

Allgäu®



# Jahresbericht

Tourismusverband Ostallgäu e.V.



520

# Vorwort

## Liebe Mitglieder des Tourismusverbands Ostallgäu e.V., liebe Leserinnen und Leser,

mit dem Jahresbericht 2025 darf ich mich Ihnen erstmals als neuer Vorsitzender des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. vorstellen. Ich freue mich sehr auf diese verantwortungsvolle Aufgabe – vor allem aber auf die Begegnungen und die Zusammenarbeit mit den Menschen, mit denen ich sie künftig gemeinsam gestalten darf.

Das Ostallgäu ist für mich ein besonderer Ort: geprägt von einer starken Gemeinschaft, von lebenswerten Städten und Gemeinden, von Gastgeberinnen und Gastgebern mit Herz und Engagement und von einer Natur- und Kulturlandschaft, die für Einheimische wie Gäste gleichermaßen kostbar ist. Genau deshalb ist Tourismus für mich mehr als ein Imagefaktor für diese schöne Region.

Im Tourismus tragen wir besondere Verantwortung für Lebensqualität, für Naturverträglichkeit und dafür, wie wir unsere Heimat gut in die Zukunft führen.

Diese Zukunft gelingt nur gemeinsam. Die Herausforderungen unserer Zeit sind groß, und nicht alles lässt sich mit einfachen oder bekannten Antworten lösen. Umso wichtiger sind Mut, Offenheit und Zusammenarbeit. Mut, neue Wege zu gehen. Offenheit, voneinander zu lernen.



Und Zusammenarbeit, um gute Ideen in unserer Region wirksam werden zu lassen.

Der Tourismusverband Ostallgäu e.V. lebt genau diesen Gedanken seit vielen Jahren: als verlässlicher Partner, als Ideen- und Impulsgeber und als Netzwerk für die touristische Entwicklung unseres Ostallgäus.

Dafür danke ich Ihnen allen, die sich mit Ideen, Zeit und beherztem Engagement einbringen. Ich freue mich auf unseren gemeinsamen Weg.

Ihr Landrat  
und Vorsitzender des Tourismusverbands Ostallgäu e.V.

*Bernd Stapfner*  
Bernd Stapfner

## Der Tourismusverband Ostallgäu e.V. (TVOAL)

Landrat Bernd Stapfner ist seit 1. Mai 2026 Vorsitzender des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. Die Wahl der weite-

ren Vorstände erfolgt im Rahmen der Mitgliederversammlung 2026. Die Geschäftsstelle des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. wird durch den Landkreis Ostallgäu betrieben.

### Vorstand 2025:

**Maria Rita Zinnecker** (Landrätin a. D., 1. Vorsitzende)  
**Stefan Rinke** (Bürgermeister Schwangau, 2. Vorsitzender)  
**Stefan Fredlmeier** (Vorstand und Tourismusdirektor Füssen Tourismus und Marketing, Beisitzer)  
**Alfons Haf** (Bürgermeister a. D. Pfronten, Beisitzer)  
**Dr. Wolfgang Hell** (Bürgermeister a. D. Marktoberdorf, Beisitzer)  
**Pirmin Joas** (Bürgermeister Nesselwang, Beisitzer)  
**Werner Moll** (Bürgermeister Lechbruck a. S., Beisitzer)  
**Thomas Pihusch** (Bürgermeister a. D. Roßhaupten, Beisitzer)

### Mitglieder:

Aitrang, Baisweil, Biessenhofen, Buchloe, Eggenthal, Eisenberg, Friesenried, Füssen, Görisried, Halblech, Hopferau, Kaufbeuren, Lechbruck a. S., Lengenwang, Markt Irsee, Marktoberdorf, Nesselwang, Obergünzburg, Pforzen, Pfronten, Prem, Rieden-Zellerberg, Rieden a. F., Roßhaupten, Rückholz, Ruderatshofen, Schwangau, Seeg, Stötten a. A., Waal, Wald

### Mitgliedschaften:

bergaufland Ostallgäu e.V. (Lokale Aktionsgruppe LEADER)

### Geschäftsstelle (v.l.n.r.):

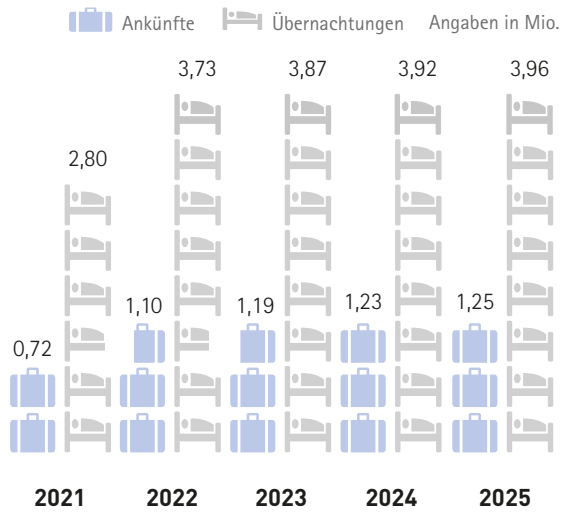
Stefan Klein, Katrin Bloch, Christian Greither,  
Antonia Weiler, Wiebke Flaßhoff (stellv. Geschäftsführerin),  
Katrin Gansloser, Sebastian Gries (Geschäftsführer)



# 01 Entwicklung

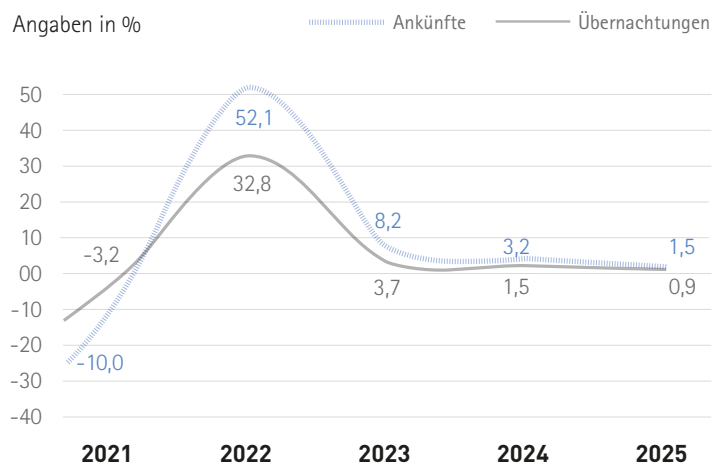
Wichtiges Ziel bleibt ein ausgeglichener und an den Bedürfnissen der Einheimischen und Unternehmen ausgerichteter Ganzjahrestourismus.

## Ankünfte und Übernachtungen im Ostallgäu inkl. Kaufbeuren (StaLa):



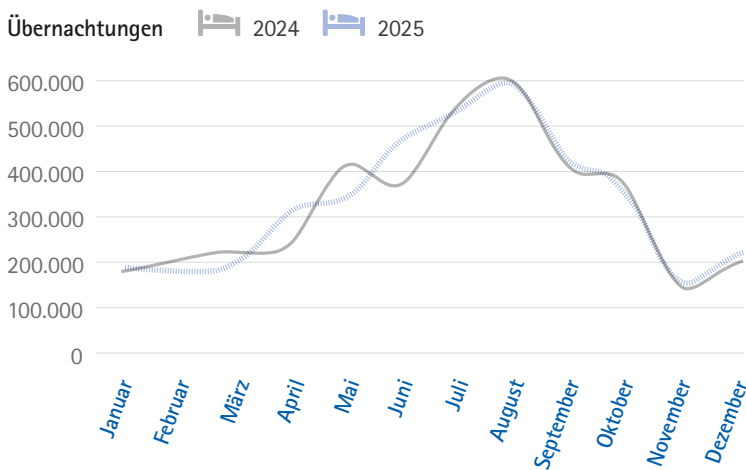
## Touristisches Wachstum

Jährliche Wachstumsrate zum Vorjahr Ankünfte und Übernachtungen im Ostallgäu inkl. Kaufbeuren (StaLa):



## Saisonalität: Vergleich 2024 / 2025

Übernachtungen im Ostallgäu inkl. Kaufbeuren nach Monaten (StaLa):

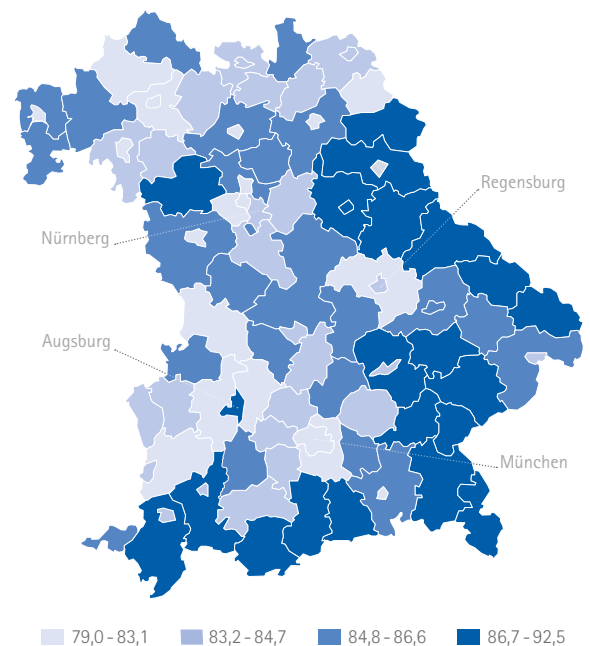


## Gästeszufriedenheit

Regionaler Trustscore im Vergleich

Angaben in %

<b>OAL</b>	<b>87,0</b>		
KF	84,4	OA	89,7
UA	83,1	GAP	87,1
KE	83,9	TÖL	86,7
		MB	86,7
		WMS	84,1
		BAYERN (gesamt)	84,3



## Anteil internationaler Gäste 2025

an den Übernachtungen (StaLa):

**13,3%** = 526.764 ÜN    2024 // 13,0 % = 510.996 ÜN  
 2019 // 16,6 % = 618.347 ÜN

# Regionaler Entwicklungsvergleich Ostallgäu 2025

	Ankünfte	in % gegenüber 2024	Übernachtungen	in % gegenüber 2024	Durchschnittl. Aufenthaltsdauer/Tage
Bayern	40.986.089	0,9	102.918.571	0,2	2,5
Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben	6.070.548	1,0	17.325.706	0,4	2,9
Allgäu	3.992.327	1,8	13.517.226	1,1	3,4
Ostallgäu mit Kaufbeuren	1.247.324	1,5	3.961.541	0,9	3,2

Quellen: Bayerisches Landesamt für Statistik (2026), Tourismusverband Ostallgäu e.V. (2026), Tourismusverband Allgäu/Bayerisch Schwaben e.V. (2026), Bayern Tourismus GmbH (2026), DWIF (2026), Trust You GmbH (2026)

02

## KÖNIGSCARD

Starke Nachfrage und wachsendes Gastgebernetz.



- Deutschlands größte überregionale Gästekarte erfreute sich auch 2025 einer weiterhin stark ansteigenden Nachfrage.
- Im Landkreis Ostallgäu entschieden sich weitere 21 Beherbergungsbetriebe für das attraktive Angebot der über 200 inkludierten Freizeitleistungen.
- Insgesamt übernachteten 701.061 Urlauber bei KÖNIGSCARD-Partnerbetrieben und nutzten 358.239-mal Leistungen aus dem Angebot der KÖNIGSCARD.
- Durch ihre Lenkungswirkung leistet die KÖNIGSCARD einen wichtigen Beitrag, den Tourismus qualitativ und zeitgemäß entsprechend der regionalen Strategie zu steuern.
- Mehr Infos unter [www.koenigscard.de](http://www.koenigscard.de)



## BRGZT Card

Die Freizeitkarte für Einheimische.

- Die für Einheimische konzipierte Jahreskarte erfreute sich 2025 erneut stark gesteigener Nachfrage.
- Insgesamt wurden 5.259 Exemplare der BRGZT Card verkauft; das entspricht einem Plus von 40 % gegenüber dem Einführungsjahr 2023.
- Die Ganzjahreskarte vereint das Angebot von 17 Bergbahnen, 1 Coaster, 1 Sommerrodelbahn und 3 Schwimmbädern.
- Kostenloses Parken bei allen Bahnen und Bädern ist inklusive; erhältlich ist die BRGZT Card an beteiligten Bergbahnen, im Haus des Gastes in Pfronten und im Online-Shop.
- Die BRGZT Card setzt ein Strategieprojekt der Tourismusstrategie für das Ostallgäu um und wurde in Zusammenarbeit mit dem TVOAL realisiert.
- Mehr Infos unter [bergzeit-card.com](http://bergzeit-card.com)

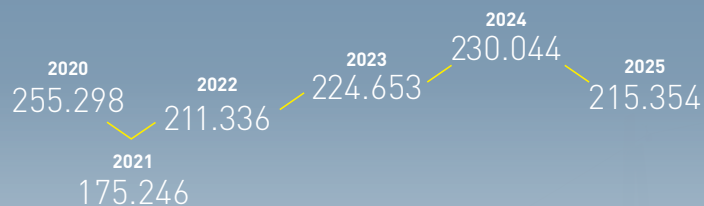
## allgäumobil

Leichter Rückgang der Fahrgastzahlen.

- Die Entwicklung der Fahrgastzahlen von allgäumobil ist seit dem Ende der Pandemie ins Stocken geraten.
- Trotz gestiegener Übernachtungszahlen sank die Nutzung des kostenfreien Angebots um 6 % gegenüber dem Vorjahr.
- Positive Erwartungen richten sich auf die ab 1. Januar 2027 vorgesehene Integration von allgäumobil in den Verkehrsverbund MVV und die deutliche Attraktivierung des Geltungsbereichs.
- Die beteiligten Kommunen Eisenberg, Füssen, Halblech, Hopferau, Lechbruck am See, Marktobendorf, Nesselwang, Oy-Mittelberg, Pfronten, Rieden am Förgensee, Roßhaupten, Rückholz, Schwangau und Seeg leisten mit allgäumobil, neben dem attraktiven Zusatzangebot für Urlauber, einen erheblichen Beitrag zur Besucherlenkung und zum Klimaschutz.



## allgäumobil Nutzungen



# Projekte und Maßnahmen

Die wichtigsten Aktivitäten des Tourismusverbands Ostallgäu e.V.

2025 auf einen Blick



## Lebensraum: Akzeptanz und Rücksicht stärken

Die Umsetzung von „Dein Freiraum. Mein Lebensraum.“ brachte 2025 ein zentrales Zukunftsthema sichtbar in die Fläche. Info- tafeln, Hinweistafeln, Webseite und die offizielle Eröffnung am 25. Mai 2025 in Pfronten durch Staatsminister Thorsten Glauber und Landrätin Maria Rita Zinnecker sorgten für Reichweite und unterstützen einen rücksichtsvollen Umgang mit sensiblen Natur- räumen und Kulturlandschaften. Zugleich wurde der Ansatz mit „Rücksicht macht Wege breit“ praxisnah weiterentwickelt. Die Kampagne von TVOAL und des Bayerischen Bauernverbands wirbt für ein rücksichtsvolles Miteinander von Erholungssuchenden und Landwirtschaft und leistet einen wichtigen Beitrag zur naturverträglichen Freizeitgestaltung im Ostallgäu.

## Zukunftsfähige Ganzjahreserlebnisse

Das Projekt „Wandern im Winter“ stieß ein wichtiges Zukunfts- thema an, um attraktive 365-Tage-Angebote jenseits der Schneehängigkeit zu entwickeln und die Nebensaison gezielt zu stärken. Neue Tourenangebote im Ostallgäu auf bestehenden Wegen und gemeinsame Entwicklungsworkshops mit weiteren Regionen des Allgäus schufen erste konkrete Grundlagen. Mit „Wintererlebnisse“ wurde diese Strategie der Klimaanpassung zugleich in eine sichtbare Angebots- kommunikation übersetzt. Damit stärkt der TVOAL die Nebensaison und setzt die bereits in den Vorjahren begonnene winter- touristische Weiterentwicklung konsequent fort.



## Fokussierte Kommunikation auf starke Leitangebote

2025 standen die Schlossparkrundrunde und Königlich Wandern be- sonders im Mittelpunkt der Kommunikation. Kooperationsangebote und PR-Maßnahmen mit der Allgäu GmbH wurden gezielt umgesetzt, eine Pressereise zur Allgäuer Königsalpenroute stärkte zusätzlich die mediale Sichtbarkeit. Winterstrategie und neues Winterbildmaterial unterstützten die saisonale Angebotskommunikation. Zugleich wurden mit der Erarbeitung von Schattenwegen, Sonnenwegen und ÖPNV- Bezügen grundlegende Vorarbeiten zur weiteren Profilierung der Leit- angebote geleistet. Damit knüpft der TVOAL an die Kommunikations- linie der Vorjahre an, Leitangebote, Naturverträglichkeit und Erlebnis- raumprofil gemeinsam sichtbar zu machen.



## Klimaanpassung: vom Befund zur Umsetzung

Die gemeinsame Studie von TVOAL und der Servicestelle Klima des Landkreises Ostallgäu mit 234 beteiligten Betrieben zeigt klaren Handlungsbedarf: Der Klimawandel beeinflusst Saisonverläufe bereits heute spürbar, Anpassungsmaßnahmen stehen in vielen Betrieben jedoch noch am Anfang. Zentrale Hürden sind Kosten, Wissen und personelle Kapazitäten. Gefragt sind deshalb Beratung, Vernetzung und praxistaugliche Lösungen. Die Berufung von Sebastian Gries als Sachverständiger für klimaresiliente Destinationsentwicklung in den Tourismusausschuss des Deutschen Bundestags steht dabei für die hohe fachliche Anerkennung des TVOAL im Thema und unterstreicht die beispielgebende Wirksamkeit der Arbeit des TVOAL weit über die Region hinaus.

## Mobilität: grenzüberschreitend weitergedacht

Die grenzüberschreitende Mobilität wurde 2025 weiter vorangetrieben. Im Mittel- punkt stand die Gästekartenanerkennung auf der Linie 100 Füssen-Reutte mit dem Ziel, diese auch auf weitere grenzüber- schreitende Verkehre auszuweiten. Die Sondierungen hierzu werden auch 2026 fortgeführt. Parallel wurde die Integration von allgäomobil in den MVV-Beitritt vor- bereitet. Mobilität wird damit noch stärker als Service- und Nachhaltigkeitsthema entwickelt. Der TVOAL übernimmt im Thema eine wichtige Aufgabe als Impulsgeber und Koordinator.



## Zukunftsstrategie Tourismusverband Ostallgäu

Die Tourismusstrategie für den Landkreis Ostallgäu hat den Aufgabenbereich heruntergebrochen. Alle zukünftigen Aufgaben...

WARUM >

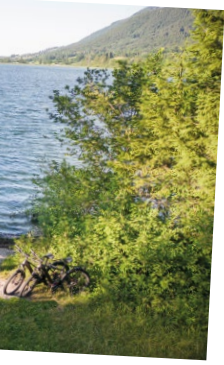
- Höchste Lebens- und Freizeitqualität
- Beitrag zum Gemeinwohl
- Begehrtheit des Ostallgäus

WIE >

- Fokus: Einheimische und Gäste
- Kunden des TVOAL: Städte und Dörfer
- Priorität: Gemeinwohl
- Marke: Unsere Marke ist das Ostallgäu

WAS >

- Innengerichtete Entwicklungsstrategie
- Möglichmacher, Gestalter und Impulsgeber
- Impulsgebung, Netzwerk, Kooperationspartner
- Gemeinsame Projekte



## Kommunikation und Content professionell aufstellen

Mit dem CI-Relaunch 2025 stärkt der TVOAL den einheitlichen Marktauftritt im Allgäu. Zugleich wurde mit Bynder eine gemeinsame Content-Datenbank für alle Mitgliedsgemeinden aufgebaut. Der Fotobestand des TVOAL wird damit systematisch nutzbar gemacht; aktuell stehen rund 6.700 Fotos zur Verfügung. Weitere Inhalte wie Corporate-Design-Grundlagen, Texte und Videos werden schrittweise zentral ergänzt. Damit wird die touristische Kommunikation effizienter, professioneller und für die Mitglieder des TVOAL besser nutzbar.



## Qualität im Rad- und Wanderangebot

Das jährliche Qualitätsmanagement im Radwegenetz wurde fortgeführt, das QM Wandern wurde im ersten Durchführungszyklus im gesamten Ostallgäu erfolgreich abgeschlossen. Die Maßnahmen zeigen Wirksamkeit und auch im Wanderwegenetz konnten erneut erhebliche Qualitätsverbesserungen in der gesamten Fläche des Ostallgäus realisiert werden. Die Schlossparkrunde wurde mit 4 Sternen durch den ADFC rezertifiziert und gehört damit zu den fünf höchstausgezeichneten Radrouten in Bayern.

## Stärkung von Wissen und Qualifizierung

Beim Tourismusforum 2025 „Tellerrandblick statt Kirchturmdenken“ wurde deutlich, wie wichtig klare gemeinsame Ziele und verlässliche Kooperation für die touristische Entwicklung im Ostallgäu sind. Seminare und Austauschformate stärkten gezielt Kompetenzen in der Region. Nachwuchs und Wissenstransfer – etwa über die TVOAL-Stage – wurden systematisch mitgedacht. Auch 2025 konnte wieder zwei auszubildenden Tourismusfachkräften aus den Verbandsgemeinden ein tiefer Einblick in die Aufgaben und Arbeit des Tourismusverbands eröffnet werden. Arbeits- und Netzwerkplattformen wie die AG Digital erwiesen sich als effizient und wirkungsvoll. Weiterbildungsangebote des TVOAL wie das allgäuweite Gastroforum oder eigene Seminarangebote zu KI und Nachhaltigkeit im Tourismus waren mit Betrieben und Ortstouristikern regelmäßig ausgebucht. Der TVOAL baut damit seine regionale Rolle als Netzwerkplattform, Impulsgeber und Qualifizierungspartner weiter aus.



## Professionelle interne Kommunikation

Die „Tourismusinfo Ostallgäu“ wurde 2025 als B2B-Newsletter des Tourismusverbands erfolgreich etabliert. Er erscheint zweimonatlich, erreicht aktuell mehr als 100 Abonentinnen und Abonenten und erzielt mit 50 Prozent Öffnungsrate sowie 27 Prozent Klickrate eine starke Performance. Das neue Newslettertool verbessert Professionalität und zielgerichtete Aussteuerung der internen Kommunikation. Parallel wird auch „WIR im Ostallgäu“ nach der LEADER-Förderung konsequent fortgeführt; die dritte Ausgabe des erfolgreichen Einheimischen-Magazins befindet sich aktuell in der Vorbereitung.



der TVOAL auch für den eigenen  
Aktivitäten folgen dieser gemeinsamen Linie.

Qualität im Ostallgäu

bei Einheimischen und Gästen

te im Zentrum des Handelns  
nd Gemeinden sowie Einheimische

Allgäu, der Schlosspark unser Erlebnis

s- und Steuerungsaufgaben

rd starker Partner für die Tourismusentwicklung  
rdination und Kooperationsplattform, Interessenvertretung



## Starke regionale Vernetzung und Facharbeit

Auch 2025 förderten der Vorsitz Maria Rita Zinneckers beim Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben, ihre Tätigkeit im Aufsichtsrat der Allgäu GmbH und die fachliche Vertretung des TVOAL in zahlreichen Fach-, Strategie- und Arbeitsgruppen auf Allgäuebene die regionale Interessenvertretung, die Vernetzung des TVOAL und die Erreichung gemeinsamer Ziele.

Schwerpunkte der Kommunikations- und Marketingaktivitäten lagen 2025 auf reichweitenstarken Kooperationsbeilagen und digitalen Inspirationsformaten zu den Themen Winter, Wandern und Rad.

### Wanderbar!

- Inhaltlicher Fokus: Wandern zu allen Jahreszeiten
- Zielgruppe & Charakter: Zielgruppenorientiertes Magazin des Deutschen Wanderverbandes für Wanderglück und Naturgenuss
- Auflage: 100.000 Exemplare, Leserreichweite 300.000
- Vertrieb: Bundesweit

### Sonderbeilage Radregion Allgäu

- Inhaltlicher Fokus: Schlossparkrunde und RadReiseRegion Ostallgäu
- Zielgruppe & Charakter: Reichweitenstarke Radbeilage des Allgäus mit gemeinsamer Darstellung der Qualitätsradprodukte im Allgäu
- Auflage: 220.000 Exemplare
- Vertrieb: Deutschsprachiger Raum als Beilage in BIKE, E-Bike Touren, Gravel-touren, Tour, Vantrip, Camp+Bike und ADAC Reisemagazin

### Sonderbeilage Mein Allgäu

- Inhaltlicher Fokus: Königlich Wandern im Schlosspark
- Zielgruppe & Charakter: Gemeinschaftliche Sonderbeilage mit der Allgäu GmbH, hoher emotionaler Bezug zur Region und zur Leserschaft in den Quellmärkten
- Auflage: 550.000 Exemplare, ca. 1,5 Mio. Leserinnen und Leser, online mehr als 2 Mio. Impressions
- Vertrieb: Beilage in Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Rheinische Post, Bonner General-Anzeiger und Stuttgarter Zeitung



### Wanderbares-deutschland.de

- Inhaltlicher Fokus: Königlich Wandern im Schlosspark
- Zielgruppe & Charakter: Outdoorportal des Deutschen Wanderverbandes
- Online: Präsentation unter wanderbares-deutschland.de
- Reichweite & Vertrieb: Online-Ergänzung zur reichweitenstarken Ansprache wanderaffiner Zielgruppen über die Kanäle des Deutschen Wanderverbandes

### Komoot Collection

- Inhaltlicher Fokus: Winter im Ostallgäu – mit und ohne Schnee; Auswahl an Winterwanderwegen
- Zielgruppe & Charakter: Präsentation auf dem größten deutschen Outdoorportal
- Reichweite: 430.000 Views, 5.700 Klicks, Interaktionsrate 31,42 %
- Vertrieb: Online

### Goodmorningworld.de

- Inhaltlicher Fokus: Sehnsuchtsplätze im Ostallgäu
- Zielgruppe & Charakter: Beitrag auf beliebtem Reiseblog
- Reichweite: Monatlich über 200.000 Leserinnen und Leser
- Vertrieb: Blogbeitrag sowie Auspielung über Instagram, Flipboard und Pinterest



Tourismusverband Ostallgäu e.V.  
 Schwabenstraße 11  
 87616 Marktoberdorf  
 Tel. 08342 911-506  
 www.schlosspark.de  
 info@schlosspark.de

Kofinanziert von der Europäischen Union

Gefördert durch Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

Ein im Rahmen des GAP-Strategieplans Deutschland 2023-2027 gefördertes LEADER-Projekt im Freistaat Bayern

100% Recyclingpapier. Das verwendete Papier ist mit dem Umweltlabel „Blaue Engel“ zertifiziert



Fotos: Peter von Felbert, Christian Greither