

Allgäu®



Jahresbericht

Tourismusverband Ostallgäu e.V.



20
17

Vorwort

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

Tourismus findet im Ostallgäu nicht nur auf unseren Wegen, auf Gipfeln, in Sehenswürdigkeiten und in den Gastgeberbetrieben statt – er ist Teil unseres täglichen Lebens. Deshalb brauchen wir mehr denn je vor allem eines: ein gemeinsames Verständnis dafür, wie wir diesen Lebensraum gestalten, schützen und weiterentwickeln wollen.

2024 zeigt eindrucksvoll, wie vielfältig und vorausschauend der Tourismus im Ostallgäu aufgestellt ist und wie zukunftsgerichtet wir im Tourismusverband Ostallgäu für unsere Region arbeiten.

Neue Ansätze einer hybriden Winterstrategie ermöglichen uns ein Umdenken in Richtung wetterunabhängiger Erlebnisse. Nachhaltige und grenzüberschreitende Mobilität bleibt für uns ein Herzenthema. Die Initiative „Dein Freiraum. Mein Lebensraum.“ ist mehr als Besucherlenkung – sie ist ein Bekenntnis zur Verantwortung gegenüber Natur und Mensch. Und mit unserer neuen und gemeinsamen Contentdatenbank schaffen wir die Grundlagen für noch professionellere Prozesse in der Kommunikation.



All diese Vorhaben wären nicht möglich ohne die enge Zusammenarbeit mit unseren Gemeinden, Gastgebern, Institutionen und Partnern. Sie bringen nicht nur Ideen, sondern auch Engagement und Haltung mit ein. Gemeinsam nutzen wir die Chance, Tourismus als Bereicherung für unseren Lebensraum zu gestalten – nachhaltig, bewusst und mit einem klaren Blick nach vorn. Dafür danke ich Ihnen herzlich.

Ihre Landrätin
und Vorsitzende des Tourismusverbands Ostallgäu e.V.

Maria Rita Zinnecker

Der Tourismusverband Ostallgäu e.V. (TVOAL)

Die Geschäftsstelle des Tourismusverbands Ostallgäu e.V. wird durch den Landkreis Ostallgäu betrieben.



Geschäftsstelle (v.l.n.r.):

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

Vorstand:

Maria Rita Zinnecker (Landrätin Ostallgäu, 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 Marktobendorf, Beisitzer)
Pirmin Joas (Bürgermeister Nesselwang, Beisitzer)
Werner Moll (Bürgermeister Lechbruck a.S., Beisitzer)
Thomas Pihusch (Bürgermeister Roßhaupten, Beisitzer)

Mitglieder:

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

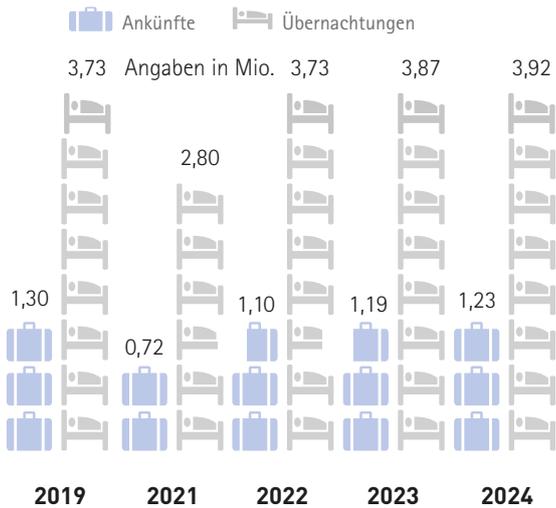
Mitgliedschaften:

bergaufland Ostallgäu e.V. (Lokale Aktionsgruppe LEADER)

01 Entwicklung

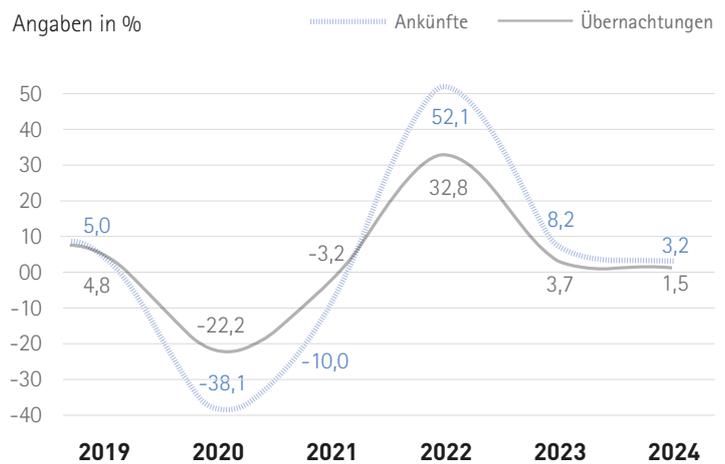
Verträgliche Tourismusedwicklung stärkt besonders die Nebensaison in Frühjahr und Herbst.

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



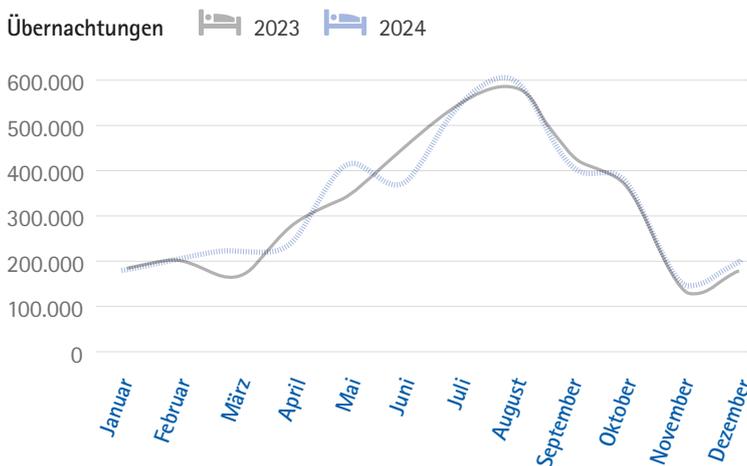
Touristisches Wachstum

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



Saisonalität: Vergleich 2024 / 2023

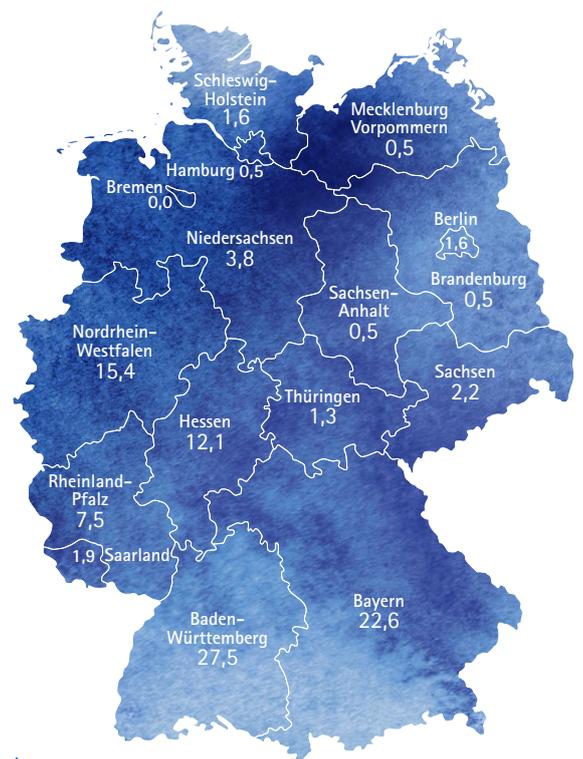
Übernachtungen im Ostallgäu inkl. Kaufbeuren nach Monaten (StaLa):



Herkunft Inlandsgäste

Übernachtungsgäste im Ostallgäu.

Angaben in %



Anteil internationaler Gäste 2024

an den Übernachtungen (StaLa):

13,5% = 510.996 ÜN 2023 // 12,5 % = 482.925 ÜN
 2019 // 16,6 % = 619.167 ÜN

Den größten Anteil an Übernachtungsgästen aus dem Ausland haben nach Reihenfolge Gäste aus den Niederlanden, Österreich und den Vereinigten Staaten.

Regionaler Entwicklungsvergleich Ostallgäu 2024

	Ankünfte	in % gegenüber 2023	Übernachtungen	in % gegenüber 2023	Durchschnittl. Aufenthaltsdauer /Tage
Bayern	40.616 283	4,5	102.748.512	2,5	2,5
Tourismusverband Allgäu/ Bayerisch-Schwaben	6.007 803	2,7	17.249.480	0,9	2,9
Allgäu	3.920 517	2,0	13.375.472	0,5	3,4
Ostallgäu mit Kaufbeuren	1.229.216	3,2	3.924.395	1,5	3,2

Quellen: Bayerisches Landesamt für Statistik (2025), Tourismusverband Ostallgäu e.V. (2025), Tourismusverband Allgäu/Bayerisch Schwaben e.V. (2025), Hochschule Kempten/INIT (2024)

02

Königscard

Anhaltender Anstieg bei Übernachtungen und Gastgeberbetrieben.



- Deutschlands größte überregionale Gästekarte mit mehr als 200 inkludierten Freizeitleistungen für Gäste.
- 696.693 Übernachtungen bei KÖNIGSCARD Partnerbetrieben. (+2,5 % gegenüber Vorjahr) und 366.636 Leistungsnutzungen aus dem Angebot der KÖNIGSCARD. (+4,2 % gegenüber Vorjahr) in 2024.
- 41 neue Partnerbetriebe im Ostallgäu in 2024 (+8,5 % gegenüber Vorjahr).
- Durch ihre Lenkungswirkung leistet die KÖNIGSCARD einen wichtigen Beitrag, Tourismus qualitativ und zeitgemäß entsprechend der regionalen Strategie zu steuern.
- Mehr Infos unter www.koenigscard.de.



Bergzeit Card

Die Freizeitkarte für Einheimische erfreut sich stark gesteigener Nachfrage.

- Mit 18 Bergbahnen, 1 Coaster, 2 Rodelbahnen und 2 Schwimmbädern fasst die BRGZT Card die Top-Angebote der Königscard in einer echten Einheimischenkarte zusammen.
- 5.058 verkaufte Jahreskarten in 2024, das entspricht einem Anstieg von 33 % gegenüber 2023.
- Entwicklung der 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.

allgäumobil im Schlosspark

Leichter Anstieg der Fahrgastzahlen.

- Langsamer Anstieg der Fahrgastzahlen seit dem Ende der Pandemie. Das Niveau aus den Vor-Corona-Jahren ist noch nicht ganz erreicht. Für das laufende Jahr 2025 wird mit einem weiteren Anstieg der Fahrgastzahlen gerechnet.
- Beteiligte Kommunen leisten mit allgäumobil neben dem attraktiven Zusatzangebot für Urlauber einen erheblichen Beitrag zur Besucherlenkung und zum Klimaschutz.
- allgäumobil-Gemeinden sind Eisenberg, Füssen, Halblech, Hopferau, Lechbruck am See, Marktoberdorf, Nesselwang, Oy-Mittelberg, Pfronten, Rieden am Forggensee, Roßhaupten, Rückholz, Schwangau und Seeg.



allgäumobil Nutzungen



Projekte und Maßnahmen

Die wichtigsten Aktivitäten des Tourismusverbands Ostallgäu e.V.
2024 auf einen Blick

Kommunikation: Leitangebote & Naturverträglichkeit

2024 standen die Leitangebote des Ostallgäus sowie Naturverträglichkeit im Zentrum der Kommunikation. Mit Fokus auf Rad- und Wanderangebote sowie sanfte Wintererlebnisse wurde die touristische Positionierung des Ostallgäus geschärft und über reichweitenstarke Kanäle in Kooperation mit der Allgäu GmbH in Szene gesetzt.

Besuchermanagement „Dein Freiraum. Mein Lebensraum.“

Der Startschuss für die Projektumsetzung fiel 2024 in den Gemeinden Schwangau, Halblech und Pfronten. Mit Fördermitteln des StMUV werden schrittweise Infotafeln, Montagesysteme und Zählstellen eingerichtet, um eine nachhaltige Besucherlenkung zu etablieren. Parallel wurde das Konzept in alle Printmedien des TVOAL und auf schlosspark.de integriert – ein wichtiger Schritt für die naturverträgliche Freizeitgestaltung in unserem sensiblen Naturraum.



Neue Verträge für Bild- und Contentnutzung

Der TVOAL erarbeitete 2024 neue Musterverträge für urheberrechtlich geschützten Content und die Zusammenarbeit mit Models. Die Verträge sichern insbesondere die Nutzung in Social Media oder auch der Bayerncloud rechtlich ab. Die Vertragsvorlagen können in Lizenz erworben und individuell angepasst werden.



Grenzüberschreitende Mobilität

Gemeinsam mit der Naturparkregion Reutte und dem Tannheimer Tal wurde ein Positionspapier zur Verbesserung des grenzüberschreitenden ÖPNV erarbeitet. Eine zentrale Maßnahme: die Anerkennung von Gästekarten über Ländergrenzen hinweg. Die Abstimmung mit politischen Entscheidungsträgern ist erfolgt – nächste Umsetzungsschritte durch die Tiroler Seite stehen noch aus.

Qualitätsmanagement Rad & Wandern

Die jährliche Qualitätsprüfung im Radwegenetz wurde fortgeführt, das QM Wandern auf mittlere und nördliche Gemeinden ausgeweitet. Zudem wurde das QM Rad für die Leistungsperiode 2025-2027 neu ausgeschrieben und vergeben. Auch die Schlossparkrunde wurde für eine ADFC-Rezertifizierung in 2025 vorbereitet.

Regionale Identität und Tourismusakzeptanz

Die LEADER-Kampagne zur Stärkung der regionalen Identität erzielte auch 2024 eine hohe Sichtbarkeit im gesamten Landkreis. Online wie offline wurden alle Reichweiten- und Interaktionsziele übertroffen. Das positive Echo aus Bevölkerung, Betrieben und Gemeinden bestätigt die Wirkung des Projekts. Auch überregional ist die Kampagne als Best-Practice anerkannt. Die Kampagne konnte 20 Prozent unter den ursprünglich geplanten Kosten realisiert werden. Die mögliche Fortführung des touristischen Innenmarketings ab 2025 wird angestrebt.

Allgäuer Logenplatzroute – Auszeichnung

Die Allgäuer Logenplatzroute erreichte im Wettbewerb „Deutschlands schönster Wanderweg“ den 3. Platz. Der begleitende Allgäuer Wandertag am 5. Mai 2024 zog über 300 registrierte und zahlreiche nicht registrierte Wandernde an. Eine Ringbuslinie brachte die Teilnehmenden an den Ausgangspunkt zurück.

ABK Allgäuer Radltour 2024

Aufgrund wetterbedingter Sicherheitsrisiken musste die Radltour kurzfristig abgesagt werden. Nachhaltige Veranstaltungsaspekte wie regionale Verpflegung und klimafreundliche Anreise rücken auch bei der Radltour immer stärker in den Fokus. Termin für die Radltour 2025: 18. Mai in Pfronten.



Zukunftsstrategie Tourismusverband Ostallgäu

Die Tourismusstrategie für den Landkreis Ostallgäu hat ihren 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 Gemeinden
- Priorität: Gemeinwohl
- Marke: Unsere Marke ist das Ostallgäu

WAS >

- Innengerichtete Entwicklung
- Möglichmacher, Gestalter und Impulsgeber
- Impulsgebung, Netzwerk, Kooperation
- Gemeinsame Projekte





Tourismusforum 2024 Generation Zukunft

Mit über 100 Teilnehmenden war das Tourismusforum 2024 in der Destillerie Waldbrand mehr als ausgebucht. Im Fokus der Netzwerkveranstaltung standen „Arbeiten und Gründen im Tourismus“. Die vielen jungen Teilnehmerinnen und Teilnehmer der nächsten Touristikergeneration lieferten wertvolle Impulse und neue Perspektiven für die Tourismusbranche im Ostallgäu – die Fortsetzung des Formats ist auch für 2025 geplant.



Contentproduktion „Winter im Wandel“

Sich verändernde Winter mit und ohne Schnee erfordern immer größere Anpassungsfähigkeit im Tourismus. Zur Umsetzung einer hybriden Winterstrategie wurde 2024 neues Fotomaterial für Winter mit und ohne Schnee und wetterunabhängige Angebote produziert. Die Ergebnisse stehen allen Gemeinden kostenfrei zur Nutzung zur Verfügung – ein aktiver Beitrag zur touristischen Anpassung an den Klimawandel.



Contentdatenbank Bynder

Die neue Bild- und Contentdatenbank des TVOAL mit über 1.500 aktuellen Inhalten ist online. Die umfassenden Fotoinhalte stehen allen Mitgliedsgemeinden zur touristischen Nutzung zur Verfügung. Das fortlaufend erweiterbare System ist ein zentraler Baustein der Erlebnisraumentwicklung und der Digitalstrategie des TVOAL.

Qualifizierung und Wissen – Ausbildung

Im Rahmen der „TVOAL Stage“ konnte auch 2024 wieder zwei auszubildenden Tourismusfachkräften aus den Verbandsgemeinden ein tiefer Einblick in die Aufgaben und Arbeiten des Tourismusverbandes eröffnet werden. Drei Kooperations-tage mit Seminaren und Praxisinhalten an der Berufsschule Ostallgäu sowie die Einbindung der TFK12 der Kaufleute für Tourismus und Freizeit in das Tourismusforum unterstreichen das Engagement für praxisnahe Ausbildung.



Qualifizierung und Wissen – Veranstaltungsangebote

Der TVOAL bot auch 2024 ein praxisnahes Weiterbildungsangebot. Dazu gehörten das Gastroforum Allgäu, eine Infoveranstaltung zu Bayerncloud und Komoot mit der Allgäu GmbH sowie zwei Seminare zum Urheberrecht. Ergänzt wurde das Programm durch den regelmäßigen Digital-Stammtisch, der viermal im Jahr stattfand. Zielgruppe waren Touristikerinnen und Gastgeber im Ostallgäu.



Relaunch Printmedien im neuen Allgäu-CI

Die Printmedien des TVOAL wurden 2024 gestalterisch überarbeitet und an das Corporate Design des Allgäus angepasst. Durchgängige Gestaltung und klare Bildsprache sorgen für ein modernes, einheitliches Erscheinungsbild in der Außenkommunikation und eine Integration der Ostallgäuer Angebote.



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

nd starker Partner für die Tourismusentwicklung
rdination und Kooperationsplattform, Interessenvertretung



Regionale Netzwerke und Fachgremien

Mit dem Vorsitz von Maria Rita Zinnecker beim Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben, ihrer Tätigkeit im Aufsichtsrat der Allgäu GmbH und die fachliche Vertretung des TVOAL in zahlreichen Fach-, Strategie- und Arbeitsgruppen auf Allgäuebene wurden die regionale Interessensvertretung, die Vernetzung des TVOAL und die Erreichung gemeinsamer Ziele weiter gefördert.

Schwerpunkte der Kommunikation und Marketingaktivitäten lagen 2024 auf reichweitenstarken Kooperationsbeilagen des Allgäus zu den Leitprodukten für Rad und Wandern. Nachhaltiges Reiseverhalten stand dabei thematisch stets im Fokus.

ZEIT Reiseträume

- Inhaltlicher Fokus: Allgäuer Logenplatzroute
- Zielgruppe & Charakter: Hochwertiges Reisemagazin, kulturinteressierte Zielgruppe
- Auflage: 288.000
Vertrieb: als Beilage im Print-Abo der ZEIT

Sonderbeilage Radregion Allgäu

- Inhaltlicher Fokus: Schlossparkrunde & RadReiseRegion Schlosspark
- Zielgruppe & Charakter: Gemeinschaftsbeilage mit Allgäu GmbH für radaktive Gäste
- Auflage: Auflage 197.000
Vertrieb: Radreisen (85.000), Gravelbike (25.000), Outdoor (27.000), Gartenflora (50.000), Eigendistribution (10.000)

Mein Allgäu

- Inhaltlicher Fokus: Königlich Wandern im Schlosspark
- Zielgruppe & Charakter: gemeinschaftliche Sonderbeilage mit Allgäu GmbH, hoher emotionaler Bezug zur Region und Leserschaft in Quellmärkten
- Auflage: Printauflage 550.000 / ca. 1,5 Mio. Leser, Online mehr als 2 Mio. Impressions, Vertrieb: u.a. Beilagen FAZ, SZ, Rheinische Post, Bonner Generalanzeiger, Stuttgarter Zeitung

Wanderbar!

- Inhaltlicher Fokus: Wandertipps zu Sehnsuchtsorten im Ostallgäu
- Zielgruppe & Charakter: Wanderer und Naturliebhaber, Magazin des Deutschen Wanderverbands
- Auflage: 100.000, Leserreichweite 300.000
Vertrieb: bundesweit

Alpen Aktiv

- Inhaltlicher Fokus: Königlich Wandern im Schlosspark
- Zielgruppe & Charakter: Magazin für Aktivreisende in den Alpen, emotional und bildstark
- Auflage: 25.000, Leserreichweite inkl. online 500.000
Vertrieb: Süddeutschland, Westösterreich, Ostschweiz

Wandermagazin

- Inhaltlicher Fokus: Allgäuer Logenplatzroute, Deutschlands schönster Wanderweg
- Zielgruppe & Charakter: Klassisches Wandermagazin in Print und Online
- Auflage: Auflage 35.000, Online Content-Box, Newsletter, Social Media
Vertrieb: im Abo, Buch- und Zeitschriftenhandel



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).

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



Fotos: Peter von Felbert, Christian Greither