



Tourismusverband
Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.

GESCHÄFTSBERICHT

ALLGÄU / BAYERISCH-SCHWABEN E.V.



Ein erfolgreiches Jahr im Zeichen des Wechsels



Sehr geehrte Damen und Herren,

das Jahr 2024 war für den Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben ein Jahr der Weiterentwicklung und des Aufbruchs. Trotz globaler Herausforderungen konnten wir gemeinsam in unseren Destinationen Allgäu und Bayerisch-Schwaben wichtige Meilensteine erreichen und die Weichen für eine zukunftsfähige Tourismusentwicklung stellen. Unsere neue Geschäftsführung mit Klaus Fischer und Stefan Egenter ist im August 2024 gestartet und hat intern und auch thematisch neue Projekte auf den Weg gebracht.

Auch unser Geschäftsbericht hat eine neue Form erhalten. Kürzer und prägnanter, aber mit Verweisen auf ausführlichere Informationen, die wir im Netz bereithalten. Er gibt Ihnen einen Einblick in unsere Aktivitäten, Projekte und Erfolge des vergangenen Jahres. Er zeigt, wie wir uns den aktuellen Veränderungen stellen und innovative Wege beschreiten, um die Attraktivität unserer Region nachhaltig zu stärken.



Mein herzlicher Dank gilt allen Mitgliedern, Partnern und Mitarbeitenden für ihr Engagement und ihre wertvolle Zusammenarbeit. Gemeinsam können wir optimistisch in die Zukunft blicken.

Herzlich, Ihre

Maria Rita Zinnecker
Vorsitzende des Tourismusverbandes
Allgäu/Bayerisch-Schwaben

Bild rechts

v.l.n.r.: Geschäftsführer Klaus Fischer, Schatzmeister Stefan Rinke,
Vorsitzende Maria Rita Zinnecker, stv. Vorsitzender Dr. Wolfgang Hübschle,
stv. Vorsitzender Dr. Hans Reichhart, stv. Geschäftsführer Stefan Egenter

Das Messejahr



Das Messejahr stand für den Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V. erneut im Zeichen erfolgreicher Präsenz auf wichtigen Branchen- und Besuchermessen. Auf den etablierten Besuchermagneten CMT in Stuttgart und f.re.e in München präsentierte sich der Verband als Dachregion und bot Partnern attraktive Beteiligungsmöglichkeiten am Gemeinschaftsstand. Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger unterstrich die Bedeutung regionaler Wirtschaft und des Tourismus durch seinen Besuch der Messe in München, wo er sich persönlich mit Ausstellern austauschte. Zudem beteiligte sich die Allgäu GmbH an der CMT in Stuttgart an einer Presseveranstaltung, die sich dem historischen Thema der Bauernkriege widmete.

Auf den Besuchermessen in Stuttgart und München gelang es, auch durch die Aufwertung des Messestandes, zahlreiche potenzielle Gäste anzusprechen und nachhaltig das Interesse an den vielfältigen Zielen in Allgäu/Bayerisch-Schwaben zu wecken. Ein Novum war die erstmalige Teilnahme mit einem eigenen Stand auf der Grünen Woche in Berlin, die wertvolle Impulse für den ländlichen Tourismus setzte. Auch auf der international bedeutenden ITB in Berlin war der Verband vertreten, wo erneut vielversprechende Gespräche mit Branchenakteuren geführt wurden. Ein besonderes Highlight war der Besuch von Tourismusministerin Michaela Kaniber am Stand, die sich mit der Verbandsvorsitzenden Maria-Rita Zinnecker sowie den neuen Geschäftsführern austauschte.

Bild links oben

Austausch mit Tourismusministerin Michaela Kaniber und der Verbandsvorsitzenden Maria-Rita Zinnecker auf der ITB

Bild rechts oben

Besuch Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger am Verbandsstand auf der f.re.e

Maßnahmen Allgäu

Gäste-Befragung

Im Auftrag der Allgäu GmbH hat das INIT-Institut der Hochschule Kempten im vergangenen Jahr über 2.200 Urlauber befragt. Die Ergebnisse sind erfreulich: 99 Prozent der Gäste würden das Allgäu als Reiseziel weiterempfehlen, besonders die Wander- und Radwege werden positiv bewertet. Die Ergebnisse werden u.a. für die strategische Ausrichtung des Marketings 2024ff genutzt.



Allgäuer Winter – Strategische Entwicklung

Das Allgäuer Winter-Marketing wurde mit einem Strategieprozess weiterentwickelt: Schnee bleibt zentrales Erlebnisgut. Zudem soll auch ganzjährig ein Schnee-unabhängiges Angebot geboten werden. Drei Transformationsfelder wurden abgeleitet:

1. die Weiterentwicklung des Angebots Schneesport
2. ein hybrides Wintersaisonmodell, das das Allgäu als ganzheitlichen Rückzugsort für Natur, Genuss und Gesundheit etabliert
3. die authentische, agile Kommunikation des Winters

Unsere Wintersport-Highlights:

Beste TV-Bilder aus dem Allgäu bei verschiedenen Wintersport- Großveranstaltungen: Unter anderem mit den sehr beliebten Handfähnchen, die das Stadion in Allgäu-Blau färbten und dem prominenten Allgäu-Logo auf der Sprungschanze in Oberstdorf.

Premiere: Das Allgäu auf Netflix

Ein eigens produzierter Imageclip machte 2024 beim On-Demand Anbieter Netflix Lust auf Urlaub im Allgäu. Der Markensound wertet den bildgewaltigen Clip mit cineastischen Audio-Elementen auf.



Wandertrilogie Allgäu feiert 10-jähriges

Der Weitwanderweg "Wandertrilogie Allgäu" feierte 10-jähriges Jubiläum mit einem großen Jahresprogramm. Entstanden ist nicht nur ein qualitativ hochwertiges Wanderwegenetz, sondern auch ein Wir-Gefühl unter den 34 beteiligten Partnern.

Auslandsmarketing: Schweiz

Die Schweiz ist mit ca 30 % aller ausländischen Übernachtungen der wichtigste touristische Auslandsmarkt für das Allgäu. In Kooperation mit sechs Allgäuer Tourismusorten und den AllgäuTopHotels wurden die Schweizer Gäste in einer eigenen Marketing-Kampagne adressiert.



Bild rechts

Aufsichtsratsvorsitzender Oberbürgermeister Thomas Kiechle gratuliert den Verantwortlichen der Wandertrilogie Allgäu: Klaus Fischer, Geschäftsführer Allgäu GmbH; Melanie Daiber, Geschäftsfeld Wandern Allgäu GmbH; Bernhard Joachim, Geschäftsführer Allgäu GmbH; Stefan Egenter, Marketingleiter Allgäu GmbH; Oberbürgermeister Kiechle, Aufsichtsratsvorsitzender Allgäu GmbH; Christa Fredlmeier



B2B Beteiligungsmaßnahmen jetzt digital

Seit Jahren bietet die Allgäu GmbH für ihre touristischen Partner Beteiligungsmöglichkeiten an, um gemeinsam und unter dem Allgäu-Dach eine größere Marktdurchdringung zu erzielen. Seit dem Sommer 2024 sind alle Beteiligungsmöglichkeiten nun auf einer digitalen Plattform gebündelt. Neben einer Vielzahl an Informationen zu den einzelnen Maßnahmen wird die Buchungsanfrage digital abgewickelt. Das ganze Jahr über stellt die Allgäu GmbH immer wieder neue und spannende Maßnahmen auf dem Portal bereit. Ein regelmäßiger Blick auf <https://b2b.allgaeu.de/beteiligung> lohnt sich also. Aber auch alle Abonnenten des B2B Newsletters bekommen alle neuen Maßnahmen direkt in das E-Mail-Postfach geliefert. Falls noch nicht geschehen, gleich anmelden unter: <https://b2b.allgaeu.de/newsletter>



Unser Presseportal im neuen Look

Pünktlich zum Allgäutag 2024 ist auch das neue Presseportal im modernen Look gestartet. Interessierte Medien finden hier Aktuelles, spannende Geschichten, über 2.500 Fotos und viele weitere Informationen gesammelt an einer Stelle. Das Portal ist zugleich eine kleine Datenbank aller herausragenden Aktivitäten der Allgäu GmbH und ihrer Partner. <https://b2b.allgaeu.de/presse>

Presse 2024 – die Highlights

Sechs Gruppenpressereisen sowie eine Leserreise wurden durchgeführt, dazu gesellten sich neun individuelle Recherchereisen sowie drei Pressekonferenzen. Insbesondere die Pressereise zu „Kluftinger isch bäck“ und die Winter-Pressekonferenz waren außergewöhnlich: Auftakt der Pressereise „Kluftinger isch bäck“ war die Buchvorstellung „Lückenbüßer“ so-



wie Eröffnung der Sonderausstellung „Kluftingers Geheimnis“ mit den Autoren, was viele Münchner Medien, breit gestreut über alle Formate, ins Allgäu lockte. Der BR war selbstverständlich auch dabei. Für die Winter-PK reiste sogar das ZDF mit drei Mann nach Ofterschwang.

Bestseller-Autoren aus dem Allgäu und im Allgäu

Auch die Pressereise zu „1525 – als das Allgäu in den Mittelpunkt der europäischen Geschichte rückte“, war für überregionale wie regionale Medien interessant. Selbst der Spiegel-Bestseller-Autor des Buches „Der Bauernkrieg 1525“, Dr. Christian Pantle, schloss sich unserer Reise an. So hatten die mitreisenden Medien wie FAZ oder vom evangelischen Pressedienst nicht nur vor Ort Experten, sondern auch schon während der Fahrt zur den Originalschauplätzen im Allgäu.

Maßnahmen Bayerisch-Schwaben

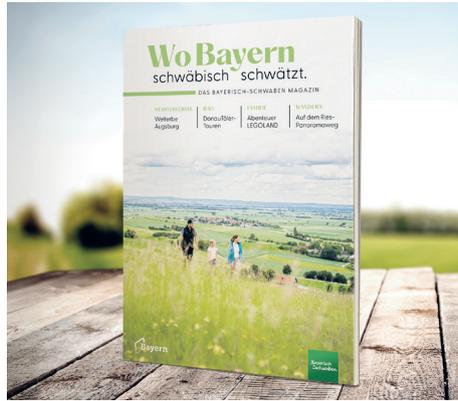


Frischer Wind durch neue Kreativagentur

Seit Jahresbeginn 2024 begleitet eine neue Kreativ- und Grafikagentur die Arbeit der Destination Bayerisch-Schwaben. Mit frischem Blick wurde das Corporate Design an die erarbeitete Tourismusstrategie angepasst und dank neuer Ideen entstand eine aufmerksamkeitsstarke Imagekampagne: Mit DooH-Spots auf digitalen Screens, originellen Postkarten, inspirierenden Social-Media-Inhalten und gezielten Online-Maßnahmen wurde Bayerisch-Schwaben modern und emotional inszeniert.

Bild rechts oben

Treffen der Schwabenstädte-Mitglieder am 9. Juli 2024 in Nördlingen mit Beratungen und Beschluss zur Auflösung der Arbeitsgemeinschaft



4. Auflage des Bayerisch-Schwaben-Magazins

Ein weiteres Highlight war die erneute Produktion des beliebten Magazins „Wo Bayern schwäbisch schwätzt“. Mit 104 Seiten voller Geschichten, Tipps und Bildern lädt es zum Entdecken ein. Verbreitet über Tourist-Infos, Messen, Bestellmodul auf der Website oder online als E-Publikation bleibt das Magazin ein zentrales Medium der Gästesprache.

Neues Netzwerk für Bayerisch-Schwaben

2024 markierte einen strategischen Neustart: die bisherige Arbeitsgemeinschaft „Schwabenstädte“ wurde aufgelöst und durch ein neues, thematisch vielfältiges Städte-Netzwerk ersetzt. Dies bedeutet u.a. auch mehr finanzielle Ressourcen für



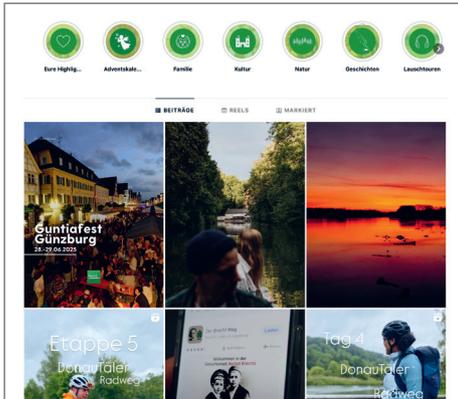
das Städtemarketing unter dem starken Markendach Bayerisch-Schwaben. Allen Partnern wurde die Beteiligung an der Kampagne „Stadhupferl“ angeboten. 17 Mitgliedsorte beteiligen sich an den zunächst für drei Jahre aufgesetzten Werbemaßnahmen.

www.bayerisch-schwaben.de/stadhupferl

Lauschtouren auf Erfolgskurs

Ein Erfolgsprodukt bleiben weiterhin die 21 Lauschtouren in der Region. Mehr als 12.000 neue Downloads der „Bayerisch-Schwaben-Lauschtour“-App und knapp 20.000 geladene Touren 2024 – diese Zahlen können sich sehen lassen. Genau so wie die Bewertungen – mit 4,9 im Apple App Store und 4,7 auf Google Play.

Maßnahmen Bayerisch-Schwaben/Kommunikation/PR



Erfolgreiche Social Media-Performance

2024 wurde eine neue Agentur beauftragt, die kreativen Wind in die Social Media-Kommunikation brachte. Durch eine kanalspezifische Strategie und maßgeschneiderte Kampagnen insbesondere auf Instagram wurde die Präsenz Bayerisch-Schwabens deutlich auf 1,1 Millionen erreichte Accounts in 2024 gesteigert. Auf Facebook wurde die geplante Reichweite mit 2,7 Millionen ebenfalls deutlich übertroffen.



Medienpräsenz mit neuer Presse-Agentur

Auch im Bereich Presse wird seit März 2024 mit einem neuen Dienstleister gearbeitet. Mit erfreulicher Resonanz wurden neben der Erstellung interessanter Pressemitteilungen auch individuelle Presse- und Bloggerreisen organisiert, um Bayerisch-Schwabens Themen in der Medienlandschaft zu positionieren.

Website-Relaunch

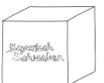
2024 erlebte die Website bayerisch-schwaben.de einen umfassenden Relaunch. Die neue, klar strukturierte Website mit optimierter Benutzerführung und verbesserter mobiler Darstellung bietet Nutzern ein modernes und ansprechendes Erlebnis mit Fokus auf einfache Navigation und flexible Nutzung auf allen Geräten. Die direkten Zugriffe haben sich nach dem Relaunch bereits sichtbar erhöht.



Bayerisch-Schwaben-Blog

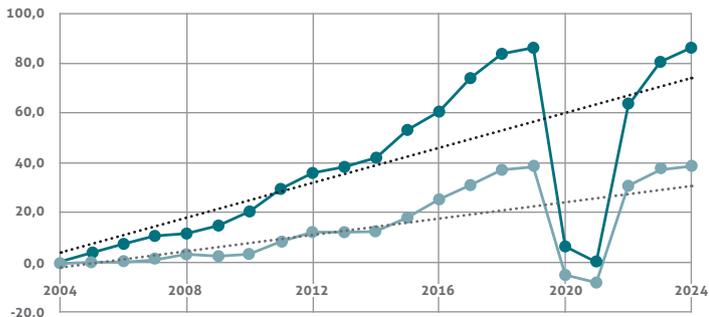
Der Bayerisch-Schwaben-Blog setzte auch 2024 neue Akzente. Von praktischen Ausflugstipps bis hin zu tiefgründigen Stories – der Blog bleibt ein wichtiger Kanal in puncto Information und Inspiration für Tagesausflüge bzw. Geschichten aus der Region. Auch die Interaktion durch gezielte Bewerbung der Artikel wurde intensiviert, wodurch Reichweite und Leserbindung stiegen.

www.bayerisch-schwaben.de/blog

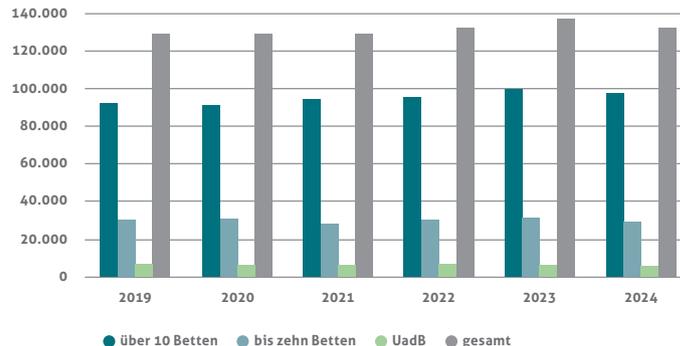




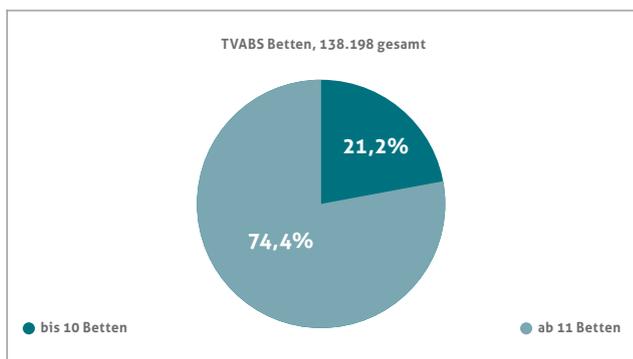
TVABS: **Ankünfte** und **Übernachtungen** (2004 – 2024)
Veränderungen zu 2004



Verteilung Betten TVABS



TVABS: Verteilung Betten 2024



Hier finden Sie weitere Statistiken und den Geschäftsbericht zum Download

Geschäftsbericht 2024: veröffentlicht zur Jahreshauptversammlung des Tourismusverbandes Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V. am 30.06.2025 in Irsee.

Berichtszeitraum: 1.1.24 - 31.12.24
Statistik und Jahresabschluss: 2024 (Eigenerhebung bzw. Bayerisches Landesamt für Statistik)



Alle bayerischen Tourismusregionen lassen sich auf einen Klick in der interaktiven Statistik der Bayern Tourismus Marketing GmbH miteinander vergleichen und als Grafiken downloaden. Mehr unter: <https://tourismus.bayern/wissensmanagement/statistiken-und-studien/>

Herausgeber:
Tourismusverband
Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.
Schießgrabenstraße 14
86150 Augsburg
Telefon: 0821/450401-0
Telefax: 0821/450401-20
office@tvabs.de
www.allgeau-bayerisch-schwaben.de

Fotos:
Wenn nicht gesondert angegeben:
Tourismusverband
Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.,
Allgäu GmbH sowie Mitglieder und Partner