020, genehmigt. Bis 2019 werden nun auf dem Grenzkamm zwischen Bad Hindelang, dem Tannheimer Tal und Hinterhornbach vom Iseler bis zum Hochvogel etliche Wegeabschnitte, die derzeit teilweise schlecht zu begehen sind, in Absprache mit Grundstückseigentümern und Naturschutzbehörden **wieder in einen intakten Zustand** bezüglich Qualität, Sicherheit und Naturschutz gebracht. Der „Grenzgänger“ wird zukünftig in **sechs Etappen** (94km, 7.500 Höhenmeter, vorwiegend in den Naturschutzgebieten Allgäuer Hochalpen und Vilsalpsee) die Orte Schattwald, Hinterhornbach und Hinterstein unter Einbeziehung der Willersalpe und der AV-Hütten Landsberger Hütte sowie Prinz-Luitpold-Haus verbinden.

### Historischer Rundgang

Für alle, die sich mit der Historie des Ostrachtals befassen möchten, haben wir in Zusammenarbeit mit dem Heimatverein im Jahr 2015 einen **Wanderführer zu interessanten historischen Gebäuden und Plätzen im Gemeindegebiet** herausgegeben. Die 65-seitige Broschüre beinhaltet umfassende Informationen zur Geschichte unseres Ortes und ist als Rundwanderführer gestaltet.



### Energiewendeweagele

Bad Hindelang konnte bereits 2014 65 Prozent des Stroms aus regenerativen Quellen generieren. Daher wurde **zusammen mit dem Sonnenwende Hindelang e.V. eine Broschüre** entworfen, um einige ermutigende Beispiele entlang der Ostrach und im gesamten Gemeindegebiet darzustellen.



## Alpwirtschaft

### Immaterielles Kulturerbe Alpwirtschaft

Die hochalpine Alpwirtschaft in Bad Hindelang erhielt einen Platz auf der **Liste im bayerischen Landesverzeichnis für das immaterielle Kulturerbe**. Sie ist somit laut Definition ein unverzichtbarer Teil bayerischer Landeskultur und repräsentiert ein Stück bayerische Heimat. Eine tolle Auszeichnung für unsere Alpwirtschaft, durch die unsere Kulturlandschaft so erhalten bleibt und die weiterhin die Grundlage schafft, um unseren Gästen die

Bergwelt erlebbar zu machen. Ein großes Ziel hoffen wir in 2016 erreichen zu können: Die Anerkennung auf Bundesebene als Kulturerbe nach UNESCO-Kriterien. Die Entscheidung fällt bereits im April 2016. Es wäre die verdiente Anerkennung für all unsere Alpmeister, Hirten und Tagwerker sowie unsere Bergbauern. Sie alle gemeinsam geben mit ihrer Handarbeit und dem „Ökomodell Hindelang“ unserer Gemeinde nicht nur ihre Identität, sondern auch den Hauptkommgrund für unsere Urlaubsgäste. Sie alle betreiben einen aktiven Naturschutz unserer äußerst artenreichen und sensiblen alpinen Kulturlandschaft.

## Wintersport

Mit der **Modernisierung der Bergbahnen in Oberjoch** nach nur sechs Monaten Bauzeit wurde in Bad Hindelang ein großer Schritt getan zur **Verbesserung der Infrastruktur** hin zu einem **wettbewerbsstarken Wintersportgebiet**. **Zwei neue 6er-Sesselbahnen** (Grenzries und Wiedhag) **und eine 8er-Sesselbahn** (Deutschlands erste wettergeschützte und kindersichere Sesselbahn) wurden neu geschaffen. Mit dieser wichtigen Investition für den Tourismus sind wir jetzt wieder optimal gerüstet, um Wintersportlern beste

Rahmenbedingungen zu bieten. Gerade **Bad Hindelang PLUS** ist im Winter ein attraktives Angebot, das unsere Gäste sehr zu schätzen wissen.

Dazu zählt auch das **erweiterte Skibus-Angebot**: Pünktlich zum Ski-Opening und dem damit verbundenen Start mit den drei neuen Bergbahnen in die Wintersaison ging auch der Skibus mit verbessertem Angebot in Betrieb. **Der Bus fährt nun täglich von Heiligabend bis zum Weißen Sonntag**. Dabei profitieren

**Einheimische und Gäste gleichermaßen**. Alle einheimischen Bürger im Besitz einer gültigen Bürgerkarte oder eines gültigen Skipasses nutzen den gesamten Skibus- und auch den gesamten Linienverkehr ins Skigebiet Oberjoch/Unterjoch genauso gratis wie alle Gäste mit einer Bad Hindelang PLUS-Karte oder einem gültigen Skipass. Außerdem neu: Das obere Dorf von Vorderhindelang (Haltestelle bei der Kapelle) ist erstmals mit angebunden.



## Ortsbeschilderung

Mit der **neuen Ortsbeschilderung** konnten wir ein seit längerem offenes Projekt zu einem guten Ende bringen. Die alte Beschilderung war in einem Zustand, der uns zwang, sie zu entfernen und eine Alternative anzugehen. Ein Projektteam aus Mitgliedern des Tourismusbeirats und des Einzelhandels befasste sich in mehreren Sitzungen eingehend mit der Thematik und so konnten wir zum Start der Sommersaison unsere neue Ortsbeschilderung anbringen. Die **blauen Tafeln mit weißer Schrift** leiten nun unsere Gäste zu den wichtigsten öffentlichen Einrichtungen. Dabei wurde vor allem darauf geachtet, sich auf das Nötigste zu reduzieren, um keinen Schilderwald zu produzieren. Der Vorteil des neuen Systems beruht darauf, dass Schilder jederzeit ausgetauscht bzw. ergänzt werden können.



## Ortsbild

## Begrüßungstafel

Zum Jahresende 2015 wurde in **Unterjoch** noch auf Initiative des Verkehrsvereins eine neue **Ortsbegrüßungstafel** (analog zu den bereits seit längerem bestehenden Tafeln an den Kreiseln in Bad Hindelang und Oberjoch) aufgestellt. Neben der Begrüßung der Gäste kann diese Tafel flexibel auch für Veranstaltungshinweise genutzt werden.



## Qualitätssicherung

Nach wie vor bieten wir unseren **Gastgebern an, Sterne für ihren Betrieb zu erwerben**. Teilnahmeberechtigt sind alle Vermieter von Ferienwohnungen und Ferienhäusern sowie Privatzimmern (bis einschließlich neun Betten). Die Anmeldung zur Klassifizierung erfolgt über Bad Hindelang Tourismus. Hier werden die Anmeldungen geprüft und an die DTV-Prüferin weitergegeben, die dann wiederum einen Termin mit jedem Betrieb zur Prüfung vereinbart. Bad Hindelang Tourismus unterstützt die teilnehmenden Betriebe mit 25,00 € pro Objekt (bei Privatzimmern entsprechen vier Zimmer



## Medienarbeit 2015/16

Erfolge sind unsere größte Motivation – einige herausragende Schlagzeilen einer aktiven Tourismusgemeinde! Pressearbeit in Zusammenarbeit mit Denkinger Kommunikation (Michael Denkinger).

### JANUAR 2015

- Deutsche Skistars trainieren in Oberjoch: Neureuther, Dopfer & Co. testen Weltcup- und WM-Form
- Schlittenhunderennen in Unterjoch: Weltbeste Gespanne kommen ins Allgäu

### MÄRZ 2015

- Von den Alpen bis zur See: Ferien von der Allergie per Mausclick. „Allergikerfreundliche Kommunen“ stellen auf Tourismusmesse ITB in Berlin Online-Buchungspor-

tal und Urlaubskonzept vor

- Virtuelle Pisten-Pioniere: Bad Hindelang Tourismus und Skigebiet Oberjoch/Unterjoch setzen mit „PisteView“ bundesweit neue digitale Maßstäbe

### APRIL 2015

- Neues Carsharing-Angebot in Bad Hindelang und Sonthofen: Bürgermeister Martin und Wilhelm eröffnen Standorte
- Wettbewerb Zukunftsstadt: Bundesministerium wählt in Dresden 52 Kommunen aus - Bad Hindelang und das Fraunhofer FIT mit der Vision „Digitalisierung einer alpinen Tourismusgemeinde“ sind dabei.

### MAI 2015

- Gäste honorieren Bad Hindelanger

Winter-Gesamtangebot: Vergangener Winter beschert die besten jemals erreichten Zahlen – 468.000 Übernachtungen – Bester Februar aller Zeiten

### JUNI 2015

- Allergikerfreundliche Gemeinden bauen Angebot aus und erhalten Zuwachs - Drei Destinationen streben Aufnahme in Tourismusverbund an
- Skigebiet Oberjoch baut erste wettergeschützte Achter-Sesselbahn in Deutschland: Spatenstich zur Modernisierung am Iseler – 23 Millionen Euro Investitionsvolumen: Drei Bahnen und optimierte Beschneigung

### SEPTEMBER 2015

- Beethoven meets Bergkäse: „Ein Ort wird Musik“ kombiniert Klassik und Kochkunst: Bad Hindelanger Musikfestival mit Meister- und Stubenkonzerten beginnt am 11. Oktober – Auftakt in der kath. Pfarrkirche Hinterstein

### OKTOBER 2015

- „Digitales Bad Hindelang“: Aktiv, attraktiv, familiär, mobil und pflanzenreich – Bürger machen Vorschläge zur Zukunft der Marktgemeinde
- „Philosophie am Pass“ in Bad Hindelang endet nach fünf erfolgreichen Veranstaltungen

- Hochalpine Alpwirtschaft in Bad Hindelang ist Teil bayerischer Landeskultur - Allgäuer Feriendomizil in bayerisches Verzeichnis für immaterielles Kulturerbe aufgenommen

### NOVEMBER 2015

- „Stille Nacht“: Ralf Ludewig ist neuer Musikalischer Leiter des Bad Hindelanger Bühnenstücks
- Ski-Bus in Bad Hindelang startet zum Saisonauftakt

### JANUAR 2016

- Skigebiet Oberjoch startet in die Wintersaison: Alle Bergbahnen in Betrieb - Positives Feedback nach Modernisierung - 15 präparierte Pisten auf 30 Kilometern
- „Ski Trail“ und „Nordic Tag“: Bad Hindelang steht im Zeichen des Nordischen Skisports
- Telemark-Stars beim FIS-Weltcup im Skigebiet Oberjoch. Die weltbesten Skitelemarker gastieren wieder am „Iseler“
- Spannung und Dramatik beim Europacup-Slalom der Frauen im Skigebiet Oberjoch - Norwegerin Skjoeld siegt, Platz vier und fünf für Deutschen Skiverband

### FEBRUAR 2016

- Bayerische Wirtschaftsministerin Ilse Aigner besucht Kinderhotel Oberjoch

### MÄRZ 2016

- Vortrag im Kurhaus: „Die Alpen zwischen Verstädterung und Verwilderung – und der Sonderfall Bad Hindelang“: Prof. Dr. Bätzing zeigt die strukturelle Entwicklung der Gemeinden im Alpenraum auf

### APRIL 2016

- Kulinarisches Gipfeltreffen für den guten Zweck - Allgäuer Hoteliers, Gastronomen und Touristiker knüpfen in Oberjoch Netzwerke und fördern den Nachwuchs der Branche

## Messeauftritte

- **Reisemesse CMT in Stuttgart** - am 17. und 18. Januar 2015 und - am 16. und 27. Januar 2016 am Themenwochenende Fahrrad- & Erlebnisreisen inklusive Wandern an einem Gemeinschaftsstand „Wandertrilogie“.
- **Internationale Tourismusbörse Berlin** - von 04. bis 08. März 2015 Besprechungstisch in der Bayern-Halle bei der Bayern Tourismus Marketing GmbH. - von 10. bis 12. März 2016 Mitgliedertreffen Allergikerfreundlicher Kommunen und Integration am Allgäu-Stand in der Bayern-Halle.



## Gamstuning aus Bad Hindelang

Die Idee des „Gamstunings“ entstand bei der Überlegung, einen zeitlosen, schlichten aber dennoch modernen Autoaufkleber zu erstellen, der die „**Liebe zu den Bergen, Land und Leuten**“ symbolisieren sollte. Heraus kam die Gams mit der geschwungenen Bergsilhouette in hochwertiger Chrom-Optik. Bereits der erste Aufruf, das eigene Fahrzeug optisch zu „tunen“, erbrachte eine hohe Nachfrage nach dem Aufkleber sowie durchwegs positives Feedback. Weitere Produkte wie der **Kaffeebecher**, der **Shopper**, das **Microfasertuch**, das **Brotzeitbrett** oder die **Schlüsselhänger** können bei [www.gamstuning.de](http://www.gamstuning.de) angesehen und bestellt werden.

Herausgeber: Markt Bad Hindelang / Bad Hindelang Tourismus

Verantwortlich: Tourismusdirektor Maximilian Hillmeier

Bearbeitung: Manuela Kreier, Alois Patuzzi, Anke Birle, Benjamin Bichler

Fotos: Wolfgang B. Kleiner

4.16 – I‘

gedruckt auf umweltfreundlichem Papier

