

Allgäu®



SCHLOSSPARK®

Jahresbericht

Tourismusverband Ostallgäu e.V.

2020

Vorwort

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

noch stehen wir alle sehr unter dem Eindruck der vergangenen Monate. Auf kaum einen Lebensbereich hat sich die Coronakrise so sehr ausgewirkt wie auf Tourismus und Freizeit. Die Branche lebt von persönlichen Begegnungen. Monatelange Schließungen waren eine riesige Herausforderung für alle Unternehmen im Tourismus. Auch für die Mitgliedsgemeinden des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. ist die Coronakrise eine gesellschaftliche und wirtschaftliche Zerreißprobe. Geschlossene Betriebe und jede Menge Absagen gern besuchter Veranstaltungen waren überall sicht- und spürbar. Und dennoch gibt es Grund zu Optimismus: Mit einem Minus von 38 Prozent bei den Ankünften und 22 Prozent bei den Übernachtungen haben sich das Ostallgäu mit Kaufbeuren trotz aller Widrigkeiten stark im landes- und allgäuweiten Vergleich geschlagen und vergleichbare Gästezahlen wie 2015 erreicht. Unsere überwiegend deutschen Gäste kamen zahlreich im Sommer und blieben länger. In Juli, August und September war kaum ein Bett mehr buchbar. Die Lust am Reisen im eigenen Land ist weiterhin groß. Lassen Sie uns gemeinsam die Ärmel hochkrepeln und daran arbeiten, dass dies auch mit Corona und wieder offenen Grenzen so bleibt. Mehr Daten und Überblicke zu 2020 finden Sie natürlich hier in diesem Jahresbericht. Auch der Tourismusverband Ostallgäu e.V. hat die



Corona-Zeit intensiv genutzt: Mit der Tourismusstrategie für den Landkreis Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark haben wir im vergangenen Jahr einen zukunftsweisenden Weg eingeleitet, den wir jetzt gemeinsam und konsequent Schritt für Schritt gehen. Apropos Weg: das LEADER Projekt Wandererlebnis „Königlich Wandern im Schlosspark“ haben wir ebenfalls 2020 erfolgreich umgesetzt. Auf drei neuen Mehrtagesrouten sowie weiteren 32 Halbtages- und Tagestouren können Gäste und Einheimische die Sehnsuchtsorte unseres Erlebnisraums Schlosspark zukünftig erwandern. Und nun wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen des Jahresberichts 2020. Gemeinsam gestalten wir schon heute die Zukunft des Tourismus nach Corona.

Ihre Landrätin und Vorsitzende des
Tourismusverbands Ostallgäu e.V.

Maria Rita Zinnecker

Der Tourismusverband Ostallgäu e.V. (TVOAL)

Sebastian Gries ist neuer Geschäftsführer des TVOAL seit 1. Januar 2021. Der Tourismusverband Ostallgäu e.V. dankt seinem Vorgänger Robert Frei für dessen besonderes Engagement und seine Verdienste für den Tourismus im Allgäu.



Team des Tourismusverbands Ostallgäu e.V.

Geschäftsstelle:

Sebastian Gries (Geschäftsführer)
Wiebke Flaßhoff (Stv. Geschäftsführerin)
Kathrin Brenner, Sabine Hipp, Katrin Gansloser (o.Abb.)

Vorstand:

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

Mitglieder:

Aitrang, Baisweil, 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
– Keine Veränderungen der Mitgliedschaften in 2020.

Mitgliedschaften:

bergaufland Ostallgäu e.V. (Lokale Aktionsgruppe LEADER)

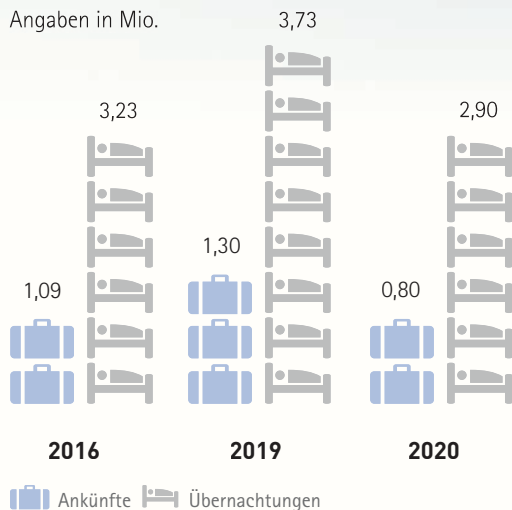
Entwicklung

Tourismus bleibt bedeutender Wirtschaftsfaktor im Ostallgäu.

Die Coronakrise hat den Tourismus auch im Ostallgäu und Kaufbeuren 2020 stark getroffen. Die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor und sein Beitrag zur Lebensqualität in der Region wurden dabei besonders deutlich.

Ankünfte und Übernachtungen Ostallgäu inkl. Kaufbeuren (StaLa):

Angaben in Mio.



Touristisches Wachstum Jährliche Wachstumsrate Ankünfte und Übernachtungen OAL inkl. KF (StaLa):

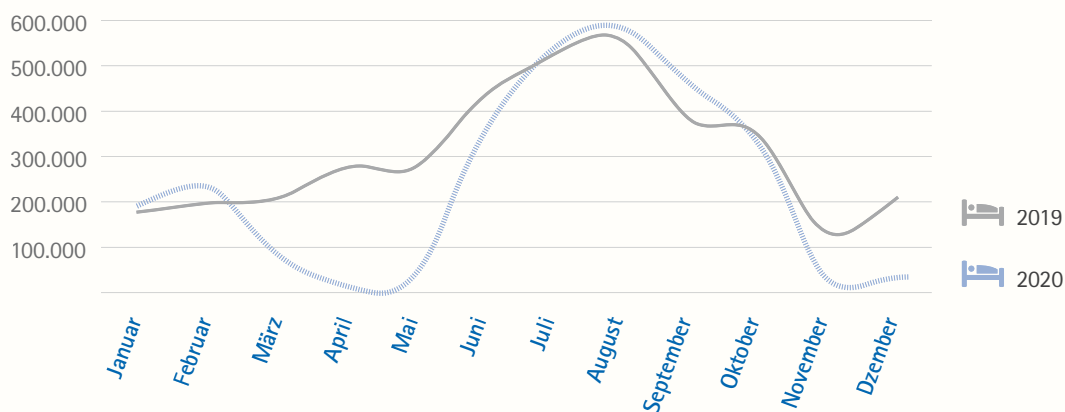
Angaben in %



Saisonalität Vergleich 2020 und 2019

Übernachtungen 2019/2020 OAL inkl. KF nach Monaten (StaLa):

Übernachtungen



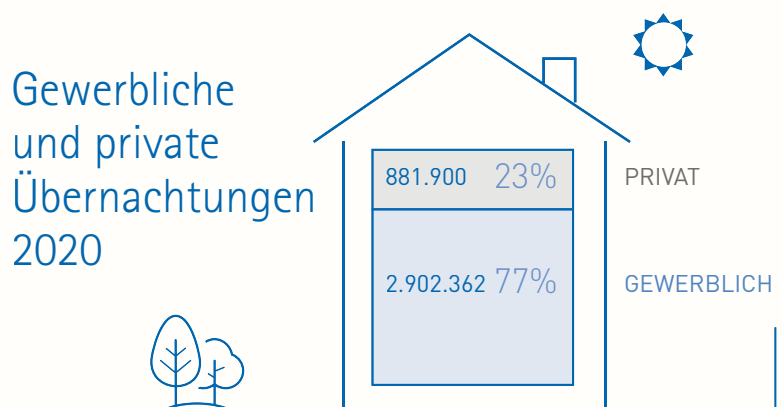
Anteil internationaler Gäste 2020

an den Übernachtungen (StaLa):

6,6% = 191.137 ÜN

2019 // 16,6% = 619.167 ÜN

Gewerbliche und private Übernachtungen 2020

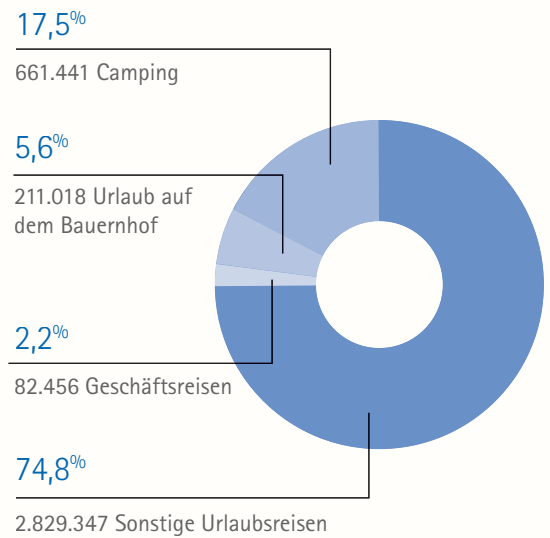


Touristische Umsätze nach Marktsegmenten

Marktsegment	Aufenthaltsstage	Durchschnittliche Ausgaben / Tag	Bruttoumsatz nach Marktsegmenten
Camping	661.441	40,70 €	26.920.649 €
Privatunterkünfte	881.900	81,80 €	72.139.420 €
Gewerbliche Betriebe	2.240.921	121,00 €	271.151.441 €
Tagesreisende	k. A.	28,80 €	k. A.

EURO

Übernachtungen nach Reiseanlass // Segmente



Quellen: Bayerisches Landesamt für Statistik (2021), Tourismusverband Ostallgäu e.V. (2021), Tourismusverband Allgäu/Bayerisch Schwaben e.V. (2021), dwif (2020)

02



Königscard

Beständigkeit und Qualitätssicherung trotz Krise.

- Deutschlands größte überregionale Gästekarte.
- 580 Gastgeber im Allgäu, in Tirol und in Oberbayern und 212 inkludierte Leistungen.
- Sukzessive Erweiterung des regionsübergreifenden kostenfreien ÖPNV-Angebotes.
- Neu seit 2020: kostenfreie Nutzung von Elektrofahrzeugen für begrenzten Zeitraum.
- Ausbau digitaler und kontaktloser Zutrittsmöglichkeiten.

allgäumobil im Schlosspark

Gelebte Solidarität unter allen Partnern.

- Kostenlos vom Auto auf Bus und Bahn umsteigen für Gäste mit KÖNIGSCARD oder der Basis-Gästekarte.
- Einzigartiges gesamtregionales Erfolgsmodell in Sachen Gästemobilität.
- Beteiligte Kommunen leisten damit neben dem attraktiven Zusatzangebot für Urlauber einen erheblichen Beitrag zur Besucherlenkung und zum Klimaschutz.
- Trotz deutlichen Rückganges von Fahrgästen 2020 wurden viele solidarische und praxisnahe Lösungen durch die allgäumobil Partner zur gemeinsamen Weiterentwicklung gefunden und beschlossen.

allgäumobil Nutzungen



Projekte und Maßnahmen

Die wichtigsten Aktivitäten des TVOAL 2020 auf einen Blick.

Corona

Das bestimmende Thema 2020. Mehr als 1.500 Unternehmens-, Orts- und Gästeanfragen, Problemstellungen und Handlungshilfen zu Lockdown, Auswirkungen und Wiederöffnung wurden vom Team per Email, Telefon und im persönlichen Gespräch bearbeitet.

Tourismusstrategie

Der kooperative Prozess zur Erstellung der Tourismusstrategie für den Landkreis Ostallgäu und Erlebnisraum Schlosspark ist abgeschlossen. Ergebnis ist eine zukunftsweisende Strategie, die den Lebensraum Ostallgäu fokussiert und Einheimische als unsere wichtigsten Gäste betrachtet.



Umsetzung Sehnsuchtskarte und Notizbuch

Sehnsuchtskarte und Notizbuch sind Bausteine des LEADER-Projektes Umsetzung Erlebnisraum Schlosspark. Die hochwertigen Medien laden Einheimische und Gäste ein, die Sehnsuchtsorte des Schlossparks zu entdecken und werden durch TIs, Betriebe und den TVOAL verschenkt.

#meinschlossparkmoment

Mit der Facebook-Kampagne teilten Gäste, Einheimische und Betriebe ihre Geschichten und Momente im Schlosspark. Mehr als 10.000 Personen wurden erreicht und hochwertige Beiträge durch diese produziert.



Wandererlebnis Schlosspark

Das neue Qualitätswanderangebot ist ein weiterer Baustein des LEADER-Projektes Umsetzung Erlebnisraum Schlosspark. Die neu entwickelten drei Mehrtagesrouten und 32 neue Halbtags- und Tagestouren tragen auch zur Besucherlenkung und Entzerrung im Naturraum bei.



Masterplan Mobilität

Der Masterplan Mobilität ist ein Strategieprojekt der Tourismusstrategie. Der gestartete Beteiligungsprozess wurde Ende 2020 in ein allgäuweites Mobilitätsprojekt überführt. Erste konkrete Ergebnisse des Masterplans sind inzwischen in der Umsetzung (Attraktivierung ÖPNV, Parkraummanagement, Alltagsradwegenetz...).

Qualitätssicherung Wandern Radeln

Durch konstantes Monitoring wird die hohe Qualität des Radwegenetzes im Ostallgäu weiter erhalten und entwickelt. Das erfolgreiche Konzept wird zukünftig auch auf das Wanderwegenetz übertragen. Neue gemeinsame Qualitätsstandards und -prozesse bilden die Grundlage für eine allgäuweit hohe Erlebnisqualität im Wegenetz.



UDO

Der Sensationsfund in Pforzen setzt neue Akzente. Medial wie inhaltlich wurde das Thema 2020 intensiv durch den TVOAL begleitet. Die touristische Fachexpertise fließt umfassend in eine Machbarkeitsuntersuchung des Landkreises zum Thema ein.

Genussregion

Die Inwertsetzung regionaler Produkte ist ein Strategieprojekt der Tourismusstrategie. Mit den Genussstagen 2020 wurde die erfolgreiche Veranstaltung im Schlosspark fortgesetzt.



ABK Allgäuer Radtour

Alles war organisiert und gerichtet. Zum Bedauern der Veranstalter und mehr als 1.500 begeisterten Radlerinnen und Radlern musste die ABK Allgäuer Radtour 2020 mit Start in Obergünzburg kurzfristig coronabedingt abgesagt werden.

Messe CMT

2020 war die besucherstärkste CMT in den 52 Jahren ihrer Geschichte. Von 12. bis 20. Januar war der TVOAL gemeinsam mit dem gesamten Allgäu vor Ort vertreten. Als Endkundenmesse und aufgrund des Nahmarktes wird die CMT als einzige Messe durch den TVOAL aktiv bespielt.

Pressereise 2020

Zum Thema „Schaurig-schöne Romantik“ reisten von 1. bis 4. Oktober vier renommierte RedakteurInnen und ReisebloggerInnen fachlich begleitet durch den Schlosspark. Mit insgesamt sechs Blogartikeln, zwei redaktionellen Veröffentlichungen und weiteren 45 Onlinebeiträgen wurde der Schlosspark reichweitenstark kommuniziert.

Zukunftsstrategie

Tourismusverband Ostallgäu e.V.



Die Tourismusstrategie für den Landkreis Ostallgäu hat der TVOAL auch für den eigenen Aufgabenbereich heruntergebrochen. Alle zukünftigen Aktivitäten folgen dieser gemeinsamen Linie.

WARUM >

- Höchste Lebens- und Freizeitqualität im Ostallgäu
- Begehrlichkeit des Ostallgäus bei Einheimischen und Gästen

WIE >

- Fokus: Einheimische und Gäste im Zentrum des Handelns
- Kunden des TVOAL: Städte und Gemeinden sowie Einheimische
- Priorität : Gemeinwohl
- Marke: Unsere Marke ist das Allgäu, der Schlosspark unser Erlebnis

WAS >

- Innengerichtete Entwicklungs- und Steuerungsaufgaben
- Enabler (Ermöglicher), Gestalter und starker Partner für die Tourismusentwicklung
- Impulsgebung , Netzwerk, Koordination und Kooperationsplattform, Interessenvertretung
- Gemeinsame Projekte

Kommunikation

Konzentration auf die Leitangebote RadReiseRegion und Wandererlebnis.

Die Kommunikation und Marketingaktivitäten der Orte und Betriebe hat der TVOAL 2020 durch ausgewählte und reichweitenstarke Maßnahmen insbesondere zu den Leitangeboten der RadReiseRegion unterstützt, u.a.:

Bellboy Traveller (Süddeutsche Zeitung)

- Inhalt: #meinschlossparkmoment
- Druckauflage: 100.700; Digitalauflage: 78.860
- Vertrieb: Großraum München, Berlin, Hamburg, Frankfurt, Wiesbaden, Mainz



komoot Collection

- Inhalt: ADFC Radrouten Schlosspark im Allgäu
- Reichweite: 8 Mio. komoot-Nutzer
- Dauerhafter Eintrag unter www.komoot.de/collection/979

Deutschland per Rad entdecken (ADFC)

- Inhalt: Kooperationskampagne des Allgäus gesamt
- Druckauflage: 400.000
- Vertrieb: ADFC-Mitglieder, deutschlandweit, zweijährig



#Abseitsradeln (ADFC)

- Inhalt: Klosterrunde Irsee (RadReiseRegion Schlosspark)
- Reichweite 370.000 page visits Januar bis Oktober 2020, ergänzend Social Media
- Dauerhafter Eintrag unter www.adfc-radtourismus.de/radtouren/radreiseregionen/



Wandermagazin

- Inhalt: Rad Spezial Panoramarunde
- Druckauflage: 38.580
- Vertrieb deutschlandweit, vierteljährlich



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

Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER).

FSC zertifiziert und Klimaneutral gedruckt.

Fotos: Tourismusverband Ostallgäu e.V., Peter von Felbert