

PRESSE NEWS

Tourismusbilanz Allgäu 2020: Einbußen von 38 bei Gästeankünften und 27 Prozent bei Übernachtungen, Ausfall etwas geringer als im bayerischen Durchschnitt

Urlauber bleiben dem Allgäu treu – sofern sie können. Minus etwas weniger als in anderen bayerischen Regionen

Kempten (AG, 10. Februar 2021) – Nach jahrzehntelanger Aufwärtsbewegung – im letzten Jahr sogar mit einem Rekordwert von über vier Millionen Gästen, hat die Pandemie dem Aufschwung ein jähes Ende gesetzt. Doch im Vergleich zu anderen bayerischen Regionen fiel das Minus nicht ganz so stark aus, wie die heute veröffentlichten Zahlen des Bayerischen Landesamtes für Statistik zeigen: Im Allgäu sanken die Gästeankünfte im Vergleich zum Vorjahr um 38,3 Prozent auf 2,5 Millionen (Bayern: -50,4 Prozent). Die Zahl der Übernachtungen ging um 27,1 Prozent auf 9,9 Millionen zurück (Bayern: -40,6 Prozent). 93 Prozent aller Urlauber kamen aus Deutschland (2019: 87,6 Prozent). Innerhalb des Auslandsmarktes entfielen 36 Prozent auf Urlauber aus der Schweiz, 20 Prozent auf Niederländer, gefolgt von sieben Prozent aus Österreich.

So hat sich das Allgäu in der Pandemie behaupten können: Qualität setzt sich durch

Urlaub in Deutschland, in Bayern erfuhr in den letzten Jahren eine stetige Beliebtheit. Und doch ist das Allgäu noch ein wenig beliebter als andere Regionen: Wie TrustScore, die Zusammenfassung aller Bewertungsportale von Unterkünften zeigt, fühlen sich Gäste bei Allgäuer Gastgebern bestens aufgehoben: Das Allgäu steht seit Jahren auf Platz eins. Zurückzuführen ist dies auf das professionelle Netzwerk unter dem Dach der Qualitätsmarke Allgäu und der bereits 2019 festgeschriebenen Marken- und Destinationsstrategie 2030. Mit ihr verbunden ist eine stetige Profilierung von Qualitätsangeboten. Dazu gehören gleichermaßen Konzepte zur Besucherlenkung im Bereich des Naturschutzes als auch im Bereich verknüpfter Mobilität sowie Hygiene. Sie alle stehen für Sicherheit und Transparenz in der Corona-Pandemie. „Die Krise hat gezeigt wie wertvoll es war, bereits schon Lösungsansätze vorliegen zu haben. Zudem hat sich unser Netzwerk bewährt, um gemeinsam mit einer Stimme zu sprechen. Nun wollen wir noch schneller von den Ansätzen in die Umsetzung zu kommen. So dass sich der Gast auch künftig auf das Allgäu als sicheres Urlaubsziel verlassen kann“, sagt Bernhard Joachim, Geschäftsführer der Allgäu GmbH. Die Buchungsanfragen seien sehr hoch, bestätigt Angelika Soyer, Vorsitzende der Anbietergemeinschaft „Mir Allgäuer“ von „Urlaub auf dem Bauernhof“. Das können nicht alle Gastgeber bestätigen. Im Hotelbereich spüre man noch eine gewisse Zurückhaltung, die sich hoffentlich mit einer konkreten Öffnungsperspektive wandeln wird, stellt Sybille Wiedenmann, Geschäftsführerin der AllgäuTopHotels, fest: „In unseren Hotels wird aktuell intensiv renoviert und viele Prozesse optimiert. Noch nie war der Service und Komfort höher als heute in den Spitzenhotels im Allgäu. Nun müssen die Menschen aber erst wieder reisen können, um sie bei uns willkommen heißen zu dürfen.“

Gemeinsam #unter50 – Allgäuer appellieren an die Vernunft und Solidarität

Mit der Kampagne #unter50 hat die Allgäu GmbH bereits Mitte Dezember an Allgäuer und Allgäuerinnen appelliert, möglichst auf Kontakte zu verzichten und in häuslicher Umgebung zu bleiben. Ziel war, den Inzidenzwert auf unter 50 zu senken. Offensichtlich haben sich viele Allgäuer an die Vorgaben gehalten, denn die Allgäuer Landkreise und Städte sind zeitweise bereits unter den Inzidenzwert von 50 gerutscht. Die Allgäu GmbH hat die Kampagne #unter50 nun fortgesetzt. Dabei richtet sie sich aber nicht nur an die Einheimischen, sondern gezielt auch an Menschen in den nahen Ballungsräumen: Mittels verschiedener Bildmotiven und den darauf hinterlegten Aussagen wie „Entdecke-den-kein-Mensch-da-Pfad“ sollen Menschen aufgefordert werden, sich zwar in der Natur, aber nicht an häufig aufgesuchten Orten aufzuhalten. „Diese Maßnahme trägt zu einer Vertrauensbildung nicht nur im Allgäu bei, sondern auch bei unseren Gästen. Einheimische und

Gäste haben ein gemeinsames Ziel: wir wollen verantwortungsvoll miteinander umgehen, gesund bleiben und bald wieder aus der Isolation herauskommen“, sagt Stefan Egenter, Marketingleiter der Allgäu GmbH.

Die Zahlen in der Übersicht

Ankünfte und Übernachtungen, Änderungen in % im Vergleich zum Vorjahr

Regionen	Ankünfte	in %	Übernachtungen	in %	Aufenthalts- dauer
Bayern	19 832 155	-50,4	59 962 427	-40,6	3,0
Allgäu	2 496 966	-38,3	9 932 280	-27,1	4,0
Bay.Schwaben	942 338	-51,8	1 893 070	-47,2	2,0
Tourismusver- band gesamt	3 439 304	-42,7	11 825 350	-31,2	3,4

Pressekontakt:

Simone Zehnpfennig
Allgäu GmbH
Tel. 0831/5753737, Fax 0831/5753733
zehnpfennig@allgaeu.de; www.allgaeu.de

Bernhard Joachim
Geschäftsführer
Tel. 0831/575 37 31
joachim@allgaeu.de