

LMU-Studenten befragen Urlauber

Aktion an der Rastanlage Irschenberg



Die Rastanlage Irschenberg gehört zu den bekanntesten in Deutschland. Foto: privat

Irschenberg Die Rastanlage Irschenberg, für viele Urlauber auf dem Weg in den Süden ein willkommener Zwischenstopp, war Gegenstand einer Befragung von Studenten der Fakultät Wirtschaftsgeographie an der Münch-

ner Ludwig-Maximilians-Universität. Initiiert und betreut wurde die Befragung von der Standortmarketing-Gesellschaft Landkreis Miesbach (SMG). „Für den Landkreis Miesbach ist die Rastanlage ein wichtiges Aushängeschild und Werbeträger“, erklärt SMG-Geschäftsführer Oliver Reitz, der sich von den Ergebnissen Aussagen zum Konsumverhalten der Urlauber erhoffte.

Viele Reisende legen zwar am Irschenberg einen Stopp ein, nutzen aber die gastronomischen Angebote des Rasthauses und der beiden Fast-Food-Betriebe selten. „Im Vordergrund stehen

Ausruhen, Tanken und der Gang zur Toilette“, berichtet Reitz. Die Urlaubsreisenden wünschen sich Picknickplätze für die mitgebrachte Brotzeit. „Mit dem Blick auf das Alpenpanorama fängt am Irschenberg für die meisten der Urlaub an.“ Die Rastanlage gibt es schon seit über 70 Jahren und ist eine der bekanntesten in ganz Deutschland. Vor diesem Hintergrund gehöre wohl auch das McDonalds Restaurant am Irschenberg zu den fünf umsatzstärksten Filialen in Deutschland.

Insgesamt befragten die Studenten 170 Reisende und führten Interviews mit Experten der Autobahndirektion, der Restaurant-Betreiber und der Gemeinde Irschenberg. Für die angehenden Wirtschaftsgeographen sind vor allem die weiteren Planungen im Umfeld der Rastanlage von Interesse. Kurzfristig soll die Stellplatzsituation für Lkws verbessert werden. Vier weitere Parkplätze sind im Gespräch. Zudem wird die Beschleunigungsspur verlängert. >ger