universität innsbruck

Institut für Sportwissenschaft



© Alpenwelt Karwendel | André Alexander@formgestalter

Stärkung der Nebensaison durch sporttouristische Angebote in der Alpenwelt Karwendel

Ein Forschungsprojekt des Instituts für Sportwissenschaft der Universität Innsbruck

Kooperationspartner Alpenwelt Karwendel Mittenwald Krün Wallgau Tourismus GmbH

Fördergeber Bayerisches Zentrum für Tourismus

Projektlaufzeit Dezember 2025 – November 2026

Bayerisches Zentrum für Tourismus

MITTENWALD KRÜN WALLGAU ALPENWELT KARWENDEL

universität innsbruck
Institut für Sportwissenschaft

Inhaltsverzeichnis

01 – Ausgangslage 4

Herausforderungen für den Tourismus im bayerischen Alpenraum 4

Die Beispielregion Alpenwelt Karwendel 4

Tourismus im Jahresverlauf 5

02 – Das Projekt 6

Was das Projekt langfristig erreichen will 6

Projektaufbau und Erhebungen 7

03 – Sicht der regionalen Akteur:innen 8

Potenziale und Herausforderungen 8

04 – Was Gäste vor Ort erleben 10

Reisemotive, Aktivitäten und Gästeerfahrungen 10

Aufenthaltsdauer befragter Gäste 11

Verteilung der Altersgruppen 11

05 – Was die Online-Befragung zeigt 12

Wann und warum verreisen die Befragten? 12

Die fünf wichtigsten Angebote 13

Was ist Gästen bei einem Aufenthalt in der Nebensaison wichtig? 14

Außenwahrnehmung der Alpenwelt Karwendel 15

06 – Vom Befund zum nächsten Schritt 16

Zwei Perspektiven – gemeinsame Stärken, teils unterschiedliche Prioritäten 16

Vier Zielgruppen, unterschiedliche Ansatzpunkte 16

07 – Übertragbarkeit auf andere Destinationen 19

Vier Fragen, vier Ansatzpunkte für die Praxis 19

Über das Projekt 20

Projektteam & Mitarbeitende 20



© Alpenwelt Karwendel | Wolfgang Ehn

Inhalte

01 – Ausgangslage

Herausforderungen für den Tourismus im bayerischen Alpenraum

Klimawandel

Unsichere Schneebedingungen, sich verändernde Saisonen[1]

Reiseverhalten

Kurzreisen und mehrere Urlaube im Jahr gewinnen an Bedeutung[2]

Demografischer Wandel

Alternde Gästestruktur, teils höhere Ansprüche an Komfort und Gesundheit[3]

Fachkräftemangel

Saisonale Beschäftigung erschwert es, Personal langfristig zu halten[4]

[1] *Steiger et al. (2023)*
[2] *Schmücker et al. (2025)*
[3] *Hu et al. (2023), Reintinger et al. (2016)*
[4] *Rahimić et al. (2019)*

Mittenwald, Krün und Wallgau liegen zwischen 866 m & 912 m.

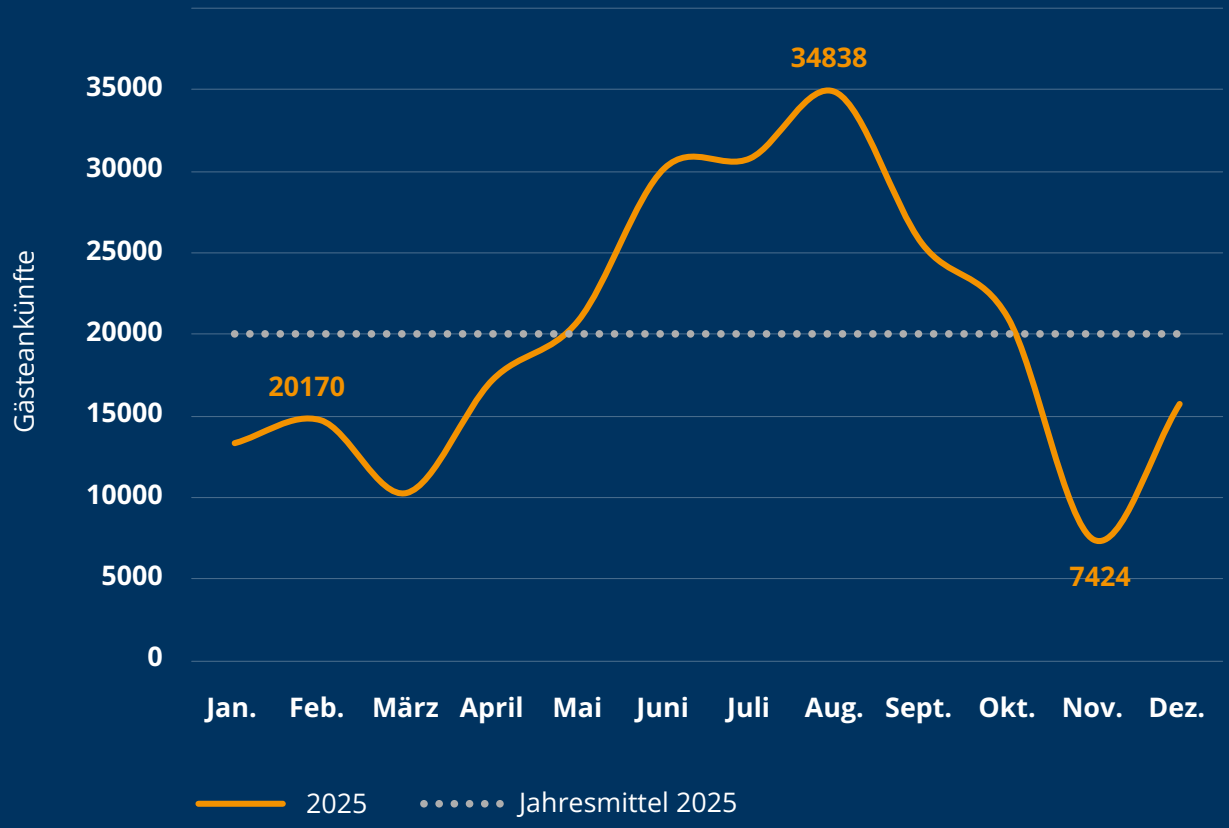
Die Beispielregion Alpenwelt Karwendel

Zwischen starken Sommermonaten und ungenutzten Übergangszeiten

Die Alpenwelt Karwendel mit Mittenwald, Krün und Wallgau verfügt über **vielfältige Voraussetzungen für Urlaub** in den Bergen. Besonders im Frühjahr und Herbst bleiben vorhandene Kapazitäten teilweise jedoch ungenutzt.

Eine stärkere Ausrichtung auf die Übergangszeiten könnte helfen, touristische Aktivitäten gleichmäßiger über das Jahr zu verteilen.

Tourismus im Jahresverlauf



Monatliche Gästeankünfte in der Alpenwelt Karwendel (Mittenwald, Krün und Wallgau) 2025. Die saisonalen Schwankungen verdeutlichen die starke Bedeutung der Sommermonate und die geringere touristische Nachfrage in den Übergangszeiten.

1,1 Mio. Übernachtungen *

43,5 % durchschn. Auslastung *

88 % Gäste aus dem Inland *

44 % der Gäste zwischen 51 und 70 Jahren *

** Alle Zahlen beziehen sich auf die Regionalstatistik 2025*

02 – Das Projekt

Das Institut für Sportwissenschaft der Universität Innsbruck hat untersucht, wie sich die Nebensaison in der Alpenwelt Karwendel mit Sport- und Gesundheitsangeboten stärken lässt. **Drei aufeinander aufbauende Phasen** verbinden die Sicht von regionalen Anbieter:innen mit der Sicht der Gäste und übersetzen beides in gemeinsame Ideen für die Region.

Projektlaufzeit: Dezember 2025 – November 2026

Was das Projekt langfristig erreichen will

Mehr als nur Hauptsaison

Potenziale für einen attraktiven Ganzjahrestourismus erschließen und saisonale Abhängigkeiten verringern.

Zukunftsfähig trotz Wandel

Perspektiven schaffen für einen Tourismus, der auf klimatische und gesellschaftliche Veränderungen reagieren kann.

Eine Region, viele Möglichkeiten

Sport-, Gesundheits- und Erholungsangebote als gemeinsame Chance für regionale Betriebe und Gäste herausarbeiten.


© Alpenwelt Karwendel | Pierre Johne

Projektaufbau und Erhebungen

Februar – Mai 2026
Angebotsseite

Leitfadeninterviews mit Akteur:innen aus Beherbergung, Gastronomie, Outdoor-Sport, Naturschutz, Tourismusorganisationen, Gemeinde, Finanzgebung und Transport

18 Stakeholder:innen in 15 Interviews

April – August 2026
Nachfrageseite

Kurzinterviews mit Gästen vor Ort im Frühjahr und Sommer sowie eine Online-Befragung aktueller und potenzieller Gäste.

46 Kurzinterviews mit Gästen
554 vollständige Fragebögen

Oktober 2026
Gemeinsame Diskussion

In einem regionalen Workshop wurden Erkenntnisse aufgegriffen und zielgruppenspezifische Entwicklungsansätze diskutiert.

14 Teilnehmende

03 – Sicht der regionalen Akteur:innen

Ziel: Potenziale und Herausforderungen für die Stärkung der Nebensaison sowie bestehende Kooperationen und gegenseitige Abhängigkeiten regionaler Akteur:innen untersuchen.

Ergebnisse

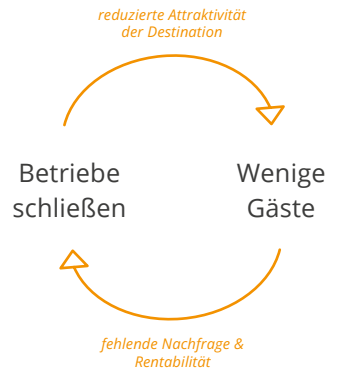
Natur & Klima

- Ganzjährig tragfähige Ressource, Ruhe und Erholung
- Bewegungsmöglichkeiten für alle Leistungsniveaus
- Schnee- und Wetterunsicherheit
- Ausbau begrenzt durch Naturschutz

Bewegungs- & Gesundheitsangebote

- Zugänglichkeit der Natur durch Rad- und Wanderwege sowie Bergbahnen
- Anspruchsvolle Bergtouren aufgrund alpiner Lage & Witterung eingeschränkt
- Fehlende wetterunabhängige Angebote
- Potenzial für die Nebensaison: Pakete, die Bewegung, Gesundheit, Kulinarik & Kultur verbinden

Das Henne-Ei-Problem



Reiseverhalten & buchbares Angebot

- Kurzaufenthalte stellen unverhältnismäßigen Aufwand für Ferienwohnungen dar
- Ganzjahresbetrieb rechnet sich insbesondere für kleine Betriebe oft nicht
- Potenzial: Ergänzende Hotelangebote für flexible Kurzaufenthalte und Wellnessurlaub

Zusammenarbeit & Abhängigkeit

- Vertrauen, informeller Austausch
- Teils gemeinsame Vermarktung und Produktentwicklung
- Fehlende übergeordnete Steuerung in Bezug auf Öffnungszeiten der Gastronomie
- Teils Widerstand gegen Veränderung

11 von 13

Befragte sehen ihren Erfolg in der Nebensaison von der Gastronomie abhängig

„Da braucht es mehr Zusammenarbeit. Ich brauche Betriebe, ich brauche das Segment Kulinarik […]. Wenn der Gast anreist und nirgendwo zum Essen gehen kann außer jeden Tag beim Döner Mo oder in der Alpenrose, funktioniert es nicht.“ — Outdoor-Sportanbieter:in

!!

Weniger Gäste erschweren den Betrieb – geschlossene Angebote erschweren die Gästegewinnung.

Wunsch auf Anbieter:innenseite: bessere Abstimmung, gemeinsam getragene, vorausschauende Strategie für die Nebensaison

> „Naturerlebnisse sind das Aushängeschild der Region, was sie zugleich stark vom Wetter abhängig macht.

04 – Was Gäste vor Ort erleben

Ziel: Reisemotive, Aktivitäten und Gästeerfahrungen in der Haupt- und Nebensaison vergleichen sowie Zufriedenheit und wahrgenommene Einschränkungen vor Ort erfassen.

Ergebnisse

Nebensaison *29 Interviews – April/Mai*

Motiv: Ruhe und Erholung abseits der Massen

Flexibel bei Wetter und Angebot, Verständnis für Schließungen

Hauptsaison *17 Interviews – Juli*

Motiv: Sport und Naturerlebnis

Reisezeit bedingt durch Familie & Beruf, Klima für sportliche Aktivitäten, Verfügbarkeit von Angebot, Gewohnheit

In beiden Saisonen

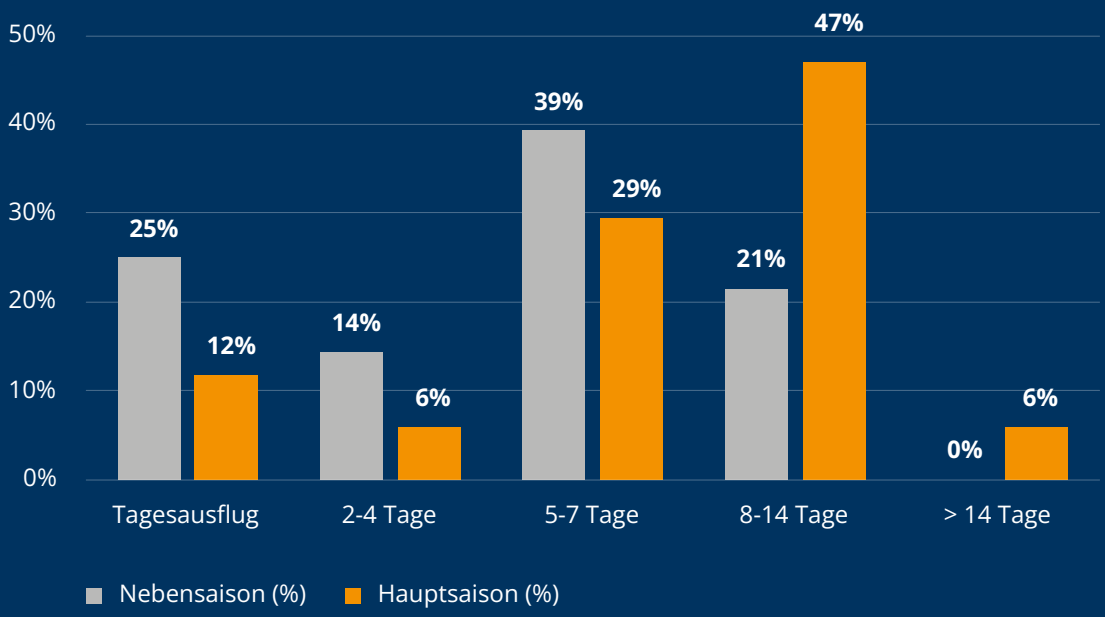
Hohe Gesamtzufriedenheit mit Bewegungsmöglichkeiten & Atmosphäre; hohe Wiederkehr-Absicht

Hürden in der Nebensaison

- Geschlossene Ausflugs-Hütten und Gastronomie im Ort
- Geschlossene Bergbahnen
- Lücken im öffentlichen Verkehrsnetz

Die größte Barriere ist oft die **fehlende Information zu Öffnungszeiten**, nicht das fehlende Angebot selbst.

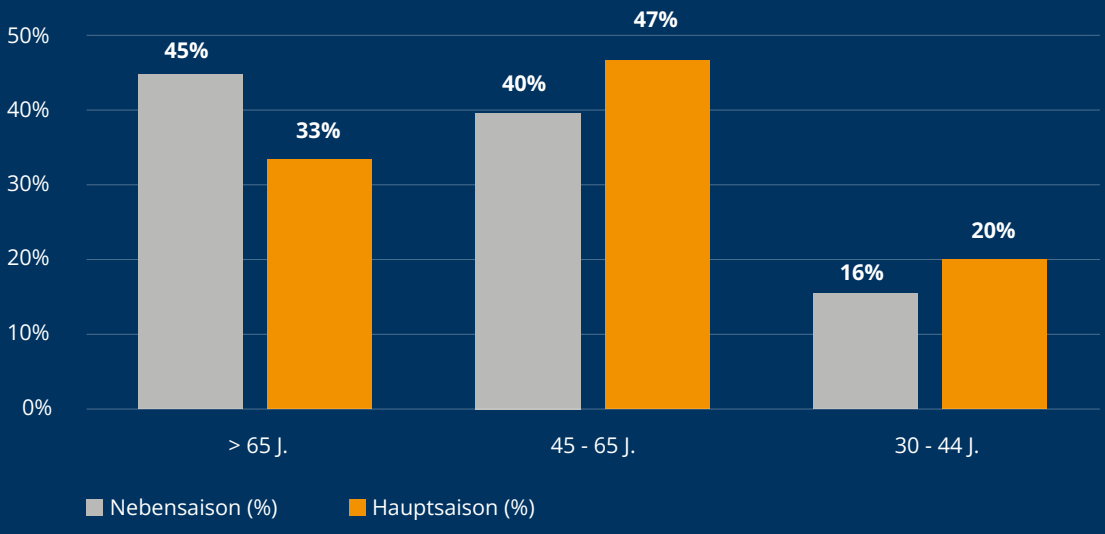
Aufenthaltsdauer befragter Gäste



Prozentuale Verteilung der Aufenthaltsdauer der befragten Gäste in der Neben- und Hauptsaison der Alpenwelt Karwendel.

Nebensaison: n = 29; Hauptsaison: n = 17

Verteilung der Altersgruppen



Alter der vor Ort befragten Gäste in Haupt- und Nebensaison.

05 – Was die Online-Befragung zeigt

Ziel: Reisemotive, Bedürfnisse, Präferenzen sowie mögliche Hürden für einen Urlaubsaufenthalt in der Nebensaison untersuchen – möglichst auch aus der Perspektive potenzieller Gäste, die bislang nicht in der Nebensaison in die Berge reisen.

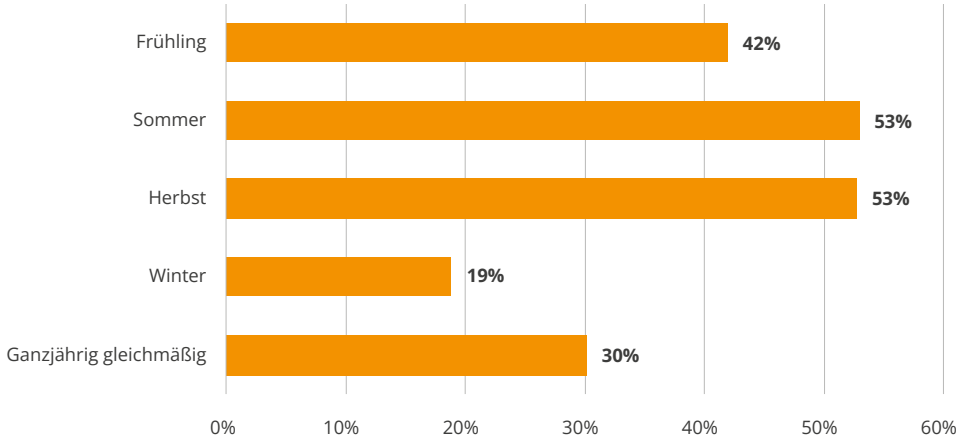
544 befragte Personen

52 Jahre Durchschnittsalter

83,9 % schon einmal zu Gast in der Alpenwelt Karwendel

70,4 % kennen Bergurlaub in der Nebensaison

Wann und warum verreisen die Befragten?



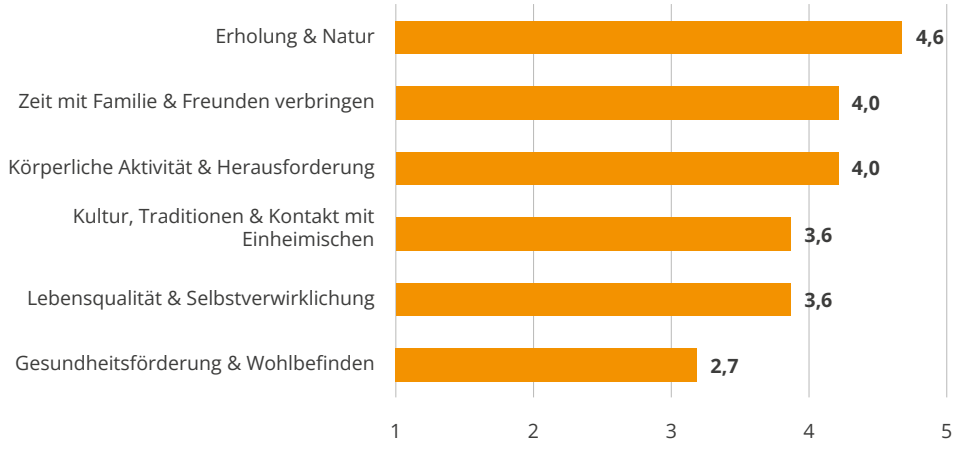
Gewöhnliche Reisezeit

Jahreszeiten, in denen die Befragten üblicherweise verreisen (Mehrfachnennungen waren möglich). Der Herbst wurde ebenso häufig wie der Sommer genannt, auch der Frühling spielt eine bedeutende Rolle. Die Angaben beziehen sich auf das allgemeine Reiseverhalten und lassen daher keine Rückschlüsse auf die besuchten Destinationen zu.


© Alpenwelt Karwendel | Maximilian Ziegler

Die fünf wichtigsten Angebote

- **Gute Beschilderung**
- **Offene Almen & Hütten**
- **Rad- & Wanderwege**
- **Gute Erreichbarkeit**
- **Gastronomie im Ort**

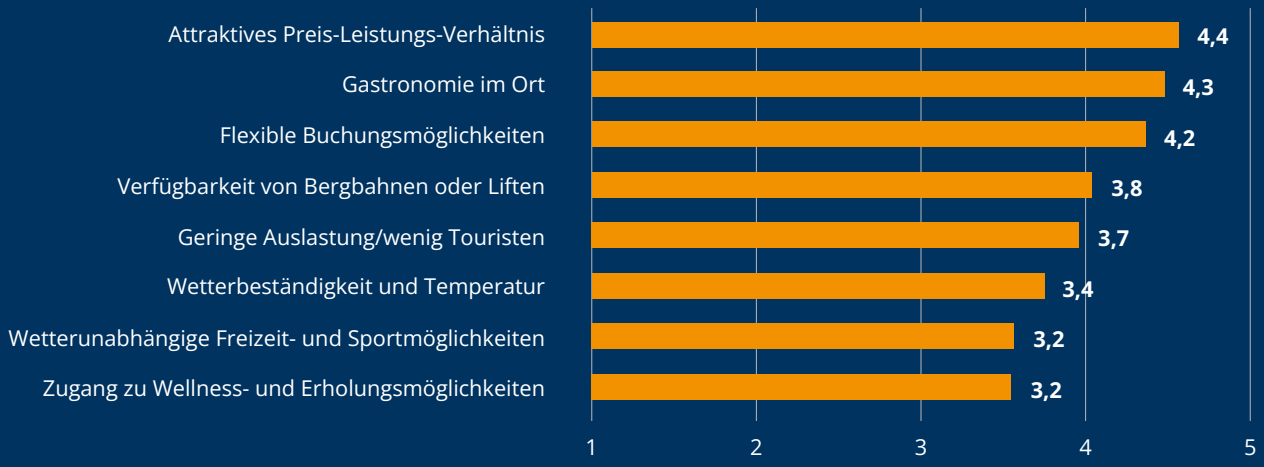


Reisemotive

Bedeutung verschiedener Reisemotive im Online-Fragebogen. Dargestellt sind Mittelwerte auf einer Skala von von 1 bis 5.

1 = trifft überhaupt nicht zu, 5 = trifft voll und ganz zu

Was ist Gästen bei einem Aufenthalt in der Nebensaison wichtig?



Bedeutung ausgewählter infrastruktureller Angebote, touristischer Dienstleistungen und allgemeiner Reisepräferenzen für die befragten Personen. Dargestellt sind Mittelwerte auf einer Skala von 1 bis 5.

1 = überhaupt nicht wichtig, 5 = sehr wichtig

Die Abbildung verdeutlicht den **hohen Stellenwert von Basisfaktoren wie Preis, Gastronomie und Buchungsmöglichkeiten** bei Gästen im Vergleich zu den niedriger bewerteten wetterunabhängigen Freizeitangeboten, deren Wichtigkeit v. a. auf Angebotsseite stark wahrgenommen wird.

Weitere beliebte Aktivitäten

- Schwimmen/Baden (Indoor & Outdoor)
- Natur- & Erlebnisführungen
- E-Bike fahren

Besonders gefragte Basisaktivitäten

- Leichtes Wandern
- Spazieren in der Natur

!!

Natur und Bewegung stehen im Mittelpunkt – eine **verlässliche Infrastruktur** bildet die Grundlage.

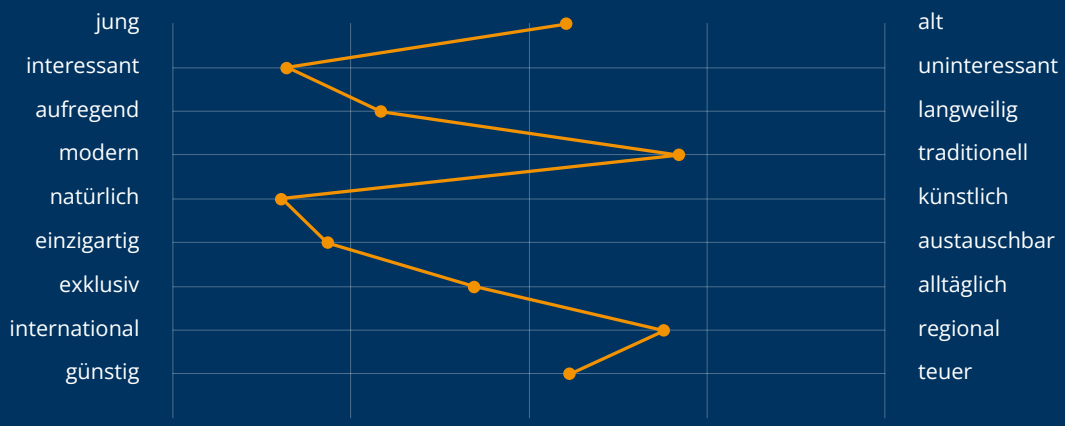
Außenwahrnehmung der Alpenwelt Karwendel

Die Tourismusdestination Alpenwelt Karwendel …



Bewertung der Alpenwelt Karwendel anhand verschiedener Dimensionen **der wahrgenommenen Coolness.** Dargestellt sind Mittelwerte, wobei eine weiter außen liegende Position, und damit höhere Werte eine stärkere Zustimmung ausdrücken.

Welches Image hat die Alpenwelt Karwendel?



Wahrnehmung der Alpenwelt Karwendel anhand **gegensätzlicher Eigenschaftspaare.** Dargestellt sind die durchschnittlichen Bewertungen der befragten Personen.

06 – Vom Befund zum nächsten Schritt

Zwei Perspektiven – gemeinsame Stärken, teils unterschiedliche Prioritäten

Die Alpenwelt Karwendel verfügt bereits über wesentliche Stärken für den Tourismus außerhalb der Hauptsaison. Ihr Potenzial lässt sich jedoch nur begrenzt ausschöpfen, wenn Leistungen nicht aufeinander abgestimmt sind. Deshalb lohnt sich ein Blick auf das **Zusammenspiel zwischen Nachfrage, wirtschaftlicher Tragfähigkeit und Verfügbarkeit touristischer Angebote.**

Natur & Ruhe als gemeinsame Stärke

Vielfältige Bewegungsmöglichkeiten und Erholung abseits der Hauptsaison werden auf Angebots- und Nachfrageseite geschätzt.

Gastronomie als Schlüsselangebot

Für Gäste wichtig, für Betriebe mitentscheidend – saisonale Schließungen betreffen die gesamte Region.

Wetterunabhängige Angebote unterschiedlich gewichtet

Von Anbieter:innen als wichtigstes Potenzial gesehen, für befragte Gäste gegenüber der Basisinfrastruktur nachrangig.

Vier Zielgruppen, unterschiedliche Ansatzpunkte

Im abschließenden Workshop diskutierten 14 regionale Akteur:innen die Projektergebnisse und mögliche Ansätze zur Stärkung der Nebensaison.

Um dabei nicht nur bestehende Stammgäste in den Blick zu nehmen, dienten vier aus der Online-Befragung abgeleitete Zielgruppenprofile als Diskussionsgrundlage. Für diese wurden bestehende Angebote reflektiert und mögliche Weiterentwicklungen erarbeitet.

eher älter

Niederschwellig naturorientiert

„Natur erleben und einfach aktiv sein“

Motiv: Erholung und Natur

Leichtes Wandern · Spazieren

Was ist dieser Gruppe wichtig?

- Hohe Relevanz von Basisinfrastruktur und Wegen
- Wenig Zusatzangebote nötig

Mögliche Hürde: körperliche Einschränkungen

Ansatzpunkte

→ Ausflugsziele durch Wanderbusse und flexible Shuttleangebote leicht erreichbar machen

→ Saisonübergreifende Nutzung der Liftanlagen am Kranzberg

Gesundheitsorientiert, moderat aktiv

„Aktiv ja, aber sanft und gut begleitet“

Motiv: Gesundheit, Wellness & Erholung

Schwimmen · Yoga/Pilates · Natur- & Erlebnisführungen

Was ist dieser Gruppe wichtig?

- Geführte Kurse/Angebote
- Fokus auf regenerative Aktivitäten

Mögliche Hürde: Unsicherheit über Passung von Angeboten zu eigener Fitness

Ansatzpunkte

→ Externer Zugang zu Wellness auch ohne Hotelübernachtung

→ Barrierearme Unterkünfte und Freizeitangebote für unterschiedliche körperliche Voraussetzungen

Selbstständig, Bergsport-orientiert aktiv

„Gute Bedingungen, wenig Betrieb, selbstständig loslegen“

Motiv: sportliche Aktivität

Bergsteigen · Klettersteig · Schwimmen (Outdoor)

Was ist dieser Gruppe wichtig?

- Wunsch nach geringer Auslastung
- Wenig Interesse an geführtem Angebot

Ansatzpunkte

→ Geeignete Nebensaison-Touren mit aktuellen Informationen zur Begehbarkeit bereitstellen

→ Sichere Aufbewahrungsmöglichkeiten und Reparaturservice für Sportausrüstung

Vielseitig aktiv

„Je mehr Möglichkeiten, desto besser – idealerweise auch bei wechselndem Wetter“

Motiv: sportliche Aktivität

Leichtes Wandern · Schwimmen · Sommerrodeln

Was ist dieser Gruppe wichtig?

- Angebotsbreite
- Wetterunabhängige Möglichkeiten

Mögliche Hürde: zeitliche Gebundenheit, fehlende Info über Angebote der Nebensaison

Ansatzpunkte

→ Sport-, Kultur- und Wellnessangebote flexibel kombinieren und vernetzen

→ Wetterunabhängige Aktivitäten durch Kooperationen mit Unterkünften ermöglichen

eher jünger

eher männlich — *eher weiblich*

Trotz der unterschiedlichen Bedürfnisse zeigte sich in den Diskussionen, dass viele Herausforderungen mehrere Zielgruppen gleichermaßen betreffen.

Insbesondere drei Themen wurden wiederholt als **zentrale Ansatzpunkte für die Weiterentwicklung** der Nebensaison aufgegriffen:

→ Verlässliche Öffnungszeiten – **gemeinsam koordiniert**

Öffnungszeiten von Gastronomie und Bergbahnen regionsweit abstimmen

→ Bestehende Angebote **besser vernetzen**

Tageszugänge für Wellness, eine attraktive Gästekarte und Angebote der Umgebung mitbewerben

→ Flexibilität **in der Buchung**

Flexible Kurzaufenthalte und unkomplizierte Online-Buchungsmöglichkeiten insbesondere für die Ansprache neuer Gäste



!!

Das Potenzial ist vorhanden – entscheidend sind **Zusammenarbeit**, Verfügbarkeit und eine **bessere Nutzung bestehender Angebote.**

07 – Übertragbarkeit auf andere Destinationen

Viele bayerische Alpenregionen stehen aktuell vor ähnlichen Herausforderungen. Zu Beginn sollte daher die Frage stehen, was mit der Stärkung der Nebensaison erreicht werden soll und welche Möglichkeiten vor Ort bestehen. Statt einer ganzjährigen Auslastung kann auch die gezielte Belebung einzelner Zeiträume ein sinnvoller erster Schritt sein.

Aus den Erfahrungen in der Alpenwelt Karwendel lassen sich vier Fragen und Empfehlungen für die eigene Destinationsentwicklung ableiten.

Vier Fragen, vier Ansatzpunkte für die Praxis

01

Wen erreichen wir bisher (nicht)?

Neben den Bedürfnissen bestehender Gäste sollten auch jene potenzieller Gäste berücksichtigt werden, die bislang nicht in der Nebensaison verreisen. Ihre Reisemotive und möglichen Hürden können wichtige Hinweise für die Angebotsgestaltung und Vermarktung liefern.

02

Passt das Angebot zu Reiseverhalten und Zielgruppe?

Kürzere Reisen und spontane Buchungen stellen neue Anforderungen an die Beherbergung. Destinationen sollten prüfen, ob ihre Unterkunftsangebote, Buchungsmöglichkeiten und Öffnungszeiten zu den gewünschten Zielgruppen passen.

03

Braucht die Destination mehr Angebot?

Bevor in neue Infrastruktur investiert wird, sollte geprüft werden, welche Angebote bereits vorhanden sind und wie diese besser genutzt werden können. Dabei lohnt sich auch der Blick über die eigenen Regionsgrenzen hinaus – vorausgesetzt, die Erreichbarkeit ist gewährleistet.

04

Wo braucht es mehr Zusammenarbeit?

Entscheidend ist nicht nur, wer bereits kooperiert, sondern auch, welche Betriebe voneinander abhängig sind. Gerade bei Gastronomie und Freizeitangeboten können abgestimmte Öffnungszeiten und gemeinsame Planungen helfen, Versorgungslücken in der Nebensaison zu reduzieren.

Über das Projekt

Das Forschungsprojekt wurde vom Institut für Sportwissenschaft der Universität Innsbruck in Kooperation mit der Alpenwelt Karwendel Mittenwald Krün Wallgau Tourismus GmbH durchgeführt und vom Bayerischen Zentrum für Tourismus gefördert.

Es kombinierte qualitative Interviews, eine quantitative Online-Befragung und einen partizipativen Workshop. **Die Ergebnisse dienen als Grundlage für weitere Diskussionen und eine evidenzinformierte Tourismusentwicklung.**

Projektteam & Mitarbeitende

Daniela Lux, MSc daniela.lux@uibk.ac.at

Stefanie Schöttl, PhD stefanie.schoettl@uibk.ac.at

Lukas Graiff, MSc

Robin Schoenholtz, BA

Larissa Wendling, BA

Univ.-Prof. Martin Schnitzer, PhD

MMMag. Elisabeth Happ, PhD (Projektleitung) elisabeth.happ@uibk.ac.at

Quellenangaben

Schmücker et al. (2025). Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen.
https://doi.org/10.60810/openumwelt-7920

Hu et al. (2023). The role of tourism in healthy aging: An interdisciplinary literature review and conceptual model.
https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.07.013

Rahimić et al. (2019). Seasonal Employment in Tourism Organizations as a Challenge for Human Resource Management.
https://doi.org/10.20867/tosee.05.55

Reintinger et al. (2016). Simulating changes in tourism demand: a case study of two German regions.
https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1169312

Steiger et al. (2023). Seasonality matters: simulating the impacts of climate change on winter tourism demand.
https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2097861

Bayerisches Zentrum für Tourismus

MITTENWALD KRÜN WALLGAU ALPENWELT KARWENDEL



Hinweis: Der ausführliche Forschungsbericht mit vertiefenden Ergebnissen und Analysen wird nach Projektabschluss auf der Website des Bayerischen Zentrums für Tourismus (BZT) veröffentlicht: www.bzt.bayern

Fotocredits

Seite 01 © Alpenwelt Karwendel | André Alexander@formgestalter
Seite 03 © Alpenwelt Karwendel | Wolfgang Ehn
Seite 07 © Alpenwelt Karwendel | Pierre Johne
Seite 13 © Alpenwelt Karwendel | Maximilian Ziegler
Seite 21 © Alpenwelt Karwendel | Wera Tuma
Seite 22 © Alpenwelt Karwendel | Pierre Johne

universität innsbruck

Institut für Sportwissenschaft



© Alpenwelt Karwendel | Pierre Johne

Bayerisches Zentrum für Tourismus

MITTENWALD KRÜN WALLGAU
ALPENWELT KARWENDEL