



Bayerische Fernwege e.V.

EINE LIEBESERKLÄRUNG AN EIN BESONDERES DUO

WENN EIN KÖNIG EINE REISE TUT ...

„Ich habe“, so sagte der König unter Anderem, „schon manche schöne Reise in ferne Länder gemacht (...), aber keine, die mir so andauernd innige Befriedigung gewährt hätte wie diese durch meine heimischen Berge und Wälder. (...)
Es gereicht mir zu großer Freude, dass auch Sie sich Alle so gut amüsiert haben“,
schreibt F. von Bodenstedt in seinem Buch „Eine Königreise“.

König Maximilian II. hatte im Sommer des Jahres 1858 eine Reise durch die Bayerischen Alpen unternommen – vom Bodensee nach Berchtesgaden. Einer seiner Begleiter, Friedrich von Bodenstedt, beschrieb anschließend in seinem Buch sehr unterhaltsam die Erlebnisse unterwegs. Meist war der König zu Pferd unterwegs, allerdings bestieg er auch Berge wie den Grünten oder den Wendelstein. Übernachtet wurde in einfachen Gasthöfen aber auch im Schloss Hohenstaufen.

Die Fortbewegungsmittel haben sich mittlerweile weiterentwickelt und Autos, Motorräder, Wohnmobile, Fahrräder und E-Bikes haben die Straßen erobert. Eine Alpenquerung vom Bodensee zum Königssee aber ist immer noch der schönste Weg durch die bayerischen Alpen und die perfekte Alternative zum Hauptverkehrsnetz im südbayerischen Raum – wobei hier die Entdeckung von Langsamkeit und Genuss und weniger die Schnelligkeit im Vordergrund stehen.



Dorf der bayerischen Könige – Hohenschwangau



1 RICHTUNG – 2 WEGE

So hat sich der Verein Bayerische Fernwege e.V. für *individuelle Reisegeschwindigkeiten* zwei besondere Wege auferlegt, das **Erfahren** und **Erradeln** der Alpen für *verschiedenste Zielgruppen* in *unterschiedlichsten Perspektiven* zu eröffnen und die Destination Bayerische Alpen erlebbar zu machen, sowie all ihre Highlights miteinander zu verbinden.



BILDERBUCH MIT 1000 SCHÖNEN SEITEN

Die zwei Routen sind aus dem Wunsch heraus entstanden, die Täler entlang der Alpenkette miteinander zu verbinden; und diese Verbindung zwischen den Orten, Sehenswürdigkeiten und Menschen ist nach wie vor stark und attraktiver denn je. Wie auf einer Perlenkette reihen sich Superlative aneinander und machen die Einzigartigkeit der Alpen und den Schmelztiegel unterschiedlichster bayerischer Regionen, Menschen und Lebensarten sichtbar und erlebbar. Eine Beschreibung der Sehenswürdigkeiten entlang der Routen liest sich wie das Who-is-Who der bayerischen Top-Highlights – bezaubernde Seen, ehrwürdige Berge, charaktervolle Schlösser, traditionsreiche Orte uvm. – und dabei hat man immer die malerischen bayerischen Alpen im Blick; quasi ein Alpenkino der Extraklasse, dessen Film nie endet.



Aufgabe und Ziele:

Auszug aus der Satzung/Beitragsordnung des Bayerische Fernwege e.V.; Stand 2022 § 2 Zweck, Einzugsbereich

(1) Der Verein fördert bayerische Fernwege, insbesondere die touristischen Markenzeichen „Deutsche Alpenstraße“ und „Bodensee-Königssee Radweg“, um den Tourismus in den beteiligten Feriengemeinden und -orten zu stärken und die Übernachtungszahlen zu erhöhen.

(2) Dies soll insbesondere dadurch erfolgen, dass der Verein das Tourismusmarketing seiner Mitglieder bündelt, koordiniert und Gemeinschaftswerbung betreibt. Der Verein will darüber hinaus die Zusammenarbeit der Mitglieder auf dem Gebiet des Tourismus verbessern.

(3) Der Verein erstrebt keinen Gewinn.

Die Geschäftsstelle:

Bayerische Fernwege e.V.
Sparten Deutsche Alpenstraße &
Bodensee-Königssee Radweg
Siedlerstraße 10 | 83714 Miesbach
(betreut durch die Agentur Alpin Consult
www.alpin-consult.de
info@alpin-consult.de | +49 8025 9244 952

Kernaufgaben:

- Tourist-Information ohne Parteiverkehr: Mail- und Telefonanfragen, Prospektversand, Reiseplanung / -vorschläge, Vermittlung und Auskunft
- Stetige Produktentwicklung und -optimierung der Markenstrategie und des Qualitätsmanagements
- Konzipierung, Strategieentwicklung neuer nachhaltiger Maßnahmen / Umsetzung von Kampagnen
- Ausarbeitung und Aktualisierung verschiedenster Medien / PR- & Öffentlichkeitsarbeit; Pressereisen, Famtrips, etc.
- Online-Marketing, Social Media, Webpages, SEO, E- und Print-Marketing Messen, Roadshows, Workshops, Netzwerktreffen

Vorstand und Geschäftsstellenleiter:



Oswald Pehel

(1. Vorsitzender
Bayerische Fernwege e.V. /
Geschäftsführer Tourismus
Oberbayern München e.V.)



Stefan Egenter

(2. Vorsitzender
Bayerische Fernwege e.V. /
Stv. Geschäftsführer
Tourismusverband Allgäu/
Bayerisch-Schwaben e.V.)



Brita Hohenreiter

(Schriftführerin / Kur-
und Tourismusdirektorin
Bad Tölz)



Franz Reil

(Geschäftsführer
Alpin Consult)



Kooperationspartner:

Bayern Tourismus Marketing GmbH / Bayer. Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie / ADAC Südbayern / Ferienstraßen.Info / Bayernnetz für Radler / ADFC





DEUTSCHE ALPENSTRASSE

484 KILOMETER BAYERISCHE ORIGINALE

Die schönsten Plätze Süddeutschlands erfährt man auf der Deutschen Alpenstraße



Sie verbindet die bekanntesten Sehenswürdigkeiten Bayerns miteinander: die Deutsche Alpenstraße. Auf 484 Kilometern verläuft die älteste Ferienstraße Deutschlands von Lindau im Bodensee bis nach Schönau a. Königssee. Auf kaum einer anderen Route kann man Landschaft, Kultur und Geschichte so intensiv erleben.

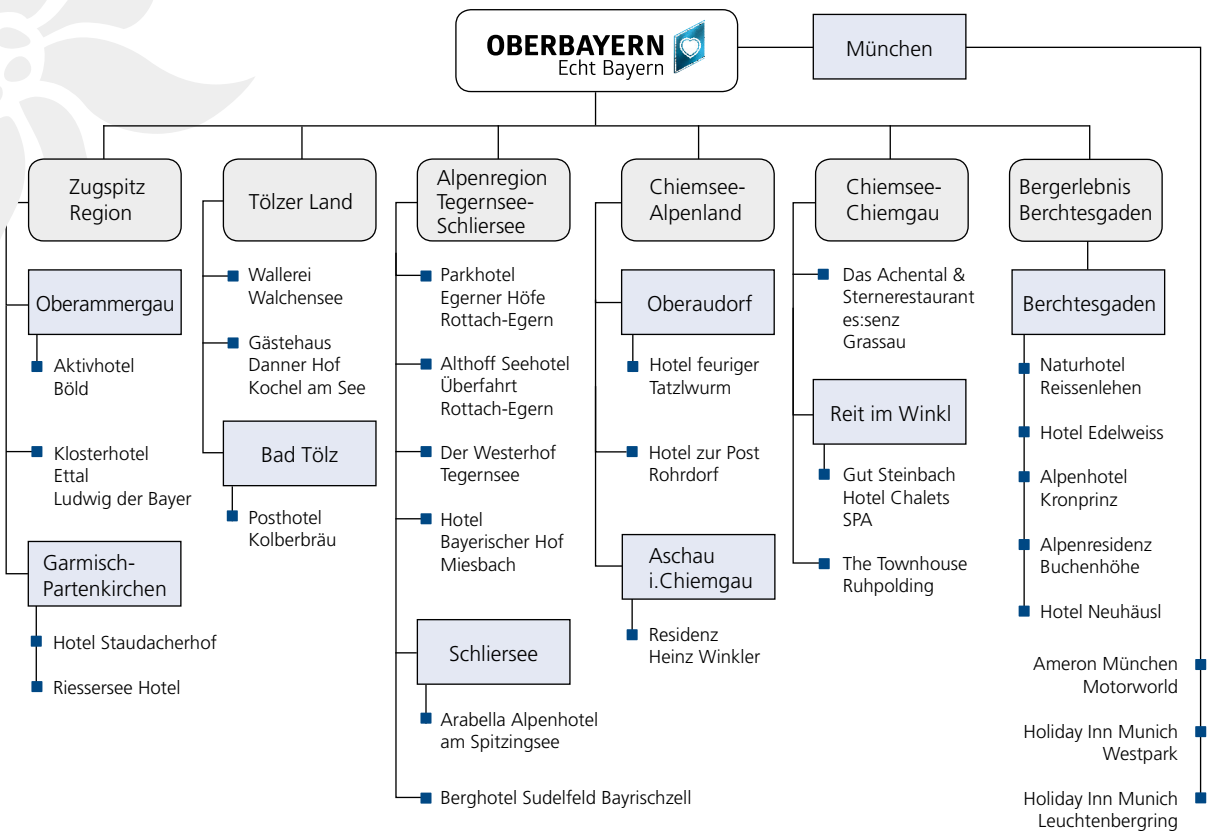
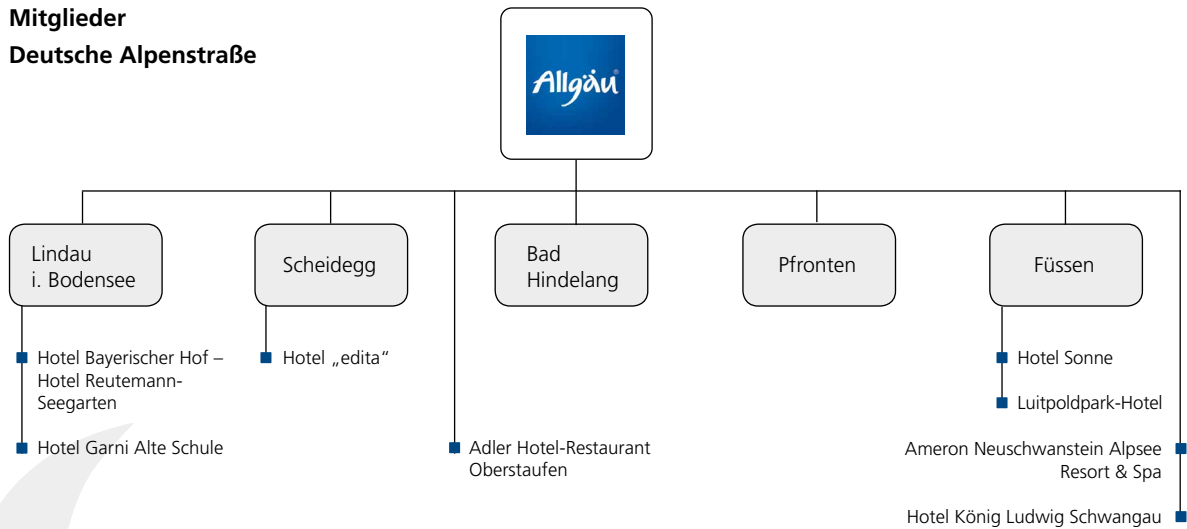
Durch das Allgäu geht es über Scheidegg - eingrahmt von saftgrünen Wiesen – nach Pfronten mit der höchstgelegenen Burgruine Deutschlands und weiter nach Füssen mit dem berühmten Schloss Neuschwanstein. Authentisch präsentiert sich Oberammergau mit seinen Lüftlmalereien und dem Passionstheater. In Garmisch-Partenkirchen lohnt eine Fahrt auf die Zugspitze mit Panoramablick vom höchsten Punkt Deutschlands. Die historische Altstadt von Bad Tölz lädt zum Flanieren und Rottach-Egern zu allerlei kulinarischen Genüssen. Fahrspaß pur bietet die Sudelfeldstraße in Richtung

Oberaudorf. Im Bankerldorf Aschau i. Chiemgau laden 200 Sitzbänke zum Verweilen und Entspannen. Der passende Boxenstopp, bevor es in die Zielgerade geht: in Richtung Reit im Winkl mit der bekannten Winklmoosalm. In Berchtesgaden erlebt man im Salzbergwerk die Geschichte des 500-jährigen Bergbaus, bevor man die Tour mit einer Schifffahrt und dem eindrucksvollen Panorama am Königssee ausklingen lässt.

Seit 2019 findet durch die E-Mobilisierung der Deutschen Alpenstraße eine Transformation zu einem nachhaltigen touristischem Leitprodukt statt.



**Mitglieder
Deutsche Alpenstraße**



Zielgruppe / Kundensegment:

Die Deutsche Alpenstraße bewahrt ihre Stammgäste und spricht darüber hinaus eine **solvente Zielgruppe mit hoher Multiplikator-Wirkung** an, welche sich durch das **Liberal-Intellektuelle Milieu** (nach Sinus-Institut Deutschland) definieren lässt. Die Menschen dieser Milieugruppe der Oberen Mittelschicht/Oberschicht zeichnen sich unter anderem durch folgende Merkmale aus:

- legen Wert auf eine gesunde Umwelt und sind aufgeschlossen gegenüber neuen Entwicklungen
- achten bei Lebensmitteln auf Qualitäts- und Biosiegel und kaufen gezielt Natur- und Bioprodukte
- knapp ein Drittel kann sich vorstellen, ein E-Auto zu kaufen oder fährt dieses bereits
- versuchen im Zuge des Klimawandels auf die Wahl ihres Urlaubsortes zu achten
- sind nicht preissensibel; bereit für Qualität auch Geld auszugeben und verfügen über eine hohe Kaufkraft; mögen Nischenprodukte mit hoher Qualität
- buchen normalerweise keine Pauschalen, sondern suchen selbst nach Inspiration und Information
- verreisen in ihrer Haupturlaubsreise zwar unterdurchschnittlich oft in Deutschland, aber unternehmen zwei bis drei Kurztrips pro Jahr (diese vor allem in Europa; bei passendem Angebot auch gerne in Deutschland)
- sind äußerst anspruchsvoll an die gesamte Servicekette und legen Wert auf ein durchgängiges Qualitätsniveau
- sind i.d.R. zwar keine Stammkunden, aber sie kehren gern zu den schönsten Orten einer Reise zurück (Deutsche Alpenstraße als Inspirationsreise) und geben sehr gern Empfehlungen an Freunde und Bekannte (Multiplikatoren)



Aufenthaltsdauer & Saisonalität:

Um Einzelübernachtungen zu vermeiden, zielt die Kommunikationsstrategie auf mindestens 2 Übernachtungen je Zwischenziel.

Das Bestreben ist es, Gäste länger in der Region zu halten und somit Wertschöpfung über mehrere Orte und Betriebe hinweg zu verteilen und ein entschleunigtes Reiseerlebnis anzubieten. Für die gesamte Deutsche Alpenstraße werden 6-10 Übernachtungen empfohlen.

Um die Sommer-Hauptsaison zu entlasten und da das touristische Angebot im bayerischen Alpenraum 365 Tage im Jahr keine Grenzen kennt, liegt der Fokus im Marketing auf Nebensaisonzeiten und zukünftig auch auf der Wintersaison.

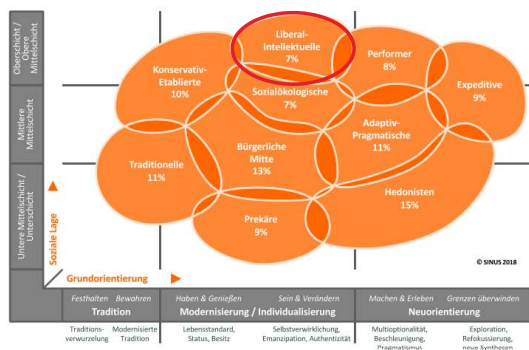
Zielmarkt und Herkunftsländer:

- Vorrangig steht der DACH-Markt als Quellmarkt im Fokus
- Durch direkten Draht über unsere Bavarian Connection USA sprechen wir gezielt vermehrt auch den amerikanischen Reisemarkt an
- Benelux-Länder

Leistungen und Mehrwert bei einer

Mitgliedschaft:

- Vermarktung eines bayerischen Leitprodukts mit internationaler Strahlkraft und einzigartiger Schaufensterfunktion
- Partizipation eines großartigen Netzwerks
- Einbindung in alle Print- und Online-Medien
- Berücksichtigung bei PR-Aktivitäten
- Content-Produktionen in Wort und Bild
- Verortung als relevanter POI



Sinus-Milieus in Deutschland 2018 und für das Leitprodukt Deutsche Alpenstraße

Quelle: Sinus-Institut Deutschland 2018



BODENSEE-KÖNIGSSEE RADWEG

PURES RADVERGNÜGEN AUF 455 KILOMETERN!

Eine sportliche Variante, Südbayerns schönste Sehenswürdigkeiten zu entdecken

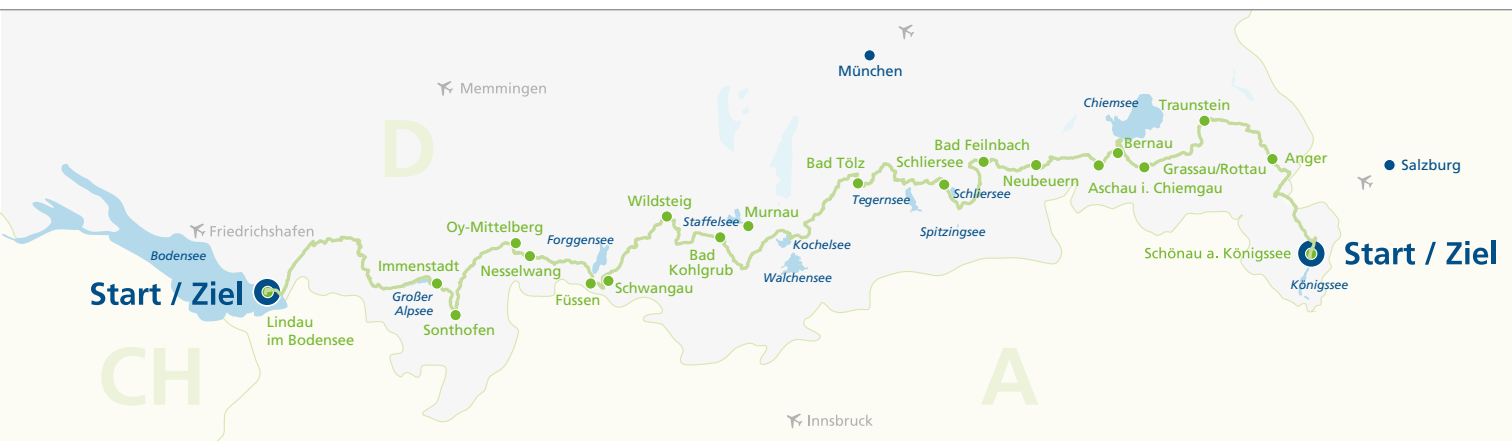


455 Kilometer von Lindau im Bodensee bis nach Schönau a. Königssee – der Bodensee-Königssee Radweg bietet eine sportliche Variante, die grandiose Voralpenlandschaft und ihre weltberühmten Kulturdenkmäler zu entdecken. Immer am Alpennordrand folgend durchquert er die Urlaubsregionen Allgäu und Oberbayern.

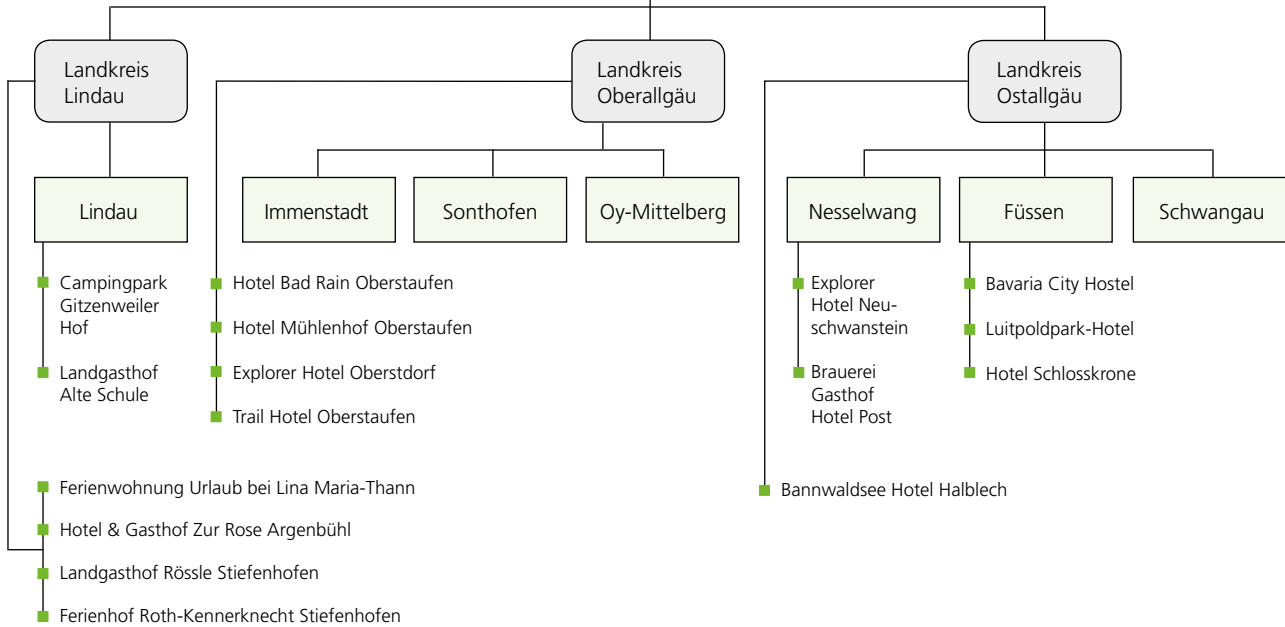
Insgesamt sind knapp 4.000 Höhenmeter zu bewältigen – ein ständiges Auf und Ab, für welches man vielfach belohnt wird: immer wieder tun sich herrliche Panoramablicke auf. Es geht vorbei und – je nach Zeitbudget in – kleine Dörfer, charmante Kleinstädte sowie traditionsreiche Kurorte und Heilbäder. Zahlreiche erfrischende Seen laden zur Abkühlung ein und die kulturellen Highlights Südbayerns werden quasi auf dem Tablett serviert. Gesehen haben muss man die Königsschlösser Ludwigs II., Neuschwanstein und Herrenchiemsee.

Barocke Juwelen wie die Wieskirche oder das Kloster Benediktbeuern liegen am Weg. Die historischen Städte Füssen, Murnau, Bad Tölz und Bad Reichenhall laden zum Bummel durch schmucke Altstädte. Die Themen der Museen und Ausstellungen sind vielfältig: von bäuerlicher Alltagskultur im Freilichtmuseum Glentleiten über Malerei des 20. Jahrhunderts im Franz Marc Museum in Kochel a. See bis zur Entwicklungsgeschichte Süd-Ostbayerns im Naturkunde- und Mammutmuseum in Siegsdorf, hier findet jeder etwas nach seinem Geschmack.

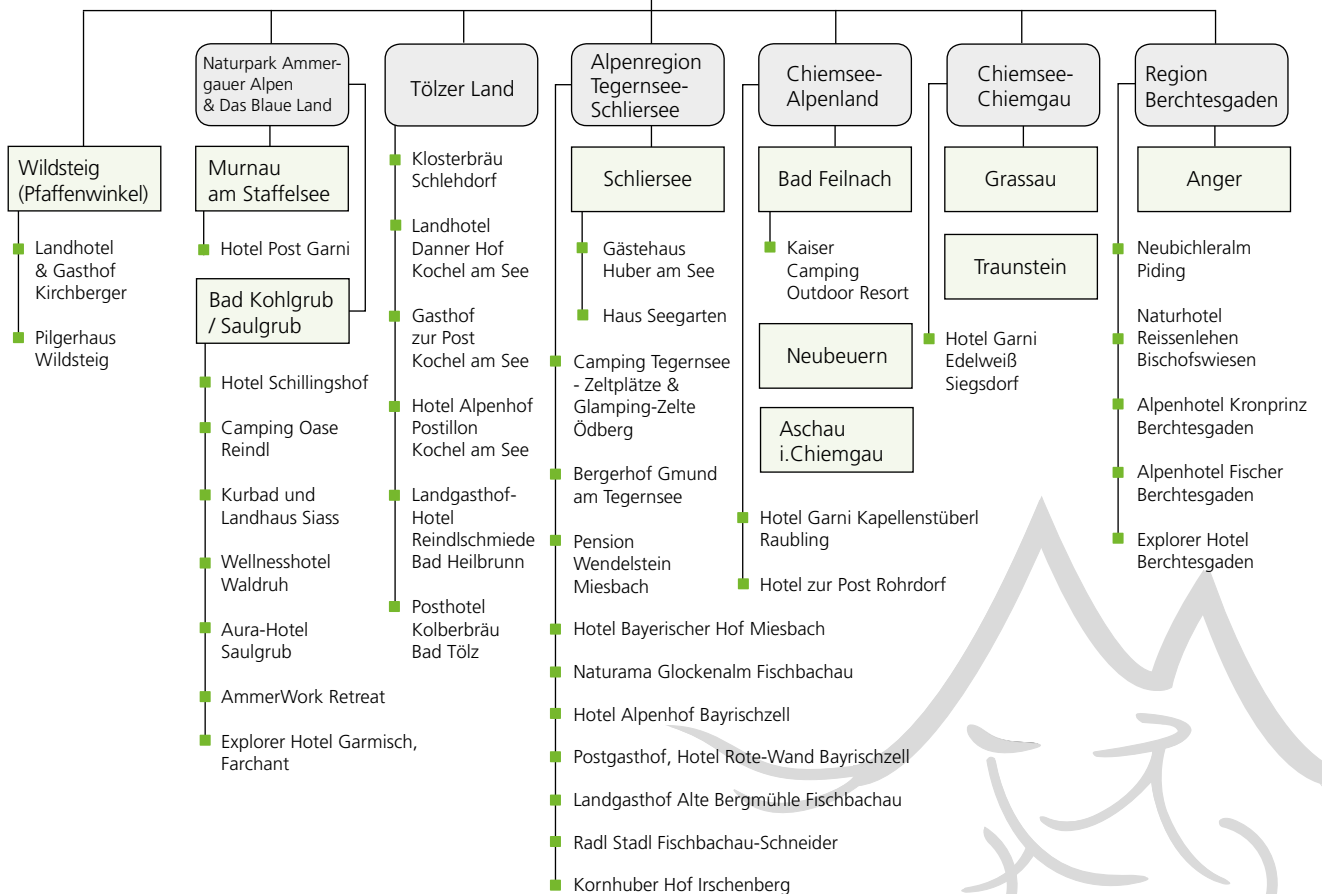
Die Radler fahren auf befestigten Feldwegen oder schwach befahrenen Straßen durch überwiegend hügeliges Gelände des Voralpenlandes. Wegen der teilweise größeren Steigungen und Gefällstrecken ist der Radweg vor allem für sportliche Radfahrer geeignet. Zahlreiche Gastgeber haben sich auf die Bedürfnisse der Radfahrer eingestellt.



Mitglieder
Bodensee-Königssee Radweg



OBERBAYERN
Echt Bayern



Zielgruppe / Kundensegment:

Junge sportliche Paare über aktive Familien und Freundesgruppen bis dynamische Best Ager und naturliebende Einzelreisende.

Radreiseanalyse 2023



Quelle: ADFC Radreiseanalyse 2023

Aufenthaltsdauer & Saisonalität:

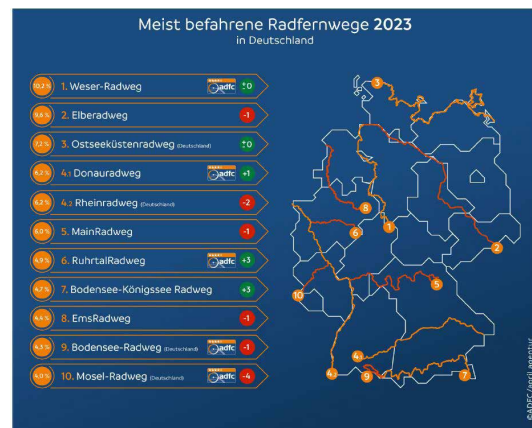
Beim Bodensee-Königssee Radweg lassen sich Einzelübernachtungen nur bedingt vermeiden. Besonders am Start- und Zielpunkt der gewählten Route sind durchaus mehr Übernachtungen möglich. Durch spezielle Angebote wie dem Pilgerradreiseführer werden Potentiale für Mehrtagesübernachtungen geschaffen. Für den gesamten Radweg werden 8-12 Übernachtungen empfohlen. Beim Hauptreisezeitraum ließ sich in den letzten Jahren eine Verschiebung in Richtung Hochsommer beobachten, wodurch der Fokus im Marketing weiter intensiv auf den Nebensaisonen, insbesondere dem Frühjahr und auch Herbst liegt.

Zielmarkt und Herkunftsländer:

- DACH
- Benelux-Länder

Leistungen und Mehrwert bei einer Mitgliedschaft:

- Vermarktung eines bayerischen Leitprodukts mit internationaler Strahlkraft und einzigartiger Schaufensterfunktion
- Partizipation eines großartigen Netzwerks
- Einbindung in alle Print- und Online-Medien
- Berücksichtigung bei PR-Aktivitäten
- Content-Produktionen in Wort und Bild
- Verortung als relevanter POI



Quelle: ADFC Radreiseanalyse 2024



Unsere Vision:

ZU FUSS QUER DER ALPEN

WANDERERLEBNIS PUR - EINE KÖNIGSREISE

Mit der Kutsche und zu Pferd war König Maximilian II von Bayern einst unterwegs, aber eben auch zu Fuß. Dementsprechend liegt es nahe, den bereits sehr gut entwickelten Erlebnisrouten „Deutsche Alpenstraße“ und „Bodensee-Königssee Radweg“ noch eine Route an die Seite zu stellen, die das Entdecken der bayerischen Alpen zu Fuß ermöglicht. Ein Fernwanderweg bzw. Steig durch die bayerischen Alpen spricht den alpin erfahrenen Bergsteiger und Bergwanderer an. Gleichzeitig gilt es, solch eine Route auf das bestehende und

orientierungssichere Bergwanderwegenetz zu legen, höchste Anforderungen an Naturschutz, Besucherlenkung und ÖPNV-Anschluss zu erfüllen, eine große Bandbreite von Unterkünften und Einkehrmöglichkeiten einzubeziehen – kurzum: modellhaft ein umfassend nachhaltiges und naturverträgliches Bergerlebnis zu schaffen. Die Möglichkeiten eines bayerischen Alpensteigs zwischen Bodensee und Königssee sollen in enger und vertrauensvoller Partnerschaft mit den Bergspezialisten des Deutschen Alpenvereins geprüft und entwickelt werden.

