

2012

Gesamttouristische Aufnahme für Markt Mitterfels



Kompetenzfeld Destinationsmanagement
bei Prof. Waldemar Berg

Hochschule Deggendorf
University of Applied Sciences
Bachelorstudiengang Tourismusmanagement
6. Semester

10. Juli 2012

Kathrin Bauer (284370)
Verena Dittel (284417)
Tanja Jeschke (297690)
Daniel Kainz (284671)
Sandra Kolb (282924)

Inhalt

1 Mitterfels – „Reinste Luft atmen“	4
2 Vorgehensweise	5
3 Allgemeine Situationsanalyse	6
3.1 Geschichtlicher Hintergrund	6
3.2 Organisationsstruktur	7
3.3 Geografische Gegebenheiten	9
3.3.1 Geographische Eingrenzung	9
3.3.2 Natur und Landschaft	10
3.3.3 Verkehrserschließung.....	13
3.3.4 Wirtschaft	15
3.3.5 Grundversorgung des Marktes'	17
3.4 Vereine.....	18
3.5 Erscheinungsbild und Beschilderung	18
3.6 Luftkurort.....	20
3.6.1 Begriffserläuterungen	20
3.6.2 Mitterfels als Luftkurort	21
3.6.3 Spezifische Einnahmen	22
4 Gesamttouristische Analyse	23
4.1 Beherbergungsbetriebe.....	23
4.1.1 Hotels, Pensionen und Gasthöfe	23
4.1.2 Ferienwohnungen und Ferienhäuser	27
4.1.3 Camping.....	30
4.2 Gastronomie	30
4.3 Touristisches Angebot.....	32
4.3.1 Aktiv sein und Natur erleben.....	32
4.3.2 Tradition und Kultur	36
4.3.3 Wellness und Gesundheit.....	38
4.3.4 Pakete und Vergünstigungen.....	39
4.3.5 Sonstiges.....	40
4.4 Auswertung touristisch relevanter Statistiken.....	41
5 Marketing und Vertrieb	48
5.1 Printmedien.....	48
5.1.1 Eigene Printmedien	48
5.1.2 Printmedien der Region Sankt Englmar	49
5.1.3 Printmedien des Tourismusverbandes Ostbayern	49

5.2 Online.....	50
5.2.1 Website	50
5.2.2 Facebook.....	55
5.3 Vertrieb	55
6 Befragung der ansässigen Betriebe.....	57
6.1 Vorgehensweise.....	57
6.2 Auswertung	57
6.3 Fazit	70
7 SWOT-Analyse.....	71
7.1 Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken	71
7.2 Problemanalyse	80
8 Maßnahmenkatalog.....	81
8.1 Marketing	81
8.2 Schaffung neuer Angebote	85
8.3 „Wiederbelebung“ geschlossener Anlagen	92
8.4 Weitere Maßnahmen.....	94
9 Fazit.....	97
10 Abbildungsverzeichnis.....	99
11 Quellenverzeichnis.....	101
12 Anhang.....	104

1 Mitterfels – „Reinste Luft atmen“

„Ein Urlaub im staatlich anerkannten Luftkurort Mitterfels bietet Erholung und Entspannung in herrlicher, abwechslungsreicher Mittelgebirgslandschaft und in klimatisch günstiger Lage. Der Sport-, Freizeit- und Kulturgedanke spielt in dem idyllisch gelegenen Marktflecken eine bedeutende Rolle.“¹

„Mitterfels liegt auf einer der ersten Erhebungen über dem Donautal bei Straubing im Vorderen Bayerischen Wald. Sonnige Höhen mit herrlichen Ausblicken in das Donautal (bei klarem Wetter bis zu den Alpen) wechseln mit tief eingesenkten, von bewaldeten Steilhängen begleiteten Tälern. Das Tal der Menach, östlich des Mitterfelser Ortskerns, ist als Perlbachtal weiterhin als idyllische Naturschönheit bekannt.“²

Diese und ähnlich blumige Beschreibungen, die in verschiedenen Printmedien zu finden sind, laden Gäste nach Mitterfels ein, um sich dort wohl zu fühlen und Sommer wie Winter vielfältige Freizeitmöglichkeiten zu entdecken.

Tatsächlich hat die Marktgemeinde Mitterfels im Landkreis Straubing-Bogen in den letzten Jahren nicht zuletzt aufgrund des verliehenen Prädikats „Luftkurort“, eine gewisse Rolle im Tourismus und auf kulturellem Gebiet gespielt.

Die Übernachtungszahlen des in die Urlaubsregion Sankt Englmar integrierten Marktes bewegten sich jährlich bei rund 35.000. Kürzlich musste jedoch ein großer Einbruch der Zahlen verzeichnet werden, nachdem der Mond-Ferienclub des Metro-Konzerns seinen Betrieb als großer Anbieter von Ferienappartements zum Jahresende 2011 eingestellt hat. Dies führte zu einer Diskussion im Marktgemeinderat, inwieweit der touristische Sektor gegebenenfalls neu aufgestellt werden kann.

Die nachfolgende Studienarbeit soll dieser Frage nun im Rahmen einer gesamttouristischen Aufnahme für Markt Mitterfels nachgehen.

¹ <http://bayerwaldcard.de/hp4140/Mitterfels.htm>

² Faltkarte „Nordic-Walking im Vorderen Bayerischen Wald“

2 Vorgehensweise

Um das Tourismuspotential des Marktes Mitterfels zu analysieren und geeignete Maßnahmen für eine zukunftsorientierte Tourismusedwicklung zu finden, erfolgt zunächst eine detaillierte Bestandsaufnahme der Destination Mitterfels. Dazu werden verschiedene Aspekte des Marktes beschrieben und kommentiert.

Für die Analyse der Angebotsseite wird ein Fragebogen an die ortsansässigen Betriebe verteilt und anschließend ausgewertet. Die Nachfrage wird anhand amtlicher Statistiken untersucht.

Basierend auf den Ergebnissen der Bestandsaufnahme, der Umfrage und dem statistischen Zahlenmaterial werden dann die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Ortes mit Hilfe einer SWOT-Analyse aufgezeigt. Anschließend können die zentralen Problembereiche abgelesen und in Richtung möglicher Lösungsstrategien bearbeitet werden.

Unterstützt und begleitet wird die Arbeit von Herrn Mühlbauer, dem Geschäftsstellenleiter der Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels und der Tourist-Information Mitterfels.

3 Allgemeine Situationsanalyse

In diesem Kapitel wird zunächst eine allgemeine Situationsanalyse des Ortes Mitterfels durchgeführt. Diese hat erst auf den zweiten Blick Einfluss auf das touristische Geschehen, darf aber dennoch nicht außen vor gelassen werden.

3.1 Geschichtlicher Hintergrund³

Mitterfels wurde 1194 erstmalig in einer Urkunde des Klosters Oberalteich erwähnt und war im frühen Mittelalter Sitz der Ministerialen der Grafen von Bogen. Später wurde der Ort Sitz des Landgerichtes und anschließend Sitz des Amtsgerichtes, das wiederum im Jahr 1973 aufgelöst wurde. Die Burg Mitterfels beherbergte in ihren Mauern einst eine Hauptmannschaft für die Landesverteidigung. 1812 stürzte der Hauptturm der Burg ein, doch noch heute stehen einige Ringmauern mit ihren Rundtürmen sowie das Pflegerhaus, Teile des Zwingers und Reste des Wehrgangs.

Das Wappen veranschaulicht sowohl historische als auch geographische Verhältnisse: Die weiß-blauen Rauten spiegeln die Farben der Grafen von Bogen wider, das Schwert symbolisiert Mitterfels als Gerichtssitz und die Tanne auf einem Hügel verdeutlicht die Lage auf dem Rücken des Bayerischen Waldes.

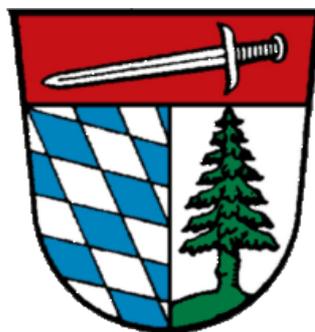


Abbildung 1: Wappen von Mitterfels
[Quelle: <http://www.mitterfels.de/Chronik.htm>]

³ Broschüre „Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels“, S. 5

Durch die Entstehung verschiedener öffentlicher Einrichtungen – darunter die Kreismusikschule, die Berufsfachschule für Hauswirtschaft und Kinderpflege, die Behindertenwerkstätten, das Seniorenheim, das Heimatmuseum, das Freibad und der Zeltplatz – sowie durch die Ortskernsanierung wurde aus dem „Dorf“ Mitterfels schließlich der „Markt“ Mitterfels.

3.2 Organisationsstruktur⁴

Der Markt Mitterfels und die drei Gemeinden Ascha, Falkenfels und Haselbach sind in der Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels verankert und haben ihren gemeinsamen Verwaltungssitz im alten Burgareal in Mitterfels. Aktuell ist Heinrich Stenzel Gemeinschaftsvorsitzender der Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels und 1. Bürgermeister des Marktes Mitterfels. Berthold Mühlbauer hat das Amt des Geschäftsstellenleiters inne.⁵

An dieser Stelle ist anzumerken, dass in vorliegender Arbeit nicht die gesamte Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels, sondern ausschließlich der Markt Mitterfels betrachtet wird. Dieser verfügt über eine Tourist-Information, in der sich Gäste montags bis mittwochs und freitags von 8 bis 12 Uhr sowie donnerstags von 14 bis 18 Uhr über Mitterfels und die Region informieren können.⁶

Kooperation mit Sankt Englmar

Seit 2008 besteht eine Zusammenarbeit zwischen Sankt Englmar, einem führenden Urlaubsort des Bayerischen Waldes, und sieben kleineren Gemeinden. Diese sind Mitterfels, Haibach-Elisabethszell, Konzell, Neukirchen, Perasdorf, Rattenberg und Schwarzach.⁷ Die sieben Mitgliedsgemeinden dieser Kooperation bezahlen jährlich einen Betrag in Höhe von 10.000 € an Sankt Englmar und werden dafür über die *Urlaubsregion Sankt Englmar* vermarktet. Dazu gehört sowohl die Platzierung auf der Internetseite www.urlaubsregion-sankt-englmar.de, als auch in verschiedenen Printmedien wie „Zeit für Urlaub – Ihr Urlaubsmagazin mit Gastge-

⁴ Gesprächsnotiz mit Frau Schrutz

⁵ Broschüre „Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels“

⁶ <http://www.mitterfels.de/Tour1.htm#TI-Kontakt>

⁷ Magazin „Zeit für Urlaub 2012“

berverzeichnis für die Urlaubsregion Sankt Englmar“, „Weiß-blaue Rundschau“ oder „Freizeit- und Wanderführer“.

Die Kooperation mit Sankt Englmar scheint auf den ersten Blick von großem Vorteil für Mitterfels zu sein, da Sankt Englmar einen Großteil der Vermarktung des touristischen Angebots des Ortes übernimmt. Betrachtet man diese Zusammenarbeit jedoch etwas distanzierter, so erkennt man folgendes Ungleichgewicht: Sieben kleine Gemeinden hängen sich an eine deutlich größere. In der Theorie kann eine relativ kleine touristische Gemeinde wie Mitterfels dadurch profitieren, dass sie über und mit einem „Riesen“ wie Sankt Englmar vermarktet wird – nicht zuletzt dadurch, dass Sankt Englmar die Möglichkeiten hat, eine größere Zahl an potentiellen Gästen zu erreichen. Die Realität sieht allerdings so aus, dass seit Beginn dieser Zusammenarbeit im Jahr 2008 kein spürbarer Zuwachs an Gästeankünften oder Übernachtungen zu verzeichnen ist. Es ist zu vermuten, dass von der Zusammenarbeit nur ein Partner gewinnbringend profitiert, und das ist Sankt Englmar.

ILE nord23⁸

2009 gaben 23 Kommunen im nördlichen Landkreis Straubing, darunter der Markt Mitterfels, den Startschuss zur „Integrierten Ländlichen Entwicklung“ (ILE). Diese gemeindeübergreifende Arbeitsgemeinschaft setzt sich zum Ziel, ein „Integriertes Ländliches Entwicklungskonzept“ (ILEK) als aktives Instrument für die zukünftige Entwicklung und Zusammenarbeit der Kommunen zu erstellen. Ein solches Vorhaben mit 23 Kommunen und dem Ansatz, den Handlungsbedarf und die Möglichkeiten einer überregionalen Strategie, Abstimmung und Zusammenarbeit auf verschiedenen Gebieten (unter anderem dem Tourismus) zu ermitteln, ist in Bayern bisher einzigartig. Der Grundgedanke dieser Arbeitsgemeinschaft lautet: Ideen fördern, Ziele benennen und Projekte umsetzen. Schwerpunkte sind die verbesserte Positionierung der Region nach außen und die sich daraus ergebende Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. Unterstützt wird dieses Projekt durch das Amt für Ländliche Entwicklung Niederbayern.

⁸ http://www.ile-nord23.eu/index.php?ber=katalog&pos_top=1&pos_left=1&hk=1&uk=1&klick=3&tiefe=0

3.3 Geografische Gegebenheiten

Im nun folgenden Teil werden die geographischen Gegebenheiten des Marktes Mitterfels untersucht. Dies umfasst die Lage, die Natur und Landschaft mit ihren verschiedenen Merkmalen, die Verkehrserschließung, die Wirtschaft und weitere, für die Arbeit relevante Daten, wie die Ausstattung mit Geschäften und Vereinen.

3.3.1 Geographische Eingrenzung^{9,10,11}

Das Untersuchungsgebiet liegt im Übergangsbereich vom Südrand des Bayerischen Waldes zur Donauaue hin. Es befindet sich im Landkreis Straubing-Bogen und untersteht dem Regierungspräsidium Landshut / Niederbayern. Der Ort befindet sich circa 15 km nördlich des Oberzentrums Straubing und wird selbst als „bevorzugt zu entwickelndes Kleinzentrum“¹² eingestuft. Die stark hügelige Fläche der Gemeinde beträgt insgesamt 1423 ha und zählt damit zu den flächenkleinen Gemeinden. Der Hauptort dominiert neben weiteren 34 Ortsteilen als Siedlungsschwerpunkt, die anderen Ortsteile sind daneben touristisch weitgehend unbedeutend. Umliegende Gemeinden, die an das Gebiet von Mitterfels angrenzen sind im Norden die Gemeinden Haselbach und Haibach, im Osten Neukirchen und Windberg, im Süden Hunderdorf und Steinach sowie im Westen Ascha.

⁹ Max Lachner: 800 Jahre Geschichte um Mitterfels, S. 345

¹⁰ Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan, S. 3f

¹¹ Landschaftsplan Mitterfels: Erläuterungsbericht in der Fassung vom 28.10.1999, S. 14, 18f

¹² Landschaftsplan Mitterfels: Erläuterungsbericht in der Fassung vom 28.10.1999, S. 14

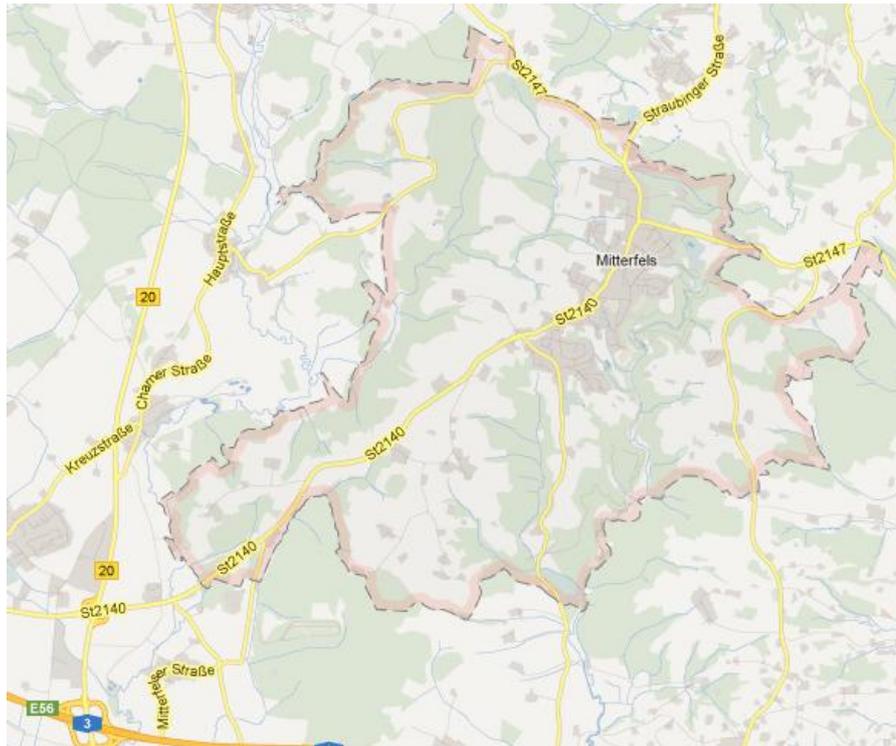


Abbildung 2: Gemeindegebiet Mitterfels [<http://maps.google.de/maps?hl=de&tab=w1>]

3.3.2 Natur und Landschaft

Klima

Der Markt (48°58'13'' nördliche Breite, 12°40'50'' östliche Breite) befindet sich im Übergangsbereich der warmgemäßigten Breiten. Das Klima am Rand des Bayerischen Waldes wird durch das kontinentale Klima der Donau-niederungen (warm) und dem Klima des Bayerischen Waldes (feucht und kühl) geprägt. Damit ergibt sich für das Untersuchungsgebiet ein mäßig feuchtes bis feuchtes Klima mit einer durchschnittlichen Jahresniederschlagsmenge von 800 mm – in den niederen Lagen 700 bis 900 mm (davon 30 % Schnee), in den höheren Lagen bis zu 1000 mm. Die mittlere Jahrestemperatur beträgt 7°C, wobei es zu Föhnerscheinungen beziehungsweise zu einem trockenen Fallwind (Böhmwind) kommen kann.^{13,14}

Wie in Abbildung 3 zu erkennen, liegen die gemittelten Temperaturen in den Wintermonaten (Dezember bis Februar) zwischen -5°C und 4°C und in den Sommermonaten (Juni bis August) zwischen 10°C und 34°C.^{15,16}

¹³ Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan, S. 4

¹⁴ Landschaftsplan Mitterfels: Erläuterungsbericht in der Fassung vom 28.10.1999, S. 19f

¹⁵ <http://www.urlaubplanen.org/europa/deutschland/klima/klima-Mitterfels/>

¹⁶ http://www.holidaycheck.de/klima-wetter_Mitterfels-ebene_oid-id_9334.html

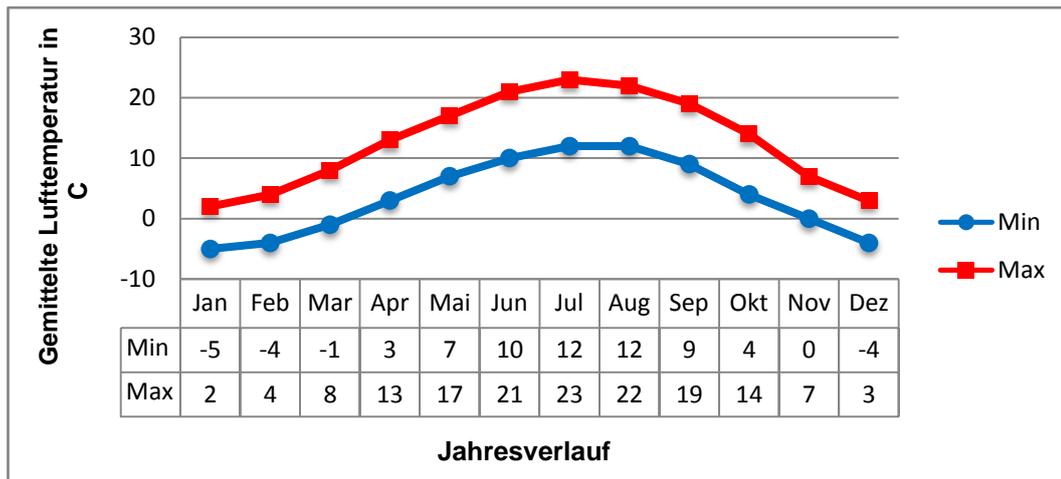


Abbildung 3: Gemittelte Lufttemperatur im Jahresverlauf

Darüber hinaus liegt die durchschnittliche Anzahl an Sonnenstunden in den Wintermonaten bei 2,33 Stunden, in den Sommermonaten bei 7,33 Stunden und insgesamt bei 1.710 Stunden im Jahr. Mitterfels liegt damit über dem deutschen Mittelwert von 1550 Sonnenstunden pro Jahr.

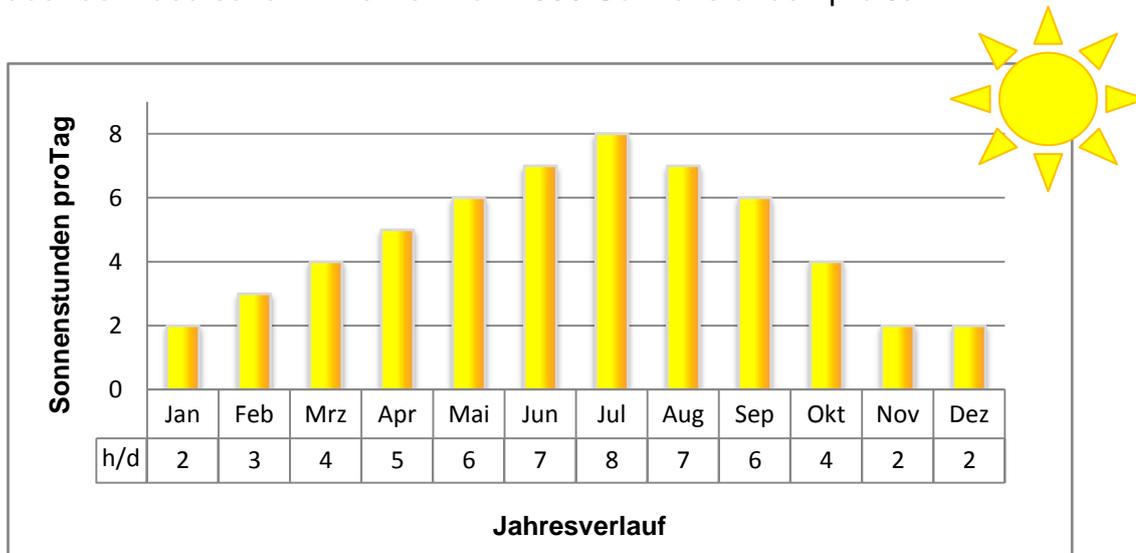


Abbildung 4: Durchschnittliche Sonnenstunden pro Tag

Des Weiteren lässt sich die durchschnittliche Anzahl an Regentagen pro Monat in Mitterfels beschreiben: Diese liegt im Durchschnitt bei 12 bis 16 Tagen pro Monat und ergibt eine mittlere Summe von 173 Regentagen im Jahr.^{17,18}

¹⁷ <http://www.urlaubplanen.org/europa/deutschland/klima/klima-Mitterfels/>

¹⁸ http://www.holidaycheck.de/klima-wetter_Mitterfels-ebene_oid-id_9334.html

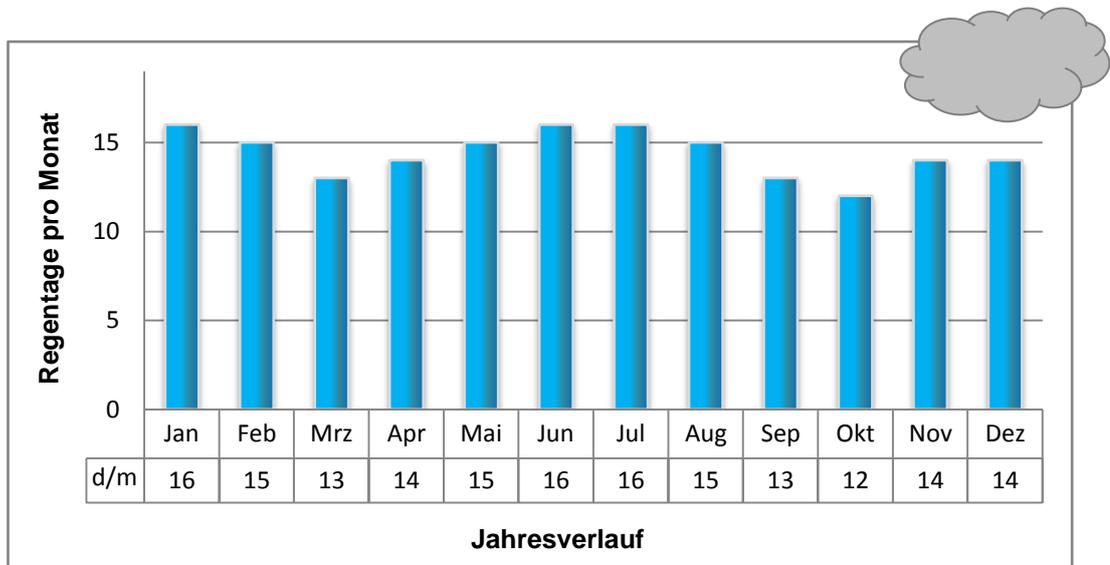


Abbildung 5: Durchschnittliche Anzahl an Regentagen pro Monat

Geographische Beschreibung^{19,20}

Grundsätzlich ist das Untersuchungsgebiet, das zum Naturraum Falkensteiner Vorwald zählt, dem natürlichen Vegetationsgebiet „Eichen-Tannenwald“ zuzuordnen. Es ist etwa zu einem Drittel mit Wald bedeckt. Der Rest – soweit nicht bebaut – wird landwirtschaftlich genutzt (die Hälfte davon als Dauergrünland).

Ein charakteristisches Merkmal von Mitterfels ist das unterhalb des Burgberges auftretende Tal der Menach (Perlachtal) im Osten des Marktes, welches die Landschaft tief einschneidet. Damit ergeben sich große Höhenunterschiede auf eine kurze Distanz: Zwischen der Burg (406 m ü. NN) und dem direkt angrenzenden Tal (339 m ü. NN) liegen 67 Höhenmeter. Das Tal ist zugleich der tiefste Punkt im gesamten Gebiet, der höchste Punkt ist der Köchlberg mit 496 m ü. NN.

Das Gebiet lässt sich in zwei Einheiten untergliedern.

- Das Hauptachtal der Menach mit seinen Nebenbächen:
Die Menach ist mit einer Länge von 20,1 km das bedeutendste Fließgewässer der Hochfläche (Gewässer dritter Ordnung). Der Bach ist gefällestark und verläuft in einem tief eingeschnittenen Tal in Richtung der Donau. Das Wasser ist klar, kalkarm und sauerstoffreich (Gewässergüte 2). Hier können, wie auch in anderen Tälern, kurzzeitig hohe Grund-

¹⁹ Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan, S. 3f

²⁰ Landschaftsplan Mitterfels: Erläuterungsbericht in der Fassung vom 28.10.1999, S. 23f, 35

wasserstände bei Starkregen oder Schneeschmelze auftreten. Die steilen Hänge des Tals sind meist bewaldet, die flacheren sind mit Lößlehm bedeckt.

Ein weiteres Gewässer dritter Ordnung ist die Kinsach im Westen des Gebietes. Weitere Fließgewässer oder größere Stillgewässer finden sich nicht im Gemeindebereich.

- **Das Mitterfeler Hochland:**

In diesem Gebiet mit bergigem beziehungsweise hügeligem Charakter, liegen die Bebauungsflächen des Marktes Mitterfels. Das Gebiet wird zum größten Teil ackerbaulich genutzt, während sich das Grünland auf die Tal-, Senken- und steileren Hanglagen beschränkt.

Schutzgebiete^{21,22}

Mitterfels liegt in der Naturparkzone Bayerischer Wald, welche dem Status eines Landschaftsschutzgebietes entspricht. Für Eingriffe in das Landschaftsbild ist deshalb eine besondere naturschutzrechtliche Erlaubnis erforderlich. Außerhalb dieser Bereiche liegen besiedelte Gebiete, die Ortschaften. Weitere große Schutzgebiete finden sich entlang des Menachtales, in der Gemarkung, sowie in feuchteren Mulden und Senken.

3.3.3 Verkehrserschließung

Straßen und Individualverkehr^{23,24,25}

Wichtige Verkehrsanbindungen sind die Staatsstraße ST 2140 und die Staatsstraße ST 2147. Beide verlaufen direkt durch den Markt, das heißt, eine Umgehungsstraße ist nicht vorhanden. Die Autobahn A3 liegt circa 7 km vom Markt entfernt und ermöglicht zusammen mit der westlich gelegenen Bundesstraße B20 eine schnelle Verbindung zu anderen Städten und Regionen. Insgesamt zählt Mitterfels 7,5 km an Staatsstraßen, 4,8 km an Kreisstraßen, sowie über 30 km an Gemeindestraßen.

²¹ Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan, S. 3f

²² Landschaftsplan Mitterfels: Erläuterungsbericht in der Fassung vom 28.10.1999, S. 18f, 23, 34

²³ Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan, S. 3f

²⁴ Landschaftsplan Mitterfels: Erläuterungsbericht in der Fassung vom 28.10.1999; S. 15

²⁵ Max Lachner: 800 Jahre Geschichte um Mitterfels, S. 345

Die beiden Staatsstraßen verlaufen durch Mitterfels, führen den Verkehr jedoch nicht durch den Ortskern. Dieser liegt abseits an der Burgstraße, welche als Sackgasse an der Burg endet und keinen Durchgangsverkehr erlaubt. Die Burgstraße ist bereits durch ihren eher engen, gewundenen Charakter nicht schnell und stark befahren und wurde durch Tempo 30 weiter verkehrsberuhigt. Im gesamten Bereich des Ortes befinden sich circa 60 kostenlose Stellplätze für PKWs.

Bahn- und Busliniennetz²⁶

Haltestelle	Montag bis Freitag								Samstag
Waldeck	-	6.49	7.12	8.32	12.32	14.37	-	-	6.49
Abzweigung Bahnhof	6.49	6.50	7.13	8.33	12.33	14.38	-	-	6.50
Siedlung	-	6.51	7.14	8.34	12.34	14.40	-	-	6.51
Kirche		6.54	7.15	8.35	12.35	14.41	-	16.10	6.54
Kindergarten	6.50	6.55	7.16	8.36	12.36	14.42	16.10	16.11	6.55

Abbildung 6: Abfahrtszeiten des Regionalbus Ostbayern aus Mitterfels in Richtung Straubing

Die Bahnlinie Bogen-Konzell wurde im Jahr 1984 stillgelegt und als Radwander- und Wanderweg ausgebaut. Damit ist Mitterfels nicht mehr an das Bahnnetz angeschlossen. Auch der Anschluss Mitterfels am Busliniensystem ist mangelhaft. So existieren im Gemeindegebiet sechs Haltestellen, diese werden jedoch nur selten und unregelmäßig von Bussen bedient. Die Haltestellen dienen in erster Linie zum Transport der Schüler in der Region. Busverbindungen am Wochenende sind so gut wie nicht vorhanden. Die Preise für eine einfache Fahrt nach Straubing (3 Zonen) betragen für einen Erwachsenen 2 €, für ein Kind (6 bis 14 Jahre) 1,50 €. Eine Tageskarte kostet 3,30 € pro Person (3 Zonen) und 5,70 € (bis zu 5 Zonen) für Familien. Die Kosten für eine VarioCard (7 Tage) betragen 14,70 € pro Erwachsenen.

²⁶ Broschüre „Landkreis Straubing-Bogen: Ihr Fahrplan“

3.3.4 Wirtschaft

Bevölkerung²⁷

Im Jahr 2011 umfasste der Markt 2.460 Einwohner. Seit 1961 stieg die Einwohnerzahl um 64,3 %. Der Höhepunkt dieser Entwicklung liegt im Jahr 2006 bei einer maximalen Einwohnerzahl von 2.504. Seitdem haben sich die Zahlen kaum verändert.

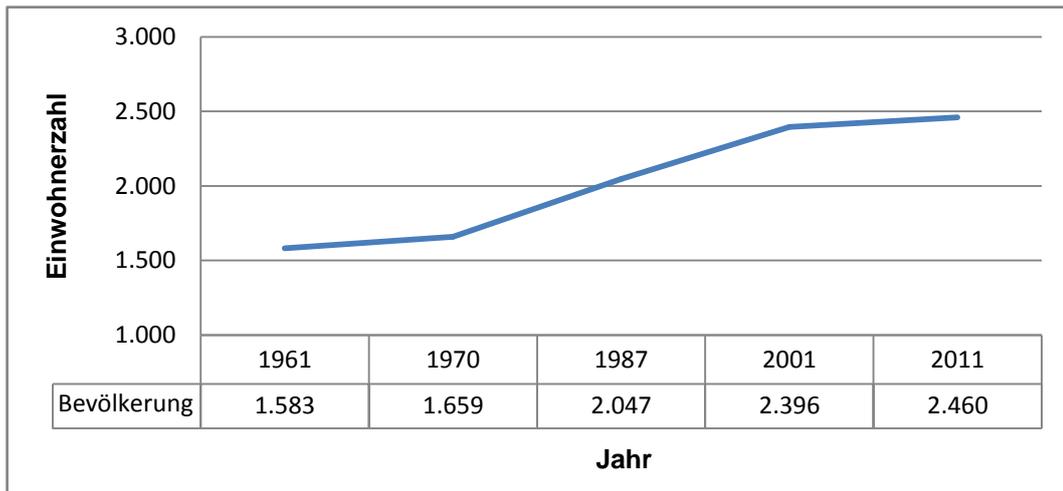


Abbildung 7: Bevölkerungsentwicklung von 1961 bis 2011

Die Bevölkerung gliederte sich im Jahr 2010 bei einer Einwohnerzahl von 2.445 Personen folgendermaßen auf:

44 % der Einwohner sind über 50 Jahre alt, 38,8 % der Einwohner sind zwischen 18 und 50 Jahre alt und nur 17,2 % sind noch nicht volljährig. Hier lassen sich die Auswirkungen des demographischen Wandels gut erkennen.

Daneben kann der Anteil der Geschlechter bestimmt werden. So lebten im Jahr 2010 1.268 weibliche (51,9 %) und 1.177 männliche Personen (48,1 %) in Mitterfels.

Landnutzung²⁸

Nach der Flächenerhebung des bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung gliederte sich die Landnutzung Ende 2010 folgendermaßen auf:

²⁷ <https://www.statistik.bayern.de/statistikkommunal/09278151.pdf>

²⁸ <https://www.statistik.bayern.de/statistikkommunal/09278151.pdf>

Den größten Anteil an der Landnutzung nimmt die Landwirtschaftsfläche mit 53,5 % (das entspricht 762 ha) ein. Danach folgt die Waldfläche mit 33,5 %. Den nächstgrößten Posten bildet die Siedlungs- und Verkehrsfläche mit 12 %. Dieser setzt sich zusammen aus den Gebäude- und Frei-, Betriebs-, Verkehrsflächen und den Flächen anderer Nutzung. Den geringsten Anteil haben die Wasserfläche mit 0,6 % und zuletzt die Erholungsflächen mit 0,3 %.

Die größten Veränderungen haben sich seit dem Jahr 2004 im Bereich der Landwirtschaftsflächen, welche um 9 ha zurückgegangen sind und im Bereich der Siedlungs- und Verkehrsflächen mit einem Anstieg von 8 ha vollzogen.

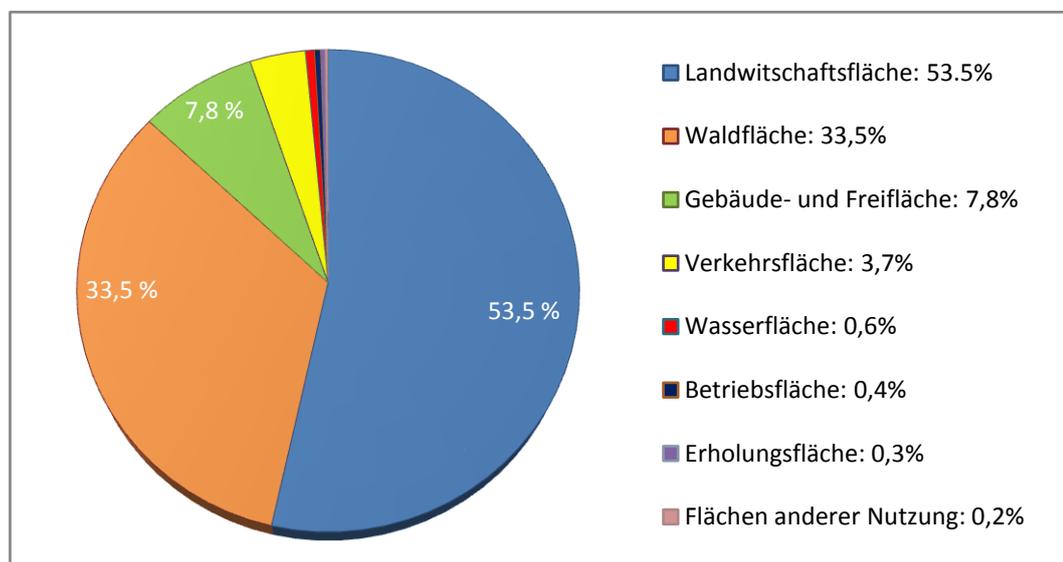


Abbildung 8: Flächenerhebung zum 31. Dezember 2010

Wirtschaftsstruktur²⁹

Mitterfels sieht sich selbst als „Gewerbe- und Dienstleistungsgemeinde, mit Wohnfunktion und einer gewissen landwirtschaftlichen und Fremdenverkehrsfunktion“³⁰. Anhand des nachfolgenden Punktes „Arbeitsmarkt“ kann die Wirtschaftsstruktur nachempfunden werden. Es bleibt festzuhalten, dass Beschäftigte ohne Sozialversicherungspflicht nicht erfasst sind und somit keine genauen Aussagen getroffen werden können.

²⁹ Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan, S. 5,11,13f

³⁰ Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan, S.5

Arbeitsmarkt³¹

Im Jahr 2010 wurden insgesamt 504 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte mit Arbeitsplatz in der Gemeinde gezählt. Im Einzelnen erfolgt folgende Aufteilung: 103 Personen aus dem produzierenden Gewerbe, 108 Personen aus dem Bereich Handel/Verkehr/Gastgewerbe und 224 Personen von öffentlichen und privaten Dienstleistern. In den Bereichen Land- und Forstwirtschaft und Fischerei wurde niemand gezählt.

Daneben wurden 806 Beschäftigte am Wohnort beziffert, was ein Pendlersaldo von 302 Arbeitnehmern ergibt.

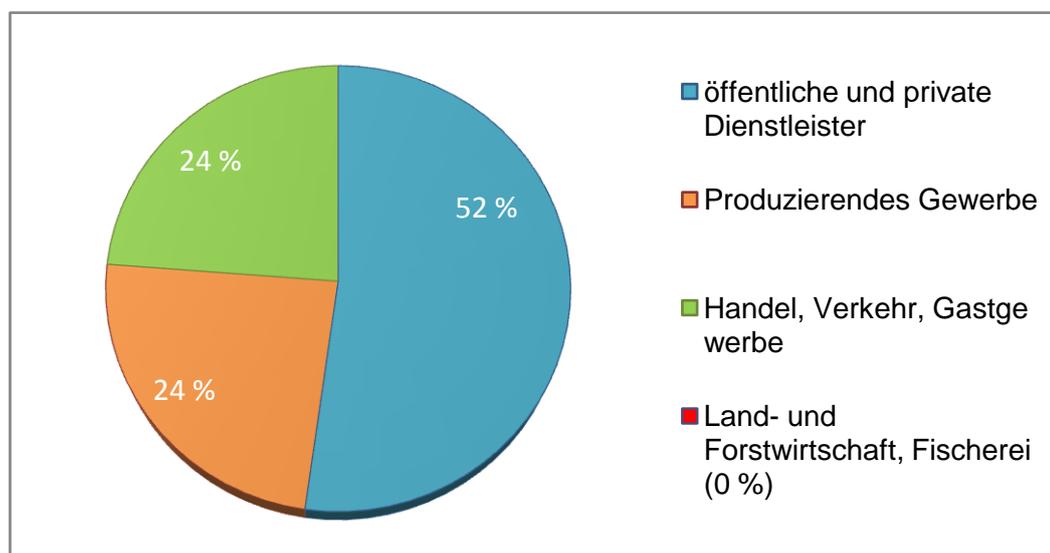


Abbildung 9: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Mitterfels

3.3.5 Grundversorgung des Marktes^{32,33}

Nach der geographischen und wirtschaftlichen Analyse des Marktes soll nun die Ausstattung des Marktes mit Unternehmen zur Grundversorgung vorgenommen werden. Der Markt zeigt eine solide Ausstattung an Lebensmittelgeschäften: fünf Bäckereien, fünf Metzgereien, zwei große Supermärkte und Lebensmittel-Einzelhändler. Daneben befinden sich drei Banken in der Ortschaft sowie eine Poststelle in einem Schreibwarengeschäft. Eine Tankstelle, eine Auto- und Motorradvermietung, sowie diverse Kfz-Werkstätten sichern die Mobilität. Ein Fahrradverleih/-service befindet sich dagegen nicht im Untersuchungsgebiet. Die ärztliche Versorgung ist

³¹ Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan (S. 10)

³² <http://www.mitterfels.de/Betriebe.htm>

³³ Broschüre „Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels“

durch drei praktische Ärzte, zwei Zahnärzte, zwei Apotheken, einem Tierarzt und dem BRK Seniorenzentrum (zur ambulanten Pflege im Urlaub) gesichert. Des Weiteren bietet Mitterfels mehrere Friseure, Praxen zur Fußpflege, Nagelstudios und sonstige Kosmetikbetriebe. Die betriebliche Ausstattung wird durch kleinere Geschäfte, wie zum Beispiel einem Fotogeschäft, einem Souvenirladen oder einem „Kleine Welt Laden“ abgerundet. Die einzelnen Betriebe sind im Anlage 4 aufgelistet und werden nicht weiter genannt.

3.4 Vereine ^{34,35,36}

Der Markt Mitterfels zählt eine Zahl von 40 Vereinen. Diese sind in verschiedenen Interessensgebieten vertreten und erfüllen unterschiedliche Funktionen. So findet man Vereine wie „Bayerisches Rotes Kreuz Mitterfels“, „Landfrauen Mitterfels“ oder „Wanderfreunde Mitterfels“. Daneben gibt es zahlreiche Fördervereine, wie „Begegnungen am Bahnhof Mitterfels“, „Freundeskreis Historische Hien-Sölde Mitterfels e.V.“ oder „Perlbachtal Mitterfels e.V.“. Des Weiteren zählt der Markt verschiedene Sportvereine, wie den „TSV Mitterfels e.V.“ und einen Sportkegelklub. Von nicht geringer touristischer Bedeutung sind – auch nach Einschätzung der Mitarbeiter in der Gemeinde – die folgenden Vereine:

- Burgmuseumsverein Mitterfels e.V.
- Burgtheaterverein e.V.
- Musikverein Mitterfels e.V.
- Verkehr- und Kulturverein Mitterfels e.V.

3.5 Erscheinungsbild und Beschilderung

Die Durchgangsstraßen befinden sich in einem guten Zustand. Touristische Einrichtungen, wie das Kletterzentrum oder das Freibad sind gut ausgeschildert und leicht zu erreichen. Auch der Zeltplatz ist ausgeschildert, leider ist der letzte Streckenabschnitt des dorthin führenden Weges

³⁴ <http://www.mitterfels.de/GemeindePlus.html#Vereine>

³⁵ Broschüre „Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels“

³⁶ Gesprächsnotiz mit Frau Schrutz

relativ schlecht ausgebaut. Da es keine Durchgangsstraße gibt, die direkt durch das Ortszentrum führt, werden Fahrer anhand von Beschilderungen ins Zentrum gewiesen.



Abbildung 11: Beschilderung an Kreuzung Lindenstraße-Burgstraße



Abbildung 10: Beschilderung an Kreuzung Burgstraße-Buchberger Weg

Daneben weisen weitere Schilder auf verschiedene Einrichtungen, wie das Rathaus, das Verkehrsamt, das Heimatmuseum, diverse Gastronomiebetriebe und andere Einrichtungen hin. Dies ermöglicht es Ortsfremden sich schnell zu Recht zu finden. Aufgrund der Fülle an Informationen wirken die Schilder jedoch auf den ersten Blick unübersichtlich. Die Qualität der Beschilderung schwankt von gut erhaltenen Schildern aus Metall oder Holz bis hin zu bereits verwitterten Schildern.



Abbildung 12: Wegweiser zum Museum in der Burganlage

Darüber hinaus befinden sich Innerorts verschiedene Karten, die die Lage von Mitterfels und das Umfeld des Marktes zeigen. Die Wegführung Innerorts ist eher schwer auszumachen.

Der Zustand der Karten und der dazu gehörenden Plakat- und Werbeflächen schwankt auch hier sehr stark von neuen bis hin zu stark abgenutzten Exemplaren.



Abbildung 14: Plakatwand an Kreuzung Burgstraße-Weiherfeldring



Abbildung 13: Karte/Werbeflächen ggü. Burgstraße 31

Der Ortskern wurde im Zuge einer Sanierung zwischen 1988 und 1998 verschönert, weshalb sich die Straßen und angrenzenden Häuser meist in gutem Zustand befinden.

3.6 Luftkurort

Wenn auch das Prädikat „Luftkurort“ lange kein Alleinstellungsmerkmal mehr ist, so trägt es dennoch zum Image des Marktes bei. Eine kurze Begriffserläuterung sowie die Übertragung auf Mitterfels werden deshalb im Folgenden vorgenommen.

3.6.1 Begriffserläuterungen

Erholung ist ein „umgangssprachlicher Begriff für die spontane und primär nicht medizinisch gesteuerte Wiedererlangung körperlicher und seelischer

Gleichgewichte³⁷. Erholungsorte bieten die entsprechenden Möglichkeiten, um jene Selbstregulierung des Organismus zu fördern.

Staatlich anerkannte Erholungsorte zählen zu den sogenannten Gesundheitstouristischen Destinationen. Darunter versteht man Orte in landschaftlich bevorzugter und klimatischer Lage mit möglichst naturbelassenen Erholungsflächen.³⁸ Der Tourismus stellt in der Regel nur eine Nebenfunktion der Gemeinde dar.

Eine Stufe höher angesiedelt sind die *staatlich anerkannten Luftkurorte*. Sie sind nicht nur Gesundheitstouristische Destinationen sondern – nach dem gesetzlichen Gattungsbegriff – auch Kurorte. Ein Luftkurort zeichnet sich durch wissenschaftlich anerkannte (und durch Erfahrung bewährte) klimatische Eigenschaften und entsprechende Luftqualität aus. Um das Klima therapeutisch anwenden zu können, müssen Einrichtungen zur Durchführungen einer Klimakur vorhanden sein. Dazu gehören zum Beispiel Park- und Waldanlagen mit gekennzeichneten Wanderwegen.

Zu einem artgemäßen Kurortcharakter gehören zwingend kurgemäße Unterkünfte, eine zentrale Auskunftsstelle, ein einwandfreies Straßen- und Wegenetz, Erste Hilfe Einrichtungen, ärztliche und apothekenmäßige Versorgung, sowie öffentliche Toiletten in einwandfreiem Zustand. Geringere Anforderungen bestehen hinsichtlich einer kurgemäßen Verpflegung, medizinischer Betreuung und der Unterhaltung. Zu den erforderlichen Kureinrichtungen zählen neben einem klassifizierten Wegenetz auch Fachkräfte, Möglichkeiten für Spiel und Sport, Liegewiesen, sowie ein Frei- oder Hallenbad in angemessener Entfernung.

3.6.2 Mitterfels als Luftkurort

Der Markt Mitterfels hat das Prädikat „Luftkurort“ im Jahr 1958 als einer der ersten Orte im Landkreis Straubing-Bogen erhalten. Das entsprechende lufthygienische Gutachten besagt, dass besonders im Tal der Menach durch die besondere Hangneigung und die Erdoberflächengestaltung thermisch bedingte Ausgleichszirkulationen entstehen. Durch die Ausrichtung der Talmulde sind Nordwinde häufig, abends und nachts kehrt sich

³⁷ Waldemar Berg: Gesundheitstourismus und Wellnessstourismus, S. 133

³⁸ Waldemar Berg: Gesundheitstourismus und Wellnessstourismus, S. 147

dies um und morgens nehmen die Bergwinde zu. Windstillen sind also relativ selten, was für eine gute Durchlüftung des Ortes sorgt.³⁹

Da Luftkurorte nicht zu den Kurorten im eigentlichen Sinn zählen, spricht man in diesem Zusammenhang von einem gesundheitsbetonten Tourismus. Das heißt, im Vordergrund steht nicht die medizinische Leistungen, sondern Bewegung, Sport und gesunde Ernährung. Diese Kriterien kann Mitterfels dank seines natur- und sportbetonten touristischen Angebotes gut erfüllen.

3.6.3 Spezifische Einnahmen

Die Einnahmen prädikatisierter Kurorte setzen sich in der Regel aus den Kurabgaben und den Fremdenverkehrsabgaben zusammen. Der Markt Mitterfels beschränkt sich jedoch auf die Kurabgaben, das heißt, abgabepflichtig sind nur diejenigen, die sich im Erhebungsgebiet aufhalten, ohne dort ihren gewöhnlichen Wohnsitz zu haben.

Die Kurtaxe wird ab einem Alter von 12 Jahren verlangt und vom Vermieter einbehalten. Sie berechnet sich aus den Aufenthaltstagen, wobei angefangene Tage als volle Tage gelten und der Abreisetag nicht mitgerechnet wird. Pro Tag werden 85 Cent berechnet (Kurbezirk 2). Schwerbehinderte sind von der Kurtaxe freigestellt.⁴⁰

Die Einnahmen, die sich aus der Kurabgabe ergeben, werden für die Herstellung, Verwaltung und Unterhaltung der zur Kur- und Erholungszwecken bereitgestellten öffentlichen Einrichtungen verwendet.

Auf eine Fremdenverkehrsabgabe für diejenigen, denen durch den Tourismus der Gemeinde besondere wirtschaftliche Vorteile geboten werden, wird in Mitterfels verzichtet.

³⁹ Landschaftsplan Mitterfels: Erläuterungsbericht in der Fassung vom 28.10.1999, S. 20

⁴⁰ Magazin „Zeit für Urlaub 2012“, S. 97

4 Gesamttouristische Analyse

Um das touristische Potenzial von Mitterfels analysieren und bewerten zu können, wird zunächst auf die einzelnen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe sowie deren Leistungen eingegangen. Anschließend werden die touristischen Angebote anhand der Kategorien „Aktiv sein und Natur erleben“, „Tradition und Kultur“ sowie „Wellness und Gesundheit“ aufgezeigt. Außerdem werden Pauschalen vorgestellt, die in Mitterfels angeboten werden. Um die Auswirkungen auf die Nachfrage aufdecken zu können, die die Schließung der Mond-Anlage nach sich ziehen, wird die touristische Entwicklung von Mitterfels innerhalb der letzten Jahre untersucht.

4.1 Beherbergungsbetriebe

Touristen suchen Reiseziele auf, weil sie mit dem Aufenthalt verbundene Bedürfnisse (beispielsweise sportlich aktiv sein, sich erholen, Zeit mit der Familie verbringen) befriedigen wollen. Dadurch entsteht eine Nachfrage nach einer zeitlich befristeten Raumnutzung. Die in Mitterfels zur Verfügung stehenden Unterkünfte werden nun im folgenden Abschnitt zusammengetragen und jeweils kurz charakterisiert. Dabei handelt es sich sowohl um gewerbliche als auch um private Beherbergungsangebote.

4.1.1 Hotels, Pensionen und Gasthöfe

Die Preisangaben im folgenden Abschnitt beziehen sich durchgehend auf ein Doppelzimmer und gelten für eine Person. Bei einer Aufenthaltsdauer von weniger als drei Tagen wird in fast allen Beherbergungsbetrieben ein Aufschlag von 3 € berechnet. Des Weiteren verstehen sich alle Zimmer und Ferienwohnungen mit WC, Dusche und TV.

Der **Landgasthof Fischer Veri** bietet 28 Betten und befindet sich direkt im Ortskern von Mitterfels. Der Betrieb ist seit über 100 Jahren in Familienbesitz und wurde von DEHOGA mit 2 Sternen klassifiziert. Neben den Gästezimmern bietet Familie Fischer ihren Gästen einen Wintergarten mit Sauna und Ruheraum, ein reichhaltiges Frühstücksbuffet, einen Biergar-

ten und eine hauseigene Metzgerei. Das Restaurant bietet bayerische Spezialitäten und einen Saal für über 200 Gäste, so dass auch größere Reisegesellschaften untergebracht werden können. Einmal pro Monat lädt der Gasthof zum Musikantenstammtisch ein. Der Preis für eine Übernachtung beträgt 26 €, der Aufpreis für Halbpension 8 €. (www.gasthof-fischer.de)

In Scheibelsgrub, wenige Kilometer vom Ortskern entfernt, liegt der **Reiterhof Gürster** mit insgesamt 18 Betten. Restaurant, Biergarten und Wintergarten sind beliebte Anziehungspunkte. Ebenso die beiden zertifizierten Bundeskegelbahnen und 7 Asphaltstockbahnen des seit 100 Jahren in Familiensitz befindlichen Gasthofes. Reitplätze (eine Halle und zwei Außenplätze) befinden sich in unmittelbarer Nähe. Auch Unterstellmöglichkeiten für Fahrräder werden geboten. Der Preis pro Nacht beträgt 27 €, der Aufschlag für Halbpension 10 €. (www.reiterhof-guerster.de)

Die **Café Pension** von **Bettina Schwarz** in der Ortsmitte von Mitterfels bietet 20 Betten, verteilt auf 9 Zimmer. Zur Pension gehört eine hauseigene Konditorei, die an Sonn- und Feiertagen geöffnet ist. Neben einer ausichtsreichen Sonnenterrasse sind auch Unterstellmöglichkeiten für Fahrräder vorhanden. Der Preis für eine Übernachtung beträgt 25 €, eine Halbpension wird nicht angeboten.

Der **Gasthof Zur Post** der Familie Kernbichl verfügt über 7 Betten. Die Zimmer wurden vom Deutschen Tourismusverband mit drei Sternen ausgezeichnet. Der Gasthof liegt zentral in der Ortsmitte und bietet seinen Gästen einen Biergarten, eine Grillhütte, bayerische Spezialitäten aus der hauseigenen Metzgerei, sowieso einen Saal und Nebenzimmer für größere Gesellschaften. Der Preis für eine Übernachtung im Doppelzimmer beträgt 28 €, der Aufpreis für Halbpension 10 €. (www.gasthof-kernbichl.de)

Exkurs: Schließung Mondi-Hotel⁴¹

Am 31.12.2011 wurde das **Mondi-Holiday Hotel** geschlossen. Die Anlage besteht aus 300 Betten, verteilt auf 53 Doppel- und 32 Einzelappartements. Diese sind mit drei bis vier Sternen klassifiziert und konnten auch als Time-Share Anlagen gemietet werden. Im Haus befinden sich außerdem Münzwaschmaschinen und -trockner, sowie Babyzubehör. Das „Mondi“ bot ganzjährige Freizeit- und Ausflugsprogramme für Groß und Klein, sowie im Sommer einen Fahrradverleih (darunter auch E-Bikes). Im Winter konnten Schlitten und Langlaufskier gemietet werden. Neben einem Restaurant sind auch Tagungsmöglichkeiten vorhanden. Zwei Tennishallen, Massageeinrichtungen und Solarien sind ebenfalls vor Ort. (www.mitterfels.mondiholiday.de)



Abbildung 15: Logo Mond-Holiday

Die Ferienanlage mit 85 Ferienwohnungen wurde 1979 von einer Bauherrengemeinschaft ins Leben gerufen. Die 5,5 ha große Anlage umfasste neben den Ferienwohnungen einen Pavillon, eine Tennishalle, vier Tennisplätze, ein Hallenbad und eine Sauna. Investoren und Einzelpersonen aber auch Firmen hatten die Möglichkeit Apartments zur Eigennutzung oder Vermietung zu erwerben. 1985 wurde die Anlage vom Metro Konzern übernommen, welcher aber das Time-Share Geschäft nicht als Kernaufgabe ansah. Im Jahr 2003 übernahm Leonhard Dörr die Leitung des Metro-Ferienclubs und es erfolgte eine Umstrukturierung zum „Mondi-Holiday Hotel“. Seit diesem Zeitpunkt gehören das Hallenbad, die Sauna und die vier Tennisplätze der Gemeinde. Insgesamt laufen acht Häuser in

⁴¹ <http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/tourismusfremdenverkehr/47/758-das-mondi-holiday-hotel-muss-schliessen>

Deutschland unter dem Namen „Mondi-Holiday“, hinzu kommen jeweils eines in Österreich und Südtirol. Die Clubmitglieder konnten einmal im Jahr im eigenen Appartement oder in freien Appartements der Clubmitglieder Urlaub machen. So fanden sich von Zeit zu Zeit auch viele ausländische Gäste in Mitterfels ein.

Gründe für die Schließung des Mitterfelser Hotels sind die sinkenden Mitgliedszahlen von 1.200 im Jahr 2003 auf ungefähr 600 im Jahr 2011. Die stark rückläufigen Übernachtungszahlen stellten ein schwerwiegendes Problem dar, da die Kosten für den Club ins Unermessliche stiegen. Ein enormer Kostenfaktor waren auch die alten Nachtspeicheröfen, die eine Menge Strom verbrauchen und dadurch die Nebenkosten in die Höhe schnellen ließen.

Die Direktorin des Hotels hat mit vielen Maßnahmen versucht, die Einnahmen der Ferienanlage zu erhöhen. So wurde ein erfolgreicher Anschluss an das "Kinderland Bayern" vollzogen. Doch das neue Konzept "Familien- oder Wellness-Urlaub" wurde nicht so stark in Anspruch genommen, wie erhofft. Der hinzukommende Schwerpunkt "Tagungsgeschäft" wurde gut nachgefragt, die hohen Kosten konnten jedoch auch damit nicht gedeckt werden. Von der Schließung sind neben der Direktorin neun feste Mitarbeiter und etwa 25 Aushilfskräfte betroffen.

80 % der Übernachtungszahlen von Mitterfels entfielen auf das Mondiholiday-Hotel. Damit fallen nun auch die Einnahmen aus Kurabgaben weitgehend weg. Aus der Sicht von Mitterfels wäre es wünschenswert, dass die Anlage wieder als Hotel weitergeführt wird. Sie steht derzeit für 1,8 Mio. € zum Verkauf.

Zusammenfassung: Hotels, Pensionen und Gasthöfe

Momentan stehen in dieser Kategorie vier Unterkünfte mit insgesamt 73 Betten zur Auswahl. Drei davon befinden sich direkt im Ortskern. Die Preisspanne der Beherbergungsbetriebe liegt zwischen 25 und 28 €, der

Durchschnittspreis pro Nacht beträgt 26,60 € pro Person. Bei der Mehrzahl der Betriebe kann gegen einen Aufpreis von durchschnittlich etwa 9 € auch Halbpension hinzu gebucht werden.

Anzumerken ist jedoch, dass die Anzahl der Betten seit der Schließung des Mond-Holiday Hotels Ende 2011 um über 300 Betten (das entspricht 80 %) geschrumpft ist.

Für Gäste, die bei der Auswahl auf Zertifizierungen/Klassifizierungen achten, gibt es Schlafstätten mit zwei und drei Sternen (verliehen durch DEHOGA und den DTV). Eine Unterkunft mit mehr Sternen wird seit der Schließung des Mond-Holiday Hotels nicht mehr angeboten.

Mit einer Ausnahme verfügen alle Betriebe über eigene, übersichtliche und ansprechend gestaltete Homepages, die der Gast vor und während seines Aufenthaltes zu Informationszwecken nutzen kann.

Je nach Vorlieben finden die Gäste Unterkünfte mit sportlichen (Reiten, Asphaltstockschießen und Kegeln) oder erholungsorientierten (Sauna und Ruheraum) Angeboten.

Wenn auch die Anzahl der Betten nicht mehr sehr groß ist, so stehen dennoch in zwei Gasthöfen Säle und Nebenzimmer für größere Reisegesellschaften (bis zu 200 Personen) und anderweitige Veranstaltungen zur Verfügung.

4.1.2 Ferienwohnungen und Ferienhäuser

Die Preise in diesem Abschnitt beziehen sich auf zwei Personen pro Nacht. Jede weitere Person zahlt im Schnitt 5 € Aufschlag. Alle Ferienwohnungen oder -häuser sind mit Küche, Bad, WC und teilweise Balkon oder Terrasse ausgestattet.

Das **Ferienhaus Landhäusl** befindet sich im Ortsteil Scheibelsgrub, etwa sieben Minuten von der Ortsmitte entfernt. Das Ferienhaus ist für zwei bis vier Personen geeignet und kostet 35 € pro Nacht. Ein Wintergarten und ein großer Garten mit Obstbaumwiese laden zum Verweilen ein.

Die **Ferienwohnung Liebl** bietet einen Ausblick auf die Bayerwaldberge. Die im Erdgeschoss gelegene Wohnung besitzt einen eigenen Eingang,

bietet Platz für fünf Personen und kostet 32 € pro Nacht. Zwei Terrassen in Südostlage, eine große Liegewiese mit Liegestühlen und Tischtennisplatten sowie ein überdachter Parkplatz können kostenlos genutzt werden.

Die **Ferienwohnung Piendl** befindet sich im Obergeschoss eines Hauses am Ortsrand von Mitterfels, umgeben von Wald und Wiesen. Die Wohnung ist für maximal fünf Personen ausgelegt und bietet eine Fernsicht über das Donautal. Die Nutzung einer Liegewiese mit Gartenhäuschen ist im Preis inbegriffen. Die Kosten betragen 29 € pro Nacht.

Ebenfalls mit Ausblick auf das Donautal bietet Frau **Wartner** zwei mit drei Sternen zertifizierte **Ferienwohnungen** für 30 € pro Nacht. Die Ferienwohnung im 1. Stock bietet Platz für zwei bis sieben Personen, die Wohnung im 2. Stock ist für maximal sechs Personen ausgelegt. Für beide Wohnungen stehen Waschmaschinen, Tischtennisplatten, Kinderspielzeug, ein großer Garten und eine Liegewiese mit Gartenhäuschen, Rutsche und Grill zur Verfügung. Außerdem können Fahrräder kostenlos ausgeliehen werden.

Auch Familie **Murer** vermietet zwei **Ferienwohnungen** für jeweils zwei bis vier Personen zu einem Preis von 30 € pro Nacht. Kinderbetten sind vorhanden.

Die **Ferienwohnung Berr** bietet Platz für zwei bis vier Personen. Ein Balkon mit Aussicht auf das Donautal, eine ruhig gelegene Liegewiese und ein kostenloser Fahrradverleih gehören zum Angebot. Außerdem können die Gäste die Faszination der Bienen anhand des hauseigenen Bienensamms kennen lernen. Der Preis pro Nacht beträgt 32 €.

Die beiden **Ferienwohnungen** der Familie **Grimm** verfügen zusammen über sechs Betten. Der Preis beträgt 30 € pro Nacht.

Auch im wenige Kilometer entfernten Nachbarort Haselbach, der zur Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels zählt, werden drei Unterkünfte gelistet:

Der **Erlebnisbauernhof Frankl** vermietet ein Ferienhaus mit vier Wohnungen, die jeweils Platz für zwei bis fünf Personen bieten. Alle Wohnun-

gen wurden vom Deutschen Tourismusverband mit 4 Sternen ausgezeichnet. Der Preis beträgt etwa 30 € pro Nacht. Neben Einstellmöglichkeiten für Fahrräder, Ski und Kinderwagen sind auch eine Gästewaschmaschine und Trockenmöglichkeiten vorhanden. Auf Wunsch wird dem Gast kostenlos eine Kleinkinderausstattung zur Verfügung gestellt. Die Besonderheit dieses Hauses: Die Gäste dürfen aktiv bei der Arbeit auf dem Bauernhof dabei sein. (www.erlebnisbauernhof-frankl.de)

Das **Jagdhaus Huber** bietet Platz für vier Personen. Die Wohnung liegt auf einem großen Waldgrundstück und kann für 45 € die Nacht gemietet werden. Ein gemütlicher Aufenthaltsraum mit Kachelofen sowie eine große Terrasse können genutzt werden.

Die Ferienwohnung **Thiede** ist für zwei bis fünf Personen ausgelegt und kostet 35 € die Nacht.

Zusammenfassung: Ferienwohnungen und Ferienhäuser

Derzeit gibt es in Mitterfels zehn Ferienwohnungen mit insgesamt 74 Betten. Die Preisspanne der Übernachtungsstätten liegt zwischen 29 und 48 €, der Durchschnittspreis pro Nacht beträgt 32,80 € für zwei Personen. Ein komplettes Ferienhaus wurde vom Deutschen Tourismusverband mit vier Sternen ausgezeichnet, zwei weitere Ferienwohnungen wurden mit drei Sternen zertifiziert. Zur Mehrzahl der Wohnungen gehören eine Liegewiese und/oder ein besonderer Ausblick auf das Donautal und die Bayerwaldberge. Die Natur ist also bei fast allen Unterkünften ein zentrales Thema.

Die Vermieter der Ferienwohnungen verfügen – im Gegensatz zu den Betreibern der Pensionen und Gasthöfe – kaum über eigene Internetauftritte. Zwei Ferienwohnungen bieten Gästewaschmaschinen und Tischtennisplatten. Auch mit Kleinkinderausstattung (wie Spielzeug, Rutsche oder Betten) wird geworben. Darüberhinaus bieten zwei Ferienunterkünfte auch einen kostenlosen Fahrradverleih und Unter- oder Einstellmöglichkeiten für Fahrräder. Besonders hervorzuhebende Angebote sind der Urlaub auf dem Bauernhof und eine Ferienwohnung mit eigenen Bienenstöcken.

4.1.3 Camping

Der Jugendzeltplatz Mitterfels ist ein Selbstversorgerplatz für 60 Personen. Der Preis pro Person und Nacht beträgt 3 € zzgl. Strom, Brennholz und Abfallgebühr. Der Platz verfügt über Sanitäreanlagen, liegt in ruhiger Lage zwischen Wäldern, Felswänden und einem Bach und wird vom Kreisjugendring Straubing-Bogen betrieben.

Fazit zu den Beherbergungsbetrieben

In Mitterfels stehen aktuell 73 Betten in Pensionen und Gasthöfen, 74 in Ferienwohnungen und 60 Übernachtungsmöglichkeiten auf dem Campingplatz zur Verfügung. Vor der Schließung des Mond-Holiday Hotels waren es etwa 300 Betten mehr.

Unter den Beherbergungsbetrieben befinden sich sowohl familienfreundliche als auch sport- oder erholungsorientierte Anbieter. Abenteuer Zeltplatz, Bauernhof, Fahrradverleih – besondere Anziehungspunkte gibt es einige. Dabei steht fast immer das Thema „Natur“ im Vordergrund.

Auch preislich gesehen bietet Mitterfels Unterkünfte für jedermann. Vergleicht man die Übernachtungspreise mit denen von Sankt Englmar, so stellt man jedoch fest, dass Mitterfels nicht viel günstiger ist.

Viele der Gasthöfe verfügen über eigene, ansprechende Webseiten. Informationen über Ferienwohnungen müssen größtenteils aus Broschüren entnommen werden.

4.2 Gastronomie

Da Menschen, vor allem auch im Urlaub, immer mehr Wert auf gutes und gesundes Essen legen, werden im folgenden Abschnitt die wichtigsten gastronomischen Betriebe aus Mitterfels vorgestellt und kurz beschrieben.

Der **Landgasthof Fischer Veri** liegt im Ortskern von Mitterfels und bietet seinen Gästen eine vom Chef persönlich geführte Küche mit einer großen Auswahl an bayerischen Schmankerln. Das Restaurant hat Platz für bis zu 200 Personen und kann für Familien- und Firmenfeste, Vereins- und Be-

triebsausflüge, sowie für größere Reisegesellschaften angemietet werden. (www.gasthof-fischer.de)

Die Pizzeria **Da Nico** bietet mediterrane Küche bei angenehmem Ambiente. Das italienische Restaurant verfügt über einen viktorianischen Wintergarten und Plätze im Freien. Die Pizzeria ist von Mittwoch bis Samstag von 17 bis 24 Uhr geöffnet, an Sonn- und Feiertagen zusätzlich um die Mittagszeit. (www.da-nico.com)

Der kleine italienische **Pizza-Imbiss / Eiscafé Da Francesco** liegt im Ortskern von Mitterfels. Hier gibt es im Sommer eine Auswahl an italienischen Eissorten und im Winter Pizzagerichte.

Im **Café Perlbachtal** werden auf Wunsch individuelle Speisen zubereitet, zum Beispiel frei von Gluten oder ohne Geschmacksverstärker. Auch Kuchen und Kaffeespezialitäten werden auf Wunsch mit laktosefreier Milch zubereitet. (www.cafe-perlbachtal.de)

Der **Landgasthof zur Post** liegt zentral in der Ortsmitte von Mitterfels. Gäste können vorm Kachelofen in der Wirtsstube bayerische Spezialitäten aus der hauseigenen Metzgerei genießen. Je nach Witterung werden auch Grillabende im Biergarten veranstaltet.

Das **Café Schwarz** liegt ebenfalls im Ortskern von Mitterfels und verfügt über eine hauseigene Konditorei, die an Sonn- und Feiertagen geöffnet ist. Auch eine Sonnenterrasse mit Ausblick ist vorhanden.

Der Gasthof des **Reiterhof Gürster** befindet sich seit über 100 Jahren im Familienbesitz. Die verschiedenen Räumlichkeiten bieten Platz für Feierlichkeiten aller Art. Besondere Anziehungspunkte sind der lichtdurchflutete Wintergarten und der ruhige Biergarten.

Weitere Gastronomiebetriebe, zu denen keine weiteren Informationen gefunden wurden, sind: **Kurt's Pils Pub**, **Gasthof Waldhof**, **Gasthof Kernbichl** und **Coffee-House Zollner**.

Fazit zu den Gastronomiebetrieben

Zusammenfassend ist festzustellen, dass Mitterfels über eine gutbürgerliche Gastronomie mit größtenteils bayerischer Küche verfügt. Zwei Gastronomiebetriebe bieten italienische, beziehungsweise mediterrane Küche an. Die Angebotspalette ist zwar nicht besonders breit gefächert, allerdings ist die Qualität der angebotenen Speisen – vor allem regionale bayerische Schmankerl – durch die hauseigenen Metzgereien sehr hoch. Außerdem bieten bestimmte Gaststätten laktose- und glutenfreie Speisen für Allergiker oder besonders gesundheitsbewusste Menschen an.

Im Sommer ist die Gastronomie von Mitterfels sowohl für Urlauber als auch für Einheimische besonders attraktiv. Die traditionellen Biergärten, die Eisdielen im Ortskern von Mitterfels und die besonderen Aktionen verschiedener Gastronomen, wie zum Beispiel Grillabende, laden zum Verweilen ein. Kapazitätsmäßig sind die Gastronomiebetriebe ausgewogen, es gibt sowohl kleinere als auch größere Gaststätten, die Platz für bis zu 200 Personen bieten. Letztere eignen sich gut für Reisegruppen, Busreisende oder Ausflugsfahrten.

4.3 Touristisches Angebot

Da Reisende von einer Destination Unterhaltungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten erwarten, soll im nächsten Punkt dargestellt werden, welche touristischen Angebote in Mitterfels wahrgenommen werden können. Die Informationen stammen aus den Broschüren, die Gäste in der Tourist-Information von Mitterfels erhalten. Einige Details wurden durch Internetrecherchen ergänzt.

4.3.1 Aktiv sein und Natur erleben

Der Markt Mitterfels bietet das ganze Jahr über zahlreiche Möglichkeiten sportlich aktiv zu werden.

Wandern

Im Sommer haben Gäste eine Auswahl von sechs markierten Rund- und sieben Zielwanderwegen, deren Ausgangspunkte sich direkt im Ort befinden. Die Wege erstrecken sich insgesamt über 36 km. Eine große Wanderfaltkarte („Offizielle Wanderkarte des Luftkurortes Mitterfels“ im Maßstab 1:25.000) verhilft den Gästen zu einer guten Übersicht über alle Wege. Auch andere Printmedien enthalten Angaben zum Verlauf und den Höhenprofilen der Wandertouren. Außerdem werden auch immer wieder geführte Wanderungen angeboten.

Rundwanderwege:

- Oberes Perlbachtal („Liebeshainweg“) – 3 km
- Hinterbuchberg-Kögl („Köglweg“) – 5 km
- Unteres Perlbachtal, Kreuzkirchen-Weingarten („Weingartenweg“) – 7,5 km
- Auhof-Hörmannsberg-Miething – 6 km
- Haselbach – 10,5 km
- Uttendorf-Hölmühle – 4 km

Zielwanderwege:

- Vorderbuchberg-Hunderdorf – 7 km
- Bogen – 8 km
- Gschwendt-Falkenfels – 9 km
- Ascha-Falkenfels – 10 km
- Haibach-Elisabethszell-Maibrunn – 16 km
- Oberkogel-Pürgl-Maibrunn – 13 km
- Neukirchen – 8 km

Alle Wanderungen durch beziehungsweise um das Perlbachtal bieten Aussicht auf reich strukturierte Landschaften und halten interessante Höhenstufen bereit. Auch botanische und ornithologische Besonderheiten werden versprochen.

Nordic-Walking

Alle Rundwanderwege sind grundsätzlich auch als Nordic-Walking-Strecken geeignet und überwiegend auch als solche gekennzeichnet. Sowohl Einsteiger als auch anspruchsvolle Fortgeschrittene finden hier die Möglichkeit aktiv etwas für ihre Gesundheit zu tun. Zusätzlich werden Kurse für Anfänger und Profis angeboten. Die Nordic-Walking-Karte „Mitterfels – Nordic-Walking im Vorderen Bayerischen Wald“ informiert über die Höhenmeter, den Schwierigkeitsgrad und die Länge jeder Strecke. Einsteiger und Fortgeschrittenen treffen sich jeden Freitag um 17.30 Uhr. Die Kurse dauern eine Stunde und sind kostenlos.⁴²

Radfahren

Mitterfels bietet auch beste Voraussetzungen zum Radfahren, da der Donau-Regen-Radweg (mit einer Gesamtlänge von 39 km⁴³) direkt durch den Ort führt. Wenn Radfahrer diesem zehn Kilometer Richtung Bogen folgen, erreichen sie eine Anbindung an den Donau-Radweg (421 km Gesamtlänge⁴⁴). Nach 15 km Fahrt auf dem Donau-Regen-Radweg Richtung Miltach kann auf den Regental-Radweg (163 km Gesamtlänge⁴⁵) gewechselt werden. Die verschiedenen Radwege sind nur von minimalen Steigungen geprägt und somit gut für Familienausflüge geeignet.

Ebenfalls im Ort befindet sich ein Mountainbike-Übungsgelände. Es bietet Strecken für Anfänger, Fortgeschrittene und Profis.

Schwimmen

Bademöglichkeit im Ort bietet das Panoramafreibad. Es ist ausgestattet mit einem beheizten 50 m Becken, einer Wärmehalle, großer Liegewiese, Bocciabahn, Beachvolleyballfeld, Kinder- und Kleinkinderbereich, Kiosk und Cafeteria sowie einer neuen 13 Meter langen Kinderwasserrutsche. Jährlich findet ein großes Badefest statt.

⁴² <http://www.tsv-mitterfels.de/joomla/index.php/lauftreff/316-fruehlingsstart-von-sechs-laufgruppen>

⁴³ http://87.234.63.51/bfr/rw/rw_16.htm

⁴⁴ http://87.234.63.51/bfr/rw/rw_17.htm

⁴⁵ http://87.234.63.51/bfr/rw/rw_55.htm

Tennis

Neben dem Panoramafreibad befinden sich die vier Tennis-Freiplätze des Turn- und Sportvereins Mitterfels e.V., die auch von Nichtmitgliedern benutzt werden können. Leihschläger und Bälle liegen an der Kasse des Freibades bereit.

Reiten

In Mitterfels gibt es auch die Gelegenheit zu Reiten und Reitunterricht zu nehmen. Die Reitanlage des Reit- und Fahrvereins Mitterfels e.V., die sich beim Reiterhof Gürster befindet, bietet Stallungen mit Reithalle und Waschbox. Außerdem stehen ein Rasenspringplatz und ein 2002 neu angelegter Sandplatz zur Verfügung. Ausritte sind in den nahegelegenen Wäldern (durch und um das Perlachtal) möglich.⁴⁶ Die Preise für einen einstündigen Ausritt bewegen sich zwischen 18 € und 33 € (mit Begleitung oder Einzelausritt). Dressur-, Parcours- oder Geländespringen kosten abhängig von der Anzahl der Reiter zwischen 18 € und 28 €. Die Kosten für eine Stunde Einzelunterricht belaufen sich auf 45 €.⁴⁷

Klettern

Eine weitere Attraktion ist das Kletter- und Outdoorzentrum, das im Mai 2010 unter dem Motto „Vertikal trifft Horizontal“ eröffnete. Unter Betreuung können Anfänger, Freizeitsportler und auch erfahrene Kletterer das Angebot in Anspruch nehmen. Das Herzstück der Anlage ist ein 19 Meter hoher Holzturm, der mit acht vertikalen Hochseilstationen ausgestattet ist. Der Turm ist außerdem durch horizontale Hochseilstationen mit den Bäumen des angrenzenden Waldes und mit den vier Brückenpfeilern der ehemaligen Eisenbahnbrücke verbunden. Dadurch werden Kletterrouten unterschiedlicher Schwierigkeit geboten. Das Highlight der Anlage ist die 15-Meter-Schaukel namens „Kiene Swing“. Nach einem Sprung vom Kletterturm und einem freien Fall schwingen die Kletterer durch die Brückenpfeiler hindurch. Der Park hat generell an Wochenenden geöffnet, werktags und im Winter können nur vorangemeldete Gruppen ab sechs Personen

⁴⁶ <http://www.rfv-mitterfels.de/reitanlage.html>

⁴⁷ <http://www.rfv-mitterfels.de/preise.html>

klettern. Das Mindestalter beträgt vier Jahre. Der Preis für Erwachsene beträgt 39 €, für Schüler, Studenten, Azubis 29 € sowie für Kinder und Jugendliche bis 14 Jahre 24 €. Ein Familienticket kostet 89 €. In diesen Preisen sind das Klettern am Kletterturm, im Hochseilbereich und die Kletterrouten an der Brücke inkludiert. Zusatzoptionen, wie Kiene Swing (Riesenschaukel) und Drytooling (Eisklettern) kosten jeweils 9,50 € extra. Für Gruppenreisen ab zehn Erwachsenen sind pro Person 35 € zu zahlen.

Kegeln und Asphalt-/Eisstockschießen

Sowohl im Sommer als auch im Winter können die zertifizierten Bundeskegelbahnen des Reiterhofes Gürster genutzt werden. Außerdem befinden sich dort Asphaltstockbahnen, die sich im Sommer für Asphaltstockschießen und im Winter für Eisstockschießen anbieten.

Wintersport

Im Winter besteht die Möglichkeit auf Naturbahnen zu rodeln, auf Natureis Schlittschuh zu laufen oder Eisstock zu schießen. Maschinell gespurte Loipen (ca. 20 km) sind außerdem sehr gut für Ski-Langlauf und Ski-Wandern geeignet.

4.3.2 Tradition und Kultur

Museum

Das Heimatmuseum auf der mittelalterlichen Burg Mitterfels, die im 12. Jahrhundert erbaut wurde, ist im original erhaltenen Gefängnistrakt der Burg untergebracht. Es werden Gegenstände und Werkzeug aus alten Zeiten der Bereiche Handwerk, bäuerliche Hauswirtschaft, Brauchtum, Militaria und Ortsgeschichte ausgestellt. Neben einer historischen Apotheke werden auch wechselnde Sonderausstellungen gezeigt. Nach telefonischer Vereinbarung werden Führungen für Gruppen angeboten. Der Preis pro Erwachsener beträgt 2 € (bei Gruppen 1 €), Kinder und Jugendliche zahlen 0,50 €.

Konzerte, Ausstellungen und Veranstaltungen im Sommer

Im Sommer finden auf dem Burggartengelände regelmäßig Standkonzerte und Kunstausstellungen mit ostbayerischen und internationalen Künstlern statt.

Ein kulturelles Highlight stellen die Theatertage in Mitterfels dar. Sie werden in der Urlaubsrevue des Naturparks Bayerischer Wald unter den „schönsten und beeindruckendsten Veranstaltungen 2012“ gelistet. Die Freilichtspiele des Burgtheatervereins finden jedes Jahr an den ersten beiden Wochenenden im Juli (ebenfalls auf dem Burggartengelände) statt. Hierfür werden von einigen Beherbergungsbetrieben Pauschalangebote erstellt.

Auch die Mitterfelser Marktmeile gehört zu den jährlichen Veranstaltungen und zählt ebenfalls zu den Top 20 Veranstaltungen der Urlaubsrevue des Naturparks Bayerischer Wald. Bei diesem Fest werden in der Burgstraße und auf dem Burggelände verschiedene Stände aufgebaut. Neben Auftritten von Musik- und Tanzgruppen und Vorführungen der Voltigiergruppe des Reitvereins wird auch ein Kinderprogramm angeboten.⁴⁸

Eine weitere Attraktion der Marktgemeinde ist das Festival „Garten und Kultur“. Bei dieser Veranstaltung werden unter anderem seltene und originale Pflanzen, Kunsthandwerk und Gartenideen ausgestellt. Umrahmt wird das Gartenfest von Modenschauen, klassischen Konzerten, Kaffeehausmusik und Jazz, Filmvorführungen, Führung durch das Heimatmuseum und großem Kinderprogramm. Besonders die Atmosphäre auf dem Gelände der Burg zieht Aussteller und Besucher an.⁴⁹

All die oben genannten Veranstaltungen werden unter dem Begriff „Kultursommer“ zusammengefasst.

Winterliche Veranstaltungen

Im Winter wird jedes Jahr auf dem Burggelände ein eintägiger Christkindmarkt organisiert. Mit aufgestellten Fackeln und einem Lagerfeuer wird im Burggarten eine besonders romantische Stimmung geschaffen.

⁴⁸ <http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/marktgemeinde/43-veranstaltungen-der-marktgemeinde/995-vorbereitungen-fuer-mitterfelser-marktmeile-laufen>

⁴⁹ <http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/aus-den-vereinen/53-verkehrs-und-kulturverein/644-am-28-und-29-mai-qgarten-und-kultur-auf-der-burg>

Auf dem Mitterfelser Christkindlmarkt wird die Quiltausstellung der Gruppe „Glickwerk“ als Tradition angesehen. Sie stellt ihr Kunsthandwerk in der barocken Sankt Georgskirche aus dem Jahr 1734 aus.

Auch Landschaftsführungen mit wechselndem Programm werden angeboten.

Kulturdenkmal

Ein Kulturdenkmal von bedeutendem Rang ist die Hien-Sölde. Es gibt im Raum Niederbayern und der Oberpfalz nur drei Objekte, die auf das 15. Jahrhundert datiert werden können. Die Hien-Sölde zeigt, wie die einfachen Leute in dieser Zeit gebaut und gelebt haben. Das Bauwerk, das 1436 in Mitterfels entstand, ist das einzige der drei, in dem ein ganzes Erdgeschoss in Blockbauweise erhalten ist. Bei den anderen Denkmälern wurden nur Gebäudeelemente wie zum Beispiel ein Zimmer erhalten.⁵⁰

Stammtisch

Zu einer Tradition, die seit zehn Jahren besteht, gehört der Musikantenstammtisch im Landgasthof Fischer. Hier musizieren jeden ersten Freitag im Monat die Gäste. Der große Musikantenstammtisch ist ein Treffen mit Musikanten aus der ganzen Region, zu dem alle eingeladen sind, die gerne bayerische Musik hören. Gespielt wird stets für einen guten Zweck, wie zum Beispiel zu Gunsten eines Kindergartens.⁵¹

4.3.3 Wellness und Gesundheit

Die Marktgemeinde verfügt über ein Sonnenstudio, ein Nagelstudio, vier Friseure und zwei Fußpflegepraxen. Außerdem werden kosmetische Behandlungen und ein mobiler Dienst im Bereich Massage- und Reflexzonenanwendung angeboten.

Im Hinblick auf ärztliche Betreuung bietet Mitterfels Praktische Ärzte, Zahnärzte, Apotheken, Krankengymnastik, Heilpraktiker und Ergotherapie, Logopädie, Physiotherapie.

⁵⁰ <http://www.burg-mitterfels.de/hien-soelde/index.html>

⁵¹ <http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/schule-kindergarten/98/780-9-musikantenstammtisch-zugunsten-des-kindergartens>

Das Hallenbad mit Sauna, Dampfsauna, Whirpool und Solarium musste kürzlich, aufgrund zu hoher Instandhaltungskosten geschlossen werden. Die nötigen Renovierungsarbeiten, für die 30.000 – 50.000 € anfallen würden, können im Moment nicht finanziert werden. Durch die Schließung ist das Wellnessangebot in Mitterfels merklich geschrumpft.

4.3.4 Pakete und Vergünstigungen

Eine kürzlich angebotene Pauschale des Reiterhofes Gürster stand unter dem Motto „Kletterwochenende in Mitterfels“. Im Angebot waren zwei Übernachtungen im Doppelzimmer, eine Brotzeit und der Eintritt in den Kletterpark der Erlebnis Akademie für einen Tag enthalten. Der Preis pro Person belief sich auf 125 €.

Des Weiteren gibt es während der Asphaltstockwochen, die im Reiterhof Gürster jährlich vom 27.08. bis 18.09. organisiert werden, spezielle Angebote. Gäste erhalten für einen Preis von 255 € pro Woche und Person im Doppelzimmer sieben Übernachtungen mit Frühstücksbuffet und Abendessen (3-Gänge-Menü), einen Kegelabend, eine geführte Wanderung oder Besichtigung einer Sehenswürdigkeit, eine Ausflugsfahrt und ein Hausturnier.

Während den Theatertagen, die immer an den ersten beiden Wochenenden im Juli stattfinden, bietet der Reiterhof Gürster seinen Gästen im Doppelzimmer zwei Übernachtungen mit Frühstück inklusive Theaterkarten und eine kleine Brotzeit mit Getränk für 75 € pro Person. Die Übernachtungsgäste des Gasthofes „Zur Post“ erhalten an diesen Wochenenden einen hausgemachten Kuchen und einen Cappuccino gratis.

GästeCard der Urlaubsregion Sankt Englmar

Im Jahr 2010 wurde die GästeCard der Urlaubsregion Sankt Englmar in Sankt Englmar, Haibach-Elisabethszell, Mitterfels, Neukirchen und Rattenberg eingeführt. Diese Karte ersetzt die bisherige Kurkarte und bietet eine Vielzahl von Ermäßigungen bei über 500 Partnerbetrieben im Bayerischen Wald. Die zahlreichen Partnerbetriebe der Mitgliedsgemeinden so-

wie überregionaler Partner sind mit den entsprechenden Ermäßigungen in einer Broschüre, die mit der GästeCard ausgegeben wird, zusammengefasst.

Folgende Unternehmen aus Mitterfels gehören zu den Partnerbetrieben: Die Adler Apotheke und die Sankt Georgs-Apotheke bieten GästeCard-Besitzern 3 % Rabatt auf Wellness- und Stärkungsprodukte, sowie eine Blutzuckermessung für 1,00 € an. Zusätzlich wird eine kostenlose Blutdruckmessung angeboten. Bei dem Panoramafreibad Mitterfels erhält der GästeCard-Besitzer 10 % Ermäßigung auf den regulären Eintrittspreis. Das Heimatmuseum Mitterfels erstattet bei Vorlage der Karte Erwachsenen eine Ermäßigung von 0,50 €. Das Kletter- & Outdoorzentrum Mitterfels bietet 10 % Nachlass auf Erwachsenenkarten. Bei dem Vorzeigen der Karte beim Reiterhof Gürster kann der Gast eine Stunde kostenlos kegeln. Der Gasthof zur Post serviert zu jedem Hauptgericht eines GästeCard-Inhabers einen Hausschnaps gratis. Beim Einkauf von Backwaren bekommt der Gast 5 % Rabatt beim Bäcker „Eschpernzeller Dorfbäck“. Stolz Schreibwaren verschenkt bei einem Einkaufswert von 10 € einen Schreibblock mit Mitterfelser Motiv. Im Café Schwarz erhalten Gäste eine Portion Kaffee mit Torte 0,50 € billiger. Das Café Perlbachtal gewährt 1,00 € Ermäßigung auf Kaffee mit Kuchen oder Torte. Bei Familienessen gibt es pro Kind 2 € Ermäßigung und Paare ohne Kind erhalten auf das zweite Gericht 2 € Nachlass. Die Erlebnis Akademie AG gewährt im Kletter- & Outdoorzentrum Mitterfels 10% auf den Preis für Erwachsene.

4.3.5 Sonstiges

Ein Betrieb, der in einem Urlaubsort oft eine touristische Anlaufstelle darstellt, ist ein Souvenirladen. Auch Mitterfels bietet seinen Gästen die Möglichkeit in einem solchem Geschäft kleine Geschenke zu besorgen.

Drei Kinderspielplätze im Ort schaffen für Familien, die in Mitterfels Urlaub machen, eine optimale Gelegenheit, ihre Kinder zu beschäftigen.

Die Lage des Luftkurortes ist besonders geeignet für Kurztrips und Ausflüge in die kleineren und größeren Städte Ostbayerns und der Tschechischen Republik. Nach wenigen Fahrminuten mit dem Auto können ge-

schichtsträchtige Orte erreicht werden. Zu den sportlichen Aktivitäten in näherer Umgebung gehört zum Beispiel im Winter das Wintersportzentrum in Sankt Englmar, sowie im Sommer der Friedenhaiensee in Parkstetten. Dieser See bietet die längste Wasserski- und Wakeboard-Seilbahn der Welt. Sie erfasst eine Umlaufstrecke von 1.200 Meter und ist somit 50 % länger als die meisten anderen Wakeboardanlagen.⁵²

Fazit zum touristischen Angebot

Insgesamt ist das touristische Angebot in Mitterfels vielseitig. Sportliebhaber haben viele Möglichkeiten ihren Aufenthalt aktiv zu gestalten. Je nach körperlicher Verfassung können Kletterrouten im Outdoorzentrum und Wander-, Nordic-Walking-, Rad-, oder Langlaufstrecken gewählt werden. Auch Kulturliebhabern wird durch das abwechslungsreiche Veranstaltungsprogramm von Frühjahr bis Herbst ein breites Spektrum an Unterhaltung geboten. Der Mix aus Aktivitäten in der freien Natur und diversen Festen sowie die Tatsache, dass viele Angebote kostenlos sind, stellen ideale Voraussetzungen für Familien dar.

Mitterfels ist im Sommer wie im Winter ein Erlebnis für Körper und Geist.

4.4 Auswertung touristisch relevanter Statistiken⁵³

Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer der Gäste und Kapazitätsauslastung in den Beherbergungsbetrieben sind wichtige Kennzahlen, um die Tourismusedwicklung eines Ortes bewerten zu können. Die folgenden Diagramme sollen jene Entwicklung innerhalb der letzten fünf Jahre veranschaulichen.

Alle verwendeten Zahlen entstammen den statistischen Berichten des Bayerischen Landesamts für Statistik und Datenverarbeitung oder wurden direkt von der Tourist-Information Mitterfels zur Verfügung gestellt.

⁵² <http://www.friedenhainsee.de/wsbahn.htm>

⁵³ Zahlenmaterial des Marktes Mitterfels (Tourist-Information)

Ankünfte

Unter *Ankünfte* versteht man die „Zahl der Gäste, die im Berichtszeitraum in einem Beherbergungsbetrieb ankamen und zum vorübergehenden Aufenthalt ein Gästebett belegten.“⁵⁴

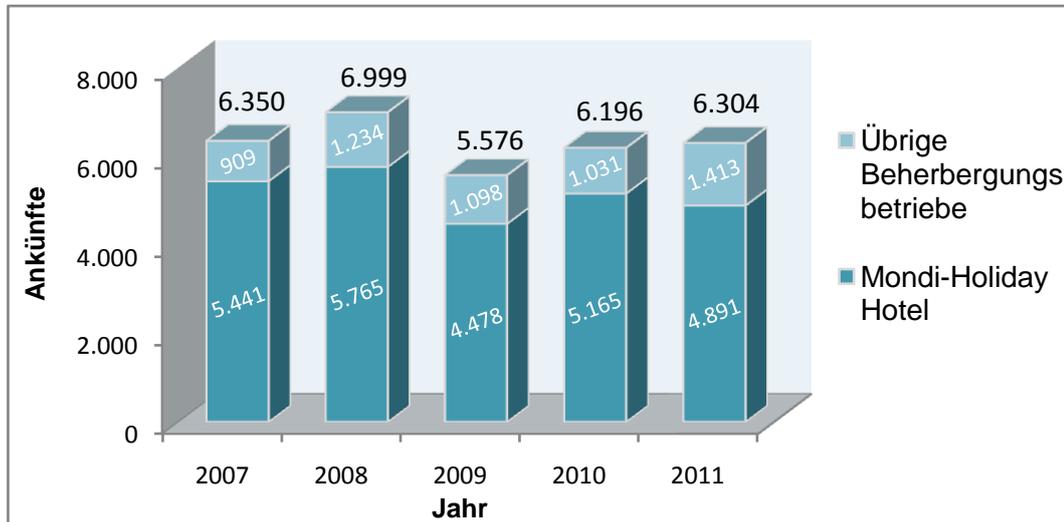


Abbildung 16: Ankünfte von 2007 bis 2011

Die Grafik zeigt zunächst die gesamten Gästeankünfte in Mitterfels in den Jahren 2007 bis 2011. Es ist anzumerken, dass es sich hierbei sowohl um die Ankünfte in gewerblichen als auch in privaten Beherbergungsbetrieben handelt. Auch der Campingplatz wurde mit eingerechnet.

Die Ankünfte sind von 2007 auf 2008 um 10,2 % auf knapp 7.000 Ankünfte gestiegen, jedoch im darauffolgenden Jahr sogleich um 20,3 % (das entspricht 1.423 Ankünfte weniger) gefallen. Das allgemein von den Folgen der Wirtschaftskrise geprägte Jahr 2009 stellt deshalb mit 5.576 Ankömmlingen den Tiefpunkt innerhalb des betrachteten Zeitraumes dar. Dieser Abfall wurde 2010 durch einen Anstieg auf 6.196 Ankünfte nur teilweise kompensiert. Zwischen den Jahren 2010 und 2011 kann ein schwaches Plus von 1,7 % (108 Ankünfte) verzeichnet werden. Vergleicht man die Jahre 2007 und 2011, so ist die Differenz mit 46 Ankünften relativ gering.

Des Weiteren veranschaulicht das Diagramm das Verhältnis der Gästeankünfte im Mond-Holiday Hotel und anderen Unterkünften. Dabei lässt sich

⁵⁴ <https://www.statistik.bayern.de/veroeffentlichungen>

feststellen, dass dem Mond-Holiday Hotel fast durchgehend über 80 % der gesamten Gästeankünfte in Mitterfels zugeschrieben werden können.

Übernachtungen

Hierbei handelt es sich um die „Zahl der Übernachtungen von Gästen, die im Berichtszeitraum in einem Beherbergungsbetrieb ankamen oder aus einem vorhergehenden Berichtszeitraum noch anwesend waren.“⁵⁵

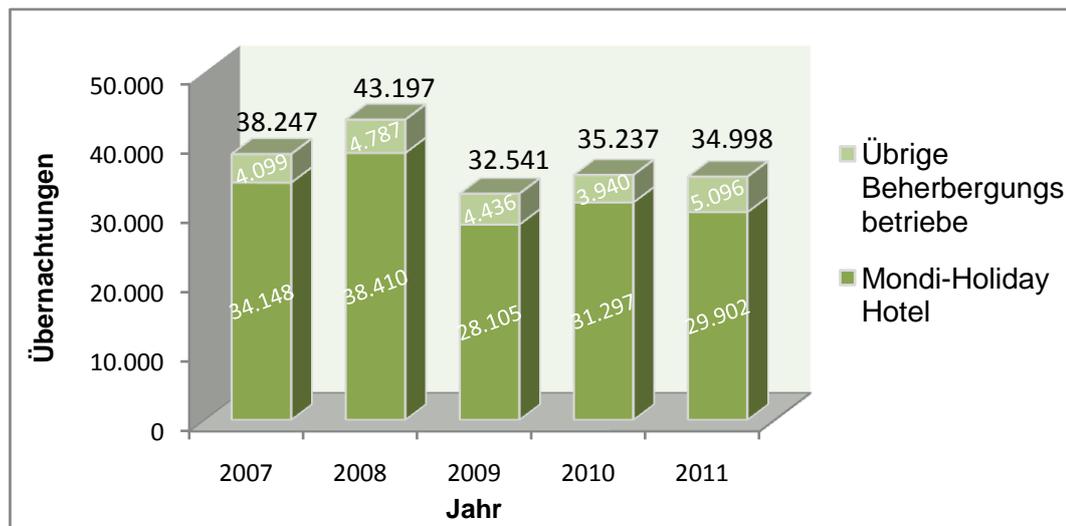


Abbildung 17: Übernachtungen von 2007 bis 2011

Das Diagramm stellt zum einen die Gesamt-Übernachtungszahlen im Zeitraum 2007 bis 2011 dar, zum anderen veranschaulicht es das Verhältnis zwischen den Übernachtungen im Mond-Holiday Hotel und in anderen Beherbergungsbetrieben. Vom Verlauf her gleicht die Grafik stark der vorherigen Abbildung (Ankünfte von Gästen), denn: Je weniger Ankünfte zu verzeichnen sind, desto geringer ist auch die Zahl der Übernachtungen (die Entwicklung der Aufenthaltsdauer außen vor gelassen).

Der Anteil der Übernachtungen, der auf das Mond-Holiday Hotel entfällt, beträgt im betrachteten Zeitraum durchgehend mehr als 85 %. Insgesamt jedoch haben sich die Übernachtungszahlen in diesem Hotel von 2007 auf 2011 um mehr als 4.200 Übernachtungen verschlechtert. Dagegen können die übrigen Beherbergungsbetriebe fast 1.000 Übernachtungen mehr verbuchen als noch vor 5 Jahren.

⁵⁵ <https://www.statistik.bayern.de/veroeffentlichungen>

Insgesamt haben sich die Zahlen von 2007 auf 2011 um etwa 3.250 Übernachtungen verschlechtert. Die größte Schwankung lässt sich von 2008 auf 2009 verzeichnen: Hier liegt ein Minus von 24,7 % (10.656 Übernachtungen) vor.

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

„Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in Tagen wird als Quotient der Zahl der Übernachtungen und der Ankünfte errechnet.“⁵⁶

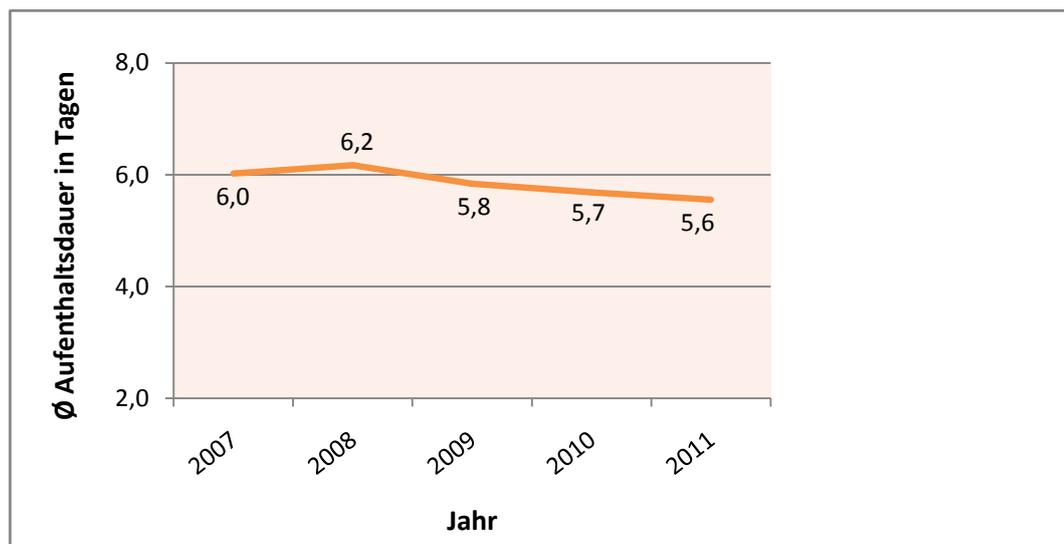


Abbildung 18: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2007 bis 2011

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in Mitterfels hat seit 2008 einen kontinuierlichen Rückgang zu verzeichnen. Die Verweildauer sank von 6,2 auf 5,6 Tage, das heißt, die Besucher bleiben im Schnitt gut einen halben Tag weniger als noch vor 4 Jahren.

Auswirkungen der Schließung des Mond-Holiday Hotels

Um zu überprüfen, inwieweit die Schließung der Ferienunterkunft Mond-Holiday (Ende 2011) Einfluss auf die Gästeankünfte beziehungsweise auf die Übernachtungszahlen genommen hat, werden nun zusätzlich die Daten des ersten Quartals (Januar bis März) der Jahre 2007 bis 2012 miteinander verglichen.

⁵⁶ <https://www.statistik.bayern.de/veroeffentlichungen>

Wie nachstehendes Diagramm zeigt, sind die Ankünfte seit der Schließung des Mondi-Holiday Hotels drastisch gesunken. Vergleicht man die Zahlen aus dem 1. Quartal 2011 und dem 1. Quartal 2012, so lässt sich ein Minus von 94,4 % verzeichnen.

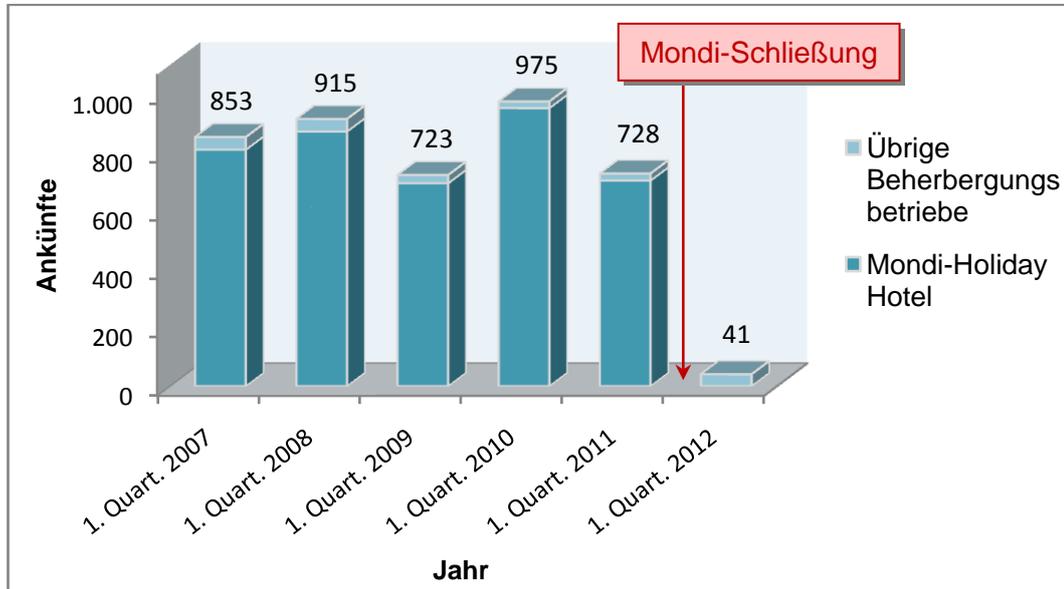


Abbildung 19: Ankünfte im 1. Quartal (2007 bis 2011)

Auch im Hinblick auf die Übernachtungen können gravierenden Auswirkungen festgestellt werden. Hier sind die Zahlen von 2011 auf 2012 um 98,2 % zurückgegangen. Dies entspricht nicht mehr nur dem generellen Abwärtstrend der Übernachtungszahlen, sondern kann fast vollständig der Schließung des Mondi-Holiday Hotels zugeschrieben werden. Gleiches gilt für die durchschnittliche Aufenthaltsdauer. Diese sank zuletzt von 6,2 auf 2,0 Tage.

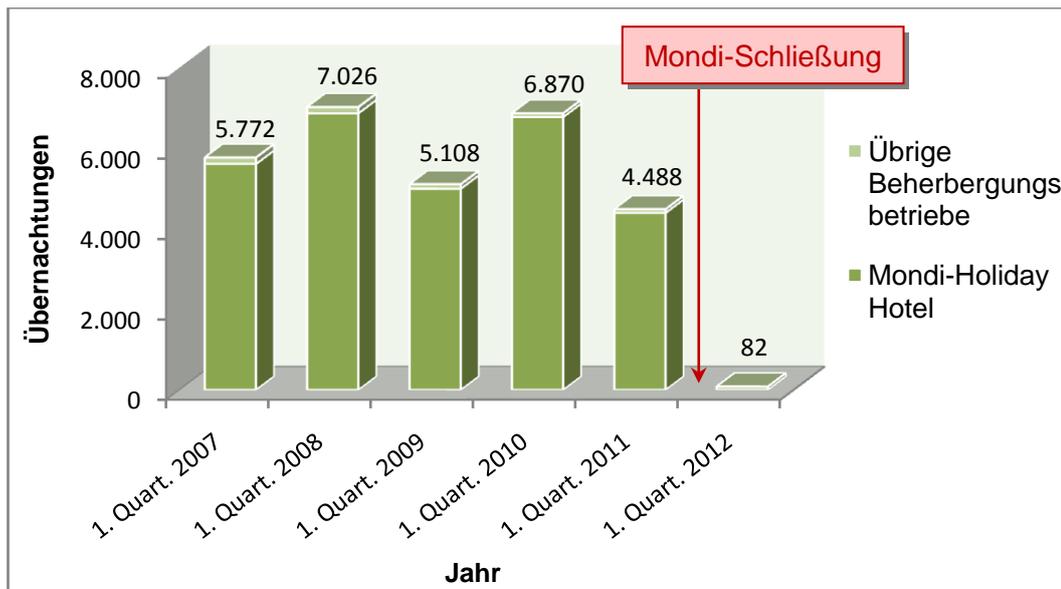


Abbildung 20: Übernachtungen im 1. Quartal (2007 bis 2011)

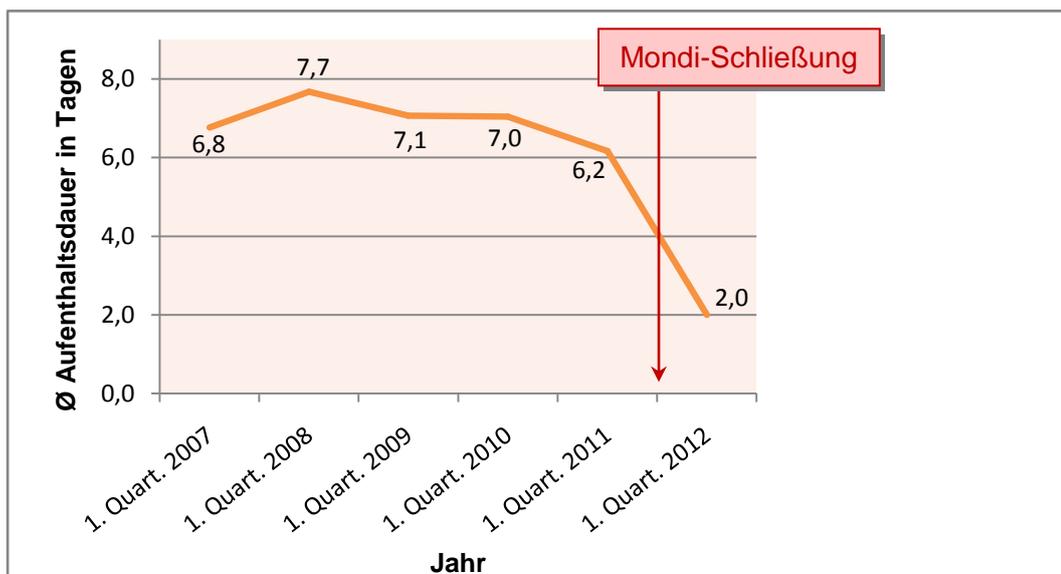


Abbildung 21: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer im 1. Quartal (2007 bis 2011)

Fazit

Die Auswertung der touristisch relevanten Zahlen verdeutlicht die Abhängigkeit des Marktes Mitterfels vom Betrieb des Mondi-Holiday Hotels. Die Betrachtung der Jahre 2007 bis 2011 hat gezeigt, wie ungleichmäßig sich die Zahlen der Ankünfte und Übernachtungen auf das Mondi und die übrigen Beherbergungsbetriebe verteilt hat. Die Betrachtung der letzten Quartalzahlen zeigt zusätzlich die starken Auswirkungen der Schließung. Der Einbruch von über 98 % an Übernachtungen unterstreicht zum einen die

Bedeutung des Mond-Holiday Hotels für die Gemeinde und zeigt zum anderen, dass die übrigen Beherbergungsbetriebe weder die benötigte Kapazität noch die Attraktivität des Mond-Holiday Hotels vorweisen können.

5 Marketing und Vertrieb

Der Ort Mitterfels wird über die beiden Kanäle Printmedien und Internet vermarktet.

5.1 Printmedien

5.1.1 Eigene Printmedien

Mitterfels bietet eine Faltkarte „Naturpark Bayerischer Wald“, die eine Kombination aus Gastgeberverzeichnis und Radwege-Führer darstellt. Kurz aufgezeigt wird ebenfalls, was in den verschiedenen Jahreszeiten in Mitterfels unternommen werden kann. Diese Karte gibt dem Gast einen groben Überblick über die touristischen Möglichkeiten in Mitterfels, allerdings ist die Karte durch ihr Format eher unhandlich und wirkt unübersichtlich.

Des Weiteren gibt es die offizielle Wanderkarte des Luftkurortes Mitterfels im Maßstab 1:25.000, in welcher – gegliedert nach den Ausgangspunkten – die jeweiligen Rundwanderwege beziehungsweise Zielwanderwege aufgezeigt werden, die direkt von Mitterfels aus bewandert werden können.

Neben der Wanderkarte gibt es noch eine spezielle Nordic-Walking Faltkarte, auf der die entsprechenden Strecken, ähnlich wie die Kategorisierung bei Skipisten, in leicht über mittel bis schwer untergliedert sind. Außerdem ist von jeder Strecke eine Kurzbeschreibung mit Höhenprofil enthalten.

Im Stadtplan von Mitterfels, ebenfalls als Faltkarte gedruckt, wird die Chronik des Ortes wiedergegeben. Die Karte zeigt Mitterfels und Haselbach mit Straßenverzeichnis und ermöglicht einen umfassenden Blick auf die Region rund um den Luftkurort, bis hin zu Regensburg und Plattling.

Außerdem existiert ein Flyer des Heimatmuseums in Mitterfels, in dem auf die Öffnungszeiten, die Eintrittspreise und die jährlichen Sonderausstellungen des Museums hingewiesen wird.

5.1.2 Printmedien der Region Sankt Englmar

Im Jahr 2010 wurde die GästeCard der Urlaubsregion Sankt Englmar in Sankt Englmar, Haibach-Elisabethszell, Mitterfels, Neukirchen und Rattenberg eingeführt. Diese Karte bietet eine Vielzahl von Ermäßigungen bei über 500 Partnerbetrieben im Bayerischen Wald. Im „Freizeit- und Wanderführer der Urlaubsregion Sankt Englmar“, einer Begleitbroschüre zu dieser GästeCard, sind Informationen über Sankt Englmar und die teilnehmenden Gemeinden enthalten. Des Weiteren werden die regionalen und überregionalen Partner der Gästekarte und deren Vergünstigungen aufgeführt.

Zu dieser GästeCard gehörend gibt es auch eine Faltkarte („Freizeitkarte“), auf der alle teilnehmenden Partner nach Themengebieten sortiert aufgelistet werden.

Von Sankt Englmar wird auch die „Weiß-blaue Rundschau“ aufgelegt. In diesem kompakten Freizeitführer mit übersichtlichem Veranstaltungskalender werden die schönsten Ausflugszielen, die Öffnungszeiten der Gastronomie und Wissenswertes von A-Z aufgezeigt. Die Region Mitterfels wird durch ihr gastronomisches Angebot und allgemeine Informationen über die Verwaltungsgemeinschaft repräsentiert.

5.1.3 Printmedien des Tourismusverbandes Ostbayern

In der vom Tourismusverband Ostbayern herausgegebenen Broschüre „Zeit für Urlaub 2012“ ist unter anderen Mitterfels enthalten. Das Urlaubsmagazin mit Gastgeberverzeichnis beinhaltet Informationen zur Urlaubsregion Sankt Englmar mit den dazugehörigen Gemeinden Mitterfels, Haibach-Elisabethszell, Konzell, Neukirchen, Perasdorf, Rattenberg und Schwarzach.

Der „Freizeitführer Bayerischer Wald & Böhmerwald“ enthält Themengebiete wie Natur & Erleben, Fit & Aktiv, Sport & Action, Klettern, Wellness & Gesundheit, Familie & Kind und Tradition & Kultur. Fast unter allen diesen Kategorien ist Mitterfels erwähnt. Außerdem wird häufig auf die Homepage der Marktes verwiesen.

In der Broschüre „Urlaubsrevue Naturpark Bayerischer Wald“ des Urlaubslandes Straubing-Bogen gibt es eine eigene Seite über Mitterfels mit Informationen über den Luftkurort, Übernachtungsmöglichkeiten und Veranstaltungen.

Ebenfalls erwähnt wird Mitterfels in der Broschüre „Erleben & Entdecken“ des Urlaubslandes Straubing-Bogen, welche nach den Rubriken Natur, Winter und Kultur gegliedert ist.

Fazit

Mitterfels verfügt über einige selbst herausgegebene Printmedien, hauptsächlich wird der Markt jedoch über die Broschüren der Urlaubsregion Sankt Englmar und des Tourismusverbandes Ostbayern vermarktet. Problematisch ist, dass die Informationen in den verschiedenen Broschüren teilweise nicht übereinstimmen. Vor allem bei den gelisteten Gastgebern, den Preisen und Öffnungszeiten gibt es immer wieder Abweichungen, was den interessierten Gast verunsichert.

Teilweise geht der (im Vergleich zu Sankt Englmar) kleine Ort Mitterfels in den großen Broschüren sprichwörtlich unter. Um alle Angebote in Mitterfels zusammenzutragen, muss der Gast außerdem mehrere Broschüren zur Hand nehmen, was zeitaufwendig und mühsam ist.

Positiv anzumerken ist, dass Mitterfels über einen Ortsprospekt in englischer Sprache verfügt.

5.2 Online

5.2.1 Website⁵⁷

Wird die Suchmaschine www.google.de verwendet, um nach dem Stichwort „Mitterfels“ zu suchen, so erscheint als erster Treffer die Seite www.mitterfels.de, die offizielle Website des Marktes.

Die Internetseite von Mitterfels ist sowohl für die Bewohner der Region als auch für Touristen gedacht. Von der Startseite aus gelangt man zu den

⁵⁷ www.mitterfels.de

Rubriken „In Mitterfels wohnen, arbeiten, bauen“, „Für die Bürger in Mitterfels“ und „Tourist Information“. Darüber hinaus gelangt man über die jeweiligen Logos auf die Seite www.bayerischer-wald.de des Tourismusverbands Ostbayern und zum Internetauftritt der Urlaubsregion Sankt Englmar (www.urlaubsregion-sankt-englmar.de). Über einen Klick auf das Wappen des Marktes kann die Chronik von Mitterfels aufgerufen werden. Weitere Links auf der Startseite führen zur Website der Burg Mitterfels (www.burg-mitterfels.de), einem zusätzlichen Internetauftritt des Marktes (www.mitterfels-online.de) und zur Seite des Arbeitskreis Heimatgeschichte Mitterfels e. V. (<http://ak-heimatgeschichte.mitterfels-online.de/joomla/index.php>).

Auch das Impressum, ein Kontaktformular, eine Wetteranzeige sowie ein Link zur Suche von Mitfahrmöglichkeiten befinden sich auf der Startseite. Klickt man auf das Bild, erfolgt eine Weiterleitung zu weiteren Aufnahmen des Ortes.



Abbildung 22: Startseite der Website

Da die Startseite generell für den ersten Eindruck verantwortlich ist, sollte diese besonders ansprechend gestaltet sein. Die sofortige Unterteilung in Bürger und Touristen ist ein guter Ansatz, dennoch erscheint die Startseite eher unübersichtlich. Die vielen Links überfordern den Gast und tragen dazu bei, dass dieser schnell die Lust am surfen und „stöbern“ verliert. Zudem erscheint die Seite hinsichtlich ihrer Aufmachung (einfacher gelber Hintergrund und deplatzierte Links) nicht besonders professionell. Die Möglichkeit auf die englische Sprache zu wechseln, scheint auf den ersten Blick vorhanden, jedoch führt ein Klick auf die Flagge nur zu einer einzigen Textseite („Climatic health resort Mitterfels in the Bavarian Forest“) – der Rest der Seite kann nur auf Deutsch angezeigt werden.

Die weitere Analyse der Website beschränkt sich nun auf den touristischen Teil, der dank des großen „i“ schnell ins Auge sticht.

Die Seite der Tourist-Information ist in die Stichpunkte „Kontakt“, „Lage“, „Unterkunft – Essen“ und „Aktivitäten“ unterteilt. Leider stechen die Kategorien nicht direkt ins Auge, da die uneinheitlich formatierten Bilder zu sehr ablenken.



Abbildung 23: Website für Touristen

Anders als zunächst zu erwarten, können die vier Kategorien auch nicht direkt angeklickt werden. Stattdessen erscheinen die Unterkategorien erst, wenn man die entsprechenden Auswahlmensüs (durch Klick auf einen klei-

nen Pfeil) öffnet. Über diese können dann wiederum die zugehörigen Seiten angesteuert werden. Für interessierte Gäste ein nerviges Unterfangen.



Abbildung 24: Auswahlmenü der Website

Darunter führt eine Abbildung der GästeCard zu einem etwa 20-zeiligen Dokument, das über diese Karte informiert. Die konkreten Vorteile und Ermäßigungen werden jedoch nicht aufgelistet.

Über den versteckten Hyperlink „Pauschalangebote Theatertage“ gelangt man zu einem Unterkunftsverzeichnis mit Preisliste. Auch hier findet sich die wenig ansprechende Gestaltung (simple Tabelle, zunächst keine Bilder) wieder. Darüber hinaus handelt es sich keineswegs nur um Pauschalangebote. Erst nachdem der Gast auf einen Betrieb geklickt hat, sieht er Bilder und Beschreibungen von der entsprechenden Unterkunft.

	<p>ins ca. 2 km entfernte Panoramafreibad, Tennisanlage, Reitanlage und Kegelbahn in Mitterfels zu fahren. Bei uns können Sie Honig und andere Bienenprodukte aus eigener Imkerei probieren. Erleben Sie die Faszination der Bienen direkt beim Imker. Sehr schöner 18-Loch-Golfplatz ganz in der Nähe - "Golfen wie in Florida". Wir wünschen Ihnen einen erholsamen Urlaub.</p>
<p>Tel. + Fax 09961 / 6532 E-Mail: Fam.Berr@t-online.de</p>	<p>Familie Berr, Weingarten 10, 94360 Mitterfels</p>
<p>Landgasthof "Fischer Veri" HT*</p>	
	<p>Im Luftkurort Mitterfels, dort wo der herrliche Bayerische Wald beginnt, finden Sie in der Ortsmitte unseren gemütlichen Landgasthof. Dieser ist seit über 100 Jahren in Familienbesitz. Die familiäre Atmosphäre, die großzügigen Gasträume und im Sommer der schattige Biergarten sind ein angenehmes Ambiente für erholsame Stunden. Aus der vom Chef persönlich geführten Küche und der eigenen Metzgerei werden die Gäste mit vielerlei bayerischen Schmankerln und anderen Köstlichkeiten verwöhnt. In unserem Saal ist Platz für über 200 Personen. Hier bieten wir für Familien- und Firmenfeiern jeder Art, Vereinsveranstaltungen, sowie für größere Reisegesellschaften einen repräsentativen Rahmen. Bei uns wohnen Sie in gemütlichen Gästezimmern, die alle mit Dusche, WC und Sat-TV ausgestattet sind. Unser neu gestalteter "Entspannungswintergarten" mit Sauna und Ruhezone ist idealer Ort, um neue Energie zu tanken. Natürlich erwartet Sie am Morgen ein reichhaltiges Frühstücksbuffet.</p>
<p>Tel. 09961 / 910080 Fax: 09961 / 910081 E-Mail: mail@gasthof.fischer.de www.gasthof.fischer.de</p>	<p>Franz und Lydia Fischer, Burgstraße 24, 94360 Mitterfels</p>
<p>Reiterhof Gurster</p>	
	<p>- Das gemütliche Haus für gepflegte Gastlichkeit - Unser rustikal eingerichtetes Gästezimmer mit Kachelofen sorgt für Ihre Behaglichkeit. Nebenzimmer und Terrasse stehen Ihnen ebenfalls zur Verfügung. Gemütliche Gästezimmer, alle mit Dusche oder Bad/WC, TV-Anschluss, teilweise mit Balkon. Schöner Wintergarten, ruhiger Biergarten, kleine Bierstuben und Hotelrestaurant für Feiern.</p>

Abbildung 25: Unterkunftsverzeichnis

Zusätzlich bietet die Seite der Tourist-Information „Infos von A-Z“ und einen Link zu einer interaktiven Regionskarte. Darunter ein netter, aber viel

zu versteckter Text, der die Gäste persönlich anspricht und nach Mitterfels einlädt.

Klickt sich der Besucher nun durch die einzelnen Punkte, so findet er folgende Seiten und Informationen:

Kontakt:

- Tourist-Information

Lage:

- Beschreibung
- Karten
- Anreise
- Impressionen
- Historisches Mitterfels: Chronik

Unterkunft – Essen:

- Gasthöfe / Pensionen (Unterkunftsverzeichnis)
- Ferienwohnungen (Unterkunftsverzeichnis)
- Essen und Trinken

Aktivitäten:

- Veranstaltungen
- Kultur
- Aktionen
- Vereine
- pauschal Ang.
- kostenl. Ang.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass einige Informationen mehrfach (unter verschiedenen Kategorien) verlinkt sind. Abkürzungen wie „pauschal Ang.“ oder „kostenl. Ang.“ wirken unprofessionell und verleihen der Website keinen guten Eindruck. Fraglich ist auch die Zuordnung mancher Unterpunkte. So wird zum Beispiel nicht klar, wieso die Vereinsliste unter den touris-

tischen Aktivitäten platziert wird. Über die angeblich kostenlosen Angebote gelangt man nur zum Unterkunftsverzeichnis, welches wiederum recht langweilig mit Hilfe einer Tabelle dargestellt wird. Kleinigkeiten wie eine mitgehende Kopfzeile wären hilfreich.

5.2.2 Facebook^{58,59}

Neben der Homepage ist der Markt Mitterfels auch auf www.facebook.de vertreten. In der Online-Gemeinschaft sind zum einen verschiedene Vereine, wie der Burgtheaterverein vertreten, zum anderen findet der Gast unter Facebook Places den Ort „Mitterfels“ mit einer kurzen Information und dem Verweis auf den Artikel in der Online-Enzyklopädie Wikipedia. Mit Hilfe von Facebook Places werden Orte repräsentiert, wobei Nutzer die Möglichkeit haben in den entsprechenden Orten „einzuchecken“ und so anderen mitzuteilen, wo sie sich gerade befinden. Zuletzt findet man die am 01.04.2012 veröffentlichte Gemeinschaftsseite „Mitterfels Online“ auf Facebook. Diese Seite wird gut betreut, so dass im Schnitt mehrmals pro Woche verschiedene Artikel online gestellt werden. Die meisten beziehen sich dabei auf die Internetseite „mitterfels-online.de“, aber auch auf andere Internetseiten. „Mitterfels-online“ ist darüber hinaus als Kontakt genannt. Ein Impressum befindet sich nicht auf der Fanseite, lediglich auf der Internetseite. Demnach werden beide vom nicht-kommerziellen Projekt „mitterfels-online“ betrieben. Die Artikel auf der Fanpage sprechen in erster Linie die Bewohner des Marktes an. Daneben werden geschichtliche Informationen veröffentlicht.

5.3 Vertrieb

Im Rahmen einer Internetrecherche wurde untersucht, ob die Beherbergungsbetriebe ihre Übernachtungsangebote auch über Buchungsportale vertreiben. Lediglich bei drei der getesteten Internetseiten ergab die

⁵⁸ <https://www.facebook.com/search/results.php?q=mitterfels&type=all&init=quick&tas=0.5023034772156404>

⁵⁹ <https://www.facebook.com/MitterfelsOnline>; <http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/impressum>

Stichwortsuche „Mitterfels“ einen Treffer. Das Hotelbuchungsportal www.hrs.de lieferte das Landgasthaus Fischer Veri, dessen Zimmer direkt über das Portal gebucht werden können. Dasselbe Haus wurde auch auf dem Bewertungsportal www.holidaycheck.de gefunden. Bewertungen sind jedoch noch nicht vorhanden.

Auffällig ist, dass sowohl auf www.expedia.de als auch auf www.holidaycheck.de das Mond-Hotel nach wie vor als Treffer erscheint. Zwar können keine Zimmer mehr gebucht werden, ein Hinweis auf die Schließung des Hotels sucht man jedoch vergebens.

Auf keiner anderen Buchungsplattform wurde eine Unterkunft des Marktes Mitterfels gefunden. Somit lässt sich festhalten, dass die Unterkünfte fast ausschließlich über den direkten Vertrieb arbeiten. Ein paar wenige Betriebe verfügen über eine eigene Homepage, auf der die Zimmer direkt online reserviert werden können. Auch die Tourist-Information steht vermittelnd zur Seite und hilft bei der Suche nach einer Unterkunft.

6 Befragung der ansässigen Betriebe

6.1 Vorgehensweise

Um den Tourismus in Mitterfels von der Angebotsseite aus zu beleuchten, wurde ein Fragebogen erstellt und von der Tourist-Information an 61 ausgewählte Betriebe versandt. Darunter alle Einrichtungen, die typisch touristische Leistungen erbringen oder aber mit Gästen in Berührung kommen können.

Diese 61 Betriebe setzen sich wie folgt zusammen: 14 aus dem Bereich Gastronomie, 15 aus dem Bereich Beherbergung und 32 aus dem Bereich Sonstige.

Der Fragebogen besteht aus 16 Fragen, von denen 13 als geschlossene Frage (mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten) und 3 als offene Fragen (ohne Antwortmöglichkeiten) gestellt werden.

Um die Bürger und Betriebe auf den Fragebogen aufmerksam zu machen, wurde er bereits im Vorfeld im „Gemeinde-Boten“ (Anlage 3), dem Amts- und Mitteilungsblatt der Verwaltungsgemeinschaft, angekündigt.

Von den 61 Fragebogen wurden 11 ausgefüllt und zurückgeschickt, was einer Rücklaufquote von circa 18 % entspricht. Die Auswertung ist deshalb aus wissenschaftlicher Sicht nicht aussagekräftig.

6.2 Auswertung

Frage 1) Welche Art von Unternehmen betreiben Sie?

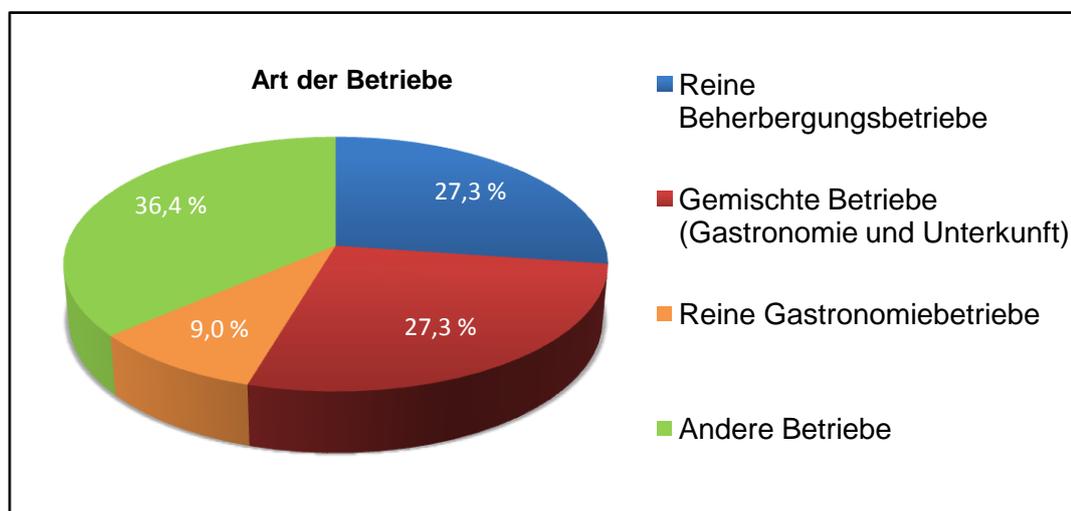


Abbildung 26: Beteiligte Betriebe (Frage 1)

Mit Hilfe der ersten Frage kann festgestellt werden, welche Betriebe an der Umfrage teilgenommen haben.

Unter den Teilnehmern befinden sich drei reine Beherbergungsbetriebe (27,3 %), drei Beherbergungsbetriebe mit Gastronomie (27,3 %) – diese werden im weiteren Verlauf als „gemischte Betriebe“ bezeichnet –, ein reiner Gastronomiebetrieb (9,0 %) und vier andere Betriebe (36,4 %). Die reinen Beherbergungsbetriebe umfassen einmal acht und zweimal vier Betten. Die gemischten Betriebe sind mit sieben, 18 und 19 Betten vertreten. Die anderen Betriebe setzen sich aus einer Apotheke, einem Schreibwarengeschäft, einem EDV-Dienstleister und einem Friseur zusammen.

Frage 2) Wie viele Besucher zählten Sie im Jahr 2010 und im Jahr 2011?

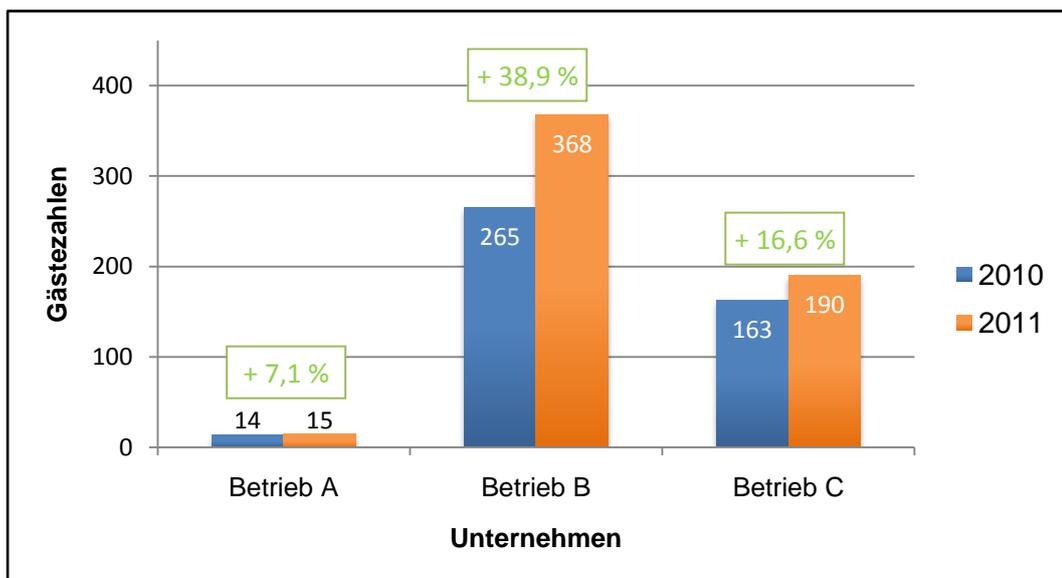


Abbildung 27: Besucherzahlen (Frage 2)

Um die Tendenz der touristischen Entwicklung feststellen zu können, wurden die Betriebe nach ihren Besuchern im Jahr 2010 und im Jahr 2011 gefragt.

Sieben Betriebe wollten oder konnten zu dieser Frage keine Angaben machen. Ein Unternehmen konnte die Besucherzahl nur für ein Jahr nennen, so dass kein Vergleich vorgenommen werden kann. Dieser Betrieb wurde deshalb ebenfalls nicht in die Auswertung mit einbezogen. Drei Unternehmen äußerten sich bezüglich der Gästezahlen.

Der Betrieb A ist ein reiner Beherbergungsbetrieb mit vier Betten und verzeichnete im Jahr 2010 14 und im Folgejahr 15 Gäste. Dies entspricht einer Steigerung von 7,1 %. Betrieb B, ein gemischter Betrieb mit 19 Betten, zählte im Jahr 2010 265 und im Folgejahr 368 Gäste. Daraus ergibt sich ein Zuwachs von 38,9 %. Betrieb C (ein gemischte Betrieb mit 18 Betten) gab für das Jahr 2010 163 und für das Jahr darauf 190 Gäste an. Auch dieses Unternehmen verzeichnete somit ein Plus von 16,6 %.

Frage 3) Wie schätzen Sie die Tendenz der Besucherzahlen in Ihrem Betrieb für die kommenden Jahre ein?

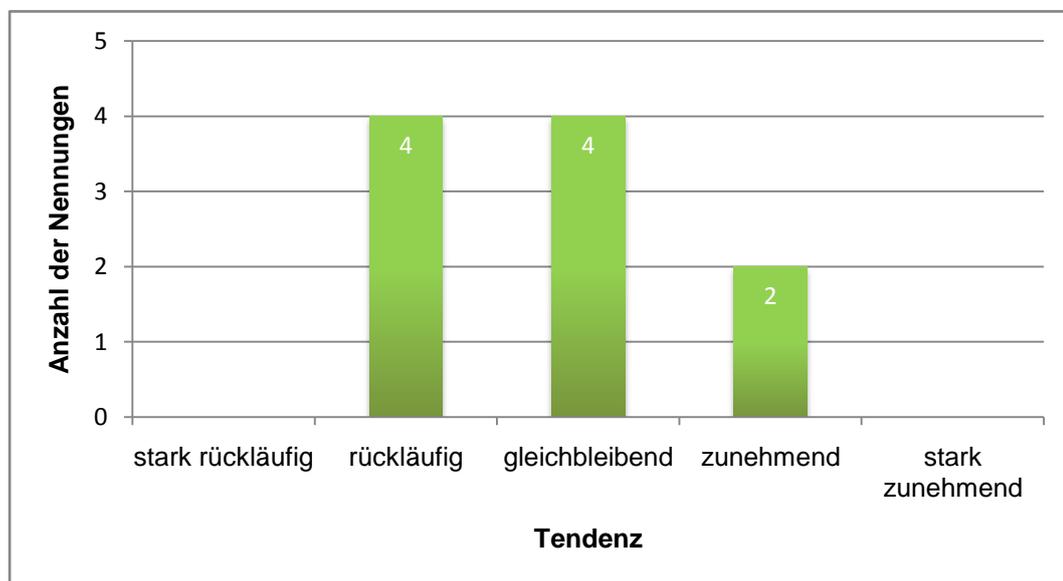


Abbildung 28: Tendenz Besucherzahlen (Frage 3)

Die dritte Frage beschäftigt sich mit der geschätzten Tendenz der Besucherzahlen in den kommenden Jahren.

Vier Unternehmen (darunter ein reiner Beherbergungsbetrieb, ein gemischter Betrieb, ein reiner Gastronomiebetrieb und einer aus der Kategorie Sonstige) rechnen mit einer rückläufigen Entwicklung der Besucherzahlen. Ebenfalls vier Unternehmen (darunter ein reiner Beherbergungsbetrieb, ein gemischter Betrieb und zwei nicht direkt touristische Betriebe) erwarten gleichbleibende Gästezahlen. Lediglich zwei Betriebe erwarten eine Zunahme der Gästezahlen (darunter ein reiner Beherbergungsbetrieb und ein gemischter Betrieb). Kein Unternehmen erwartet stark rückläufige

oder stark zunehmende Tendenzen. Ein Betrieb machte zu dieser Frage keine Angabe.

Frage 4) Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Faktoren, weshalb Gäste nach Mitterfels kommen? Nennen Sie mindestens drei.

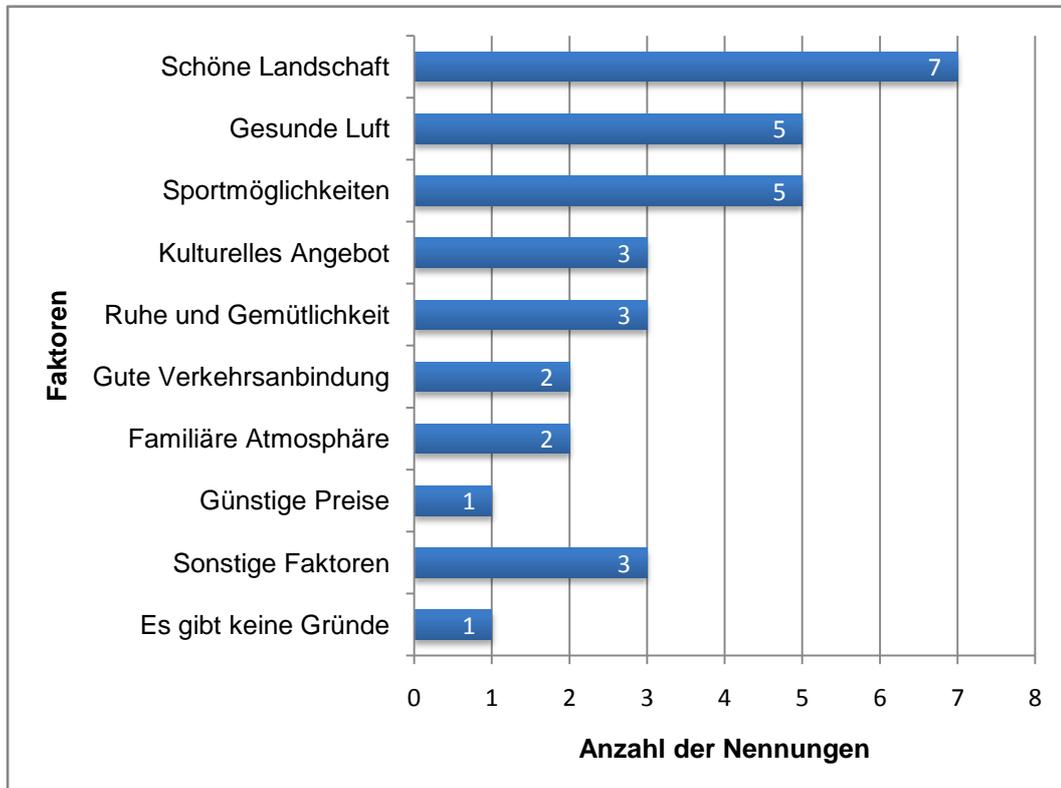


Abbildung 29: Anziehungspunkte (Frage 4)

Die vierte Frage soll die wichtigsten Faktoren aufdecken, warum – nach Meinung der Betriebe – Touristen nach Mitterfels kommen.

Sieben von elf Betrieben glauben, dass die schöne Landschaft, geprägt durch das Perlbachtal und die unmittelbare Nähe zum Bayerischen Wald, einer der wichtigsten Anziehungspunkte darstellt. An zweiter und dritter Stelle stehen mit jeweils fünf Nennungen die gesunde Luft beziehungsweise die Auszeichnung als Luftkurort und die zahlreichen Sportmöglichkeiten, die sich vor allem aus Wanderwegen, Fahrradwegen, Kletterpark und Freibad zusammensetzen. Drei der elf Betriebe sehen kulturelle Angebote, wie zum Beispiel die Theatertage und die Burganlage, sowie die Ruhe und Gemütlichkeit, die den Ort prägen, als wichtige Faktoren. Die gute Verkehrsanbindung (besonders die Nähe zur A3) und die familiäre

Atmosphäre stellen für zwei Unternehmen wichtige Aspekte für einen Urlaub in Mitterfels dar. Je einmal genannt wurden der Italiener „Da Nico“, die Arbeit und ein Familienbesuch. Ein Betrieb gab an, dass die Touristen den Ort aufgrund der günstigen Preise besuchen und ein weiterer Betrieb ist der Meinung, dass es keine Gründe gibt, die für einen Aufenthalt in Mitterfels sprechen.

Frage 5) Wirkt sich die Schließung des Mond-Holiday Hotels auf Ihr Geschäft aus?

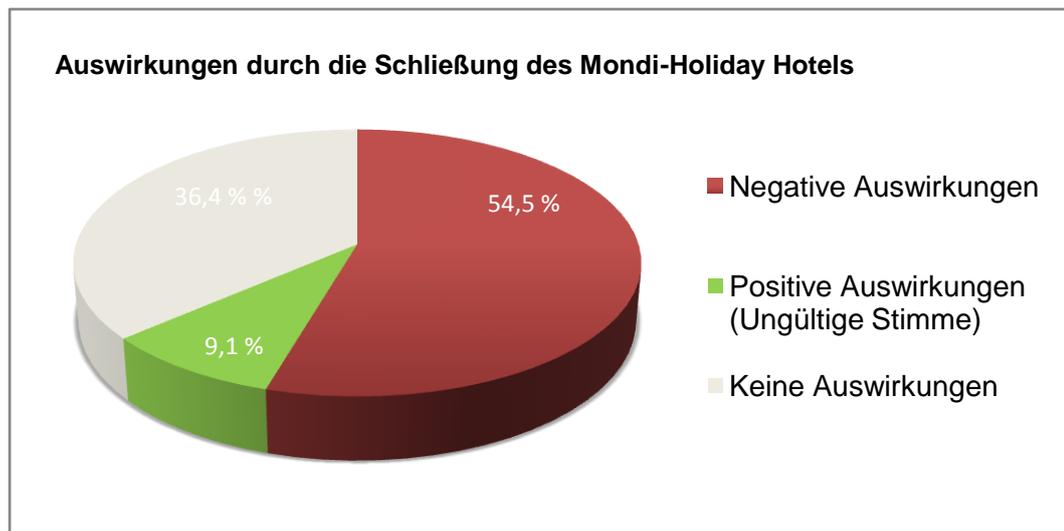


Abbildung 30: Auswirkungen Mond-Schließung (Frage 5)

Als nächstes wurden die Unternehmen gefragt, ob sich die Schließung des Mond-Holiday Hotels merklich auf das Geschäft auswirkt.

Das Ergebnis zeigt, dass sieben Betriebe (das entspricht 63,6 %) Auswirkungen spüren. Davon gaben sechs Betriebe an, dass sie negative Auswirkungen erfahren. Ein Betrieb glaubt, eine positive Auswirkung zu erkennen, gibt jedoch als Begründung ausbleibende Kunden an. Aufgrund dieser Widersprüchlichkeit wird die Stimme nicht gewertet. Somit verspüren alle Betriebe, die Auswirkungen bemerken, diese im negativen Sinne. Vier Betriebe (36,4 %) behaupten, keine Auswirkungen durch die Schließung des Hotels wahrzunehmen.

Frage 6) Stellen Sie ein saisonales Ungleichgewicht der Besucherzahlen fest? (Wenn ja, wie verhält es sich?)

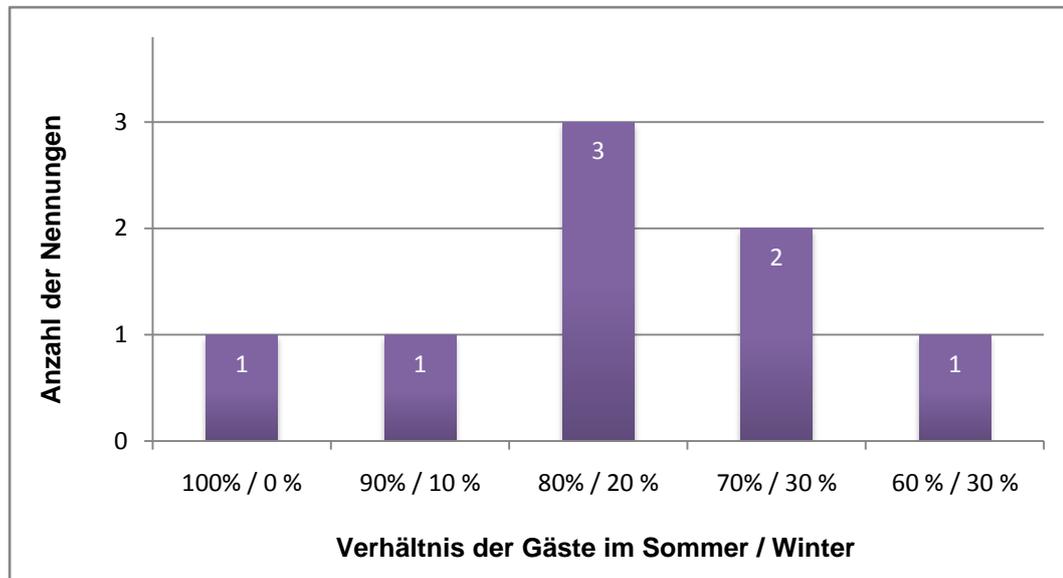


Abbildung 31: Saisonales Ungleichgewicht (Frage 6)

Bei der Frage, ob hinsichtlich der Gästezahlen ein saisonales Ungleichgewicht festzustellen sei, antworteten acht Betriebe (das entspricht 72,7 %), dass sie tatsächlich ein saisonales Ungleichgewicht nachweisen können. Diese Betriebe wurden nach dem Verhältnis von Sommer zu Winter gefragt. Zwei reine Beherbergungsbetriebe können 100 % beziehungsweise 90 % der Gäste im Sommer verzeichnen. Somit entfallen 0 % beziehungsweise lediglich 10 % auf den Winter. Drei Betriebe (darunter zwei gemischte Betriebe und ein reiner Gastronomiebetrieb) gaben an, dass 80 % der Besucher im Sommer und 20 % im Winter kommen. Ein gemischter Betrieb sowie ein Betrieb der Kategorie Sonstiges antworteten, dass 70 % der Gäste im Sommer und 30 % im Winter zu verzeichnen sind. Ein weiterer „sonstiger“ Betrieb stellt ein Ungleichgewicht von 60 % im Sommer zu 40 % im Winter fest.

Zwei von elf Unternehmen (das entspricht 18,2 %), darunter ein reiner Beherbergungsbetrieb sowie ein „sonstiger“ Betrieb, stellen kein saisonales Ungleichgewicht fest. Ein Betrieb machte keine Angabe.

Frage 7) Wie hoch schätzen Sie den Anteil von Stammgästen ein?

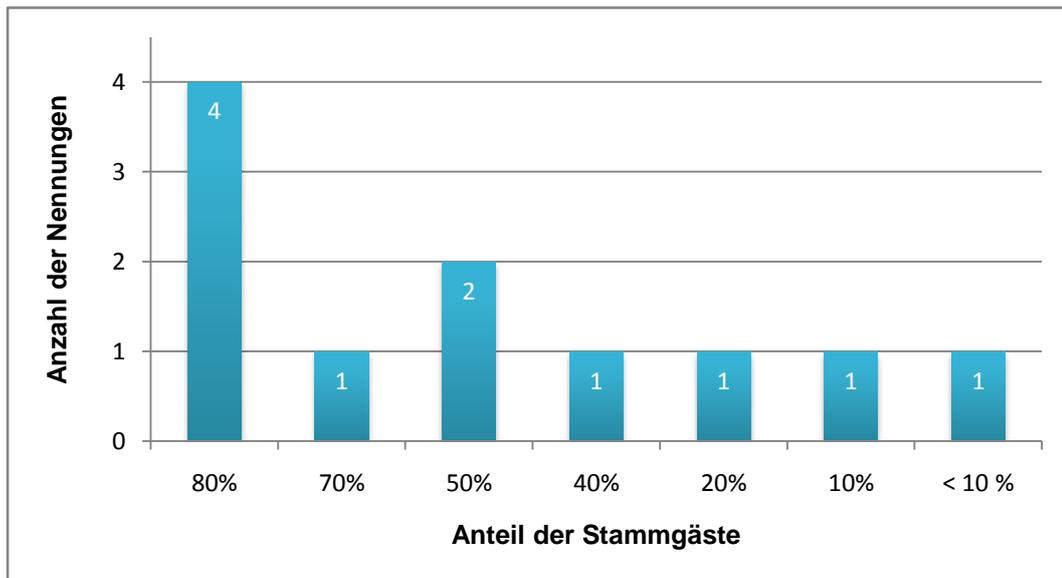


Abbildung 32: Anteil Stammgäste (Frage 7)

Mit der Frage Nummer sieben wird der Anteil der Stammgäste ermittelt. Der prozentuale Anteil der Stammgäste beträgt bei der Mehrheit der Betriebe (darunter ein reiner Beherbergungsbetrieb, ein gemischter Betrieb und zwei Betriebe aus der Kategorie „Sonstiges“) 80 %. Zwei Betriebe geben an, dass es sich bei der Hälfte ihrer Gäste um Stammkunden handelt. Bei jeweils einem Betrieb beträgt der Anteil der Stammkunden 70 %, 40 %, 20 %, 10 % und weniger als 10 %.

Frage 8) In welcher Altersgruppe sehen Sie die Mehrheit ihrer Kunden?
(Mehrfachnennung möglich)

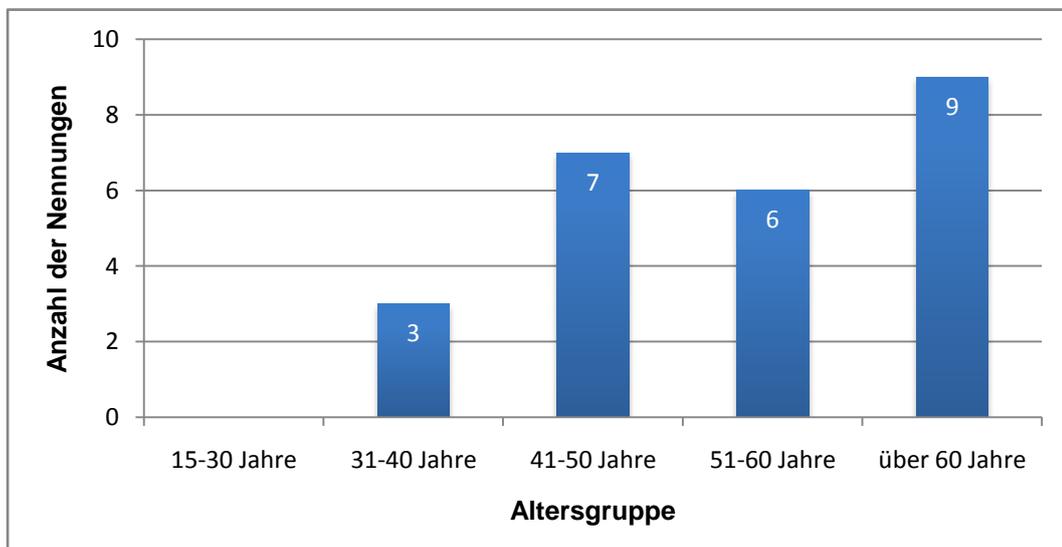


Abbildung 33: Altersgruppen (Frage 8)

Mit Hilfe der achten Frage soll aufgezeigt werden, aus welcher Altersgruppe die Mehrheit der Kunden stammt.

Das Ergebnis zeigt, dass neun von elf Unternehmen (das entspricht 81,8 %) Gäste im Alter von über 60 Jahren zu ihren Hauptkunden zählen. Immerhin noch 63,6 % der befragten Betriebe zählen auch 41- bis 50-Jährige dazu. Die Altersgruppe 51-60 Jahre wurde sechsmal genannt. Drei Betriebe haben auch Hauptkunden zwischen 31 und 40 Jahren. Keiner der elf Betriebe zählt 15- bis 30-Jährige zu den Hauptkunden.

Frage 9) Zu welcher Berufsgruppe zählen Sie die Mehrheit Ihrer Kunden?
(Mehrfachnennung möglich)

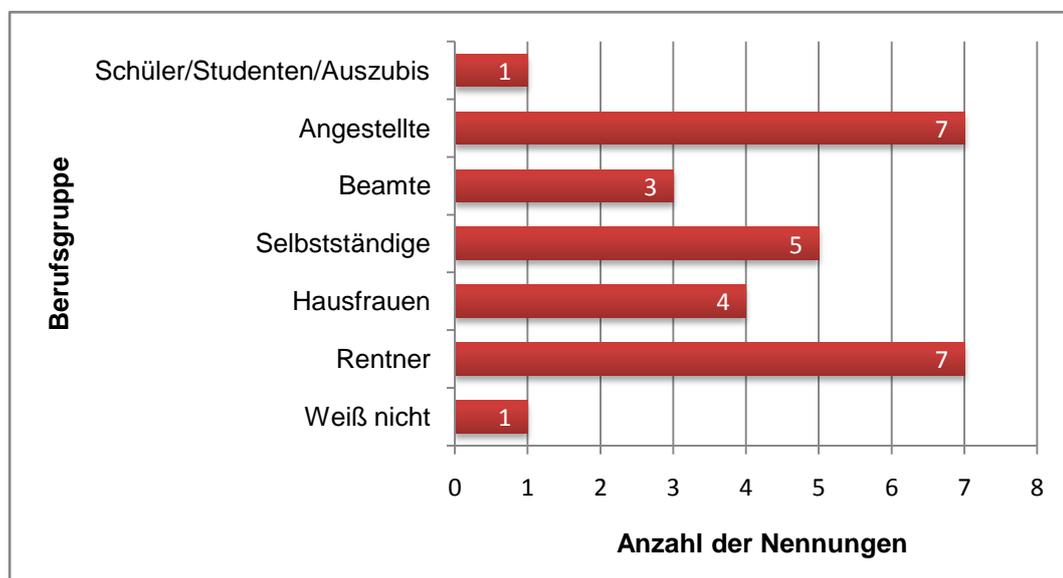


Abbildung 34: Berufsgruppen (Frage 9)

Diese Frage geht auf die Tätigkeit der Hauptkunden ein.

Es stellt sich heraus, dass jeweils sieben von elf Betrieben (das entspricht 63,6 %) Angestellte und Rentner als Hauptkunden sehen. Fünf Stimmen wurden für Selbstständige und vier Stimmen für Hausfrauen abgegeben. Drei der Unternehmen sehen außerdem Beamte als Hauptkunden an und ein Betrieb nannte Schüler/Studenten/Azubis. Ein Betrieb konnte die Frage nicht beantworten.

Frage 10) Die meisten Ihrer Gäste kommen als...? (Mehrfachnennung möglich)

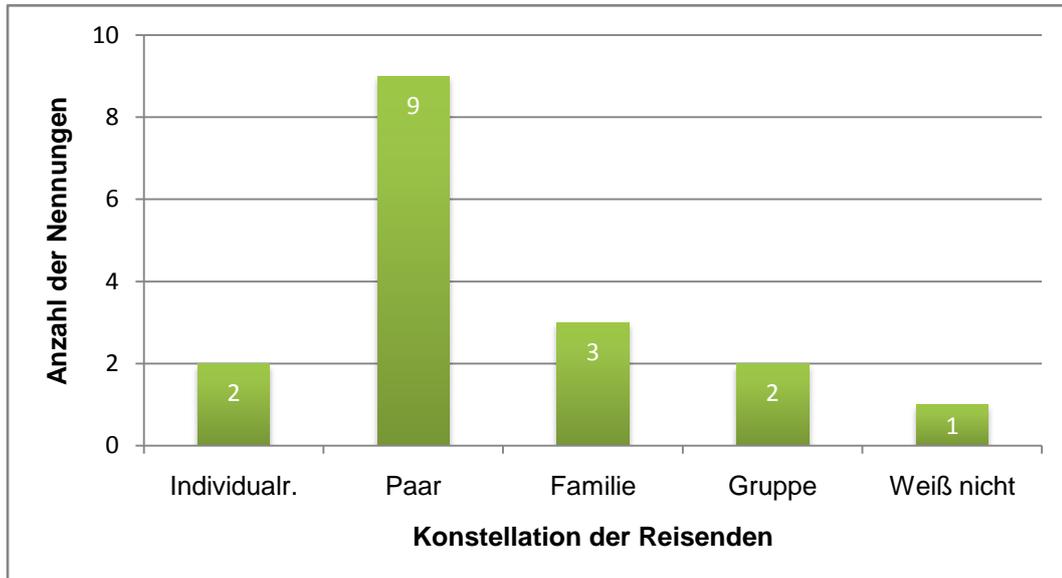


Abbildung 35: Konstellation der Reisenden (Frage 10)

Die zehnte Frage beschäftigt sich mit der Reiseform der Touristen. Neun (das entspricht 81,8 %), und somit die Mehrzahl der Betriebe, gaben an, dass ihre Hauptkunden als Paare kommen. An zweiter Stelle (mit drei Nennungen) stehen Familien. Danach zählten jeweils zwei Betriebe Gruppen und Individualreisende zu den Hauptkunden. Ein Betrieb konnte zu dieser Frage keine Angabe machen.

Frage 11) Kooperieren Sie mit anderen touristischen Einrichtungen im Markt Mitterfels, Umgebung oder Sankt Englmar? (Wenn ja, mit welchen?)

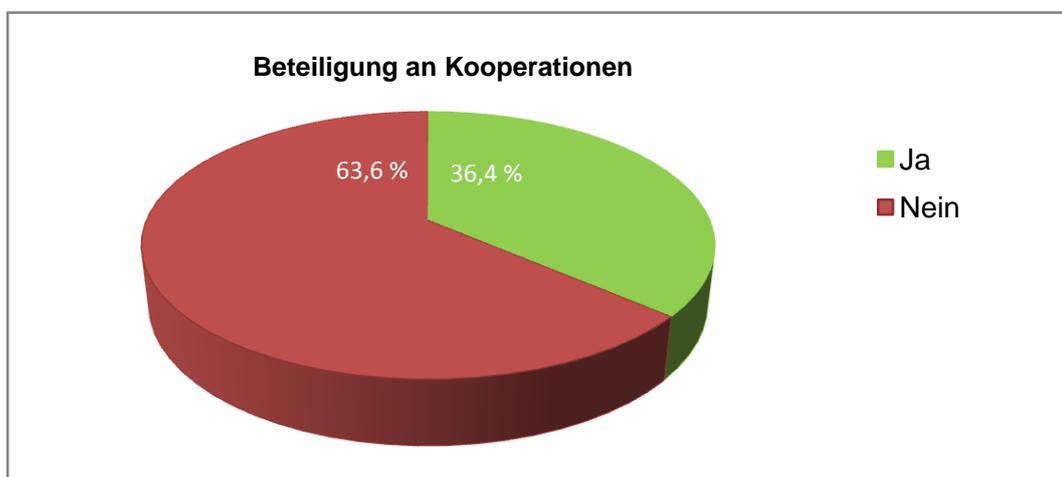


Abbildung 36: Kooperationen (Frage 11)

Bei der elften Frage wurde nach Kooperationen mit touristischen Einrichtungen in Mitterfels, Umgebung oder Sankt Englmar gefragt.

Sieben Betriebe (das entspricht 63,6 %) antworteten mit „Nein“. Als Gründe nannten sie fehlende Erfahrung, fehlende Informationen und dass allgemein kein Bedarf bestünde. Ein Unternehmen ist der Meinung, dass sowieso keine Touristen von Sankt Englmar nach Mitterfels kommen.

Ein reiner Beherbergungsbetrieb, zwei gemischte Betriebe und ein Betrieb der Kategorie „Sonstige“ (das entspricht zusammen 36,4 %), sind Teil einer Kooperation. Genannt wurde die Zusammenarbeit mehrerer Vermieter, die Zusammenarbeit mit Sankt Englmar sowie die Kooperation im Sinne der BWM-Card Sankt Englmar.

Frage 12) Sind Sie Teil einer oder mehrerer Pauschalangebote? (Wenn ja, welcher?)

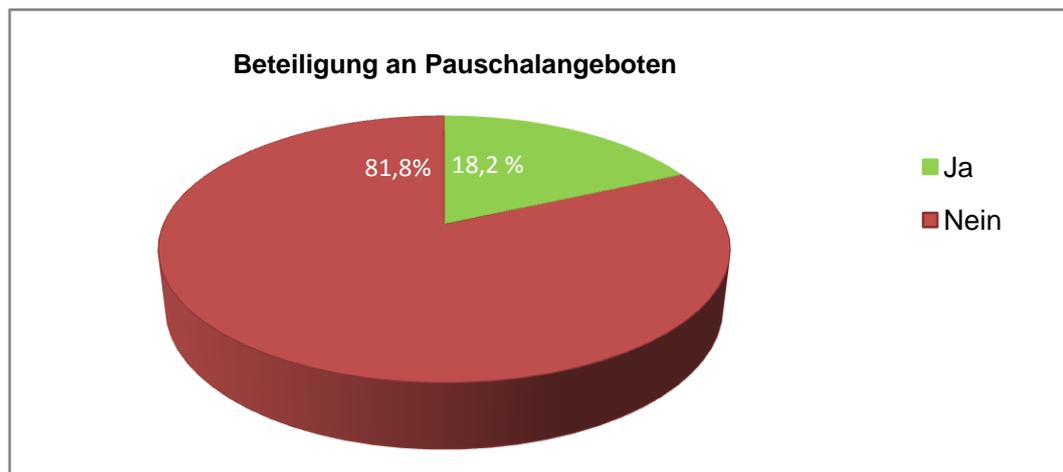


Abbildung 37: Pauschalangebote (Frage 12)

Als nächstes wird untersucht, ob die Betriebe an Pauschalangeboten beteiligt sind.

Die Mehrheit von 81,8 % (das sind 9 Betriebe) ist in keiner Pauschale vertreten. Sechs davon gaben dazu keine Begründung an, die restlichen drei äußerten, dass Pauschalangebote nicht nachgefragt werden, dass es keine Möglichkeit gibt, derartige Angebote anzubieten und dass kein Bedarf besteht. Da sich unter den drei Unternehmen nur ein touristisches aber zwei der Sorte „Sonstige“ befindet, ist die Aussage „kein Bedarf“ nachvollziehbar.

Ein reiner Gastronomiebetrieb und ein gemischter Betrieb beantworteten die Frage mit „Ja“. Ein Betrieb nimmt an Pauschalangeboten für die Theatertage in Mitterfels teil, das andere Unternehmen ist in einem Bonusheft vertreten.

Frage 13) Sind Sie Teil eines Kundenbindungsprogramms (z. B. Gästecard "Urlaubsregion Sankt Englmar")? (Wenn ja, welcher?)

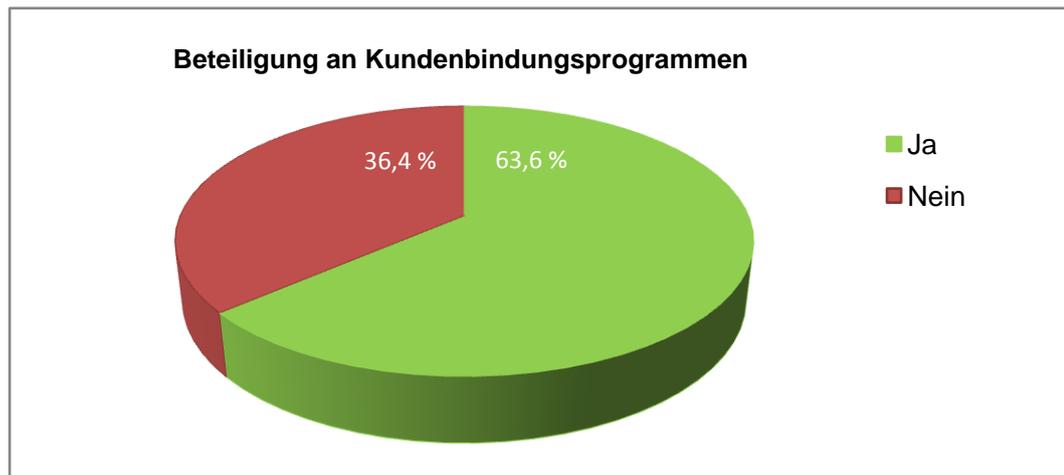


Abbildung 38: Kundenbindungsprogramme (Frage 13)

Mit der dieser Frage kann ermittelt werden, ob die Betriebe Teil eines Kundenbindungsprogrammes sind.

Sieben der Betrieb (das entspricht 63,6 %) sind in ein Kundenbindungsprogramm integriert. Sechs davon nannten die Gästecard „Urlaubsregion Sankt Englmar“. Ein Unternehmen nannte keine näheren Details.

Mit „Nein“ haben vier Betriebe (das entspricht 36,4 %) geantwortet. Davon sehen zwei keinen Bedarf, ein Unternehmen hat zu geringe Kapazitäten. Ein weiterer Betrieb gab an, dass die Gästecard gekündigt wurde, weil sie innerhalb von eineinhalb Jahren nur einmal von den Touristen in Anspruch genommen wurde. Es ist anzumerken, dass sich unter diesen vier Betrieben nur ein direkt touristischer befindet.

Frage 14) Über welche Kanäle bewerben Sie Ihr Angebot? (Mehrfachnennung möglich)

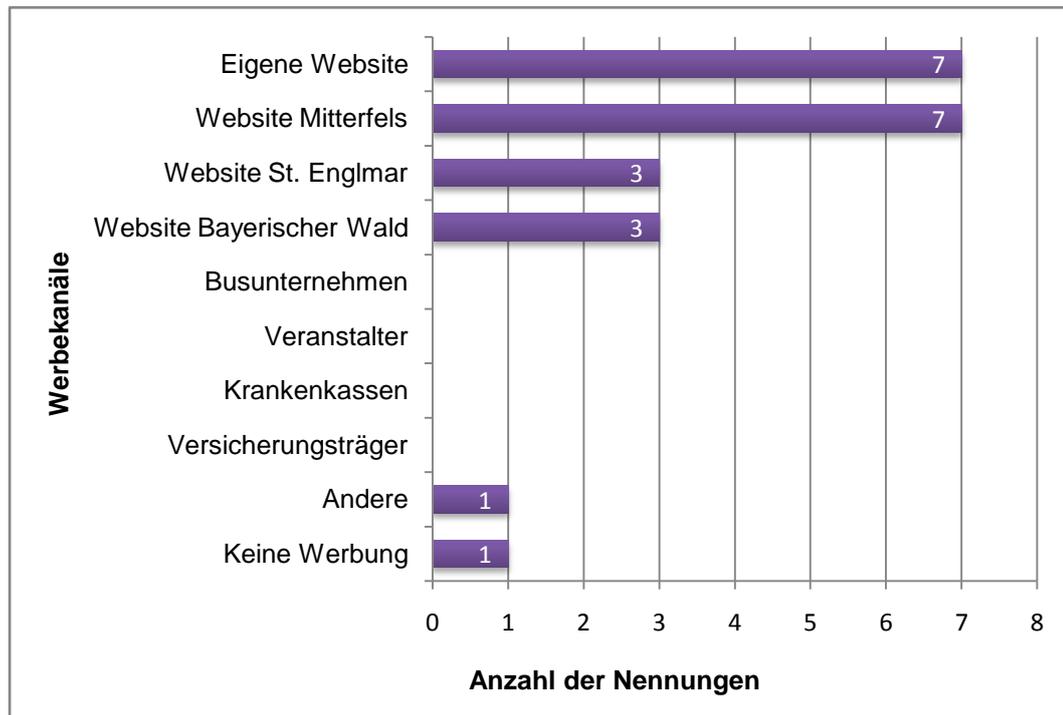


Abbildung 39: Werbekanäle (Frage 14)

Frage 14 soll aufzeigen, über welche Kanäle die Betriebe ihr Angebot bewerben.

Die meisten der befragten Unternehmen werben über die Website von Mitterfels und über eigene Websites. Diese beiden Kanäle wurden von jeweils sieben Unternehmen (das entspricht 63,6 %) genannt. Über die Website des Bayerischen Waldes und über die von Sankt Englmar kommunizieren jeweils drei Unternehmen (das entspricht 27,3 %). Ein Betrieb macht keine Werbung und ein weiterer Betrieb wirbt über andere Kanäle, wie zum Beispiel Arztpraxen und Apotheken. Keiner der Befragten wirbt über Busunternehmen, Veranstalter, Krankenkassen oder Versicherungsträger. Auffallend ist, dass keiner der Betriebe Printmedien genannt hat.

Frage 15) Wie benoten Sie den touristischen Teil der offiziellen Website von Markt Mitterfels www.mitterfels.de?

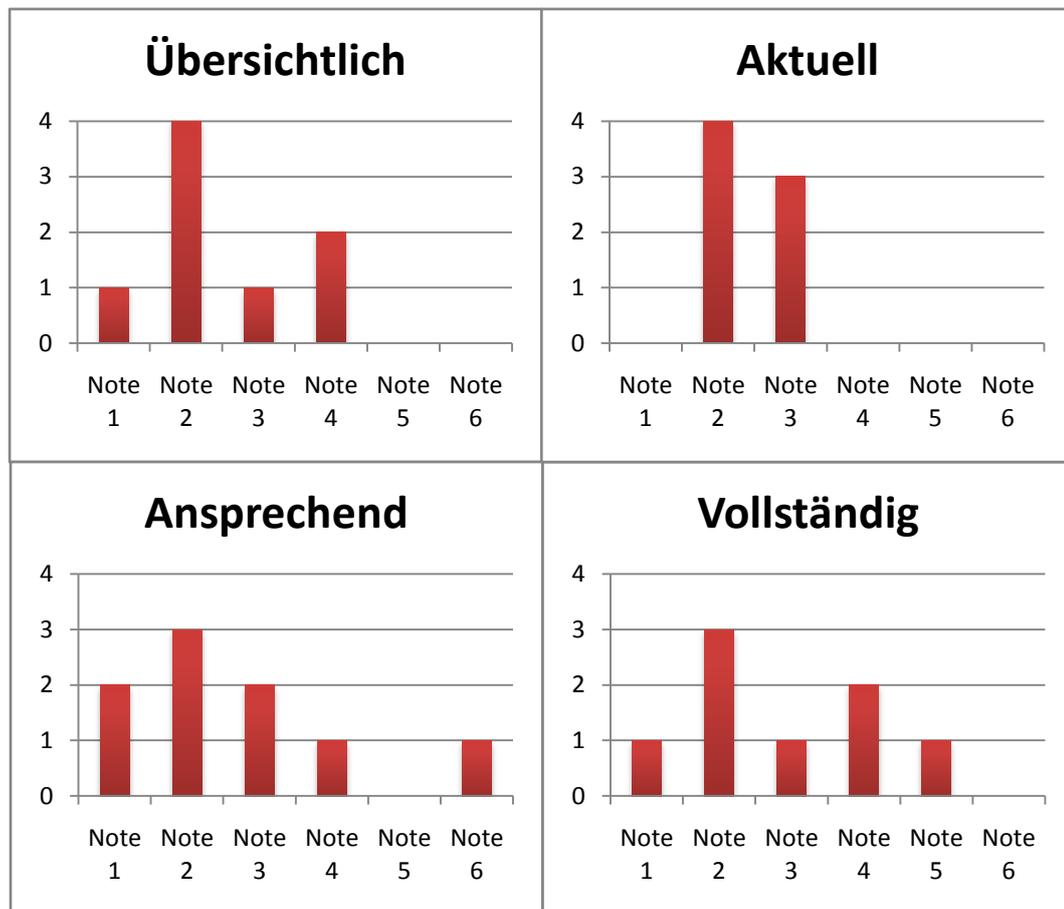


Abbildung 40: Bewertung der Website (Frage 15)

Bei Frage 15 können die befragten Betriebe den touristischen Teil der offiziellen Website von Markt Mitterfels benoten, wobei die Note 1 der Bewertung „sehr gut“ und die Note 6 der Bewertung „ungenügend“ entspricht. Es ist anzumerken, dass zwei Betriebe diese Frage nicht beantwortet und zwei weitere Betriebe die Benotung nicht vollständig ausgefüllt haben. Sieben Betriebe haben die Aktualität der Website benoten, woraus sich ein Durchschnittsergebnis von 2,4 ergibt. Aus den acht Bewertungen für die Übersichtlichkeit ergibt sich eine Durchschnittsnote von 2,5. Neun Unternehmen haben bewertet, wie ansprechend die Website ist. Die Durchschnittsnote liegt hier bei 2,7. Bei der Bewertung der Vollständigkeit wurden acht Noten abgegebenen. Daraus lässt sich ein Durchschnittswert von 2,9 errechnen.

Ein Betrieb machte die Anmerkung, dass die Website nicht zeitgemäß ist und zwei Betriebe notierten, dass sie modernisiert werden muss.

Frage 16) Ihre Anregung, um den Tourismus in Mitterfels anzukurbeln?

An dieser Stelle haben fast alle Befragten zahlreiche Verbesserungsvorschläge angegeben. Lediglich ein Unternehmen wollte keine Angaben machen.

Die genannten Punkte können im Detail der Anlage 5 entnommen werden. Darüber hinaus werden die Anregungen zum Teil im Kapitel 8 „Maßnahmenkatalog“ untergebracht.

6.3 Fazit

Aufgrund der geringen Rücklaufquote können die Ergebnisse der Befragung nur bedingt für die weitere Arbeit verwendet werden. Etwaige Interpretationsansätze sind kritisch zu begutachten und repräsentieren nur eingeschränkt die Meinung der in Mitterfels ansässigen Betriebe. Auf ein detailliertes Fazit wird deshalb bewusst verzichtet.

Die geringe Teilnahme an der Umfrage lässt jedoch darauf schließen, dass das Interesse an einer Verbesserung der touristischen Situation eher gering ist. Das fehlende Engagement der Betriebe wurde bereits im Vorfeld von der Tourist-Information Mitterfels angesprochen und durch die geringe Resonanz auf die Fragebögen bestätigt.

Problematisch ist darüber hinaus, dass die Fragebögen von der Tourist-Information Mitterfels nicht an alle touristischen Einrichtungen versandt wurden. So fehlen beispielsweise wichtige Betriebe wie das Freibad.

Die oben aufgezeigten Tendenzen dienen in eingeschränkter Form als Basis für die folgende SWOT-Analyse und den Maßnahmenkatalog.

7 SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse steht für „Strength, Weakness, Opportunities und Threats“ und ist eine Technik, strategisch relevante Daten ausfindig zu machen und zu analysieren. Die SWOT-Analyse dient als Entscheidungshilfe bei der Frage, ob eine Region für eine Tourismusedwicklung geeignet ist oder nicht.

Im Folgenden werden nun sowohl die internen Stärken und Schwächen als auch die externen Chancen und Risiken gegenüber gestellt. Durch die Betrachtung einzelner Entwicklungen wird versucht, die eigenen Stärken auszubauen und die Schwächen zu reduzieren beziehungsweise bestenfalls zu beseitigen. Dabei sollen sich bietende Chancen genutzt und die Risiken minimiert werden. Dies erfordert eine gründliche Bestandsaufnahme, welche die Basis für die folgende Analyse bildet.

7.1 Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken^{60,61,62}

Verkehr

	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Straßennetz und Individualverkehr (ohne Fahrradverkehr)	<ul style="list-style-type: none"> • Gute Erreichbarkeit • Geringer Individualverkehr im Ortskern (geringe Lärm- und Abgasbelastung) • Gut ausgebautes Straßennetz 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehr führt nicht durch (touristisch) interessanten Ortskern 	<ul style="list-style-type: none"> • Starke Bedeutung des PKW als Verkehrsmittel 	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltschäden

⁶⁰ Dietmar Vahs: Organisation – Ein Lehr- und Managementbuch, S. 490f

⁶¹ Harald Ehrmann: Unternehmensplanung

⁶² C. Boergen, C.Gladow, R.Noll: Kommunales Tourismus-Management, Kapitel 35.5, Seite 3

Bahn- und Buslinien	<ul style="list-style-type: none"> • Sechs Bushaltestellen im Gebiet 	<ul style="list-style-type: none"> • Schlechte Taktung • Periphere Attraktionen sind mit Buslinien nicht zu erreichen • Keine Bahn-anbindung 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der Taktung durch Betreiber möglich 	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung des PKW ist höher als die des Busverkehrs
---------------------	---	---	--	---

Wirtschaft

	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Arbeitsmarkt	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Anteile in tertiärem Sektor, sowie bei Dienstleistern 	---	<ul style="list-style-type: none"> • Tourismus schafft Arbeitsplätze 	<ul style="list-style-type: none"> • Demographischer Wandel • Fachkräftemangel
Forst- und Landwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Anteil von Wald- und Landwirtschaftsflächen 	<ul style="list-style-type: none"> • Rückgang der Landwirtschaftsflächen um 9 ha seit 2004 	<ul style="list-style-type: none"> • Förderprogramme (Brachflächenförderung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Verlust typischer Kulturlandschaften
Regionalvermarktung	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr gute Ansätze vorhanden 	---	<ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung des Bekanntheitsgrades von regionalen Angeboten • Nutzung gemeinsamer Vertriebswege 	---

Marktstruktur Mitterfels

	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Einkaufsmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Wichtigste Betriebe zur Grundversorgung im Ort vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Betriebe von überregionaler Bedeutung (zum Einkaufen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ansiedlung neuer Betriebe 	<ul style="list-style-type: none"> • Aussterben kleiner Betriebe
Erscheinungsbild	<ul style="list-style-type: none"> • Häuser, Straßen in gutem Zustand • Zahlreiche Schilder 	<ul style="list-style-type: none"> • Beschilderung oft renovierungsbedürftig 	---	<ul style="list-style-type: none"> • Verfall von Infrastruktur und Gebäude
Vereine	<ul style="list-style-type: none"> • Verschiedene Vereine im Markt 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaum tourismusrelevante Zusammenarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenarbeit ermöglicht Ausbau des Rahmenprogrammes 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlende Motivation bei den Vereinen

Kultur

	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Historische Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> • Burganlage • Museum in original erhaltenem Gefängnistrakt 	<ul style="list-style-type: none"> • Geringe überregionale Bedeutung bzw. Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> • Breite Wertschöpfung durch erweiterte Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> • Abnehmendes Interesse an Geschichte
Kulturelle Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Veranstaltungen im Sommer 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaum Besonderheiten • Wenige Veranstaltungen im Winter (eintägiger Christkindmarkt) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bayerische Tradition • Erhöhung der Besucherzahlen durch Steigerung von Aktivitäten 	<ul style="list-style-type: none"> • Beliebigkeit von Veranstaltungen • Motivation der Akteure

Natur und Landschaft

	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Klima	<ul style="list-style-type: none"> • Luftkurort • Überdurchschnittliche Anzahl an Sonnenstunden 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Schneesicherheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau des Winterangebotes 	<ul style="list-style-type: none"> • Klimawandel
Landschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Kontrast durch Hochland und Perlbachtal • Zahlreiche Radwander- und Wanderwege 	---	<ul style="list-style-type: none"> • Trend zu Naturerlebnis • Demographischer Wandel: Steigende Nachfrage an Wanderwegen 	<ul style="list-style-type: none"> • „Der Tourismus zerstört das, was er sucht, indem er es findet.“ (H.M. Enzensberger, 1979)
Schutzgebiete	<ul style="list-style-type: none"> • Naturpark Bayerischer Wald 	<ul style="list-style-type: none"> • keine Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> • Steigendes Bedürfnis, Natur zu erleben 	<ul style="list-style-type: none"> • Belastung durch touristische Nutzung

Tourismus

	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Touristische Entwicklung	---	<ul style="list-style-type: none"> • Schließung des Mondi → Rückgang der Kapazitäten, der Gästezahlen und Rückschritt bei touristischer Ausstattung (z. B. Verleih von Fahrrädern und Tagungsmöglichkeiten) 	<ul style="list-style-type: none"> • Neueröffnung des Mondihotels • Besucher auf übrige Bettenzahl übers Jahr verteilen • Kürzere dafür häufigere Reisen • Trend zu Reisen innerhalb Deutschlands 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaum Interessenten für Mondianlage/ Neuinvestitionen

Räumliche und zeitliche Verteilung	---	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgeprägtes saisonales Ungleichgewicht 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausdehnung auf Wintersaison 	<ul style="list-style-type: none"> • Saisonale Überlastung durch geringes Angebot an Betten
Touristische Angebote	<ul style="list-style-type: none"> • Kletterpark überregional bekannt • Burganlage • Wegesystem • Großes Sportangebot (Wandern, Reiten, Radfahren, ...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaum überregional bekanntes Angebot • Hallenbad und Tennisanlagen geschlossen • Kaum Sportgeräteverleih 	<ul style="list-style-type: none"> • Nähe zu vielen Angeboten in der Region • Günstige Lage • Ansprache neuer Zielgruppen (z.B. Tagungsgäste) • Steigende Nachfrage nach Sportangeboten • Gezielte Ansprache von Kundengruppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Viele Angebote austauschbar (besitzen kein Alleinstellungsmerkmal) • Austauschbarkeit des Angebots
Beherbergung (Hotel, Pension, Gasthöfe)	<ul style="list-style-type: none"> • Preise sind angemessen • Familienfreundlich • Meist gute eigene Vermarktung der Betriebe übers Internet • Abwechslungsreiches Angebot 	<ul style="list-style-type: none"> • Ohne Mondi-Hotel nur noch 73 Betten • Lediglich zwei Betriebe klassifiziert im zwei, drei Sterne-Bereich • Kein Betrieb mit mehr als 30 Betten 	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung von Themenwochen • Natur im Vordergrund • Persönlicher Umgang bei kleinen Betrieben • Wiedereröffnung des Mondi-Hotels 	---

Beherbergung (Ferienwohnungen)	<ul style="list-style-type: none"> • Angemessene Preise • Familienfreundlich 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaum eigene Internetauftritte • Keine Pauschalangebote 	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung von Themenwochen 	---
Camping	---	<ul style="list-style-type: none"> • Schlechte Straßenanbindung • Vermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung von Themenwochen 	---
Gastronomie	<ul style="list-style-type: none"> • Räume mit ausreichend Platz für größere Reisegruppen und Veranstaltungen • Bayerische aber auch mediterrane Küche • spezielles Angebot für Allergiker • Angemessene Preise 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlendes Engagement • Keine Bars • Keine Discotheken 	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung von Themenwochen • Auf bewusste Ernährung setzen und kommunizieren (Thema Kurort) 	<ul style="list-style-type: none"> • Austauschbarkeit • Fehlendes Engagement der Gastronomen
Wanderwege	<ul style="list-style-type: none"> • 36 km beschilderte Wanderwege • Mit verschiedenen Schwierigkeiten 	---	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung mit Segways möglich 	<ul style="list-style-type: none"> • Trend geht eher zu Städtereisen

Radwege	<ul style="list-style-type: none"> • Donau-Regen-Radweg durch Mitterfels • Minimale Steigungen • Mountainbike-Übungsgebiete 	<ul style="list-style-type: none"> • Kein offizieller Fahrradverleih vor Ort 	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrradverleih einführen • Unterkunft die speziell Fahrradfahrer anspricht • E-Bike-Tourismus (Ladestation) 	<ul style="list-style-type: none"> • Andere Orte als Ausgangspunkt
Freizeitaktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> • Verschiedene Angebote im Bereich Natur und Freizeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Belastung der natürlichen Ressourcen 	<ul style="list-style-type: none"> • Stabile Nachfrage 	<ul style="list-style-type: none"> • Zu große Konkurrenz
Kur und Gesundheit	<ul style="list-style-type: none"> • Luftkurort • Ruhige Lage 	<ul style="list-style-type: none"> • Geringes Angebot • Kaum Pauschalangebote 	<ul style="list-style-type: none"> • Verschiedene Betriebe im Bereich Wellness vorhanden → Pauschalangebote • Kneippbecken • Wiedereröffnung Hallenbad und Sauna • Gäste sind bereit mehr für Wellness zu zahlen 	<ul style="list-style-type: none"> • Marktsättigung • Konkurrenz im Bäderdreieck

Kooperationen	<ul style="list-style-type: none"> • Überregionale Vermarktung durch Gästecard (Urlaubsregion als überregional bedeutender Partner) • Vergünstigungen als Anreize bei Gästecard • Kooperation mit Urlaubsregion bietet bessere Möglichkeit der Vermarktung bei einer erhöhten Reichweite 	<ul style="list-style-type: none"> • Unzureichende und beliebige Angebote (BWM) • Vermarktung durch Sankt Englmar ohne Auswirkungen • Konkurrenz zu anderen Destinationen • Kaum Einflussnahme auf Art der Vermarktung durch Urlaubsregion möglich • Hohe Kosten bei Kooperation mit Urlaubsregion 	<ul style="list-style-type: none"> • Urlaubsregion Sankt Englmar zieht Kunden nach Mitterfels • Wachsende Bedeutung der Gästecard in der Region • Steigerung der Attraktivität und Bekanntheit durch Gästecard • Gästecard wird positiv von Vermietern angenommen → steigende Teilnehmerzahl 	<ul style="list-style-type: none"> • Abwanderung der Gäste in Orte mit vermeintlich besseren Angeboten bei der Gästecard • Mitterfels geht als kleiner Ort bei der Vermarktung durch Urlaubsregion unter
Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Wirte-, Vermieter-stammtisch • ILE nord23 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaum zählbare Resultate 	<ul style="list-style-type: none"> • Synergieeffekt 	---

Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Mitterfels in vielen Broschüren vertreten • Solider Facebookauftritt durch „mitterfels-online“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Vermarktung durch Urlaubsregion → fremdgesteuert, Broschüren mit überregionalem Inhalt → Mitterfels nimmt nur kleinen Teil ein, keine eigene Ortsbroschüre • Kooperation mit Sankt Englmar ist teuer • Keine Vermarktung über Reiseveranstalter, Busunternehmen • Internetseite ist unübersichtlich, schwer verständlich und kaum betreut • Facebookauftritt nicht auf Touristen zugeschnitten 	<ul style="list-style-type: none"> • Gewinnung weiterer Gäste durch gezieltes Marketing • Zunehmende Bedeutung des Internet und des Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Aufwand durch dauerhafte Betreuung • Sinkende Motivation bei Mitarbeiter • Auflösen des Projektes „mitterfels-online“
Image	<ul style="list-style-type: none"> • Luftkurort 	<ul style="list-style-type: none"> • Konturlos/ Profillos 	<ul style="list-style-type: none"> • Sankt Englmar als regionales Zugpferd 	<ul style="list-style-type: none"> • Dominanz der Region Sankt Englmar

Abbildung 41: SWOT-Analyse

7.2 Problemanalyse

Nachfolgend werden erneut die wichtigsten Problembereiche angesprochen, die sich aus der vorangegangenen SWOT-Analyse ergeben haben.

Ergebnis	Problembereich
Gute Anbindung an Straßennetz,...	...jedoch mangelhafte Versorgung durch öffentlichen Nahverkehr
Gute Ausstattung mit historischen Besonderheiten, wie der Burganlage,...	...jedoch kaum von überregionaler Bekanntheit
Luftkurort in ruhiger Lage,...	...jedoch kaum Angebote
Zusammenschluss mit Urlaubsregion Sankt Englmar,...	...jedoch ist die Bedeutung von Mitterfels in Urlaubsregion gering
Teilnahme verschiedener Betriebe an GästeCard der bwm,...	...jedoch meist mit unzureichenden Angeboten, um dadurch Gäste nach Mitterfels zu locken
	Verlust von Bettenkapazitäten und touristischer Einrichtungen durch Schließung des Mond-Holiday Hotels
Versuche zur Verbesserung der Kommunikation in der Region,...	...jedoch kaum umgesetzte Ergebnisse
Mitterfels in vielen Broschüren zu finden,...	...jedoch wird Internetvermarktung vernachlässigt und besitzt keine eigene Ortsbroschüre
Prädikat „Luftkurort“ und andere Faktoren als ideale Voraussetzungen sich im Bereich Sport und Erholung zu profilieren,...	...jedoch ist der Markt weitgehend profitlos und besitzt keine überregionale Bekanntheit
Guter Gesamteindruck des Marktes,...	...wird jedoch leicht geschmälert durch kleinere „Schönheitsfehler“
Beherbergungsangebot gestaltet sich abwechslungsreich,...	...bietet ohne das geschlossene Mond-Holiday Hotel keine ausreichende Bettenkapazitäten und ist nicht klassifiziert
Gastronomie ist breit aufgestellt,...	...bietet jedoch kaum Möglichkeit abends wegzugehen
Der Markt ist sehr gut mit Rad- und Wanderwegen ausgestattet,...	...bietet jedoch keinen Verleih von Sportgeräten an und nutzt Klassifizierungen in diesem Bereich
	Saisonales Ungleichgewicht, vor allem im Winter kaum Veranstaltungen

8 Maßnahmenkatalog

Um den Tourismus in Mitterfels wieder in Gang zu bringen, werden im folgenden Kapitel verschiedenste Vorschläge zu einem Maßnahmenkatalog zusammengefasst. Diese stammen zum Teil aus den Anregungen der beantworteten Fragebögen.

8.1 Marketing

Um eine effektivere Vermarktung und eine gezieltere Ansprache der Touristen zu erreichen, sind diverse Maßnahmen im Bereich Marketing denkbar. Darunter fallen beispielsweise Verbesserungen im Printbereich, eine Umgestaltung der Homepage, Arbeiten an der Onlinepräsenz des Ortes auf Facebook und gezieltes „Direkt-Mailing“.

Printmedien

Um Mitterfels besser bewerben zu können, wäre es sinnvoll, einen eigenen Ortsprospekt zu erstellen. Dieses Medium sollte, ähnlich wie ein Reiseführer, alle Informationen enthalten, die für Touristen interessant und relevant sind. Angefangen bei der Geschichte von Mitterfels, über das Klima, die Sehenswürdigkeiten, die Freizeitmöglichkeiten, verschiedene Veranstaltungen sowie die Gastronomie- und Beherbergungsangebote – übersichtlich und ansprechend in einem handlichen Prospekt, das in einem kleinen Kuvert verschickt werden kann. Dies würde nicht nur die Portokosten bei Postanfragen senken, sondern die Gäste bekämen einen Prospekt, in dem alle wichtigen Informationen über Mitterfels gesammelt enthalten sind. Im Moment müssen noch verschiedenste Printmedien, einerseits von Mitterfels selbst, andererseits von Sankt Englmar und dem Tourismusverband Ostbayern gewälzt werden, um alle wichtigen Informationen zu bekommen.

Homepage

Das Internet spielt mittlerweile eine bedeutende und nicht zu unterschätzende Rolle für eine erfolgreiche Vermarktung einer touristischen Destination. Deshalb sollte die offizielle Website des Marktes Mitterfels dringend

modernisiert werden. Die Internetseite ist oftmals die erste Anlaufstelle für Informationen und schafft bei den Besuchern erste Eindrücke. Fallen diese negativ aus, stehen die Chancen für einen Aufenthalt in Mitterfels schlecht.

Um die Seite optisch ansprechender zu gestalten, ist ein übersichtlicher und strukturierter Aufbau notwendig. Zu viele Links auf der Startseite sind gut gemeint, schrecken aber eher ab.

Auch sinnvollere Kategorien im touristischen Teil wären wünschenswert, so zum Beispiel „Allgemeine Infos“, „Unterkünfte und Verpflegung“, „Aktivitäten“ (unterteilt in Kultur, Sport, Erholung, Kinder, Kostenlos, etc.), und „Nützliche Links“. Diese sollten durch große aussagekräftige Fotos untermauert werden. Ein übersichtliches Navigations-Menü am linken Rand, das stets alle Kategorien und Unterkategorien zeigt, sollte ebenfalls eingebaut werden. Darüber hinaus ist es notwendig, die Seite komplett ins Englische zu übersetzen.

Grafisch einen deutlich professionelleren Eindruck macht das grüne Design der Website www.rundum-mitterfels.de eines Hobbyfotografen. Eine engere Zusammenarbeit sollte überdacht werden.

Inhaltlich sollte vor allem die GästeCard besser dargestellt werden. Statt reinem Informationstext auf weißem Hintergrund wäre eine mit Bildern hinterlegte Auflistung der Ermäßigungen in Mitterfels nützlich. Unter den Pauschalangeboten oder kostenlosen Angeboten (auf keinen Fall die Abkürzungen „pauschal Ang.“ und „kostenl. Ang.“) sollten auch nur solche genannt werden und die Darstellung der Unterkünfte benötigt von Anfang an einladendes Bildmaterial. Die kurze, an die Gäste gerichtete Einladung nach Mitterfels sollte präserter platziert werden. Die Liste der ansässigen Vereine hat für einen interessierten Touristen zunächst weniger Bedeutung – hier sollte man sich auf einen Veranstaltungskalender beschränken.

Die Website des Marktes Mitterfels muss als erstes Aushängeschild funktionieren und den Besuchern Lust auf mehr machen. Nur so können im Zeitalter der Online-Kommunikation Gäste begeistert und gewonnen werden.

Facebook

Der Facebook-Auftritt von „Mitterfels Online“ ist ansprechend gestaltet und bietet den Interessierten zahlreiche Informationen. Leider finden sich kaum tourismusspezifische Posts oder anderweitige Informationen diesbezüglich auf der Seite. Hier könnte mehr Wert auf Veranstaltungen und Aktionen von touristischen Betrieben gelegt werden, welche auch für Touristen interessant sein könnten. Aller Voraussicht nach stellt „Mitterfels Online“ jedoch die Facebook-Ausgabe einer Online Zeitschrift dar, welche auf die Bürger ausgerichtet sein soll. Möchte man dies nicht ändern, so könnte eine eigene Fanpage ins Leben gerufen werden, welche vor allem auf touristisch relevante Informationen ausgerichtet ist. Es könnte eine Sammelstelle für alle touristischen Betriebe in Mitterfels darstellen, auf welcher jedes Unternehmen auf sich aufmerksam macht und Angebote oder Veranstaltungen veröffentlichen werden. Dies geht nicht ohne die Mithilfe der Betriebe, da kaum jemanden eine nicht gepflegte Fanpage „liked“. Der dadurch entstehende Aufwand für die Gemeinde könnte jedoch im Gegenzug die Motivation der Betriebe steigern, Angebote zu erstellen und zu veröffentlichen, was wiederum die gesamte touristische Attraktivität des Ortes steigert. Diese kostenlose Möglichkeit zur Erhöhung des touristischen Bekanntheitsgrades sollte nicht ausgelassen werden.

Direkt Mailing für Vereine und Firmen

Durch gezielte Ansprache können Jugendgruppen, Vereine oder Firmen aktiv dazu aufgerufen werden, nach Mitterfels zu kommen. Im Gegensatz zum passiven Marketing muss sich so also nicht der Interessent um Informationen bemühen, sondern der Markt Mitterfels lockt mit zielgerichteten, abgestimmten und kalkulierten Angeboten verschiedene Kundengruppen.

- Anschreiben von Vereinen:

Man könnte verschiedene Sportvereine anschreiben und Ihnen ein Angebot für Jugendgruppen auf dem Campingplatz inklusive eines Freizeitprogramms (zum Beispiel Kletterpark, Freibad oder Tennis) in Mitterfels unterbreiten.

Auch Teambuilding-Maßnahmen könnten mit verschiedensten Vereinen oder Gruppen in Zusammenarbeit mit der Erlebnis Akademie AG durchgeführt werden.

- Anschreiben von Firmen:

Da Mitterfels über genügend Naturraum, einen Kletterpark, Übernachtungsmöglichkeiten und ein gut ausgebautes gastronomisches Angebot verfügt, könnten Firmen angeschrieben werden, um Ausflüge oder Seminare nach Mitterfels zu legen. Allerdings müsste noch ein entsprechendes Raumangebot gefunden werden, um Seminare und auch Tagungen abzuhalten.

Die Erlebnis Akademie organisiert für verschiedenste Firmen und Unternehmen, Seminare, Tagungen und Azubievents. Daher ist das Unternehmen stets auf der Suche nach entsprechenden Örtlichkeiten um den Firmen je nach Wunsch Angebote unterbreiten zu können. Mitterfels könnte mit der Erlebnis Akademie AG kooperieren und eine detaillierte Bestandsaufnahme der Möglichkeiten bereitstellen. So kann die Erlebnis Akademie bei Bedarf mit dem Ort zusammenarbeiten und Events, Azubiwochen oder Ähnliches in Mitterfels organisieren.

Maskottchen

Das Logo einer Marke vermittelt dem Betrachter einen ersten Eindruck vom Produkt und dient darüber hinaus der Wiedererkennung. Zusätzlich zum Schriftzug (siehe Titelblatt der Studienarbeit) könnte eine Art Maskottchen den Markt repräsentieren. Denkbar wäre zum Beispiel ein Vogel oder ein anderer Waldbewohner, der im Comicstil dargestellt wird. Dadurch erfolgt eine gewisse Personifizierung, die es auch ermöglicht, das Maskottchen je nach Bedarf (Themenwochen, Jahreszeit, besondere Anlässe, etc.) abzuändern: Mit Skiern, in Ritterrüstung, im Wasser – der Spielraum ist groß und lässt Platz für immer neue Ideen und Konzepte.

Vor allem in den umfangreichen Katalogen der Urlaubsregion St. Englmar oder des Tourismusverbandes Ostbayern könnte ein solcher „Eyecatcher“ dazu beitragen, dass Mitterfels aus der Fülle von Angeboten heraussticht.

8.2 Schaffung neuer Angebote

Damit sich der Ort Mitterfels von den umliegenden touristischen Gebieten und Konkurrenten abheben kann, müssen neue und attraktive Angebote geschaffen werden, die Urlauber anziehen.

Themenwochen

Um mehr Touristen in den Luftkurort zu locken, könnten diverse Leistungen in einem Paket gebündelt und Themenwochenenden angeboten werden. Diese beinhalten Beherbergung, Verpflegung und Zusatzleistungen. Bezüglich der Zusatzleistungen wäre es von Vorteil, wenn sich die verschiedenen Vereine bereit erklären, Touristen in ihre Aktionen verstärkt einzubinden. Als Beispiel könnte hier der Skiclub mit organisierten Ausflügen, oder aber auch der Obst- und Gartenverein genannt werden, dessen Aktivitäten unter anderem Fachvorträge, Pflanzenkurse und Gartenbegehungen umfassen. Durch diese Mithilfe könnten mehrere Leistungen geschnürt werden. Angebotspakete, die unter einem bestimmten Motto stehen, bieten vielfältige Unterhaltungsmöglichkeiten und wecken das Interesse der Touristen.

Themenwochenende könnten beispielsweise wie folgt lauten:

- *Winterwochenende im Januar*

Gäste würden an diesem Wochenende eine Schneeschuhwanderung machen, die vom Skiclub Mitterfels für Gruppen organisiert wird. Desweiteren wäre ein Turnier im Eisstockschießen und abends ein Schlittenrennen mit anschließender Preisverleihung inklusive. Für Stimmung könnte eine Schneebar mit Musikanlage sorgen.

- *Valentinswochenende im Februar*

Der Beherbergungsbetrieb würde an diesem Wochenende für ein Frühstück ans Bett und um ein romantisches Abendessen im Kerzenschein mit Geigen-oder Klavierspieler sorgen. Im Paket wären außerdem eine Massage und eine kosmetische Anwendung nach Wahl enthalten.

- *Italienisch-bayerisches Wochenende im März*

Gäste, die dieses Paket buchen, könnten italienische Spezialitäten in Form eines „Dinner in the Dark“ im Restaurant „Da Nico“ genießen. Mor-

gens würden die Beherbergungsbetriebe ein typisch bayerisches Frühstück anbieten. Für das Nachmittagsprogramm wäre ein Workshop „Weiden flechten“ vorstellbar. Dieses Handwerk ist seit mehr als 2.000 Jahre eine Tradition.

- *Wildwochenende im April*

Bei diesem Paket stoßen die Gäste bei jeder Leistung auf das Wort „wild“. Die Gastronomiebetriebe servieren Gerichte vom Wild. Der Obst- und Gartenbauverein könnte die Gäste mit Wildkräutern durch eine Wildkräuterwanderung vertraut machen. Der Tag würde mit einem „wilden“ Tanzabend mit bayerischer Live-Musik abgerundet werden.

- Im *Mai* finden bereits das Garten- und Kulturfestival und...
- ... im *Juni* die Theaterwochen statt.
- *Springbreakwochenende im Juli*

Dieses Paket soll vorwiegend von Jugendlichen gebucht werden. Vorstellbar wäre, dass der Freibadbereich als kleine Partylocation dient. Eine Band beispielsweise aus der Region oder auch ein DJ, eine Bar und eine Tanzfläche sorgen dabei für Partystimmung. Die Gäste können auf dem Campingplatz übernachten.

- *Kneippwochenende im August*

Bei diesem Paket steht die Nutzung einer Kneippanlage im Vordergrund. Zusätzlich könnten die Gäste durch angebotene Nordic-Walking-Touren aktiv werden. Das Paket würde nach der sportlichen Aktivität zur Erholung eine Massage und eine kosmetische Anwendung bieten. Ein gemütlicher Grillabend würde den Abend ruhig ausklingen lassen.

- *Vitalwochenende im September*

Eine organisierte Radtour, anschließende Massage zur Entspannung und gemeinsames Kochen in Form eines Kochkurses stehen ganz im Zeichen der Gesundheit. Aktivität, Ruhe und gesunde Nahrung sind wichtige Lebens-elemente für Jung und Alt und somit ist das Paket für jede Zielgruppe geeignet. Ein kleines Highlight wäre ein Besuch beim ortsansässigen Imker, um die Welt der Bienen zu entdecken und hauseigenen Honig zu probieren.

- Im *Oktober* wird bereits die Mitterfelser Marktmeile angeboten.

- *Halloweenwochenende im November*

Anfang des Monats würde der Kürbis nicht nur in Gastronomiebetrieben im Mittelpunkt stehen, sondern auch bezüglich des Unterhaltungsprogrammes. Um Halloween feiern zu können, könnte eine kleine Veranstaltung mit Kindern gemacht werden, in der Kürbisse ausgehöhlt werden und die Kinder nebenbei interessante Dinge über den Kürbis erfahren. Eine Fackelwanderung sowie ein nächtlicher Besuch im Heimatmuseum wären im Paket enthalten.

- *Weihnachtswochenende im Dezember*

Gäste, die dieses Paket buchen, würden die Möglichkeit bekommen, Lebkuchen in einer ortsansässigen Konditorei selber zu machen. Weitere Highlights dieses Wochenendes wären eine Winterwanderung, eine Kutschfahrt – falls sich wieder ein Betreiber findet – sowie ein Besuch des Weihnachtsmarktes.

Tourismusverein und Vermieterstammtisch

Einer der Vorschläge aus den Fragebögen war es, einen Tourismusverein in Mitterfels zu gründen, in dem einerseits die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, andererseits alle anderen tourismusrelevanten Unternehmen beitreten. Dieser Verein sollte sich zum Ziel setzen, Erfahrungen auszutauschen, Ideen zu sammeln um somit den Tourismus in Mitterfels anzukurbeln.

Von Seiten der Gemeinde wurde die oft fehlende Eigeninitiative der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe bedauert. Um dem entgegenzuwirken, wäre es eine weitere Idee, den bestehenden Vermieterstammtisch wiederzubeleben und um die Gastronomen des Ortes zu erweitern. Dies wäre eine Plattform, auf der sich Vermieter und Gastronomiebetriebe absprechen könnten, um zum Beispiel gemeinsame Aktionen wie Themenwochen zu planen.

Fußballgolf

Um etwas „Besonderes“ nach Mitterfels zu bringen, könnte statt einer normalen Mini-Golf-Anlage, eine Fußball-Golf-Anlage errichtet werden.

Fußballgolf wurde vor 10 Jahren in Schweden populär und ist in Bayern noch nicht sehr verbreitet.

Beim Fußballgolf wird der Golfball durch einen Fußball ersetzt und der Schläger durch den eigenen Fuß. Daher wäre eine solche Anlage eine gute Ergänzung wenn nicht sogar ein Highlight der Region Mitterfels und würde einige Touristen anlocken. Die Freiluft Fußballgolf-Anlage des Soccerpark-Bayerns umfasst eine Spielfläche von mehr als 25.000 qm. Die Bahnen sind zwischen 40 und 220 Meter lang und haben eine ungefähre Gesamtstrecke von 1,5 km.

Diese Sportart wäre ideal für Firmenevents, Vereinsturniere, Kindergeburtstage, Familienfeiern oder auch für die Tagesausflügler oder Bewohner von Mitterfels und der Umgebung.

Waldlehrpfad

Eine Erweiterung des Freizeitangebotes für Markt Mitterfels wäre die Errichtung eines Waldlehrpfades. Dieser würde sehr gut zum Image eines Luftkurortes passen und die wichtigsten Zielgruppen, wie zum Beispiel Familien und ältere Gäste, ansprechen. So könnten zunächst bunte Informationstafeln mit Texten und Bildern zu den hier typischen Waldbewohnern aufgestellt werden. Interessante Themen wären zum Beispiel Waldvögel, Säugetiere, Borkenkäfer, Pilze, Wild oder die rote Waldameise. Auch das Ökosystem Wald und der Wald als Wasserspeicher könnten angesprochen werden. Um den Waldlehrpfad interessanter zu gestalten, sollte der interaktive Part nicht zu kurz kommen. Ein Erlebnis für alle Sinne könnte zum Beispiel folgendermaßen realisiert werden: Die Besucher können barfuß über verschiedenartigen Boden wie Moss, Steine oder Waldboden laufen, blind in eine Box greifen und verschiedene Blätter und Tannenzapfen erfühlen und erraten oder an verschiedenen Blüten riechen. Zum Thema Sehen könnte das Leben eines Baumes anhand der Jahresringe erklärt werden oder eine Fragetafel mit aufklappbaren Lösungen aufgestellt werden. Ein Baumstammtelefon könnte den akustischen Teil wieder spiegeln.

Trimm-Dich-Pfad

Eine nicht allzu teure oder aufwendige Maßnahme, um Gäste nach Mitterfels zu locken, ist der Aufbau eines modernen Trimm-Dich-Pfades. Dabei handelt es sich um einen Rundkurs mit Übungsstationen, wobei die Strecke etwa drei Kilometer lang sein sollte. Der Pfad sollte um die 15 Stationen enthalten, darunter zum Beispiel Stangen für Klimmzüge, Baumstümpfe für Bocksprünge oder Recks aus Holz – am besten in Verbindung mit einer Tafel mit Übungsanleitungen und Abbildungen. Die Passagen dazwischen können gejoggt, gewalkt oder gewandert werden.

Ziel ist es, wenige „Fremdkörper“ in den Wald zu bringen und dennoch zahlreiche, nicht zu anstrengende Trainingsmethoden zu bieten. Slalomlauf, Auf- und Überschwung, Balancieren, Dehnungsübungen, Weitsprung und vieles mehr sind ein Abenteuer für Groß und Klein. Der Pfad kann in der Regel von jeder Zielgruppe genutzt werden, egal ob Anfänger oder Sportler. Die Übungen sind so aufgebaut, dass sowohl Kinder als auch ältere Menschen sie durchführen können. Besonders im Fokus stehen auch Familien. Das Training in der freien Natur steigert die körperliche Fitness und den Spaß am Sport.

Einrichtung von Kneipp-Anlagen

Um sich weiter auf den Bereich Wellness und Gesundheit zu spezialisieren, könnte die Gemeinde Mitterfels Anlagen zum Wassertreten installieren. Hierfür bietet sich eine Anlage am natürlichen Bachverlauf der Menach im Perlbachtal an. Sollte dies aus naturschutzrechtlichen oder anderweitigen Gründen nicht möglich sein, so könnte eine Anlage an den zahlreichen Wanderwegen künstlich errichtet werden. In Verbindung mit dem Prädikat „Luftkurort“ und den zahlreichen Wanderwegen stellt diese Anlage eine sinnvolle Erweiterung des Portfolios dar. Ergänzt werden könnte das Angebot durch Anwendungen wie Laufen auf taufrischen Wiesen (Tautreten) oder durch Schnee (Schneegehen).

Fahrradverleih

Ein Vorschlag, der Mitterfels von den umliegenden touristischen Orten abheben könnte, wäre einen Fahrradverleih zu eröffnen.

Vorerst würde es genügen, einen Bestand von etwa 10 Fahrrädern anzubieten. Je nach Bedarf und Rentabilität, kann dann überlegt werden, noch weitere anzuschaffen. Die Fahrräder könnten entweder von der Gemeinde selber oder einem der touristischen Anbieter der Region angeboten werden. Es wäre auch zu überlegen, ob man sich zusammenschließt oder Sponsoren sucht. Der Fahrradverleih müsste auf jeden Fall auch sonn- und feiertags geöffnet haben, denn gerade an diesen Tagen werden verstärkt Radausflüge unternommen. Da Mitterfels direkte Anbindungen an einige Radwege hat, wäre der Standort optimal. Für Familien könnte der Fahrradverleih ein ausschlaggebender Punkt sein, da nur schwer vier oder mehr Fahrräder mit dem Auto mit in den Urlaub genommen werden können. Dieses „Verkaufsargument“ müsste in sämtlichen Prospekten publik gemacht werden.

Denkbar wäre auch, sich als E-Bike-Stadt zu arrangieren und dem regelrechten Boom der Elektro-Fahrräder gerecht zu werden. In Bayern gibt es bereits einige Regionen die Verleihstationen und entsprechende Ladestationen anbieten. In den nächsten Jahren wird sich der Trend immer weiter entwickeln, da so zum Beispiel auch ältere Leute hügelige Gebiete ohne Probleme mit dem Fahrrad erkunden können. In folgender Karte sind die vorhandenen Stationen in der näheren Umgebung grün markiert.



Abbildung 42: Moveloo-Stationen in Bayern

Der Anbieter MOVELO erweitert seine Standorte derzeit in ganz Deutschland und ist gleichzeitig der größte europäische Anbieter für Elektromobilität im Tourismus. MOVELO beschäftigt sich bereits seit 2005 mit dem Thema und bietet Tourismusregionen ein All-Inclusive-Paket rund um das Elektrofahrzeug an. Ein positiver Nebeneffekt wäre das Marketing, dass MOVELO für Mitterfels machen würde.

Sportgeräteverleih

Mitterfels pflegt viele Kilometer an Radwander- und Wanderwegen. Leider findet sich im Markt kein allgemeiner Verleih für Sportgeräte.

So wäre zum Beispiel die Vermietung von Nordic Walking Ausrüstungen denkbar. Hierbei müssten lediglich die Stöcke (Anschaffungskosten von 20 bis 99 €) gestellt werden. Darüber hinaus könnten Kurse zur richtigen Nutzung angeboten werden, da die Kunden wegen der vermeintlich einfachen Handhabung der Sportgeräte den Sport meist nicht richtig ausüben. Daneben könnten die Wege nicht nur zum Wandern und Fahrradfahren genutzt werden, sondern auch für folgende Angebote:

- *Segway Touren:*

Die Anschaffungskosten können hier durch Abschließen langfristiger Mietverträge umgangen werden. Lediglich Schutzausrüstung, wie Helme (circa 50 € pro Stück) müssten angeschafft werden. In Verbindung dazu wäre wohl auch eine Einweisung oder das Angebot geführter Touren notwendig.

- *Inlineskaten:*

Die Ausrüstung könnte wiederum verliehen werden. Die Anschaffungskosten sind hierbei für ein neues Paar Schuhe (30 bis 99 €), Protektoren (10 bis 30 €) und einem Helm (20 bis 60 €) mit mind. 60 € pro Person zu kalkulieren.

Mit diesem Angebot an Sportgeräten wird die Gemeinde für sportlich interessierte Touristen lukrativer und ermöglicht es auch Familien, im Urlaub Sport treiben zu können. Der Transport von so vielen Geräten ist für eine Familie bei einer Anreise mit dem Fahrrad, der Bahn und dem Auto nicht möglich, so dass sie auf eine Leihmöglichkeit in der Destination an-

gewiesen ist, um ihren Urlaub möglichst vielseitig zu gestalten. Dies könnte Mitterfels von anderen Destinationen abheben und die Attraktivität für die aktiven Zielgruppen steigern.

8.3 „Wiederbelebung“ geschlossener Anlagen

Neben der Entwicklung und Ansiedlung neuer touristischer Produkte besteht in Mitterfels die Möglichkeit bereits bestehende touristische Einrichtungen wieder zu reaktivieren. Geschmälert werden die Chancen auf eine Neueröffnung der Betriebe durch die schwierige finanzielle Situation der Gemeinde, womit notwendige Renovierungsarbeiten nicht im Budget liegen. Trotzdem sollen im Folgenden Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie solche Anlagen wieder in Betrieb gehen könnten.

Mondi-Holiday Hotel

Wie in der Bestandsaufnahme bereits festgestellt wurde, wäre es für die Gemeinde überaus wichtig, dass das Mond-Holiday Hotel wieder in Betrieb genommen wird. Auf der Suche nach einem passenden Investor wird die touristische Ausstattung des Marktes von großer Bedeutung sein. Zeigt die Gemeinde Einsatz und Kreativität in ihren Bemühungen, das touristische Angebot in Mitterfels zu verbessern, macht sie dadurch in der Region auf sich aufmerksam und zieht so mehr Touristen in den Ort. So steigen auch die Chancen, dass das Mond-Holiday Hotel wieder in Betrieb geht. Damit sind die bereits in dieser Arbeit genannten Maßnahmen in allen Bereichen auch indirekt als Maßnahmen zur Reaktivierung der Anlage zu verstehen. Bestehende Probleme der Anlage lassen sich nicht lösen, ohne dass dabei sehr viel Geld in die Hand genommen werden muss. Diese Investition muss einem Interessenten durch die Steigerung der touristischen Attraktivität und den damit steigenden Aussichten auf eine gute Auslastung des Betriebes „versüßt“ werden.

Notwendig ist außerdem die Entwicklung von verschiedenen Konzepten zur weiteren Nutzung des Komplexes, da bis jetzt noch kein Investor mit einem ausgearbeiteten Konzept an die Gemeinde oder den Eigentümer herantreten ist. Vielmehr sollte die Gemeinde aktiv werden und selber

mit verschiedenen Konzeptvorschlägen auf potentielle Investoren zugehen. Nachfolgend soll kurz ein Konzept aufgezeigt werden, welches später vorgestellt und umgesetzt werden könnte:

Durch seine direkte Nähe zu Hallen- und Freibad sowie den sich darin befindlichen Einrichtungen, wie zum Beispiel Tennisanlagen und Sauna wäre für den Mond-Komplex eine Neuausrichtung auf Gesundheit und Wellness denkbar. In Verbindung mit dem Prädikat „Luftkurort“ und den in Mitterfels ansässigen Betrieben, wie Massagepraxen und Fußpflege könnte eine breite Angebotspalette erstellt werden. Für derartige Anwendungen könnte ein Gebäude auf dem Mond-Holiday Gelände umgebaut werden, damit sich die Dienstleister in direkter Nähe zu den Kunden befinden und diese den Komplex nicht verlassen müssen. Daneben kann der Gebäudekomplex als Ausgangspunkt für Wander- und Fahrradtouren genutzt werden oder mit einem Fitnessstudio erweitert werden. So werden sportliche Aktivitäten mit entspannenden Wellnessanwendungen kombiniert. Der Trend in der Tourismusbranche zeigt, dass Urlauber vermehrt Wellnessseinrichtungen nutzen wollen. Dieser Trend sollte aufgegriffen werden, um weitere Touristen nach Mitterfels zu locken.

Sollte sich für den gesamten Komplex kein Interessent finden, könnte die Gemeinde aktiv werden und für folgendes Vorhaben entsprechende Investoren finden. Nach einer Renovierung des Hotels könnten einzelne Gebäude (oder einzelne Wohnungen) des Komplexes verkauft werden. Die Gebäude werden dann trotzdem weiter von einer zentralen Stelle aus betreut und entweder als Ferienwohnungen oder in Form eines Aparthotels an Touristen vermittelt. Der Käufer eines Objektes hat selber keinen Verwaltungsaufwand bei der Vermietung und Instandhaltung der Immobilie und erhält einen Teil der Einnahmen, abzüglich der angefallenen Verwaltungs- und Reparaturkosten. Damit wären das Risiko und der Kaufpreis auf mehrere Personen aufgeteilt und das Mond-Holiday Hotel auch als Investition für eine breitere Masse von Menschen lukrativ.

Hallenbad

Um weitere Investitionen in das renovierungsbedürftige Hallenbad zu rechtfertigen, muss gewährleistet werden, dass die Einrichtung nach der

Renovierung möglichst kostendeckend betrieben werden kann. Dazu ist eine Steigerung der Besucherzahlen nötig. Die Reaktivierung des Mond-Holiday Hotels wäre hierbei sehr hilfreich. Daneben können aber auch weitere Maßnahmen zur Einnahmesteigerung ergriffen werden. Mit den Beherbergungsbetrieben könnte folgende Vereinbarung getroffen werden: Auf den regulären Übernachtungspreis wird ein bestimmter Betrag aufgeschlagen, welcher die Wettbewerbsfähigkeit der Beherbergungsbetriebe nicht beeinträchtigt, es aber dennoch ermöglicht, Einnahmen zu generieren. Im Gegenzug erhalten die Kunden dieser Betriebe scheinbar freien Eintritt zu Einrichtungen, wie dem Hallenbad. Der Gast geht dann davon aus, dass er nur den Übernachtungspreis bezahlt und den Besuch im Hallenbad gratis dazu bekommt. Er ist sich nicht darüber bewusst, dass der Eintrittspreis für das Hallenbad bereits im Vorfeld auf den Übernachtungspreis aufgeschlagen wurde. Dies bringt zwei wesentlich Vorteile mit sich. Zum einen werden auch von denjenigen Gästen, die das Hallenbad nicht besuchen, die Eintrittspreise vereinnahmt, zum anderen trägt es zur Zufriedenheit des Kunden bei, da dieser denkt, er bekomme etwas geschenkt. Zudem können die Beherbergungsbetriebe mit dem Zugang zum Hallenbad werben und damit ihre Attraktivität bei den Kunden steigern.

8.4 Weitere Maßnahmen

Zuletzt lassen sich weitere Maßnahmen formulieren, welche die touristische Attraktivität des Marktes steigern könnten.

Ortsbild

Durch geringen Aufwand könnte die Gemeinde kleine Schönheitsflecke im Ortskern bereinigen. So können einzelne Tafeln ausgetauscht werden und dabei das System der Beschilderung überdacht werden. Sollen mit der Beschilderung vor allem ortsfremde Touristen angesprochen werden, so sollte im Hinblick auf die Übersichtlichkeit auf Wegweiser wie „Notariat“ verzichtet werden. Des Weiteren kann der Einsatz von Piktogrammen bei der Beschilderung die Orientierung erleichtern. Daneben sollten einige im Ort aufgestellte Karten ausgetauscht werden.

Bus- und Bahnverbindungen

Seit der Umgestaltung der Bahntrasse in einen Wanderweg, ist das Erreichen von Mitterfels mit der Bahn nicht mehr möglich. Bezüglich des Busverkehrs und der Anbindung von Mitterfels an andere Gemeinden und Städte in der Umgebung sollte versucht werden, eine regelmäßige Taktung zu erreichen und die Bushaltestellen auch am Wochenende zu bedienen. So würde Mitterfels auch für Urlauber, die per Bahn nach Straubing und anschließend mit dem Bus nach Mitterfels reisen, interessanter werden. Dies gilt ebenso für Reisende per Fahrrad, welche auch einmal ohne Rad einen Ausflug ins nähere Umland unternehmen wollen, für Gäste, welche direkt per Bus anreisen und ansonsten keine Möglichkeit des Reisens ins Umland haben oder für Gäste, welche aus anderen Gründen auf den öffentlichen Nahverkehr ausweichen wollen. Im Zuge des demographischen Wandels werden die Menschen wohl voraussichtlich öfter nicht mehr eigenständig mit dem PKW anreisen können, sondern zunehmend auf öffentliche Verkehrsmittel wie Bus und Bahn angewiesen sein. Der Ausbau der Busverbindungen ist ein langfristiger Prozess. Liegt ein Einverständnis des Betreibers der Buslinie vor, so müssen die neuen Verbindungen kommuniziert und auch von den Gästen angenommen werden. Davon profitieren jedoch sowohl der Tourismus, als auch die Einwohner von Mitterfels.

Auswertung der Meldescheine

Die Übernachtungsgäste in Mitterfels erhalten einen Meldeschein, in dem sie auf freiwilliger Basis persönliche Daten wie Name, Anschrift oder E-Mailadresse eintragen können. Bis jetzt werden diese Daten leider nicht statistisch ausgewertet oder verwendet. Doch auf Basis dieser Daten könnte eine Zielgruppenanalyse vorgenommen werden, welche als Grundlage für den Versand von Newslettern dient. Diese Newsletter könnten auf neue Veranstaltungen oder Themenwochenenden hinweisen und somit der Gewinnung von Stammkunden dienen.

Eine weitere Idee wäre es, ebenfalls einen regelmäßigen Newsletter an die touristischen Betriebe des Ortes zu versenden, um zum Beispiel auf neue Prospekte aufmerksam zu machen, die in der Tourist-Information

abgeholt werden können, oder wichtige Ankündigungen über bestimmte Neuerungen publik zu machen. Die touristischen Betriebe würden somit besser und direkter mit der Tourist-Information in Kontakt stehen und der Informationsfluss zwischen Tourist-Information und touristischen Betrieben würde deutlich verbessert werden.

Zertifizierung und Klassifizierung

Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe können von einigen Tourismusorganisationen Zertifizierungen und Klassifizierungen erhalten. Da es sich in Mitterfels meist um Individualbetriebe handelt, hat ein ortsfremder Gast kaum Informationen über die Qualität eines Betriebes. Er kann sich hier nicht wie zum Beispiel in der Kettengastronomie auf bekannte Marken stützen. Somit sollten sich im Markt mehr Betriebe einer Zertifizierung beziehungsweise Klassifizierung unterziehen, um den Kunden ein gewisses Maß an Qualität zu garantieren und im Gegenzug von den auszeichnenden Organisationen Unterstützung zu erhalten.

Eine erstrebenswerte Auszeichnung für Mitterfelser Betriebe wäre beispielsweise „Fahrradfreundlicher Gastbetrieb“. Mit dieser Qualitätsauszeichnung erhält der Betrieb vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club verschiedene Leistungen, wie eine werbewirksame Plakette, fachliche Beratung oder Markierungen in Radwanderführern. Im Gegenzug müssen, nach Beherbergungs- oder Gastronomiebetrieb unterschieden, diverse Mindestanforderungen erfüllt werden.

Daneben wäre der Standard „Wanderbares Deutschland“ zu erreichen. Die entsprechenden Kriterien können beim Deutschen Wanderverband angefordert werden.

9 Fazit

Die gesamttouristische Analyse hat viele Stärken, aber auch einige Schwächen des Marktes aufgezeigt. Mitterfels zeigte sich dabei nicht nur während der Zusammenarbeit mit der Hochschule sehr engagiert, sondern bereits im Vorfeld durch seine Teilnahme an verschiedenen Kooperationen und durch die gute touristische Arbeit in verschiedenen Bereichen. Die vorgenommene Analyse- und Bewertungsarbeit wurde teilweise durch folgende Probleme erschwert:

Die Übersendung der Fragebögen wurde zwar freundlicherweise von der Tourist-Information Mitterfels übernommen, jedoch wurden dabei nicht alle touristischen Betriebe abgedeckt. Vor allem wichtige Freizeiteinrichtungen wie das Freibad oder der Kletterpark wurden außen vor gelassen. Im Gegenzug wurden dafür Betriebe aus der touristischen Randindustrie mit einbezogen, die für eine touristische Untersuchung eher wenig Bedeutung haben. Auch der geringe Rücklauf der Fragebögen erschwerte die Analyse und hat zur Folge, dass die Auswertung der Befragung keine repräsentativen Ergebnisse liefert.

Des Weiteren konnte festgestellt werden, dass die touristischen Anbieter der Marktgemeinde nur wenig Bereitschaft zeigen, der aktuellen verschlechterten touristischen Situation entgegen zu wirken. Dringlichkeit des Handlungsbedarfes aufgrund des drastischen Rückgangs der Übernachtungszahlen seit der Schließung der Mondi-Anlage ist noch nicht ins Bewusstsein der ansässigen Unternehmer gedrungen. Die Auswirkungen könnten teilweise erst nach einer Saison zu spüren sein, so dass es momentan noch an Engagement fehlt.

Auch einige Unstimmigkeiten zwischen dem Zahlenmaterial der Seite www.statistik.bayern.de und der Tourist-Information Mitterfels verzögerten die Auswertung.

Die Nachbarregionen, die eine Konkurrenz für den Markt Mitterfels darstellen, wurden in dieser Studienarbeit nicht mit einbezogen, da dies den Rahmen der vorgegebenen Bearbeitungszeit überschritten hätte.

Weiterhin zeigt sich, dass der Rückgang der Übernachtungszahlen in Mitterfels kein allgemeiner Trend im Bayerischen Wald ist, sondern speziell auf die Schließung des Mond-Holiday Hotels zurück zu führen ist. Dies lässt sich durch einen aktuellen Artikel aus der Passauer Neuen Presse belegen. Dieser besagt, dass Bayern in Deutschland mit 4,5 Millionen Urlaubsreisen im Jahr 2011 das beliebteste inländische Reiseziel war und somit auf Platz eins der innerdeutschen Reiseziele steht.⁶³

Ein weiterer Trend, der in diesem Artikel ersichtlich wird, ist, dass sich das Reiseverhalten von einer längeren Urlaubreise pro Jahr (1 bis 2 Wochen) hin zu häufigeren Kurzreisen von unter einer Woche entwickelt. Dies ist wiederum eine Chance für die Destination Mitterfels, da sie aufgrund des Angebotes gerade für Kurzurlaube geeignet ist.

Bei der Analyse des Marketings von Mitterfels fiel auf, dass die Vermarktung des touristischen Angebots verbesserungsbedürftig ist. So könnte durch die gezielte und aktive Vermarktung ein besseres Ergebnis erzielt werden. Eine Option dahingehend wäre, dass Mitterfels über Busunternehmen aktives Marketing betreibt und gezielten Kontakt zu diversen Vereinen herstellt, um diese nach Mitterfels zu locken.

Das größte Problem ist allerdings die Schließung der Mond-Anlage. Um das touristische Potenzial des Ortes zu nutzen, müsste diese Anlage wieder als Beherbergungsbetrieb eröffnet werden.

Trotz der erkannten Defizite wurde durch die touristische Gesamtaufnahme und die Analysearbeit deutlich, dass Mitterfels durchaus touristisches Potenzial besitzt. Durch das Prädikat als staatlich anerkannter Luftkurort, durch das in der Region einzigartige Kletterzentrum und durch die sehr gute Anbindung an diverse Rad- und Wanderwege kann Mitterfels durchaus für viele Zielgruppen ein attraktives Urlaubsziel sein.

⁶³ Artikel: „So verbringen wir unseren Urlaub“, Quelle: Passauer Neue Presse, 30.06.2012, S18

10 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wappen von Mitterfels	6
Abbildung 2: Gemeindegebiet Mitterfels	10
Abbildung 3: Gemittelte Lufttemperatur im Jahresverlauf	11
Abbildung 4: Durchschnittliche Sonnenstunden pro Tag	11
Abbildung 5: Durchschnittliche Anzahl an Regentagen pro Monat	12
Abbildung 6: Abfahrtszeiten des Regionalbus Ostbayern aus Mitterfels in Richtung Straubing	14
Abbildung 7: Bevölkerungsentwicklung von 1961 bis 2011	15
Abbildung 8: Flächenerhebung zum 31. Dezember 2010	16
Abbildung 9: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Mitterfels	17
Abbildung 10: Beschilderung an Kreuzung Burgstraße-Buchberger Weg	19
Abbildung 11: Beschilderung an Kreuzung Lindenstraße-Burgstraße	19
Abbildung 12: Wegweiser zum Museum in der Burganlage.....	19
Abbildung 13: Karte/Werbeflächen ggü. Burgstraße 31	20
Abbildung 14: Plakatwand an Kreuzung Burgstraße-Weiherfeldring	20
Abbildung 15: Logo Mond-Holiday	25
Abbildung 16: Ankünfte von 2007 bis 2001	42
Abbildung 17: Übernachtungen von 2007 bis 2011	43
Abbildung 18: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2007 bis 2011.....	44
Abbildung 19: Ankünfte im 1. Quartal (2007 bis 2011).....	45
Abbildung 20: Übernachtungen im 1. Quartal (2007 bis 2011)	46
Abbildung 21: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer im 1. Quartal (2007 bis 2011).....	46
Abbildung 22: Startseite der Website	51
Abbildung 23: Website für Touristen	52
Abbildung 24: Auswahlmenü der Website	53
Abbildung 25: Unterkunftsverzeichnis	53
Abbildung 26: Beteiligte Betriebe (Frage 1)	57
Abbildung 27: Besucherzahlen (Frage 2).....	58
Abbildung 28: Tendenz Besucherzahlen (Frage 3).....	59
Abbildung 29: Anziehungspunkte (Frage 4).....	60
Abbildung 30: Auswirkungen Mond-Schließung (Frage 5)	61

Abbildung 31: Saisonales Ungleichgewicht (Frage 6).....	62
Abbildung 32: Anteil Stammgäste (Frage 7)	63
Abbildung 33: Altersgruppen (Frage 8)	63
Abbildung 34: Berufsgruppen (Frage 9).....	64
Abbildung 35: Konstellation der Reisenden (Frage 10).....	65
Abbildung 36: Kooperationen (Frage 11)	65
Abbildung 37: Pauschalangebote (Frage 12).....	66
Abbildung 38: Kundenbindungsprogramme (Frage 13)	67
Abbildung 39: Werbekanäle (Frage 14)	68
Abbildung 40: Bewertung der Website (Frage 15)	69
Abbildung 41: SWOT-Analyse	79
Abbildung 42: Movelo-Stationen in Bayern	90

11 Quellenverzeichnis

Kataloge, Broschüren, Flyer und Karten

- Agentur SSL GmbH & Co KG: Magazin „*Weiß-blaue Rundschau*“, 2012
- Bayerwald Media GmbH: *Broschüre „Freizeit- und Wanderführer der Urlaubsregion Sankt Englmar“*, 2011
- Bayerwald Media GmbH: Karte „*Freizeitkarte*“ zur bwm-Card, 2011
- Die Erlebnis Akademie AG: Flyer „*Kletterpark erleben*“, o.J.
- Markt Mitterfels: Faltkarte „*Mitterfels – Naturpark Bayer. Wald*“, o.J.
- Markt Mitterfels: Faltkarte „*Nordic Walking im Vorderen Bayerischen Wald*“
- Markt Mitterfels: Faltkarte „*Offizielle Wanderkarte des Luftkurortes Markt Mitterfels*“, o.J.
- Markt Mitterfels: Flyer „*Heimatmuseum Markt Mitterfels*“, o.J.
- Tourismusverband Ostbayern: Broschüre „*Erleben&Entdecken*“ Urlaubsland Straubing-Bogen, o.J.
- Tourismusverband Ostbayern: Magazin „*Freizeitführer Bayerischer Wald & Böhmerwald*“, o.J.
- Tourist-Information im Landratsamt Straubing Bogen: *Magazin „Urlaubsrevue Naturpark Bayerischer Wald“*, o.J.
- Urlaubsregion Sankt Englmar: Magazin „*Zeit für Urlaub 2012*“, o.J.
- Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels: Broschüre „*Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels*“, 2008
- Werbebüro Thaler: Faltkarte „*Stadtplan Mitterfels und Haselbach*“, o.J.
- ÖPN: Broschüre „*Landkreis Straubing-Bogen: Ihr Fahrplan*“, o.J.

Internet

- www.mitterfels.de, Zugriff am 06.05.2012
- <https://www.statistik.bayern.de/veroeffentlichungen>, Zugriff am 19.05.2012
- <https://www.statistik.bayern.de/statistikkommunal/09278151.pdf>, Zugriff am 21.05.2012
- <https://www.facebook.com/search/results.php?q=mitterfels&type=all&init=quick&tas=0.5023034772156404>, Zugriff am 15.06.2012
- <https://www.facebook.com/MitterfelsOnline>; <http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/impressum>, Zugriff am 15.06.2012

<http://www.urlaubplanen.org/europa/deutschland/klima/klima-Mitterfels/>,
Zugriff am 18.05.2012

<http://www.tsv-mitterfels.de/joomla/index.php/lauftreff/316-fruehlingsstart-von-sechs-laufgruppen>, Zugriff am 10.05.2012

<http://www.rfv-mitterfels.de/reitanlage.html>, Zugriff am 16.06.2012

<http://www.rfv-mitterfels.de/preise.html>, Zugriff am 16.06.2012

<http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/tourismusfremdenverkehr/47/758-das-mondi-holiday-hotel-muss-schliessen>, Zugriff am 18.05.2012

<http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/schule-kindergarten/98/780-9-musikantenstammtisch-zugunsten-des-kindergartens>, Zugriff am 27.05.2012

<http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/marktgemeinde/43-veranstaltungen-der-marktgemeinde/995-vorbereitungen-fuer-mitterfelser-marktmeile-laufen>, Zugriff am 23.05.2012

<http://www.mitterfels-online.de/joomla/index.php/aus-den-vereinen/53-verkehrs-und-kulturverein/644-am-28-und-29-mai-qgarten-und-kultur-auf-der-burgq>, Zugriff am 23.05.2012

<http://www.mitterfels.de/Tour1.htm#TI-Kontakt>, Zugriff am 19.05.2012

<http://www.mitterfels.de/GemeindePlus.html#Vereine>, Zugriff am 19.05.2012

<http://www.mitterfels.de/Betriebe.htm>, Zugriff am 19.05.2012

<http://www.ile-nord23.eu>, Zugriff am 23.06.2012

http://www.holidaycheck.de/klima-wetter_Mitterfels-ebene_oid-id_9334.html, Zugriff am 19.05.2012

<http://www.friedenhainsee.de/wsbahn.htm>, Zugriff am 28.05.2012

<http://www.burg-mitterfels.de/hien-soelde/index.html>, Zugriff am 19.05.2012

<http://bayerwaldcard.de/hp4140/Mitterfels.htm>, Zugriff am 16.05.2012

http://87.234.63.51/bfr/rw/rw_55.htm, Zugriff am 17.06.2012

http://87.234.63.51/bfr/rw/rw_17.htm, Zugriff am 17.06.2012

http://87.234.63.51/bfr/rw/rw_16.htm, Zugriff am 17.06.2012

Literatur

Dietmar Vahs: *Organisation – Ein Lehr- und Managementbuch*

7. Auflage, 2009, Schäffer-Pöschel Verlag Stuttgart

Christian Boergen, Christof Gladow, Rainer Noll: *Kommunales Tourismus-Management*

1. Auflage, 2010, Kommunal- und Schulverlag, Wiesbaden

Harald Ehrmann: *Unternehmensplanung*

5. Auflage, 2007, Friedrich Kiehl Verlag, Ludwigshafen

Max Lachner: *800 Jahre Geschichte um Mitterfels*

2. Auflage, 1988, Mitterfels

Ohne Verfasser: *Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan*, 1982, Mitterfels

Ohne Verfasser: *Landschaftsplan Mitterfels: Erläuterungsbericht in der Fassung vom 28.10.1999*, 1999, Mitterfels

Ohne Verfasser: „*So verbringen wir unseren Urlaub*“, Passauer Neue Presse, 30.06.2012

Ohne Verfasser: *Zahlenmaterial des Marktes Mitterfels*, Stand 23.05.2012

Waldemar Berg: *Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus*

1. Auflage, 2008, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München

12 Anhang

Anlage 1: Fragebogen

Fragebogen für die gesamttouristische Aufnahme von Markt Mitterfels

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen eines Forschungsprojektes der Hochschule Deggendorf soll in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Mitterfels eine gesamttouristische Aufnahme des Marktes erfolgen. Hierzu würden wir Sie bitten, uns durch das Ausfüllen des nachfolgenden Fragebogens zu unterstützen. Natürlich werden Ihre Angaben anonym behandelt. Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

Bei Rückfragen können sich gerne an Herrn Prof. Berg wenden:
waldemar.berg@hdu-deggendorf.de oder 0991/3615114

1) Welche Art von Unternehmen betreiben Sie? (Mehrfachnennung möglich)

Gastronomie:

- Kiosk
- Gaststätte / Restaurant
- Café / Eisdiele
- Biergarten
- Bar- / Tanz- / Vergnügungsort

Beherbergungsbetrieb:

- Hotel (Bettenanzahl: _____)
- Pension (Bettenanzahl: _____)
- Ferienwohnung (Bettenanzahl: _____)
- Privatbetrieb (< 8 Betten)
- Camping (Anzahl der Plätze: _____)

Freizeiteinrichtung:

- Kultur (z. B. Museum)
- Sport (z. B. Freibad, Kletterpark, etc.)
- Unterhaltung (z. B. Kino, Theater, etc.)
- Gesundheit (z. B. medizinische Bäder, Fitnessstudio, Sauna, etc.)

- Anderer Betrieb, und zwar:

2) *Wie viele Besucher zählten Sie im Jahr*

2010: _____

2011: _____

oder

- Keine statistische Erfassung

3) *Wie schätzen Sie die Tendenz der Besucherzahlen in Ihrem Betrieb für die kommenden Jahre ein?*

- stark rückläufig
- rückläufig
- gleichbleibend
- zunehmend
- stark zunehmend

4) *Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Faktoren, warum Gäste nach Mitterfels kommen? Nennen Sie mindestens drei.*

5) *Wirkt sich die Schließung des Mond-Holiday-Hotels auf Ihr Geschäft aus?*

- Ja, positiv, weil

- Ja, negativ, weil

- Nein, es sind keine Auswirkungen spürbar.

6) *Stellen Sie ein saisonales Ungleichgewicht der Besucherzahlen fest?*

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

Wenn ja, wie schätzen Sie die Verteilung der Gäste auf die Sommer- bzw. Wintersaison ein?

_____ % im Sommer _____ % im Winter

7) *Wie hoch schätzen Sie den Anteil von Stammgästen ein?*

_____ %

8) *In welcher Altersgruppe sehen Sie die Mehrheit Ihrer Kunden? (Mehrfachnennung möglich)*

- 15-30 Jahre
- 31-40 Jahre
- 41-50 Jahre
- 51-60 Jahre
- Ü 60
- Weiß nicht.

9) *Zu welcher Berufsgruppe zählt die Mehrheit Ihrer Kunden? (Mehrfachnennung möglich)*

- Schüler / Studenten / Auszubildende
- Angestellte
- Beamte
- Selbstständige
- Hausfrauen
- Rentner
- Weiß nicht

10) *Die meisten Ihrer Gäste kommen als...*

- Individualreisende
- Paar
- Familie
- Gruppe
- Weiß nicht

11) *Kooperieren Sie mit anderen touristischen Einrichtungen in Markt Mitterfels, Umgebung oder St. Englmar?*

- Ja, mit

- Nein, weil

12) *Sind Sie Teil einer oder mehrerer Pauschalangebote?*

- Ja, und zwar

- Nein, weil

13) *Sind Sie Teil eines Kundenbindungsprogramms (z.B. GästeCard „Urlaubsregion St. Englmar“)?*

- Ja, und zwar

- Nein, weil

14) *Über welche Kanäle bewerben Sie Ihr Angebot?*

- Eigene Website
- Website Mitterfels
- Website St. Englmar
- Website Bayerischer Wald
- Busunternehmen
- Veranstalter
- Krankenkasse
- Versicherungsträger
- Andere:

15) *Wie benoten Sie den touristischen Teil der offiziellen Website von Markt Mitterfels www.mitterfels.de? Bitte ankreuzen.*

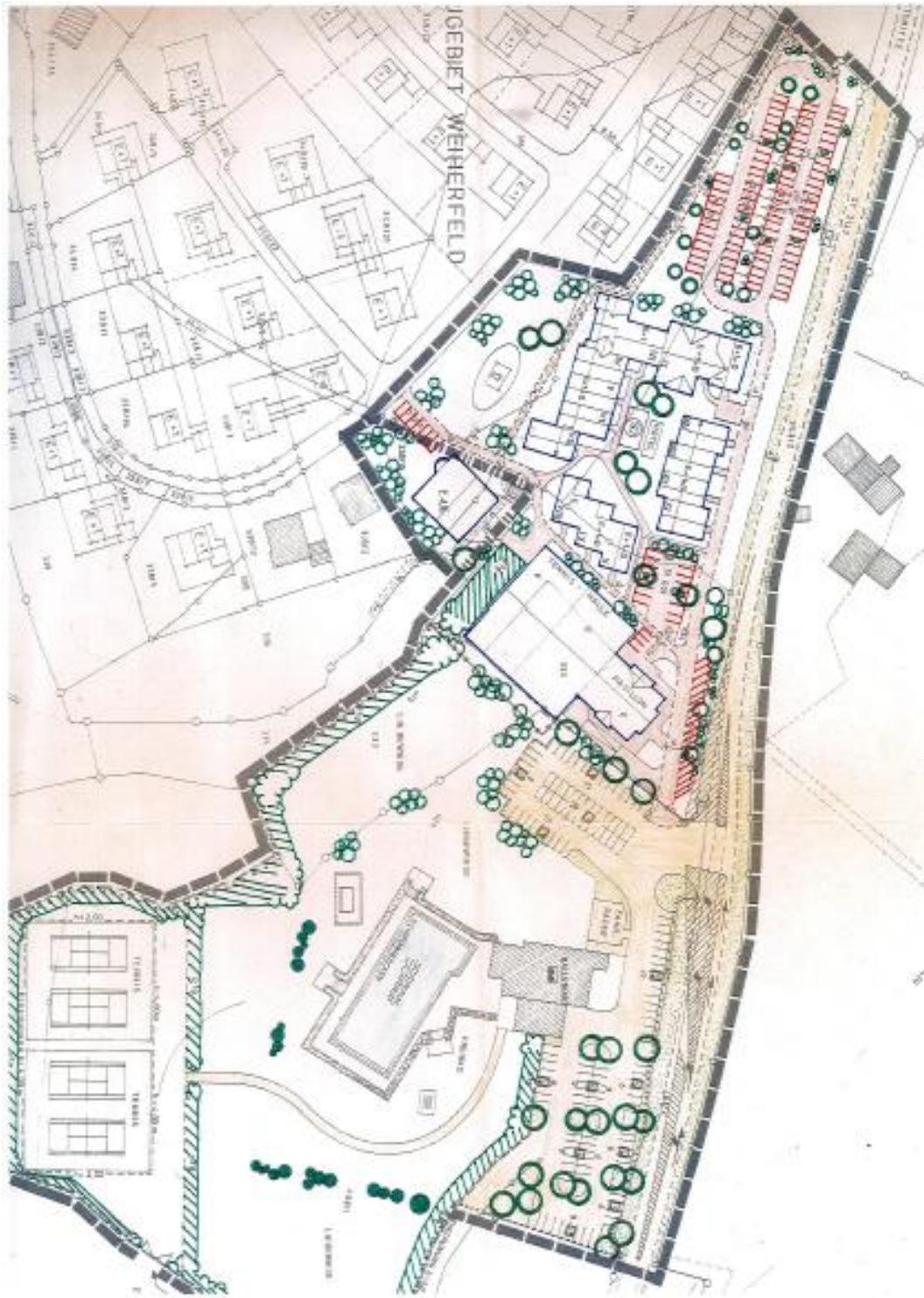
(1=sehr gut, 6=ungenügend)

	1	2	3	4	5	6
Übersichtlich						
Vollständig						
Ansprechend						
Aktuell						

Weitere Anmerkungen zur Website: _____

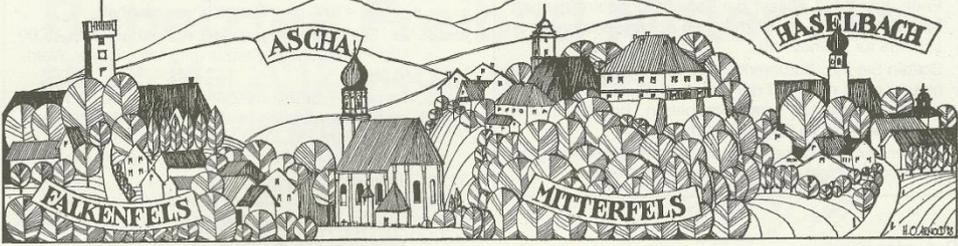
16) Ihre Anregung, um den Tourismus in Mitterfels anzukurbeln:

Anlage 2: Grundriss Mondi-Holiday Hotel und Bad



Anlage 3: Gemeinde-Bote

B 2715 D



GEMEINDE-BOTE

**Gemeinsames Amts- und Mitteilungsblatt
der Verwaltungsgemeinschaft Mitterfels**
(Mitgliedsgemeinden: Mitterfels, Haselbach, Ascha, Falkenfels)
und der Schulverbände Mitterfels-Haselbach und Ascha-Falkenfels

Jahrgang 35 Mittwoch, 16. Mai 2012 Nr. 10

*„Die Dankbarkeit ist von allen Tugenden
am meisten zu loben.“*

Giovanni Boccaccio



Mitterfels

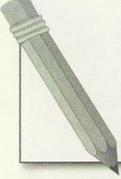
Den „Fels“ ins Rollen bringen

Ihre Meinung ist gefragt!

In den kommenden Tagen erhalten ausgewählte, in Mitterfels ansässige Betriebe einen Fragebogen zum Thema „Tourismus in Mitterfels“. Dieser wurde von Studenten des Studiengangs Tourismusmanagement der Hochschule Deggendorf in Zusammenarbeit mit dem Markt Mitterfels entwickelt. Er dient der touristischen Analyse des Marktes und soll zur Steigerung der Gästezahlen beitragen.

Helfen Sie mit, den Markt für Gäste attraktiver zu gestalten!

*Vielen Dank für
Ihre Unterstützung!*



Anlage 4: Datei „Situationsanalyse Mitterfels.xlsx“

Anlage 5: Datei „Auswertung Fragebögen.xlsx“

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorstehende Studienarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe.

Deggendorf, den 10. Juli 2012

Kathrin Bauer

Verena Dittel

Tanja Jeschke

Daniel Kainz

Sandra Kolb