

Allgäu®

Bayerisch
Schwaben



Geschäftsbericht 2020

Tourismusverband

Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.



Vorwort

Liebe Mitglieder, Partner und Freunde des Tourismusverbands Allgäu/Bayerisch-Schwaben,

wie schon im Geschäftsbericht des vergangenen Jahres sind die meisten Aktivitäten und somit auch die Berichte stark von der noch immer andauernden Coronapandemie geprägt. Durch nunmehr zwei Lockdowns hat der Tourismus im Allgäu und Bayerisch-Schwaben massive Einbußen erlitten und verkraften müssen. Nur dank starker Unterstützungsmaßnahmen seitens des Freistaates und des Bundes konnten noch schlimmere Auswirkungen auf die in ihrer Existenz bedrohten Betriebe der gesamten Tourismuswirtschaft abgemildert werden.

Die Politik ist an der Seite der Touristiker, wenngleich das Ausmaß der Pandemie uns alle extrem gefordert hat und nicht immer alle Maßnahmen für die Branche nachvollziehbar waren. Dennoch haben wir die massiven Eingriffe des Staates in die unternehmerischen Freiheiten mit großer Solidarität mitgetragen.

Der Vorsitzende unseres Tourismusverbandes Staatsminister Klaus Holetschek, MdL konnte in seiner damaligen Funktion als Staatssekretär im Verkehrsministerium und dann in Folge als Staatssekretär im Gesundheitsministerium bis Jahresende 2020 die Belange und vor allem die Stimmungslage unserer Mitglieder und Partner mit großem Nachdruck und immer wieder im Kabinett der bayerischen Staatsregierung platzieren.

Dennoch haben wir uns alle den Einschränkungen der 2. und 3. Coronawelle unterwerfen müssen. Besonders bitter hat es dabei das Allgäu mit seinen Wintersportorten und Bergbahnen getroffen, welche für die gesamte Wintersaison 2020/2021 durchgehend im Lockdown bleiben mussten. Positiv zu vermelden ist die intensive Beschäftigung mit der Besucherlenkung auf der Straße und in der Natur, wo wir im engen Austausch mit dem Zentrum Naturerlebnis Alpin, dem Naturpark Nagelfluhkette, dem Bayerischen Zentrum für Tourismus und der Hochschule Kempten und vielen weiteren regionalen und lokalen Akteuren die Initiative aus dem Ostallgäu aufgegriffen haben und viele praxistaugliche Ideen entwickeln konnten, die im kommenden Jahr bereits modellhaft zur Umsetzung kommen.

Die negative Entwicklung der Übernachtungszahlen wird ab dem Jahr 2022 auch starke Auswirkungen auf die Summe der Mitgliedsbeiträge haben. Die aktuelle Finanzlage des Verbandes wird es jedoch ermöglichen, zumindest für das Jahr 2022 ohne Beitragssonderzahlungen auszukommen. Ihr Tourismusverband hat Sie bestmöglich informiert, gemeinsam werden wir diese Krise meistern. Wir sind gerne Ihr Partner und aktiver Mitstreiter. Unser Dank gilt insbesondere der Tourismusabteilung im bayerischen Wirtschaftsministerium und der Regierung von Schwaben für die wertvolle Unterstützung.

Nachdem unser Vorsitzender aktuell seine gesamte Kraft und Aufmerksamkeit der Aufgabe als Bayerischer Gesundheitsminister widmen darf und will, lässt er seinen Verbandsvorsitz ab Januar 2021 ruhen. Seitdem führen wir beiden stellvertretenden Vorsitzenden zusammen mit Bürgermeister Stefan Rinke als Schatzmeister den Verband durch die Pandemie, unterstützt durch unseren Geschäftsführer Bernhard Joachim. Staatsminister Klaus Holetschek wird dem Verband auch weiterhin eng verbunden sein, er wird uns und allen Mitgliedern und Partnern jederzeit seine volle Unterstützung geben.



Maria Rita Zinnecker, Landrätin
stv. Vorsitzende
Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.

Johannes Hintersberger, MdL
stv. Vorsitzender
Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.

Geschäftsbericht 2020:
veröffentlicht zur Jahreshauptversammlung des
Tourismusverbands Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.
am 4. Oktober 2021 in Kempten.

Berichtszeitraum: Mai 2020 bis Mai 2021
Statistik und Jahresabschluss: 2020

Herausgeber:
Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.
Schießgrabenstraße 14 · 86150 Augsburg
Telefon 08 21/45 04 01-0 · Telefax 08 21/45 04 01-20
office@tvabs.de
www.allgaeu-bayerisch-schwaben.de

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

Inhalt

Vorwort	2
Die wichtigsten Zahlen	4
Destinationsmarketing für Allgäu und Bayerisch-Schwaben	8
Destinationsmarketing Allgäu	10
Geschäftsfelder	10
Auslandsmarketing	12
PR & Öffentlichkeitsarbeit	13
Internet	16
Broschüren	17
Destinationsmarketing Bayerisch-Schwaben ...	18
Bayerisch-Schwaben-Lauschtour	20
Website & Blog	21
Social Media & PR	22
Sonstige Aktivitäten	23
Broschüren	24
Verbandsmarketing	25
Messeauftritte	25
Verband intern	26
Bericht Jahreshauptversammlung 2020	26
Termine und Themen der Verbandsarbeit ...	27
Bilanz 2020	30
Ergebnisrechnung 2020	32
Organigramm	33
Mitglieder	33
Verbandsorgane und Gremien	36
Statistiken	38

Die wichtigsten Zahlen

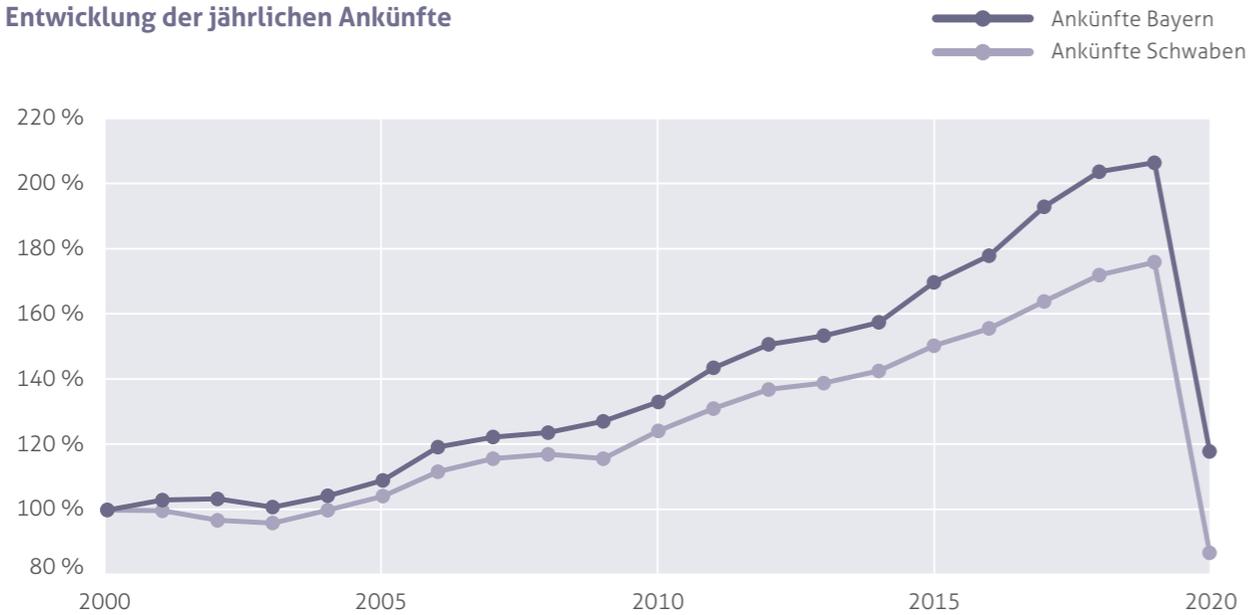
Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungen im Verbandsgebiet seit 2000

Über lange Jahre konnten die Tourismuszahlen für Allgäu/Bayerisch-Schwaben nur eine Richtung: aufwärts. Doch 2020 dokumentiert das Bayerische Landesamt für Statistik statt fast schon gewohnter Spitzenergebnisse auch für unser Verbandsgebiet ein trauriges Minus. Die Corona-Pandemie traf Allgäu/Bayerisch-Schwaben – wie

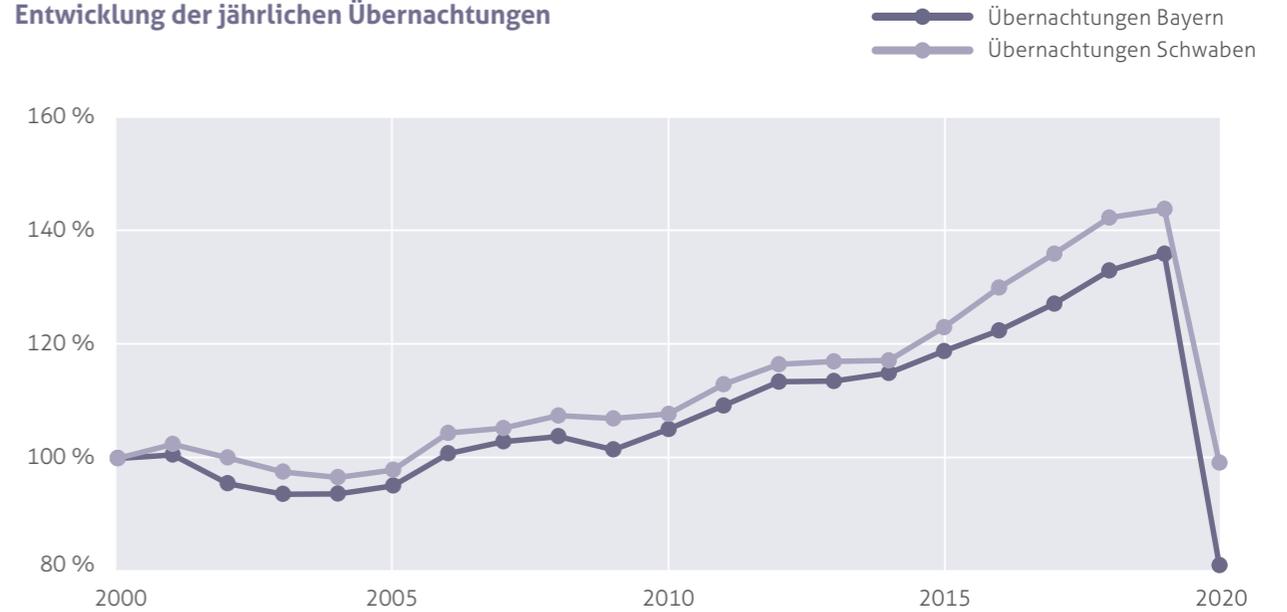
den Rest Bayerns – hart. Bei den Gästeankünften ging es um 42,7 Prozent bergab auf 3,4 Millionen. Die Übernachtungen sanken um 31,2 Prozent auf 11,8 Millionen. Die Ergebnisse der TVABS-Eigen-erhebung auf Basis der Meldungen unserer Mitgliedsorte (inklusive Privat- und Kleinvermietern) finden Sie ab Seite 38 des Geschäftsberichts.

4

Entwicklung der jährlichen Ankünfte



Entwicklung der jährlichen Übernachtungen



5

Tourismus in Bayern im Vergleich der Tourismusverbände*

	Ankünfte		Veränderung	Übernachtungen		Veränderung
	2019	2020		2019	2020	
München-Oberbayern	18.386.966	8.142.412	-55,7 %	43.564.732	23.994.972	-44,9 %
Ostbayern	5.526.633	3.116.943	-43,6 %	17.760.380	11.150.577	-37,2 %
Franken	10.316.946	5.275.813	-48,9 %	22.888.370	13.319.677	-41,8 %
Allgäu/Bayerisch-Schwaben	6.006.207	3.439.304	-42,7 %	17.199.465	11.825.350	-31,2 %
Bayern gesamt	40.010.919	19.832.155	-50,4 %	100.911.480	59.962.427	-40,6 %

* Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Tourismusentwicklung 2020 im Allgäu

Erheblicher Rückgang: Auch für das Allgäu weist die Tourismusbilanz ein deutliches Minus aus. Dass die Ergebnisse nicht noch schlechter ausfielen, lag an den hervorragenden Sommermonaten, die viele Gäste ins Allgäu zogen und die

Einbrüche aus Frühjahr, Herbst und Winter zumindest abpuffern konnten. Insgesamt sanken die Gästeankünfte aber dennoch um 38,3 Prozent auf knapp 2,5 Millionen, die Übernachtungen reduzierten sich um 27,1 Prozent auf 9,9 Millionen.

	Ankünfte		Veränderung	Übernachtungen		Veränderung
	2019	2020		2019	2020	
Landkreise						
Lindau	572.049	359.016	-37,2 %	2.020.118	1.432.345	-29,1 %
Oberallgäu	1.558.971	1.029.736	-33,9 %	6.249.762	4.649.106	-25,6 %
Ostallgäu	1.251.457	775.321	-38,0 %	3.644.465	2.847.199	-21,9 %
Unterallgäu	317.935	152.716	-52,0 %	1.096.364	612.410	-44,1 %
Gesamt	3.700.412	2.316.789	-37,4 %	13.010.709	9.541.060	-26,7 %
Kreisfreie Städte						
Kaufbeuren	47.369	28.642	-39,5 %	85.601	55.163	-35,6 %
Kempten	192.289	99.688	-48,2 %	332.063	213.770	-35,6 %
Memmingen	109.302	51.847	-52,6 %	187.363	122.287	-34,7 %
Gesamt	348.960	180.177	-48,4 %	605.027	391.220	-35,3 %
Allgäu gesamt	4.049.372	2.496.966	-38,3 %	13.615.736	9.932.280	-27,1 %

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Tourismusentwicklung 2020 in Bayerisch-Schwaben

Traurige Bilanz: Die Statistik für Bayerisch-Schwaben zeigt für 2020 frustrierende Zahlen: Ein Minus von 51,8 Prozent bei den Gästeankünften und -47,2 Prozent bei den Übernachtungen. Dabei traf es Städte und Regionen, die besonders stark vom

Geschäftsreise-Tourismus abhängen, besonders hart. Auch die Region rund um den Familien-Magneten LEGOLAND® Deutschland litt unter der deutlich verkürzten Öffnungszeit und den eingeschränkten Kapazitäten des Freizeitparks.

	Ankünfte		Veränderung	Übernachtungen		Veränderung
	2019	2020		2019	2020	
Landkreise						
Aichach-Friedberg	130.488	61.734	-52,7 %	232.037	139.773	-39,8 %
Augsburg	223.205	104.978	-53,0 %	411.392	203.485	-50,5 %
Dillingen	106.522	65.948	-38,1 %	264.815	170.063	-35,8 %
Donau-Ries	188.708	100.126	-46,9 %	401.535	227.050	-43,5 %
Günzburg	550.786	268.073	-51,3 %	933.356	482.599	-48,3 %
Neu-Ulm	283.121	133.314	-52,9 %	481.123	251.011	-47,8 %
Gesamt	1.482.830	734.173	-50,5 %	2.724.258	1.473.981	-45,9 %
Kreisfreie Städte						
Augsburg	474.005	208.165	-56,1 %	859.471	419.089	-51,2 %
Gesamt	474.005	208.165	-56,1 %	859.471	419.089	-51,2 %
Bayerisch-Schwaben gesamt	1.956.835	942.338	-51,8 %	3.583.729	1.893.070	-47,2 %

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Destinationsmarketing für Allgäu und Bayerisch-Schwaben

Das Destinationsmarketing in 2020 wurde stark beeinflusst durch die Corona Pandemie und die hierdurch verhängten Lockdowns von Mitte März bis Ende Mai 2020, sowie wieder ab November 2020 bis weit über das Jahresende hinaus.

Zwar gelten die jeweiligen, vereinbarten Tourismusstrategien für unsere Destinationen Allgäu und Bayerisch-Schwaben, diese konnten jedoch nicht in allen Teilen und konsequent umgesetzt werden.

Alle für das Frühjahr und zum Start der Sommersaison geplanten Kampagnen wurden zunächst

gestoppt. Das Tourismusmarketing wurde während beider Lockdowns auf ein „Grundrauschen“ zurückgefahren. Die Botschaft, welche vor allem in den sozialen Medien kommuniziert wurde, lautet „...heute Träumen, morgen Kommen!“

Mit Beginn der Sommersaison 2020 haben wir dann einen großen Teil der Kampagnen mit entsprechender Verspätung an den Start gebracht. Die Ergebnisse der in Folge guten bis sehr guten Übernachtungs- und Gästezahlen bestätigen hier auch die Attraktivität unserer beiden Destinationen Allgäu und Bayerisch-Schwaben.

Für den Winter 2020/21 konnten jedoch aufgrund der dauerhaften Schließung aller Betriebe der Tourismuswirtschaft keine Kampagnen an den Start gebracht werden. Lediglich die bereits vereinbarten Maßnahmen für die im Februar 2021 erfolgreich – wenn auch ohne Gäste – stattgefundenen Nordische Ski-WM in Oberstdorf wurden vertragsgemäß umgesetzt.

Im Bereich der Digitalisierung konnten wir uns gut weiterentwickeln, indem wir uns z. B. mit dem Allgäu als Pilotregion im Projekt „Bayern Cloud“ aktiv eingebracht haben. Weiterhin konnten eine große

Reihe von Betriebscoachings für Kleinvermieter durchgeführt werden. Dank neuer Fördermittel planen wir hier auch weitere Maßnahmen für das nächste Geschäftsjahr.

Aufgrund der besonderen Umstände konnten nicht alle vom Freistaat erhalten Landesmittel für das Tourismusmarketing eingesetzt werden. Dank der guten Zusammenarbeit mit unserem Fördergeber und der Regierung von Schwaben, Abteilung Tourismusförderung dürfen wir die Mittel in das nächste Geschäftsjahr übertragen. Hierfür herzlichen Dank!



© Fouad Vollmer Agentur Mittelbiberach



© Tobias Scheßl



© Fouad Vollmer Werbeagentur Mittelbiberach

Destinationsmarketing Allgäu 2020

Zunächst ist geplant das Destinationsmarketing Allgäu auch im Jahr 2020 entsprechend der Destinationsstrategie Allgäu weiterhin auf die vereinbarten 5 Geschäftsfelder mit den dort entwickelten Leitprodukten aufzusetzen und zu gestalten.

Aufgrund der aktuellen Coronakrise können die Kooperationsverträge einheitlich bis einschließlich 2021 verlängert werden.

Durch die bereits genannten Zeiträume zweier Lockdowns im laufenden Geschäftsjahr gestalten sich die meisten Aktionen und Kampagnen jedoch anders als zunächst geplant.

Im Frühjahr starten keine Kampagnen, es gibt nur ein sog. Grundrauschen in den sozialen Medien. Mit Ende des Lockdowns Ende Mai erfolgt ein guter Tourismusrestart mit vielen geplanten Maßnahmen und guten bis hervorragenden Tourismuszahlen. Die vorgesehenen Winterkampagnen fallen jedoch komplett dem zweiten Lockdown zum Opfer und werden im Verlauf des Winters auch nicht gestartet.

Maßnahmen, die durchgeführt wurden:

Basismarketing

Online: Weitere Entwicklung mit zahlreichen Verbesserungen der Website www.allgaeu.de,

u.a. Relaunch bei der Metasuche mit aktuell über 6.500 Gastgeberbetrieben, Einbindung weiterer Bewegtbildsequenzen, aktive Pflege und redaktionelle Bearbeitung der verschiedenen social media Kanäle. Offline: Beteiligung an zwei Magazinen, Sommer und Winter „griaß di Allgäu“.

Zielgruppe Familie

Der Themenbereich Familie wird weiterhin in den Geschäftsfeldern und Leitprodukten mit familiengerechten Angeboten und Tipps dargestellt. Weiterhin wird eine Familienkarte mit zahlreichen Tipps erstellt und hochauflagig in verschiedenen Familienmedien vertrieben.

Netzwerk Mountainbike

Das Interreg Förderprojekt „Netzwerk Mountainbike“ erreicht die Schlussphase. Die Projektförderung endet im Juni 2021. Insgesamt wurden rund 700 Kilometer Mountainbikewege ausgeschildert und die Nutzung der Wege hinsichtlich Verkehrssicherung und Haftung mit Gemeinden und Grundstückseigentümern vereinbart. Die Allgäu GmbH hat das Projekt federführend umgesetzt. Der Name des Netzwerkes wird künftig „Naturbiken Allgäu“ sein. Mit dem neuen Namen unterstreicht das Produkt das naturnahe Raderlebnis und den Ansatz, respektvoll mit der Natur auch beim Radfahren in der Natur umzugehen.



© Allgäu GmbH | Erika Dürr



© Allgäu GmbH | Christa Fredlmeier



© Allgäu GmbH | Christoph Gramann



© Fouad Vollmer Werbeagentur Mittelberach



© Allgäu GmbH | Martin Erd

Auslandsmarketing

Schweizer Gäste in Zeiten der Pandemie

Die Schweiz ist der wichtigste touristische Auslandsmarkt für das Allgäu. Seit Jahren stellt die Schweiz mit ca. 30 Prozent aller ausländischen Übernachtungen das größte Kontingent. Pandemiebedingt brachte das Jahr 2020 ca. 50 Prozent weniger Ankünfte und Übernachtungen. Die Grenzsicherungen und Quarantäneregeln machten in Lockdown-Zeiten das Reisen in die Nachbarregion nicht möglich.



Marketingmaßnahmen

Für 2020 wurde mit dem Migros Magazin (Regionalsplit Zürich und Ostschweiz) ein erfolgreiches, neues Kooperationsangebot entwickelt. In zehn Gemeinschaftsanzeigen wurden Ferien ins Allgäu beworben. Die Gesamtauflage lag hier bei 3,2 Millionen. Des Weiteren wurden in der Sonntagszeitung Schweiz weitere Anzeigen veröffentlicht, die 2020 eine Gesamtauflage von 763.000 erreichten. Zu den Printmaßnahmen 2020 zählte eine zweimalige Präsentation des Allgäus, von Partnerorten und Betrieben in der Schweiz-Auflage von DIE ZEIT mit jeweils ca. 90.000 Lesern. Weitere Veröffentlichungen folgten, wie z. B. im Magazin Bucketlist. Im Herbst konnte der Schweizer Influencer Tobias Meyer „cosmokoala“ für eine Foto-Recherche ins Allgäu gewonnen werden. Neben den für das Allgäu entstandenen Bildern, begleitete er den Aufenthalt auf seinen Social-Media-Kanälen.



PR & Öffentlichkeitsarbeit

Trotz Lockdown haben Medien über das Allgäu berichtet. Die Themen reichten von Besucherlenkung und Mobilität, Wandern, Radeln, aber natürlich schon sehr viel zum anstehenden Jubiläumsjahr Sebastian Kneipps 2021 bis hin zur Kultur. 2020 wurden 457 Print-Artikel (345 widmeten sich rein touristischen und 112 weiteren aktuellen Themen der Allgäu GmbH) in regionalen und überregionalen Medien erzielt. Sie erreichten eine Auflage von über 24,5 Millionen. Die Reichweite ist aber wesentlich höher und liegt bei 60 Millionen. Nicht eingerechnet die Radio- und TV-Reichweiten. Für

die überregionalen Medien lassen wir das Medienäquivalent über einen Clipping-Dienst ermitteln. Hätten wir die Flächen und Zeilen über Anzeigen gebucht, wären dafür im Jahr 2020 Kosten in Höhe von 2,4 Millionen Euro angefallen. In diesen Wert noch nicht eingerechnet sind Ausstrahlungen in TV sowie Radio- und Online-Darstellungen vieler Portale. Anfragen verschiedener TV-Stationen gab es bald wöchentlich, weil viele ursprünglich im Ausland vorgesehene Beiträge so nicht stattfinden konnten. Einen Überblick über die Pressearbeit bietet das Presseportal presse.allgaeude.

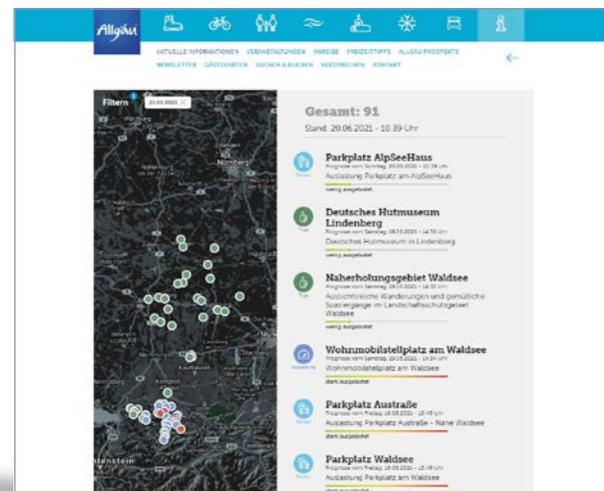


Internet

Die Internetaktivitäten im Zeichen von Corona

Auch an den digitalen Plattformen ist das Thema Corona nicht vorbeigegangen. Nach einem guten Start ins Jahr 2020 gab es im 1. Halbjahr mit den Maßnahmen rund um den Lockdown einen starken Einbruch der Besucherzahlen. Lediglich die Informationsseite zum Thema Corona konnte Reichweiten erzielen wie noch keine weitere Einzelseite zuvor. Mit insgesamt 673.402 Aufrufen zwischen März 2020 und Mai 2021 und mit einer durchschnittlichen Verweildauer von 6 Minuten. Die Gesamtzugriffszahlen zeigen ebenfalls wie das Thema Urlaub in Zeiten von Corona im Interesse der Gäste stand. Während des Lockdowns gab es sehr wenige Zugriffe, ab dem Zeitpunkt an dem Urlaub wieder möglich war aber einen sehr starken Anstieg der Zugriffe.

16



Ausflugsticker Bayern

Um die Besucherlenkung der (Tages)-Gäste besser kanalisieren zu können, hat die Bayern Tourismus zusammen mit den regionalen Tourismusverbänden einen Ausflugsticker aufgesetzt. Dieser ist in 2020 in einer ersten Ausbaustufe gestartet und wurde zu Ostern 2021 durch ein komplett neues System ersetzt. Durch die dezentrale Pflege vor Ort und die zukünftige Anbindung an Sensordaten leistet diese digitale Lösung einen ersten Beitrag zur Lenkung der Tourismusströme in stark frequentierten Regionen.

Erfolgreiche Digitale Kampagnen

Trotz des Lockdowns konnten auch im Allgäu sehr erfolgreiche Onlinekampagnen durchgeführt werden. Unter dem Zeichen „Restart“ ist die Region abgestimmt in die Bewerbung für einen sicheren Urlaub gegangen und konnte so maßgebliche eine große Anzahl an Urlaubswilligen erreichen und von der Sicherheit eines Urlaubs im Allgäu überzeugen.



Broschüren Allgäu

Mit ihrer emotionalen und markenbildenden Wirkung bleiben hochwertige und zielgruppenspezifische Printmaßnahmen auch im digitalen Zeitalter ein wichtiger Bestandteil des Marketingmix.



Titel	Auflage	Vertrieb
Illerradweg	23.000	Über Direktversand und über Partner,
Geo Saison	159.000	92.000 Beilage in Eltern Family, 57.000 Beilage in Geo Saison Extra „Reisen mit Kindern“, 10.000 Direktversand und über Partner
Big Fun	200.000	Über Partner und Direktversand
Freizeitmagazin „Dein Urlaub. Unsere Heimat“ Center Parcs Park Allgäu Sommer	25.000 – 30.000	Zentrale Auslage in der Touristinfo und weiteren Stellen im Center Parcs Park Allgäu sowie außerhalb des Parks
Freizeitmagazin „Dein Urlaub. Unsere Heimat“ Center Parcs Park Allgäu Winter	15.000 – 20.000	
Mein Allgäu Magazin	666.000	Vertrieb über Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Ruhr Nachrichten, Hessische -Niedersächsische Allgemeine, Stuttgarter Zeitung
Griaß Di Allgäu Sommer	85.000	Verkauf im Zeitschriftenhandel, Kiosk, Buchhandel im deutschsprachigen Raum
Griaß Di Allgäu Winter	85.000	
Übersichtskarte Wandertrilogie Allgäu	100.000	
Din lang Variante als Streumittel	40.000	Auslage auf Messen und Direktvertrieb über Prospektversand, Vertrieb über die Partner der Wandertrilogie Allgäu.
Serviceheft Wandertrilogie Allgäu	180.000	
Übersichtskarte Radrunde Allgäu	60.000	Beilage in Brigitte, Direktvertrieb und über Partner GF Städte
Stadtgeschichten Allgäu	86.000	Verkauf im Zeitschriftenhandel, Kiosk, Buchhandel im deutschsprachigen Raum
Übersichtskarte Wandertrilogie Allgäu DIN lang Variante als Streumittel	100.000	
Serviceheft Wandertrilogie Allgäu	42.000	Auslage auf Messen und Direktvertrieb über Prospektversand, Vertrieb über die Partner der Wandertrilogie Allgäu.
Serviceheft Radrunde Allgäu	30.000	
Übersichtskarte Radrunde Allgäu	90.000	
Rennradkarte	15.000	
Stadtgeschichten Allgäu	60.000	Beilage in Brigitte, Direktvertrieb und über Partner GF Städte

17

Destinationsmarketing Bayerisch-Schwaben

Im außergewöhnlichen Jahr 2020 mit einer Saison unter Corona-Bedingungen sowie vielen negativen, aber auch manch ermutigender Nachricht reagierte das Destinationsmarketing Bayerisch-Schwaben u.a. mit der Kampagne „Nimm deinen Sommer jetzt in die Hand“ auf die neuen Herausforderungen. Ziel war es, angesichts veränderter Rahmenbedingungen das Bestmögliche für die Region zu erreichen.

Mit einem zielgruppenspezifischen Marketing-Mix stellte Bayerisch-Schwaben seine touristischen Themen auf diversen Ebenen in den Fokus, erfolgreiche Projekte der Vorjahre wurden nachhaltig weiterentwickelt, wie die Bayerisch-Schwaben-Lauschtour oder der Bayerisch-Schwaben-Blog. Die ersten Monate 2021 verliefen dann ebenfalls alles andere als geplant: Lockdown und zu hohe

Inzidenzwerte stoppten nahezu alle Aktivitäten im Tourismus. Um dennoch im Gedächtnis der Gäste zu bleiben, nutzte das Destinationsmarketing vor allem die Webseite und den Social-Media-Bereich für Information & Inspiration. Mit dem Slogan „Zeit für einen Tapetenwechsel“ ging Bayerisch-Schwaben im Frühsommer 2021 dann in den Restart Nummer zwei.

Online-Radio & TV-Spots: Über diese Kanäle warb die Restart-Kampagne 2020 für Bayerisch-Schwabens Angebote in den Bereichen Städte-Trips, Radtouren, Familienziele, Naturerlebnis und Lauschtouren. Die Aktion „Nimm deinen Sommer jetzt in die Hand“ wurde außerdem auf verschiedene andere Marketingbereiche ausgeweitet – von Google Display Ads bis hin zu Facebook Instant Experiences.



„Nimm deinen Sommer jetzt in die Hand“: Bayerisch-Schwabens multimediale Restart-Kampagne nach dem ersten Corona-Lockdown 2020.

Stadthupferl: Große Aufmerksamkeit erzielte auch die neue Kampagne „Stadthupferl“ im Themenfeld „Städte“. 13 Orte in Bayerisch-Schwaben lieferten 24-Stunden-Tipps für Stadtentdecker. Ab Juli 2020 ging die entsprechende Landingpage www.bayerisch-schwaben.de/stadthupferl online. Beworben wurde die Seite durch Facebook- & Instagram-Posts, die mit 320.000 erreichten Personen gute Sichtbarkeit generierten. 2021 wird die Kampagne nun fortgeführt – mit weiteren Beteiligten und ergänzt um einen „Wasser-Tipp“ pro Stadt.

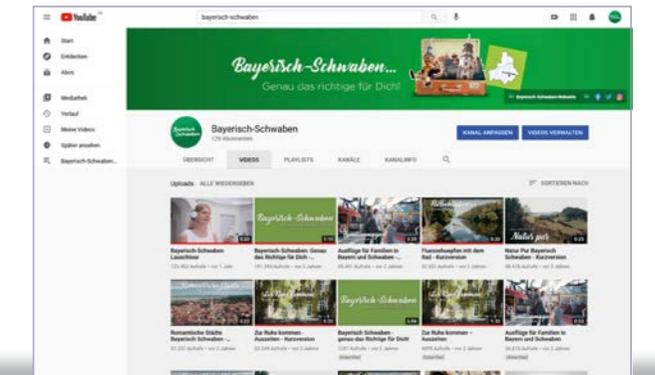
Kooperationen & mehr: Insgesamt nutzte das Destinationsmarketing diverse Kooperationsmöglichkeiten, um Bayerisch-Schwaben auch in überregionalen Re-Start-Aktionen attraktiv zu platzieren. So war die Region in der bayernweiten Kampagne „Raus geht's!“ (2020) bzw. „So klingt Bayern“ (2021) der Bay.TM sowie in der Kampagne



Neue Kampagnen wie die Bayerisch-Schwaben-„Stadthupferl“ mit 24-Stunden-Tipps für die Orte der Region erreichten mit Online- und Social-Media-Marketing gute Sichtbarkeit.

„Entdecke Deutschland“ präsent, die von allen Bundesländern gemeinsam aufgesetzt und vermarktet wurde.

Onlinemarketing: Auch der Beginn der Onlinemarketing-Maßnahmen wurde 2020 durch den Corona-Lockdown verzögert. Die Restart-Phase zu Pfingsten zeigte sich dann von starker Nachfrage geprägt: nach Urlaub in Deutschland und damit einhergehend auch nach Online-Werbeplätzen. Das Fazit für das Onlinemarketing ist dennoch sehr positiv: mehr Reichweite und damit Sichtbarkeit für die Urlaubsthemen und Klickzahlen ähnlich wie 2019, bei leicht höheren Kosten je Klick. Die erfolgreichen Werbeformate der Vorjahre – Facebook Instant Experiences, Google Display Ads und Videomarketing – kamen dabei erneut zum Einsatz. Insgesamt betrug die Reichweite mehr als 14 Millionen Impressions bei über 120.000 Klicks und 280.000 Views im Videomarketing.



Bayerisch-Schwaben-Lauschtour

Die Bayerisch-Schwaben-Lauschtour mit 20 Hörspaziergängen unter freiem Himmel hat 2020 alle Rekorde gebrochen. So stiegen die Downloadzahlen der App für iOS und Android im Vergleich zum Vorjahr um rund 200 Prozent auf über 39.000. Bei den in der App genutzten Touren ging es mit plus 100 Prozent ebenfalls steil bergauf: 22.500 Touren wurden im Gesamtjahr 2020 geladen. Offensichtlich trafen die Outdoor-Audioguides gerade in Corona-Zeiten den Nerv der Gäste. Zudem zeigten Online- und Social-Media-Marketing mit Fokus auf den App-Download Wirkung. Für weitere Aufmerksamkeit sorgten die Einbindung in die Online-Audio-Kampagne, attraktive Bay.TM-Beteiligungen sowie die Eröffnung der neuesten Lauschtour zum LandArt-Kunstpfad Bonstetten im September 2020.

20



Rekordzahlen für die Bayerisch-Schwaben-Lauschtouren: Im Corona-Jahr 2020 erzielten die Audiotouren große Aufmerksamkeit – auch die neue LandArt-Lauschtour.

Top-Bewertungen: Selbst im sonst eher schwachen 4. Quartal wurden mehr als 4.900 Lauschtouren geladen – eine Verdopplung im Vergleich zu 2019. Die tatsächliche „Lauscher“-Zahl liegt dabei noch weit höher, da oft Paare, Freunde oder Familien die Tour gemeinsam mit einem Smartphone nutzen. Überaus positiv zeigte sich das Nutzer-Feedback: Im Apple App Store lagen die Bewertungen bei 4,9 von 5 Sternen, auf Google Play bei 4,7 von 5 Sternen.

Qualitätssicherung: Um den hohen Standard zu halten, startete das Destinationsmarketing einen Qualitäts-Check zu allen seit 2012 entstandenen Bayerisch-Schwaben-Lauschtouren. Überprüft wurden Punkte wie Beschilderung, Wegebeschaffenheit oder inhaltliche Aktualität. Notwendige Updates sollen im Lauf des Jahres 2021 umgesetzt werden. Darüber hinaus geht bald Lauschtour 21 in die Umsetzung – mit dem Arbeitstitel „Festungs- und Parkerlebnis in Neu-Ulm an der Donau“.



Website & Blog

bayerisch-schwaben.de: aktuelle Zahlen, SEO, Content

Bei den Zugriffszahlen auf die Webseite zeigten sich ebenfalls Effekte, die zumindest in Teilen auf Corona zurückzuführen sind: Die Nutzer verbrachten mehr Zeit am Rechner und suchten nach Reise- und Ausflugsmöglichkeiten in der Umgebung. Die Webseite konnte in allen Bereichen – sowohl quantitativ als auch qualitativ – Rekorde verzeichnen. Mehr Nutzer (+ 13,5 %), mit mehr Sitzungen (+ 15 %) sowie deutlich mehr Seitenaufrufe (+ 22,5 %). Gleichzeitig verringerten sich die direkten Ausstiege, die Zahl der Seiten/Sitzung stieg weiter an und damit auch die durchschnittliche Sitzungsdauer. Ursächlich für diese positiven Entwicklungen sind – neben den Corona-Effekten – die fortlaufenden SEO-Optimierungen, der Ausbau an Inhalten sowie die strukturellen und inhaltlichen Optimierungen. Am stärksten gefragt waren und sind Outdoor-Inhalte wie Rad, Wandern und die Lauschtouren. Darüber hinaus wurden 2021 neue Landingpages zu Themen wie Kneipp, Wohnmobilstellplätzen sowie barrierefreien Angeboten erstellt.



Bayerisch-Schwaben-Website und die Best-of-Tipps des Bayerisch-Schwaben-Blogs lieferten 2020 stark nachgefragte Ausflugs- und Urlaubsinspirationen für die Region.

Bayerisch-Schwaben-Blog: flexibel angepasst und sehr erfolgreich

Für die 5. Blogkampagne war der Einsatz von professionellen Reisebloggern geplant. Der Corona-Lockdown und die Unsicherheiten nach dem Restart machten dies nicht planbar und erforderten eine kurzfristige Veränderung der Kampagne. Neben den einheimischen Botschaftern, die spontan reisen und berichten konnten, wurde der reiche Schatz an vorhandenen Geschichten überarbeitet und in neuer Form kommuniziert. Mehrere bestehende Blogbeiträge wurden in Sammelbeiträgen als „Best of-Tipps“ zusammengefasst und beworben. Die Zahl der Zugriffe auf den Blog erreichte hierdurch dasselbe Niveau wie 2019. Die Reiseblogger sind nun ab Juli 2021 im Einsatz.

21



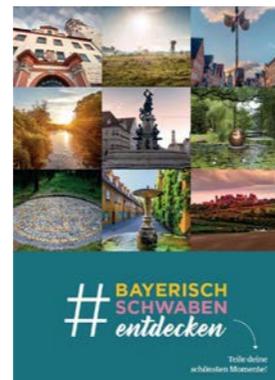
Social Media & PR

Social-Media-Kommunikation: Inspiration, Vorfreude und Corona-konforme Freizeit-Tipps standen 2020 im Fokus der Social-Media-Arbeit. Trotz erschwelter Bedingungen konnte sich der Facebook-Auftritt Bayerisch-Schwabens mit über 30.000 Fans und hoher Sichtbarkeit als viel genutzter Kommunikationskanal behaupten. Die Beitragsreichweite liegt organisch bei durchschnittlich über 100.000 Usern pro Monat. Einzelne Posts erzielten Spitzenreichweiten mit über 20.000 erreichten Personen. Erheblich ausgebaut wurde 2020 das Engagement auf Instagram. Auch wenn die Reichweiten auf Facebook noch deutlich höher sind, zeigt sich der Kanal durch seine aktive Community sowie die hohe Zahl an Interaktionen als ausgesprochen attraktiv. Der Hashtag #BayerischSchwabensEntdecken wird inzwischen vielfach genutzt, die Vernetzung mit regionalen und überregionalen Influencern wächst stetig. Seit 2021 setzt das Destinationsmarketing verstärkt auch auf Instagram-Stories mit Themenspecials, Quizen oder Highlight-Fotos.



Bayerisch-Schwaben-Highlights in den Medien: Pressemeldungen und Pressebesuche sorgten für attraktive Berichterstattung. Die Instagram-Community wächst.

PR- & Öffentlichkeitsarbeit: Neben dem regelmäßigen Versand von Pressemeldungen und Themenspecials an einen passenden Medienverleiher konnten auch im Corona-Jahr 2020 einige individuelle Pressereisen realisiert werden. Eine Mehrtagestour für den Reise-Blog „One Million Places“ wurde ebenfalls umgesetzt. Im Fokus der Medien waren diverse Aspekte Bayerisch-Schwabens – von den vielfältigen Städterlebnissen rund um die UNESCO-Welterbe-Stadt Augsburg oder Radeln & Wandern an der Donau bis hin zu Wittelsbacher Spuren im Landkreis Aichach-Friedberg oder Genuss & Geologie im Ries. Unter den Presseveröffentlichungen waren auch Berichte zu Journalistenbesuchen aus dem Vorjahr mit hohem Medienäquivalenzwert.



Sonstige Aktivitäten

Foto-Vielfalt: Erneut konnten mit dem Fotografen Florian Trykowski vielseitig einsetzbare Bilder an attraktiven Schauplätzen produziert werden: so etwa in der UNESCO-Welterbe-Stadt Augsburg und der Nördlinger Altstadt, an Wertach und Donau, vor dem Hintergrund der Harburg sowie in einem Biergarten im Dillinger Land.

Attraktive Beteiligungen: Fast 20 Marketing-Maßnahmen für alle Themenfelder wurden 2020 über die Bayern Tourismus Marketing GmbH gebucht und realisiert, aufgrund der Corona-Situation zum Teil zeitlich leicht verschoben. 2021 konnten ebenfalls bereits interessante Marketing-Beteiligungen umgesetzt werden. So ist Bayerisch-Schwaben in Newslettern mit 90.000 Abonnenten vertreten, genauso wie in der Bayern-Beilage mit einer Auflage von 750.000 oder in der ZEIT-Beilage „Deine perfekte Zeit in Bayern“ mit einer Auflage von 150.000 Exemplaren.



Bereicherung des Bilderpools: Neue Foto-Shootings zum UNESCO-Welterbe Augsburg und anderen Höhepunkten in Stadt und Land.

SAT.1-Kooperation: Mit fünf Beiträgen war Bayerisch-Schwaben 2020 in der Sendung „Ferien-Tipps in Bayern“ von SAT.1 Bayern vertreten; die Kooperation wird auch 2021 fortgesetzt: Fünf weitere Tipps aus dem Destinationsgebiet sind in Planung.

Bayerische Landesausstellung: Nach 2010 war Bayerisch-Schwaben 2020 erneut Gastgeber für die Bayerische Landesausstellung. Die Schau zum Thema „Stadt befreit – Wittelsbacher Gründerstädte“ war im Wittelsbacher Schloss Friedberg sowie im FeuerHaus Aichach zu sehen. Corona-bedingt verkürzt fanden dennoch viele Menschen den Weg ins Wittelsbacher Land und konnten neben der Ausstellung auch die beiden reizvollen Städte entdecken. Das Destinationsmarketing unterstützte die Veranstaltung in den Bereichen Bewerbung/Marketing sowie Vertrieb/Versand des Infomaterials.



Erlebnismultifalt: Die Bayerische Landesausstellung 2020 im Wittelsbacher Land und Ferien-Tipps aus Bayerisch-Schwaben auf SAT.1 Bayern.

Broschüren Bayerisch-Schwaben

Gedrucktes Infomaterial zu Bayerisch-Schwaben wird weiterhin vielfach nachgefragt und deshalb kontinuierlich aktualisiert, nachgedruckt oder neu publiziert.

So nahm die Bestellung der Radkarte „Flüsse-hüpfen vom Feinsten“ 2020 um über 40 % zu, beim Lauschtour-Booklet um über 50 % und bei der Karte „Die schönsten Ziele im Blick“ sogar um über 120 %. Auch Info-Material unserer Mitglieder war auf der bayerisch-schwaben.de begehrt – bei vielen Orten verdoppelten sich die Zahlen.

Neu gedruckt wurde daher die Familien-Broschüre „Kunterbunte Kinderwelten“ im Mai 2020, ebenso wie die Bayerisch-Schwaben-Karte „Die schönsten Ziele im Blick“ im Dezember 2020 – neben dem Magazin „Wo Bayern schwäbisch schwätzt“ das Basis-Werbemittel des Destinationmarketing.

Des Weiteren wurde im Frühjahr 2021 die Lauschtour-Broschüre „Wer hinhört, sieht mehr“ nachgedruckt, da gerade die Lauschtouren in der Pandemie-Zeit ein sicheres Freizeitangebot im Freien darstellten und eine Rekord-Nachfrage erfuhren.

Der Highlight-Flyer „Unsere Top10-Ziele zum Sehen & Staunen“, die Radkarte „Flüsse-hüpfen vom Feinsten“, das Auszeiten-Booklet „In der Ruhe liegt die Kraft“ sowie der Highlight-Flyer

„Bavarian Swabia's Best of – so much to see & do“ in englischer Sprache runden das Print-Portfolio in bewährter Form ab.

Vertrieb: Alle Publikationen werden über diverse Kanäle vertrieben – 2020 insbesondere über das Bestellformular im Web bzw. über die Webseiten unserer Partner und Mitglieder, auf Messen, in den Tourist-Infos der Mitglieder, in der Tourist-Info LEGOLAND® Allee und über weitere beteiligte Partner.



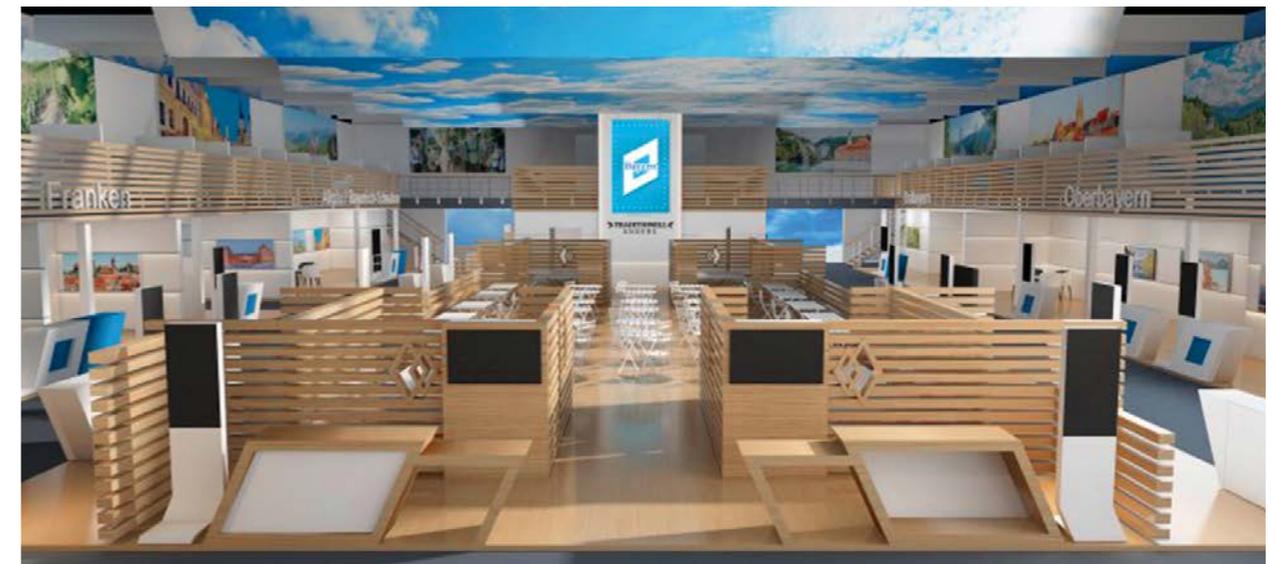
Titel	(Neu)Auflage
Familien-Flyer	10.000
„Kunterbunte Kinderwelten“	(5/2020)
Übersichtskarte Bayerisch-Schwaben	10.000
„Die schönsten Ziele im Blick“	(12/2020)
Lauschtour-Broschüre	8.000
„Wer hinhört, sieht mehr“	(4/2021)

Verbandsmarketing | Messeauftritte

Der Tourismusverband Allgäu/Bayerisch Schwaben und das Allgäu sind unter der Messekoordination von Alpin Consult mit verschiedenen Partnern und Anschließern auf der **CMT** in Stuttgart sowie auf der **Reise- und Freizeitmesse f.re.e** in München und auf der **Reisen** in Hamburg vertreten. Doch die Corona Pandemie ermöglichte eine Teilnahme im Jahr 2021 nicht. Die Messen wurden abgesagt. Auch die Grüne Woche in Berlin, die wir in Kooperation mit „Urlaub auf dem Bauernhof“ besuchen, konnte nicht stattfinden.

Eine feste Größe im Messekalender ist für den Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben die **Internationale Tourismusbörse (ITB)** in Berlin

(9.–12. März 2021). Die Messe wurde in diesem Jahr zum ersten Mal komplett digital umgesetzt und erhielt den Namen „ITB Berlin NOW“. Wir haben uns zusammen mit den Partnern Regio Augsburg Tourismus, Füssen Tourismus und Marketing sowie mit dem Landkreis Neu-Ulm auf der ITB Berlin NOW unter dem Dach der Bayern Tourismus Marketing präsentiert und waren auch in der ergänzenden digitalen Bayern Halle vertreten. Neben gut besuchten Pressekonferenzen gab es viele interessante Themen-Talks, an denen wir mit unserem Thema „Mountainbiken neu gedacht – Naturverträglichkeit und Freizeitaktivität im Spannungsverhältnis“ teilnehmen durften.



Die virtuelle Bayernhalle bei der ersten digitalen ITB Berlin Now 2021.

Verband intern | Bericht Jahreshauptversammlung 2020

Die Jahreshauptversammlung 2020 war zunächst für den Termin 22.06.2020 anlässlich der Bayerischen Landesausstellung im Haus der bayerischen Geschichte mit dem Titel „Stadt befreit. Wittelsbacher Gründerstädte“ in Aichach-Friedberg geplant. Corona bedingt konnte dieser Termin nicht realisiert werden. Als neuer Termin wurde das Datum 23. Oktober 2020 mit neuem Ort, der Stadthalle Memmingen festgelegt.

Aufgrund der im Herbst stark steigenden Corona-Inzidenzwerte konnte auch dieser Termin für die 70. Jahreshauptversammlung nicht stattfinden. Stattdessen organisiert die Geschäftsstelle zusammen mit dem Vorsitzenden Staatssekretär Klaus Holetschek, MdL, eine Online-Informationskonferenz für alle Mitglieder.

Die Onlineveranstaltung findet ebenfalls am 23. Oktober mit ca. 70 Teilnehmern als google meet Konferenz statt. Diese Konferenz ersetzt nicht die zunächst geplante Mitgliederversammlung, dient aber der Information unserer Mitglieder, insbeson-



dere für die auch online zu besprechenden „Regularien“ einer Jahreshauptversammlung. Nach einem kurzen Bericht durch den Vorsitzenden gibt Herr Steuerberater Arlt von der betreuenden Steuerberatungskanzlei Optima die nötigen Informationen zum Jahresabschluss 2019. Schatzmeister Bürgermeister Stefan Rinke und Geschäftsführer Bernhard Joachim stellen anschließend die Zahlen des Wirtschaftsplanes 2020 vor. Rechnungsprüfer Robert Frei gibt seinen Prüfungsbericht für das Geschäftsjahr 2019 ab. Die teilnehmenden Mitglieder haben im Anschluss an die Videokonferenz und die von Geschäftsführung und Vorstand gegebenen Informationen Gelegenheit, via doodle über das Jahresergebnis 2019 sowie den Wirtschaftsplan 2020 abzustimmen. Abstimmungsergebnis im Anschluss an die Videokonferenz via doodle im Sinne eines Umlaufbeschlusses:

- Jahresabschluss 2019: einstimmig positiv
 - Wirtschaftsplan 2020: einstimmig positiv
 - Bericht der Rechnungsprüfer: einstimmig positiv
- Alle weiteren Beschlüsse, insbesondere die Entlastung von Vorstand, Beirat und Geschäftsführung sowie die satzungsmäßig durchzuführenden Neuwahlen von Vorstand, Beirat, Marketingausschuss Bayerisch-Schwaben und Rechnungsprüfer werden bei der nächsten Mitgliederversammlung nachgeholt.

Die Mitgliederversammlung wird in 2021 in Präsenz stattfinden, sobald dies aufgrund der Pandemielage möglich ist.

Ausgewählte Termine und Themen der Verbandsarbeit

Aufgrund des ersten Corona Lockdowns ab 17. März 2020 finden bis einschließlich Ende Mai 2020 alle geplanten Termine nur noch online aus den Büros der Geschäftsstellen in Augsburg und Kempten statt. Viele der bereits geplanten Präsenzveranstaltungen und Sitzungen können via Videokonferenzen gut organisiert werden.

26. Mai 2020

Informationsgespräch Vorsitzender STS Holetschek, GF Joachim und Bürgermeister Stefan Rinke, Schwangau zur Umsetzung der Coronaregelungen für die Wiedereröffnung am 31.05.2020, Besichtigung von 2 touristischen Betrieben in Schwangau.

Ab Juni finden verschiedene Vorstellungsbesuche der Geschäftsführung bei nach der Kommunalwahl neu gewählten Bürgermeister*innen und Landrät*innen statt.

12. Juni 2020

Informationsfahrt des Vorsitzenden StS Klaus Holetschek MdL, zusammen mit dem Geschäftsführer Bernhard Joachim zu verschiedenen Gemeinden und Mitgliedsorten im Allgäu um sich ein Bild über die Lage vor Ort nach dem Lockdown zu machen.



Corona Information vor Ort in Schwangau; v.l.: Vorsitzender Klaus Holetschek, MdL in seiner damaligen Funktion als Staatssekretär im Bau- und Verkehrsministerium; Andreas Helmer, Wirt im Schloßbrauhaus Schwangau; Bernhard Joachim, Geschäftsführer TVABS; Stefan Rinke, Bürgermeister und Schatzmeister TVABS.

19. Juni 2020

Pressekonferenz in der Weltcuphütte Ofterschwang zur Vorstellung der neuen Bergbahnjahreskarte „Allgäu 365+“ der Allgäu Tirol Bergwelt GmbH zusammen mit dem ADAC Südbayern.

07. September 2020

Vor Ort Besichtigung zusammen mit Vertreter*innen der Alpwirtschaft und des Zentrum Naturerlebnis alpin für zwei geplante Gamsbesichtigungsstationen im Landkreis Oberallgäu.

18.-20. September 2020

Treffen der Kooperation AlpNet- Destinationen in Südtirol und Erfahrungsaustausch zur Coronapandemie im Alpenraum.



23. September 2020

1. Jahreshauptversammlung des neu gegründeten Vereins „Deutsche Donau Tourismus“ in Ulm.

05. Oktober 2020

Klausurtagung BayTM zur künftigen strategischen Ausrichtung.

19. Oktober 2020

Bayerischer Tourismustag in München unter strengen Corona-Auflagen.

Ab 1. November 2020:

2. Lockdown in der Corona Pandemie. Verbot von touristischen Übernachtungen. Schließung der gesamten touristischen Infrastruktur.



Alle geschäftlichen Meetings und Besprechungen finden jetzt nur noch via Videokonferenz statt.

23. Februar – 08. März 2021

Nordische Ski WM in Oberstdorf. Coronabedingt finden alle Veranstaltungen ohne Zuschauer statt. Der Tourismusverband hat ein Werbepaket mit umfangreichen TV-relevanten Rechten erworben. Hierdurch wird vor allem die Destination Allgäu bei den täglichen Live-Übertragungen der Wettkämpfe mit großer Reichweite kommuniziert.

09. – 12. März 2021

Teilnahme an der ersten virtuellen und digitalen ITB, in enger Zusammenarbeit mit der BayTM

23. April 2021

Corona-Informationsgespräche bei der Landesregierung und Wirtschaftskammer Vorarlberg.



Weitere Termine der Verbandsarbeit

Marketingausschuss Bayerisch-Schwaben

- 22. Juli 2020
- 29. Oktober 2020
- 25. März 2021

TVABS-Vorstandssitzungen

- 8. Oktober 2020
- 7. Dezember 2020

29. Mai 2021

Besuch von Staatsminister Klaus Holetschek im Kleinwalsertal. Treffen mit Landesrat Christian Gantner, Dr. Andreas Gapp, Vorstand Bergbahnen Oberstdorf Kleinwalsertal und Bürgermeister Andi Haid. Themen: Erfahrungsaustausch und Abstimmung zu aktuellen Coronathemen und -regelungen.



Besichtigung des Standortes am Riedbergpass für die Gamsbeobachtungsstationen mit den Projektteilnehmern (links). Vorstellung der neuen Bergbahnkarte „Allgäu 365+“ auf der Weltcuphütte Ofterschwang (rechts): (v.l.n.r.) Christoph Walter, GF ADAC Südbayern; Ralf Speck und Hans Peter Schratt, Vorstände der Allgäu Tirol Bergwelt GmbH, sowie die Geschäftsführer Bernhard Joachim und Klaus Gehrer.

Eröffnungsveranstaltung der Nordischen Ski WM im Skisprungstadion (links). Grenzüberschreitender Corona Erfahrungsaustausch im Kleinwalsertal (rechts): (sitzend v.l.n.r.) Bürgermeister Andi Haid, Gesundheitsminister Klaus Holetschek, MdL, Landesrat in Vorarlberg Christian Gantner. (stehend v.l.n.r.) Dr. Andreas Gapp, Vorstand der Kleinwalsertaler Bergbahn AG, Geschäftsführer Bernhard Joachim, Gemeinderäte der Gemeinde Mittelberg.

Bilanz zum 31. Dezember 2020

Aktiva

		Geschäftsjahr	Vorjahr
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
entgeltlich erworbene Rechte und Lizenzen	€	969,07	969,07
II. Sachanlagen			
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	€	1.442,50	1.973,50
III. Finanzanlagen			
Beteiligungen	€	112.200,00	112.200,00
B. Umlaufvermögen			
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	€	7.373,43	22.577,70
2. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	€	33.412,04	28.945,00
3. sonstige Vermögensgegenstände	€	173.228,24	234.621,55
II. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	€	279.676,37	271.646,47
C. Rechnungsabgrenzungsposten		€	20.715,88
		€	629.017,53
			709.760,57

30

Passiva

		Geschäftsjahr	Vorjahr
A. Eigenkapital			
I. Vereinsvermögen	€	85.320,70	83.986,78
II. Jahresüberschuss	€	758,97	1.333,92
B. Rückstellungen			
1. Sonstige Rückstellungen	€	180.608,60	235.120,00
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr € 221.856,90 (€ 308.327,46)	€	221.856,90	308.327,46
2. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr € 25.537,40 (€ 35.694,03)	€	25.537,40	35.694,03
3. Sonstige Verbindlichkeiten – davon aus Steuern € 51.934,96 (€ 32.815,63), mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr € 51.934,96 (€ 32.815,63)	€	51.934,96	32.815,63
D. Rechnungsabgrenzungsposten		€	63.000,00
		€	629.017,53
			709.760,57

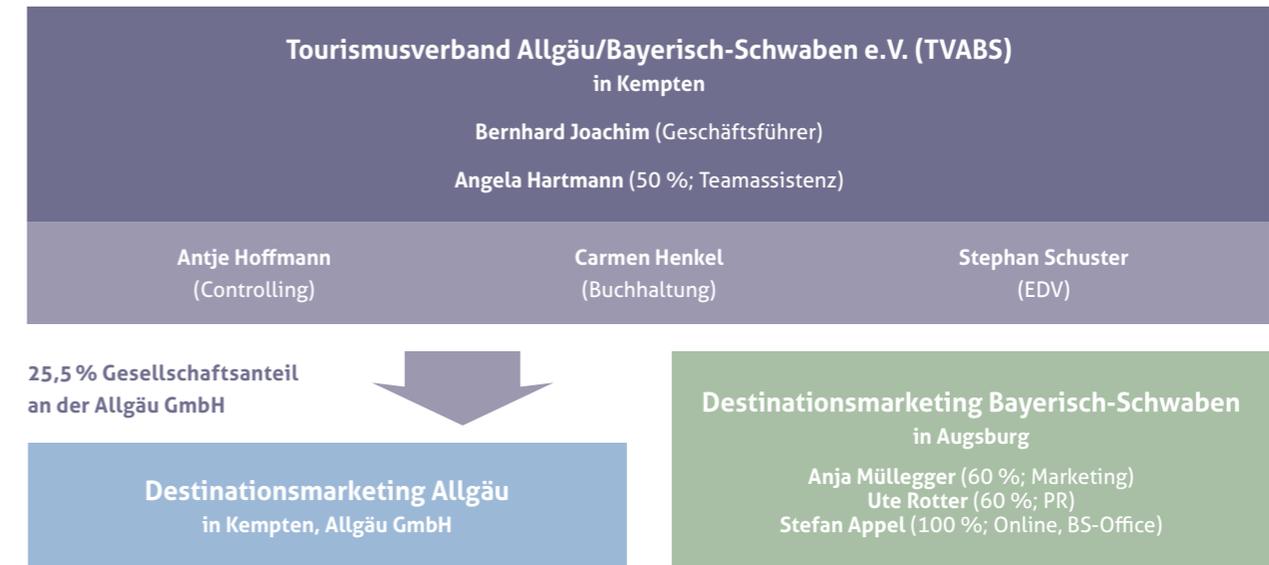
31

Ergebnisrechnung 2020

		Ergebnis 2020	Ergebnis 2019
Umsatzerlöse			
I. Mitgliedsbeiträge	€	414.805,29	457.228,90
II. Fördergelder (Freistaat)	€	1.017.028,82	1.013.382,00
III. Bezirk Schwaben	€	50.000,00	50.000,00
IV. Einnahmen Anschließter / Sonstiges	€	187.299,35	241.936,64
Gesamtsumme Erlöse	€	1.669.133,46	1.762.547,54
Kosten			
I. bezogene Leistungen (Marketingmaßnahmen)	€	1.172.151,26	1.158.157,44
II. Personalkosten	€	318.888,04	345.050,64
III. Abschreibungen	€	531,00	2.365,00
IV. sonstige betriebliche Aufwendungen	€	176.804,19	255.615,11
1. Raumkosten	€	22.099,32	18.211,80
2. Versicherungen, Beiträge	€	18.053,83	17.854,88
3. Reparaturen	€	6.305,25	4.658,22
4. Werbe- und Reisekosten	€	3.631,03	7.072,74
5. verschiedene betriebl. Kosten	€	118.204,87	198.168,18
6. nicht abziehbare Vorsteuer	€	8.509,89	9.649,29
V. Zinsaufwand	€	0,00	25,03
VI. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	€	0,00	0,40
Gesamtsumme Aufwand	€	1.668.374,49	1.761.213,62
Jahresergebnis	€	758,97	1.333,92

32

Organigramm



33

Mitglieder (Stand Januar 2021)

Ordentliche Mitglieder: Orte		
1.	Aichach	(AIC)
2.	Altusried	(OA)
3.	Argenbühl	(RV)
4.	Augsburg	
5.	Bad Grönenbach	(MN)
6.	Bad Hindelang	(OA)
7.	Bad Wörishofen	(MN)
8.	Bad Wurzach	(RV)
9.	Balderschwang	(OA)
10.	Blaichach	(OA)
11.	Bolsterlang	(OA)
12.	Buchenberg	(OA)
13.	Burgau	(GZ)
14.	Burgberg	(OA)
15.	Buxheim	(MN)
16.	Dietmannsried	(OA)
17.	Dillingen a.d. Donau	(DLG)
18.	Donauwörth	(DON)

19.	Eggenthal	(OAL)	52.	Marktoberdorf	(OAL)
20.	Eisenberg	(OAL)	53.	Memmingen	
21.	Elchingen	(NU)	54.	Mindelheim	(MN)
22.	Fischen i. Allgäu	(OA)	55.	Missen-Wilhams	(OA)
23.	Friedberg	(AIC)	56.	Monheim	(DON)
24.	Füssen	(OAL)	57.	Nesselwang	(OAL)
25.	Gersthofen	(A)	58.	Neu-Ulm	(NU)
26.	Gestratz	(LI)	59.	Nördlingen	(DON)
27.	Görisried	(OAL)	60.	Obermaiselstein	(OA)
28.	Grünenbach	(LI)	61.	Oberreute	(LI)
29.	Gundelfingen	(DLG)	62.	Oberstaufen	(OA)
30.	Günzburg	(GZ)	63.	Oberstdorf	(OA)
31.	Halblech	(Buching + Trauchgau) (OAL)	64.	Oettingen i. Bayern	(DON)
32.	Harburg	(DON)	65.	Ofterschwang	(OA)
33.	Heimenkirch	(LI)	66.	Ottobeuren	(MN)
34.	Höchstädt a.d. Donau	(DLG)	67.	Oy-Mittelberg	(OA)
35.	Hopferau	(OAL)	68.	Pfronten	(OAL)
36.	Illertissen	(NU)	69.	Rain	(DON)
37.	Immenstadt	(OA)	70.	Rettenberg-Kranzegg	(OA)
38.	Irsee	(OAL)	71.	Rieden	(OAL)
39.	Isny	(RV)	72.	Roggenburg	(NU)
40.	Jungholz	(Tirol)	73.	Roßhaupten	(OAL)
41.	Kaufbeuren		74.	Rückholz	(OAL)
42.	Kempten		75.	Scheidegg	(LI)
43.	Kißlegg	(RV)	76.	Schwangau	(OAL)
44.	Kleinwalsertal Tourismus	(Vorarlberg)	77.	Seeg	(OAL)
45.	Krumbach	(GZ)	78.	Sonthofen	(OA)
46.	Lauingen	(DLG)	79.	Stiefenhofen	(LI)
47.	Lechbruck	(OAL)	80.	Sulzberg	(OA)
48.	Lengenwang	(OAL)	81.	Wallerstein	(DON)
49.	Leutkirch	(RV)	82.	Waltenhofen	(OA)
50.	Lindenberg i. Allgäu	(LI)	83.	Wangen	(RV)
51.	Maierhöfen	(LI)	84.	Weiler-Simmerberg	(LI)

85.	Weißenhorn	(NU)
86.	Weitnau-Wengen	(OA)
87.	Wemding	(DON)
88.	Wertach	(OA)
89.	Wertingen	(DLG)

Ordentliche Mitglieder: Landkreise

90.	Landkreis Aichach-Friedberg (Mitgliedschaft über Regio Augsburg GmbH)
91.	Landkreis Augsburg (Mitgliedschaft über Regio Augsburg GmbH)
92.	Landkreis Dillingen a. d. Donau
93.	Landkreis Donau-Ries
94.	Landkreis Günzburg
95.	Landkreis Lindau/Bodensee
96.	Landkreis Neu-Ulm
97.	Landkreis Oberallgäu
98.	Landkreis Ostallgäu
99.	Landkreis Unterallgäu

Fördernde Mitglieder

100.	Allgäu Skyline Park
101.	Bayer. Hotel- und Gaststättenverband e.V., Bezirk Schwaben, Augsburg

Legende

A	Landkreis Augsburg	MN	Landkreis Unterallgäu
AIC	Landkreis Aichach-Friedberg	NU	Landkreis Neu-Ulm
DLG	Landkreis Dillingen	OA	Landkreis Oberallgäu
DON	Landkreis Donau-Ries	OAL	Landkreis Ostallgäu
GZ	Landkreis Günzburg	RV	Landkreis Ravensburg
LI	Landkreis Lindau/Bodensee		

102.	BBS Reisen, Krumbach
103.	Breitachklamm-Verein GmbH, Oberstdorf
104.	Bundesbahndirektion München
105.	Fellhornbahn GmbH, Oberstdorf
106.	Flughafen Memmingen GmbH (Allgäu Airport), Memmingerberg
107.	Heilbad Krumbad GmbH, Krumbach
108.	Hochgratbahn GmbH & Co., Leutkirch
109.	Industrie- und Handelskammer Augsburg
110.	JUFA Hotels Deutschland GmbH
111.	Kleinwalsertaler Bergbahn AG, Riezlern/Kleinwalsertal
112.	Kloster Holzen Hotel GmbH, Allmannshofen
113.	Komm mit – Morent GmbH & Co. OHG
114.	LEGOLAND® Deutschland Freizeitpark GmbH, Günzburg
115.	Naturpark Augsburg – Westliche Wälder e.V.
116.	Nebelhornbahn AG, Oberstdorf
117.	Oberstdorfer Bergbahn AG, Oberstdorf
118.	Prämonstratenser Kloster Roggenburg
119.	ProAllgäu GmbH & Co. KG, Kempten
120.	Schwäbisches Bauernhofmuseum Illerbeuren, Kronburg-Illerbeuren
121.	Tegelbergbahn GmbH & Co. KG, Schwangau
122.	Verband mittelschwäbischer Kraftfahrzeuglinien, Krumbach (Schwaben)

Verbandsorgane und Gremien

Zusammensetzung des Vorstandes und der Beisitzer, nachdem die Neuwahlen im Jahr 2020, wie satzungsgemäß vorgesehen, nicht stattfinden konnten.

Vorstand

Vorsitzender (bis 31.12.2020)

Holetschek, Klaus, MdL

Stellvertretende Vorsitzende

Zinnecker, Maria Rita, LRin., Lkr. Ostallgäu

Hintersberger, Johannes, MdL, Augsburg

Schatzmeister

Rinke, Stefan, Bgm. Schwangau

Schriftführer

Joachim, Bernhard, Geschäftsführer TVABS

■ Beisitzer | ■ Stellvertretende Beisitzer

1. **Klotz**, Toni, LR, Lkr. Oberallgäu (bis 4/20)

Ried, Alois, Bgm., Ofterschwang

2. **Beckel**, Martin, Bgm., Oberstaufen

Kunz, Oliver, Bgm., Rettenberg (bis 4/20)

3. **Rödel**, Dr. Sabine Bgmin. Bad Hindelang

Wilhelm, Christian, Bgm., Sonthofen

4. **Kiechle**, Thomas, OB, Kempten

Bosse, Stefan, OB, Kaufbeuren

■ Beisitzer | ■ Stellvertretende Beisitzer

5. **Haid**, Andi, Bgm., Kleinwalsertal

Fischer, Dieter, Bgm., Burgberg

6. **Mies**, Laurent, Bgm., Oberstdorf (bis 4/20)

Jehle, Eberhard, Bgm., Wertach (bis 4/20)

7. **Fredlmeier**, Stefan, Füssen

Angl, Helmut, Bgm., Lechbruck

8. **Waldmann**, Michaela, Bgmin., Pfronten (bis 4/20)

Erhart, Franz, Bgm., Nesselwang (bis 4/20)

9. **Kerler**, Bernhard, Bgm., Bad Grönenbach

Gruschka, Paul, Bgm., Bad Wörishofen (bis 4/20)

10. **Weirather**, Hans Joachim, LR, Lkr. Unterallgäu (bis 4/20)

Schilder, Manfred, OB, Memmingen

11. **Pfanner**, Ulrich, Bgm., Scheidegg

Rudolph, Karl-Heinz, Bgm., Weiler-Simmerberg (bis 4/20)

12. **Stegmann**, Elmar, LR, Lkr. Lindau

Olexiuk, Gerhard, Bgm., Oberreute (bis 4/20)

13. **Hafner**, Hubert, LR, Lkr. Günzburg (bis 4/20)

Freudenberger, Thorsten, LR, Lkr. Neu-Ulm

14. **Maneth**, Gerrit, Bgm. Höchstädt

Faul, Hermann, OB, Nördlingen (bis 4/20)

15. **Rößle**, Stefan, LR, Lkr. Donau-Ries

Neudert, Armin, OB, Donauwörth (bis 4/20)

16. **Wiedenmann**, Sybille, pro Allgäu

Reisigl, Jürnjakob, pro Allgäu

Ständige Gäste

Britsch, Johann, BHG

Weber, Ulrike, IHK

Schmid, Ralf, Allgäu Airport

Kassenprüfer

Kempfle, Lothar, Donautal-Aktiv

Frei, Robert, Lkr. Ostallgäu

Marketingausschuss Bayerisch-Schwaben

Beck, Götz, Augsburg

Steger, Ulrike, Donauwörth

Huch, Carina, RMG Günzburg

Tittl, Angelika, Donautal-Aktiv

Eder, Daniela, Lkr. Aichach-Friedberg

Engel-Benz, Andrea, Lkr. Neu-Ulm

Zwenger, Günther, Lkr. Donau-Ries (bis 6/2019)

Heininger, Klemens, Lkr. Donau-Ries (ab 7/2019)

Ständige Gäste

Britsch, Johann, BHG

Weber, Annegret, LEGOLAND® Deutschland

Weber, Ulrike, IHK Schwaben

Statistiken

Gesamtergebnis Allgäu/Bayerisch-Schwaben 2020



	Jahr		Veränderung zum Vorjahr	
	2019	2020	absolut	relativ
Ergebnis ohne Camping				
Betten gesamt	129.698	127.758	-1.940	-1,5 %
Ankünfte gesamt	6.093.727	3.701.278	-2.392.449	-39,3 %
Übernachtungen gesamt	22.237.160	16.231.522	-6.005.638	-27,0 %
Ergebnis Camping				
Betriebe gesamt	62	62	0	0,0 %
Stellplätze gesamt	4.338	4.785	447	10,3 %
Ankünfte gesamt	395.593	314.299	-81.294	-20,5 %
Übernachtungen gesamt	1.226.822	1.079.602	-147.220	-12,0 %
Gesamtergebnis mit Camping				
Ankünfte gesamt	6.489.320	4.015.577	-2.473.743	-38,1 %
Übernachtungen gesamt	23.463.982	17.311.124	-6.152.858	-26,2 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte

Ankunfts- und Übernachtungszahlen in den Mitgliedsorten des Tourismusverbands Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V. in den Jahren 2018 und 2019



Ort	Ankünfte		Veränderung zum Vorjahr		Übernachtungen		Veränderung zum Vorjahr	
	2019	2020	absolut	relativ	2019	2020	absolut	relativ
Altusried	4.992	2.956	-2.036	-40,8 %	21.443	12.146	-9.297	-43,4 %
Amtzell ²	0	0	0	—	0	0	0	—
Argenbühl	25.013	14.403	-10.610	-42,4 %	149.376	93.330	-56.046	-37,5 %
Bad Grönenbach	34.120	16.187	-17.933	-52,6 %	187.015	121.615	-65.400	-35,0 %
Bad Hindelang	220.525	160.154	-60.371	-27,4 %	1.086.224	853.544	-232.680	-21,4 %
Bad Wörishofen	153.108	74.711	-78.397	-51,2 %	654.099	343.782	-310.317	-47,4 %
Bad Wurzach	31.171	17.141	-14.030	-45,0 %	189.208	130.194	-59.014	-31,2 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte

1) Zahlen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

2) Orte ohne Eigenmeldung bzw. ohne Einzelausweisung in Erhebungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

Ort	2019	2020	absolut	relativ
Balderschwang	50.591	31.606	-18.985	-37,5 %
Blaichach-Gunzesrieder Tal	51.776	28.541	-23.235	-44,9 %
Bolsterlang	40.947	32.997	-7.950	-19,4 %
Buchenberg	17.850	9.770	-8.080	-45,3 %
Burgberg	13.560	9.203	-4.357	-32,1 %
Buxheim ²	0	0	0	—
Dietmannsried ¹	3.188	2.789	-399	-12,5 %
Eggenthal	0	836	836	—
Eisenberg	15.587	13.266	-2.321	-14,9 %
Fischen i. Allgäu	116.211	88.498	-27.713	-23,8 %
Füssen	649.763	360.126	-289.637	-44,6 %
Gestratz	706	474	-232	-32,9 %
Görisried	2.768	2.818	50	1,8 %
Grünenbach ¹	615	635	20	3,3 %
Halblech	48.165	26.652	-21.513	-44,7 %
Heimenkirch	1.554	1.311	-243	-15,6 %
Hopferau	13.690	11.916	-1.774	-13,0 %
Immenstadt	127.998	73.907	-54.091	-42,3 %
Irsee	18.839	8.746	-10.093	-53,6 %
Isny	90.756	64.371	-26.385	-29,1 %
Jungholz (Tannheimer Tal)	27.058	16.630	-10.428	-38,5 %
Kaufbeuren	47.369	28.642	-18.727	-39,5 %
Kempton	192.804	100.270	-92.534	-48,0 %
Kißlegg	30.644	20.601	-10.043	-32,8 %
Kleinwalsertal	353.438	270.005	-83.433	-23,6 %
Lechbruck	63.449	56.962	-6.487	-10,2 %
Lengenwang ¹	686	538	-148	-21,6 %
Leutkirch ¹	261.005	187.242	-73.763	-28,3 %
Lindenberg i. Allgäu	16.742	9.019	-7.723	-46,1 %
Maierhöfen	31.385	21.100	-10.285	-32,8 %
Marktoberdorf ¹	55.135	28.971	-26.164	-47,5 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte

1) Zahlen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

2) Orte ohne Eigenmeldung bzw. ohne Einzelausweisung in Erhebungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

Ort	Ankünfte		Veränderung zum Vorjahr		Übernachtungen		Veränderung zum Vorjahr	
	2019	2020	absolut	relativ	2019	2020	absolut	relativ
Balderschwang	50.591	31.606	-18.985	-37,5 %	192.347	143.585	-48.762	-25,4 %
Blaichach-Gunzesrieder Tal	51.776	28.541	-23.235	-44,9 %	169.042	105.449	-63.593	-37,6 %
Bolsterlang	40.947	32.997	-7.950	-19,4 %	212.327	194.985	-17.342	-8,2 %
Buchenberg	17.850	9.770	-8.080	-45,3 %	52.062	39.796	-12.266	-23,6 %
Burgberg	13.560	9.203	-4.357	-32,1 %	58.811	47.633	-11.178	-19,0 %
Buxheim ²	0	0	0	—	0	0	0	—
Dietmannsried ¹	3.188	2.789	-399	-12,5 %	7.239	8.901	1.662	23,0 %
Eggenthal	0	836	836	—	0	4.390	4.390	—
Eisenberg	15.587	13.266	-2.321	-14,9 %	67.477	54.881	-12.596	-18,7 %
Fischen i. Allgäu	116.211	88.498	-27.713	-23,8 %	558.908	464.073	-94.835	-17,0 %
Füssen	649.763	360.126	-289.637	-44,6 %	1.709.316	1.247.098	-462.218	-27,0 %
Gestratz	706	474	-232	-32,9 %	5.181	3.602	-1.579	-30,5 %
Görisried	2.768	2.818	50	1,8 %	16.052	14.722	-1.330	-8,3 %
Grünenbach ¹	615	635	20	3,3 %	6.814	6.669	-145	-2,1 %
Halblech	48.165	26.652	-21.513	-44,7 %	158.000	114.150	-43.850	-27,8 %
Heimenkirch	1.554	1.311	-243	-15,6 %	8.584	7.109	-1.475	-17,2 %
Hopferau	13.690	11.916	-1.774	-13,0 %	83.046	77.609	-5.437	-6,5 %
Immenstadt	127.998	73.907	-54.091	-42,3 %	482.503	329.843	-152.660	-31,6 %
Irsee	18.839	8.746	-10.093	-53,6 %	31.552	14.434	-17.118	-54,3 %
Isny	90.756	64.371	-26.385	-29,1 %	573.594	433.740	-139.854	-24,4 %
Jungholz (Tannheimer Tal)	27.058	16.630	-10.428	-38,5 %	87.173	62.291	-24.882	-28,5 %
Kaufbeuren	47.369	28.642	-18.727	-39,5 %	85.601	55.163	-30.438	-35,6 %
Kempton	192.804	100.270	-92.534	-48,0 %	333.883	214.392	-119.491	-35,8 %
Kißlegg	30.644	20.601	-10.043	-32,8 %	76.261	54.775	-21.486	-28,2 %
Kleinwalsertal	353.438	270.005	-83.433	-23,6 %	1.774.369	1.431.265	-343.104	-19,3 %
Lechbruck	63.449	56.962	-6.487	-10,2 %	329.075	302.516	-26.559	-8,1 %
Lengenwang ¹	686	538	-148	-21,6 %	4.762	4.312	-450	-9,4 %
Leutkirch ¹	261.005	187.242	-73.763	-28,3 %	1.322.477	978.920	-343.557	-26,0 %
Lindenberg i. Allgäu	16.742	9.019	-7.723	-46,1 %	96.235	42.596	-53.639	-55,7 %
Maierhöfen	31.385	21.100	-10.285	-32,8 %	146.655	107.826	-38.829	-26,5 %
Marktoberdorf ¹	55.135	28.971	-26.164	-47,5 %	111.206	64.751	-46.455	-41,8 %

Ort	Ankünfte		Veränderung zum Vorjahr		Übernachtungen		Veränderung zum Vorjahr	
	2019	2020	absolut	relativ	2019	2020	absolut	relativ
Memmingen	109.319	51.779	-57.540	-52,6 %	187.553	122.690	-64.863	-34,6 %
Mindelheim	28.397	17.608	-10.789	-38,0 %	65.885	53.343	-12.542	-19,0 %
Missen-Wilhams	23.949	19.113	-4.836	-20,2 %	105.654	100.147	-5.507	-5,2 %
Nesselwang	117.825	82.658	-35.167	-29,8 %	317.469	261.821	-55.648	-17,5 %
Obermaiselstein	48.943	38.576	-10.367	-21,2 %	254.848	234.588	-20.260	-7,9 %
Oberreute	13.721	8.569	-5.152	-37,5 %	61.627	48.619	-13.008	-21,1 %
Oberstaufen	282.266	201.425	-80.841	-28,6 %	1.419.985	1.060.536	-359.449	-25,3 %
Oberstdorf	514.079	397.274	-116.805	-22,7 %	2.821.348	2.284.030	-537.318	-19,0 %
Ofterschwang	67.758	51.102	-16.656	-24,6 %	350.345	287.265	-63.080	-18,0 %
Ottobeuren	54.201	25.430	-28.771	-53,1 %	109.451	58.547	-50.904	-46,5 %
Oy-Mittelberg	42.912	29.661	-13.251	-30,9 %	210.664	155.077	-55.587	-26,4 %
Pfronten	137.185	101.202	-35.983	-26,2 %	666.023	567.866	-98.157	-14,7 %
Rettenberg-Kranzegg	23.151	24.971	1.820	7,9 %	99.602	131.610	32.008	32,1 %
Rieden	37.341	24.648	-12.693	-34,0 %	198.663	115.384	-83.279	-41,9 %
Roßhaupten	25.136	16.524	-8.612	-34,3 %	112.371	89.665	-22.706	-20,2 %
Rückholz	8.833	9.384	551	6,2 %	49.209	48.267	-942	-1,9 %
Scheidegg	78.302	49.209	-29.093	-37,2 %	556.451	352.581	-203.870	-36,6 %
Schwangau	248.633	168.868	-79.765	-32,1 %	852.827	691.649	-161.178	-18,9 %
Seeg	12.363	8.999	-3.364	-27,2 %	76.164	66.589	-9.575	-12,6 %
Sonthofen	90.475	57.444	-33.031	-36,5 %	382.403	278.985	-103.418	-27,0 %
Stiefenhofen	7.343	5.671	-1.672	-22,8 %	33.366	27.659	-5.707	-17,1 %
Sulzberg	35.733	20.476	-15.257	-42,7 %	113.099	84.429	-28.670	-25,3 %
Waltenhofen	26.396	23.922	-2.474	-9,4 %	127.765	128.560	795	0,6 %
Wangen	57.426	39.662	-17.764	-30,9 %	188.190	139.297	-48.893	-26,0 %
Weiler-Simmerberg	29.557	20.667	-8.890	-30,1 %	99.020	84.076	-14.944	-15,1 %
Weitnau-Wengen	12.743	9.538	-3.205	-25,2 %	46.709	37.652	-9.057	-19,4 %
Wertach	47.078	31.898	-15.180	-32,2 %	220.940	163.352	-57.588	-26,1 %
Gesamt	4.994.273	3.330.272	-1.664.001	-33,3 %	20.775.548	15.860.371	-4.915.177	-23,7 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte

1) Zahlen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

2) Orte ohne Eigenmeldung bzw. ohne Einzelausweisung in Erhebungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung



Ort	Ankünfte		Veränderung zum Vorjahr		Übernachtungen		Veränderung zum Vorjahr	
	2019	2020	absolut	relativ	2019	2020	absolut	relativ
Aichach	20.979	11.261	-9.718	-46,3 %	41.005	27.173	-13.832	33,7 %
Augsburg ¹	474.005	208.165	-265.840	-56,1 %	859.471	419.089	-440.382	-51,2 %
Burgau	18.669	7.395	-11.274	-60,4 %	42.355	20.085	-22.270	-52,6 %
Dillingen a. d. Donau ¹	36.822	19.598	-17.224	-46,8 %	76.298	42.013	-34.285	-44,9 %
Donauwörth	53.185	22.791	-30.394	-57,1 %	133.795	65.681	-68.114	-50,9 %
Elchingen	48.628	29.546	-19.082	-39,2 %	67.908	39.808	-28.100	-41,4 %
Friedberg	39.389	16.382	-23.007	-58,4 %	71.312	35.158	-36.154	-50,7 %
Gersthofen ¹	45.219	29.264	-15.955	-35,3 %	80.277	54.252	-26.025	-32,4 %
Gundelfingen ²	0	0	0	—	0	0	0	—
Günzburg	381.703	139.200	-242.503	-63,5 %	589.685	289.235	-300.450	-51,0 %
Harburg	9.249	6.724	-2.525	-27,3 %	15.606	11.924	-3.682	-23,6 %
Höchstädt a. d. Donau	3.243	2.248	-995	-30,7 %	8.512	5.994	-2.518	-29,6 %
Illertissen ¹	36.283	17.770	-18.513	-51,0 %	57.610	28.309	-29.301	-50,9 %
Krumbach ¹	32.896	12.986	-19.910	-60,5 %	103.848	44.620	-59.228	-57,0 %
Lauingen ¹	13.255	27.767	14.512	109,5 %	21.415	75.076	53.661	250,6 %
Monheim	3.615	1.778	-1.837	-50,8 %	8.618	6.971	-1.647	-19,1 %
Neu-Ulm	135.276	55.346	-79.930	-59,1 %	227.556	112.749	-114.807	-50,5 %
Nördlingen	62.066	34.740	-27.326	-44,0 %	113.694	66.409	-47.285	-41,6 %
Oettingen i. Bayern	2.539	1.532	-1.007	-39,7 %	7.658	6.488	-1.170	-15,3 %
Rain	21.535	12.277	-9.258	-43,0 %	39.165	22.784	-16.381	-41,8 %
Roggenburg	17.044	5.741	-11.303	-66,3 %	32.961	15.781	-17.180	-52,1 %
Wallerstein	0	36	36	—	0	937	937	—
Weißenhorn ¹	14.652	8.061	-6.591	-45,0 %	26.343	15.723	-10.620	-40,3 %
Wemding	24.795	14.697	-10.098	-40,7 %	63.342	44.494	-18.848	-29,8 %
Gesamt	1.495.047	685.305	-809.742	-54,2 %	2.688.434	1.450.753	-1.237.681	-46,0 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte

1) Zahlen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

2) Orte ohne Eigenmeldung bzw. ohne Einzelausweisung in Erhebungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

Entwicklung der Beherbergungskapazität in den Mitgliedsorten im Vergleich der Jahre 2019 und 2020

Ort	Bettenkapazität 2019			Bettenkapazität 2020			Veränderung zum Vorjahr relativ
	Gewerbliche Betriebe	Privatquartiere	Urlaub a. d. Bauernhof	Gewerbliche Betriebe	Privatquartiere	Urlaub a. d. Bauernhof	
Altusried	48	216	57	80	164	53	-7,5 %
Amtzell ²				0			0,0 %
Argenbühl	573	278	51	527	278	61	-4,0 %
Bad Grönenbach	799	51	0	799	57	0	0,7 %
Bad Hindelang	3.899	1.937	217	3.958	2.003	232	2,3 %
Bad Wörishofen	3.318	190	40	3.374	197	40	1,8 %
Bad Wurzach	864	211	66	874	216	66	1,3 %
Balderschwang	1.706	56	23	-1.010	2.064	0	-41,0 %
Blaichach-Gunzesrieder Tal	1.158	346	145	1.179	352	68	-3,0 %
Bolsterlang	1.023	399	113	1.017	457	113	3,4 %
Buchenberg	274	190	0	274	186	0	-0,9 %
Burgberg	311	253	72	334	165	75	-9,7 %
Buxheim ²				0			0,0 %
Dietmannsried ¹	59	27	36	322	42	24	218,0 %
Eggenthal				0	43	37	0,0 %
Eisenberg	199	245	83	231	230	83	3,2 %
Fischen i. Allgäu	1.971	1.099	68	1.958	1.047	65	-2,2 %
Füssen	4.938	2.023	209	5.303	1.763	211	1,5 %
Gestratz	100	0	0	100	0	0	0,0 %
Görisried		80	102	-21	83	109	-6,0 %
Grünenbach ^{1,2}	54			0			-100,0 %
Halblech	539	551	90	534	565	91	0,8 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte

1) Zahlen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

2) Orte ohne Eigenmeldung bzw. ohne Einzelausweisung in Erhebungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

Ort	Bettenkapazität 2019			Bettenkapazität 2020			Veränderung zum Vorjahr relativ
	Gewerbliche Betriebe	Privatquartiere	Urlaub a. d. Bauernhof	Gewerbliche Betriebe	Privatquartiere	Urlaub a. d. Bauernhof	
Heimenkirch	32	67	28	-1	67	51	-7,9 %
Hopferau	216	326	301	298	225	313	-0,8 %
Immenstadt	1.227	917	331	1.269	947	328	2,8 %
Irsee	196	8	0	178	10	0	-7,8 %
Isny	1.679	443	0	1.755	353	0	-0,7 %
Jungholz (Tannheimer Tal)	561	180	25	385	195	24	-21,1 %
Kaufbeuren	497	0	0	497	0	0	0,0 %
Kempton	1.539	0	0	1.369	0	0	-11,0 %
Kißlegg	740	0	0	716	0	0	-3,2 %
Kleinwalsertal	7.214	1.830		7.132	3.047	119	13,9 %
Lechbruck		1.027	445	371	1.072	74	3,1 %
Lengenwang ¹	46	226		47			-82,7 %
Leutkirch ¹	5.167	214	50	5.167	214	50	0,0 %
Lindenberg i. Allgäu	481	188	0	538	124	0	-1,0 %
Maierhöfen	751	77	47	687	130	46	-1,4 %
Marktoberdorf ¹	538	187	42	257			-66,5 %
Memmingen	1.024	0	0	785	0	0	-23,3 %
Mindelheim	354	78	0	422	87	0	17,8 %
Missen-Wilhams	587	1.080	189	661	566	113	-27,8 %
Nesselwang	1.557	343	199	1.509	370	195	-1,2 %
Obermaiselstein	1.278	381	83	948	381	83	-18,9 %
Oberreute	247	302	151	282	263	150	-0,7 %
Oberstaufen	5.450	1.902	373	5.459	1.890	365	-0,1 %
Oberstdorf	8.028	2.723	646	8.002	2.786	597	-0,1 %
Ofterschwang	1.070	444	0	1.464	172	30	10,0 %
Ottobeuren	618	37	60	618	63	30	-0,6 %
Oy-Mittelberg	1.865	0	130	1.956		121	4,1 %
Pfronten	3.046	1.415	111	3.519	1.317	79	7,5 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte

1) Zahlen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

2) Orte ohne Eigenmeldung bzw. ohne Einzelausweisung in Erhebungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

Ort	Bettenkapazität 2019			Bettenkapazität 2020			Veränderung zum Vorjahr relativ
	Gewerbliche Betriebe	Privatquartiere	Urlaub a. d. Bauernhof	Gewerbliche Betriebe	Privatquartiere	Urlaub a. d. Bauernhof	
Rettenberg-Kranzegg	938	714		686	622	348	0,2 %
Rieden	255	351	89	237	330	81	-6,8 %
Roßhaupten	164	340	215	164	340	215	0,0 %
Rückholz	46	168	217	-11	201	252	2,6 %
Scheidegg	2.319	855	186	2.064	668	133	-14,7 %
Schwangau	2.469	1.376	164	2.858	937	156	-1,4 %
Seeg	35	385	234	13	389	246	-0,9 %
Sonthofen	1.761	1.092	138	1.697	1.034	133	-4,2 %
Stiefenhofen		177	126	8	145	109	-13,5 %
Sulzberg	209	279	145	278	232	135	1,9 %
Waltenhofen		624	412	258	357	425	0,4 %
Wangen	1.100			0	0	0	-100,0 %
Weiler-Simmerberg	451	232	0	450	211	0	-3,2 %
Weitnau-Wengen	195	261	54	247	272	58	13,1 %
Wertach	904	555	96	686	520	161	-12,1 %
Gesamt	78.687	29.956	6.659	112.755	30.449	6.548	-2,2 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte



Ort	Bettenkapazität 2019		Bettenkapazität 2020		Veränderung zum Vorjahr relativ
	Gewerbliche Betriebe	Privatquartiere	Gewerbliche Betriebe	Privatquartiere	
Aichach	301	11	345	8	13,1 %
Augsburg	4.536		4.763	0	5,0 %
Burgau	342		342	0	0,0 %
Dillingen a. d. Donau	414	63	342	0	-28,3 %
Donauwörth	661	16	956	40	47,1 %
Elchingen	356	4	417	4	16,9 %
Friedberg	488	35	488	35	0,0 %
Gersthofen ²					0,0 %
Gundelfingen ²					0,0 %
Günzburg	3.081		2.951	0	-4,2 %
Harburg	88	22	88	22	0,0 %
Höchstädt a. d. Donau	63	44	71	40	3,7 %
Illertissen ²					0,0 %
Krumbach ²			458		458,0 %
Lauingen	199	23			-100,0 %
Monheim			52	24	76,0 %
Neu-Ulm	1.448		1.374	0	-5,1 %
Nördlingen	799	95	918	87	12,4 %
Oettingen i. Bayern	52	108	45	103	-7,5 %
Rain	315		321		1,9 %
Roggenburg	206		48		-76,7 %
Wallerstein			0	21	0,0 %
Weißenhorn ¹	251		265		5,6 %
Wemding	363	12	363	12	0,0 %
Gesamt	13.963	433	14.607	396	4,2 %

Quelle: Eigenmeldungen der Orte

2) Orte ohne Eigenmeldung bzw. ohne Einzelausweisung in Erhebungen des Bayerischen Landesamtes für Statistik & Datenverarbeitung

Tourismusverband
Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.
Schießgrabenstr. 14
D-86150 Augsburg

Telefon: 08 21/45 04 01-0
Telefax: 08 21/45 04 01-20
E-Mail: office@tvabs.de
www.allgaeu-bayerisch-schwaben.de