

Allgäuer Anzeigebblatt

Allgäuer Zeitung

>> Abo-Service

>> e-Paper

>> Probeabo

OBERSTDORF (BEB) | 07.10.2011 00:00 UHR

Tourismus in Oberstdorf: Im Juli beste Auslastung seit zehn Jahren

Weitere Steigerungen sind laut Oberstdorfs Tourismusdirektorin Heidi Thaumiller schwer möglich - Einheimische Vermieter wollen verstärkt in der Schweiz werben

Sichtlich zufrieden zeigt sich der Verein der einheimischen Vermieter Oberstdorf und seiner Ortsteile (VEVO) bei seinem traditionellen „Herbsthuigarte“ im Oberstdorf Haus.



Allein auf der eigenen Buchungsplattform konnten von Januar bis September dieses Jahres über 400 Anfragen, fast 7000 Übernachtungen und mehr als 10 000 Aufrufe verzeichnet werden. „Dies stellt eine deutliche Steigerung zum Vorjahr dar“, sagt Vorsitzender Toni Birker.

Oberstdorf war am Wochenende komplett ausgebucht

Auch Tourismusdirektorin Heidi Thaumiller kann die positiven Bilanzen der Übernachtungszahlen bestätigen: „In diesem Sommer können wir für ganz Oberstdorf ein leichtes Plus im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen“. Außerdem sei für Juli 2011 die beste Auslastung seit zehn Jahren zu vermelden.

Das vergangene Wochenende bezeichnet die 45-jährige Oberstdorferin sogar als „Silvesterwochenende“: „Oberstdorf war komplett ausgebucht. So etwas erleben wir normalerweise zum Jahreswechsel“, erklärt sie.

Allerdings sei Oberstdorf insgesamt schon auf einem sehr hohen Level. „Es ist kaum noch Luft nach oben und eine weitere Steigerung in der Bettenbelegung wird schwer zu erreichen sein“, so die Prognose der Tourismusdirektorin.



Auch VEVO-Vorsitzender Toni Birker und die stellvertretende Vorsitzende Michaela Berkold sind dieser Meinung. Deshalb ist ein Ziel der VEVO, verstärkt Werbung im Internet und den neuen Medien zu machen.

Zwar sei der Großteil der Oberstdorfer Gäste immer noch aus Deutschland, doch es kommen verstärkt Gäste aus dem Ausland. Deswegen ist die Internetplattform der VEVO inzwischen auch in neun Sprachen übersetzbar.

Das Motto lautet: „mehr fürs Fränkli“

Besonders attraktiv wird Oberstdorf ebenfalls immer mehr für Gäste aus der Schweiz: „Die Schweizer merken, dass sie hier vergleichbare Angebote zum eigenen Land für weniger Geld bekommen“, erzählt Thaumiller. Gerade wegen des für Schweizer günstigen hohen Wechselkurses wollen die Oberstdorfer sich nun auch vermehrt auf den Schweizer Markt konzentrieren. Das Motto lautet hier: „Mehr fürs Fränkli.“



Neben der Betreuung der eigenen Internetplattform und der Pflege der Profile in den sozialen Netzwerken besteht die Basisarbeit der VEVO nach Vereinsangaben auch darin, die Interessen der Vermieter gegenüber der Politik zu vertreten sowie im Austausch mit anderen Vermieterverbänden.

Außerdem macht der Verein klassische Werbung. So werden in Kooperation mit der Firma „Schiesser“ deutschlandweit Werbezettel mit einem Gewinnspiel in Einkaufsstätten verteilt und auch in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn läuft gerade die Aktion

„Kinder – Kühe inklusive.“

Neu ist die eigene Vereinsbriefmarke im Wert von 0,55 Euro. Darauf sind das Vereinslogo und die eigene Internetadresse abgebildet. Die Marke ist gültig und einsetzbar bei der Deutschen Post. „Damit kann die VEVO auch Werbung auf deutschen Briefen machen“, sagt Toni Birker.