



Tourismusverband  
Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.

---

# GESCHÄFTSBERICHT

ALLGÄU / BAYERISCH-SCHWABEN E.V.

---

2023

## Ein erfolgreiches Jahr im Zeichen des Wechsels



---

### Liebe Mitglieder, Partner und Freunde des Tourismusverbands Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.,

Das Jahr 2025 markierte mit unserem großen 75jährigen Jubiläum einen besonderen Meilenstein. Der Festakt im Kloster Irsee mit Tourismusministerin Michaela Kaniber war ein starkes Zeichen für den Zusammenhalt in unserer Region. Dieser Rückhalt ist das Fundament, auf dem wir aufbauen, um den Tourismus im Allgäu und in Bayerisch-Schwaben zukunftsfest zu gestalten.

Erfreulicherweise setzt sich der positive Trend bei den Gäste- und Übernachtungszahlen fort: unsere Region hat ihre Strahlkraft als eine der führenden Destinationen Deutschlands behauptet. Wir ruhen uns

auf diesen Erfolgen nicht aus, denn die Anforderungen an einen modernen Tourismus steigen stetig.

Ein zentrales Projekt war die neue Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für das Allgäu und Bayerisch-Schwaben. Diese Untersuchung lieferte uns präzise Daten, um die Bedeutung unserer Branche für die regionale Wertschöpfung zu untermauern. Sie dient als Kompass für unsere strategischen Entscheidungen der kommenden Jahre.

Den bekannten Herausforderungen wie dem Klimawandel und dem demographischen Wandel begegnen wir mit Mut und Innovation. Ob durch die Weiterentwicklung unserer Ganzjahresangebote oder die konsequente Digitalisierung – wir passen uns den veränderten Bedürfnissen unserer Gäste an, ohne unsere Identität zu verlieren. Unser Bekenntnis zum nachhaltigen Tourismus bleibt dabei unser Leitmotiv: Wir schützen, was uns wertvoll ist, und stärken gleichzeitig unsere regionale Wirtschaft. Dank einer soliden Haushaltsführung und der Förderung durch den Freistaat Bayern konnten wir auch 2025 wichtige Impulse setzen und sowohl bewährte Marketingmaßnahmen als auch zukunftsweisende Projekte erfolgreich finanzieren.



Mein ausdrücklicher Dank gilt Ihnen, unseren Mitgliedern, für Ihr unermüdliches Engagement und Ihre konstruktive Begleitung. Ein herzliches Vergelt's Gott sage ich dem Bayerischen Tourismusministerium sowie der Regierung von Schwaben für die Unterstützung und die Bereitstellung der notwendigen Fördermittel. Nicht vergessen möchte ich auch alle unsere touristischen Leistungsträger, die das Erlebnis für unsere Gäste gestalten.

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 Jahr

---



### Messen

Auf den bedeutenden Frühjahrmessen präsentierte sich der Verband erneut stark vernetzt. Die Grüne Woche in Berlin mit den Ständen „Mir Allgäuer“ und BayTM-Gemeinschaftsstand bildete den Auftakt, gefolgt von CMT, f.re.e und der Reisen & Caravaning in Hamburg mit wichtigen Impulsen im Endkundenmarketing. Fachliches Highlight war die UNESCO-Pressekonferenz auf der CMT. Auf der ITB erhielt die Radrunde Allgäu bei der ADFC-Radreiseanalyse 2025 erneut die 4-Sterne-Zertifizierung.

### Auslandsmarketing Niederlande

Gemeinsam mit der BayTM bearbeiten die vier bayerischen Regionalverbände künftig den niederländischen Markt. Ziel ist

#### Bild links

Der Tourismusverband auf der Messe f.re.e in München; Ministerin Kaniber zu Besuch am Messestand (4.v.l.) bei den Geschäftsführern Klaus Fischer (5.v.l.) und Stefan Egenter (6.v.l.)



eine stärkere Positionierung Bayerns auf einem der wichtigsten europäischen Quellmärkte. Interessierte Partner aus Allgäu und Bayerisch-Schwaben können sich beteiligen; der Start der gemeinsamen Bewerbung erfolgte 2025.

### Jubiläum 75 Jahre TVABS

Der TVABS feierte am 30. Juni 2025 in Irsee sein 75-jähriges Bestehen. Bayerns Tourismusministerin Michaela Kaniber gratulierte persönlich, Prof. Hubert J. Siller (MCI Innsbruck) gab Einblicke in den Alpentourismus. Die aktuellen dwif-Zahlen unterstreichen die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus mit 6,21 Mrd. € Bruttoumsatz und 2,97 Mrd. € Wertschöpfung im Verbandsgebiet.



### MICE

2025 etablierte der Verband das Thema MICE (Meetings, Incentives, Conventions und Exhibitions) als neuen strategischen Schwerpunkt. Ziel ist die Positionierung von Allgäu/Bayerisch-Schwaben als führende MICE-Destination im DACH-Raum. Im Fokus stehen Netzwerkaufbau, Partnergewinnung sowie gemeinsame Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen zur Ansprache neuer Zielgruppen und zur Erschließung zusätzlicher Wertschöpfungspotenziale im Geschäftstourismus

#### Bild mittig

Ebenfalls hoher Besuch auf der Grünen Woche in Berlin: Staatsminister Eric Beißwenger (3.v.l.) und Tourismusministerin Michaela Kaniber (4.v.l.).

#### Bild rechts

Festrednerin beim Jubiläum in Irsee: Ministerin Michaela Kaniber

## Maßnahmen Allgäu

### Ausbau Creator Marketing und Ganzjahres-Kampagne

Mit dem Ziel jüngere sowie neue Gäste für das Allgäu zu begeistern, wurde das Thema Influencer und Creator Marketing strategisch verstärkt. Bausteine waren unter anderem Reichweiten-starke Influencer-Reisen, die Vernetzung mit regionalen Creators sowie Content-Produktion.

Das Influencer Marketing war Bestandteil der **Ganzjahres-Kampagne**, die das Allgäu ganzjährig mit jahreszeitlich-passenden Erlebnissen präsentierte. Highlight-Maßnahmen waren dabei u.a. die Spot-Schaltung bei Amazon Prime, ein Audio-Spot in Podcasts, Open-Air-Kino-Werbung sowie eine humorvolle Social-Clip-Reihe bei Instagram/TikTok.

Die Maßnahmen zeigten Wirkung: 2025 erreichte der Account allgaeu.de die 100.000 Follower bei Instagram.

### Winter-Tourismus und Geosphere Klimastudie

Pressekonferenz zum Winterauftakt 2025/26: ABBI e.V. und der TVABS mit der Allgäu GmbH stellten eine neue Studie zu Naturschnee und Beschneiungsbedingungen im Allgäu vor. **Das Fazit:** Das Allgäu bietet auch in den kommenden Jahrzehnten in vielen Gebieten geeignete Voraussetzungen für Wintersport. Gleich-



zeitig wurde die Fortschrittslandkarte der Transformationsfelder des Wintertourismus vorgestellt. Sie zeigt, in welchen Projekten die Akteure in der Destination bereits heute ansetzen, um auch in Zukunft Ganzjahrestourismus mit zwei starken Saisonen zu betreiben.



### Glückskampagne gestartet – 8 Wege ins Glück

Hier im Allgäu findet man sie: Genuss, Draußen sein, Pausen, „Mitanand“. Die Kampagne „Dein Glück ruft...hörst du es?“ verbindet Genuss, Natur und Gesundheit



zu einzigartigen Erlebnissen, um seinem persönlichen Glück ein Stück näher zu kommen. Seit dem Frühjahr 2025 bewirbt das Geschäftsfeld Wellness & Gesundheit mit seinen Partnerorten, -regionen und -gastgebern ein neu entwickeltes Wohlfühlprogramm, um neue Gäste anzusprechen.

### Print nach wie vor gefragt

In der Sonderausgabe „Grüner Reisen“ des ADAC Reisemagazins konnte eine große redaktionelle Strecke die Leserinnen und Leser von einem nachhaltigen und gesunden Urlaub in der Region überzeugen. Zu weiteren Print Maßnahmen zählt der Beileger „Mein Allgäu“ Magazin mit einer Auflage von 550.000 Exemplaren sowie die Kooperationen mit den Magazinen Griaß di Allgäu oder z.B. dem Center Parcs Park Allgäu Magazin.



Bild oben rechts

Wasserfall: einer der „Acht Wege zum Glück“:  
Draußen sein @Allgäu GmbH, Angel Galán Medina

## Maßnahmen Allgäu



### Das Jahr 1525 – Geschichte gezeigt

Mit der Niederschrift der 12 Artikel im März 1525 in Memmingen wurden die Grundlagen unserer Demokratie gelegt. Dem Geschäftsfeld Städte und Kultur war es ein Anliegen, das Wurzeljahr der Demokratie herauszuarbeiten und bündelte alle Themen sowie Veranstaltungen des Gedenkjahres auf einer eigenen Unterseite. Wohlwissend, dass die Begriffe Demokratie, Freiheitsrechte oder Bauernkrieg unterschiedliche Reaktionen hervorrufen,



wurde der Fokus auf Geschichte an Originalschauplätzen gelegt. Die Pressekonferenz auf der CMT in Stuttgart machte den Auftakt, zwei Gruppenpressereisen mit den Experten Bestseller-Autor Dr. Christian Pantle und Burgenforscher Dr. Joachim Zeune sorgten für überregionale Fachkompetenz. Die Allgäu GmbH erreichte über Online- und Printmedien 17 Mio. Leserinnen und Leser, über Postings 33.000 sowie Newsletter weitere Tausend Interessierte.

### Online:

Im Fokus des Digitalen Marketings stand die europaweite Ausschreibung der begleitenden Onlinemarketingagentur, die in Bietergemeinschaft mit dem Tourismusverband **Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.** erfolgte. Dabei setzte sich die Agentur Speed-U-Up aus Innsbruck durch.

Parallel zum Digitalen Marketing wurden die eigenen Portale intensiv weiterentwickelt und an aktuelle Marktanforderungen angepasst. Die Optimierungsmaßnahmen umfassten neben einer inhaltlichen Neuausrichtung hin zum Ganzjahresmarketing auch technische Investitionen zur Verbesserung der **SEO** und insbesondere der **KI-Sichtbarkeit**.

**Ziel bleibt es, die Position der allgaeu.de als maßgebliche und relevante Plattform für touristische Urlaubsentscheidungen nachhaltig zu sichern.**

### Wirtschaftsfaktor Tourismus im Allgäu

Touristische Umsätze: 3,9 Mrd. €

• Übernachtungsgäste: 2,7 Mrd. €

• Tagesgäste: 1,2 Mrd. €

Touristische Wertschöpfung: 1,9 Mrd. €

Einkommensäquivalent: 57.297 Personen

Steueraufkommen für Bund, Länder und Kommunen: 368 Mio. €

## Maßnahmen Bayerisch-Schwaben



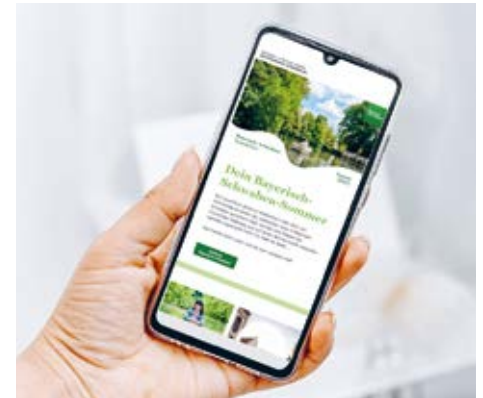
### New York. Rio. Nördlingen.

Mit Slogans wie diesem präsentieren sich Bayerisch-Schwabens Städte frisch, frech & selbstbewusst. 17 Mitgliedsorte haben sich – zunächst für drei Jahre – zur Kooperation **„Stadthupferl Bayerisch-Schwaben“** zusammengeschlossen. Zum Marketing-Portfolio 2025 gehörten Postkarten mit witzig-provokanten Headlines, Merchandise-Artikel in den Tourist-Infos, eine Landingpage mit Bucket-Lists der Orte sowie begleitende Werbemaßnahmen online und auf Social Media. Alle 25 Mitgliedorte Bayerisch-Schwabens finden sich im attraktiven neuen Booklet „Geschichte.Glanz.Genuss“ als Städte-Basis-Printprodukt.



### Look mit Linie

Neben dem Städte-Booklet erschienen auch die Lauschtour-Broschüre sowie eine Highlight-Karte auf Deutsch & Englisch in **neuem Corporate Design**. Die Karte mit dem Titel „Alles im Blick“ präsentiert sowohl die Top-Ziele der Region, als auch die Rad- und Lauschtouren in einem kompakten Produkt. Eyecatcher des neuen CI ist die sogenannte „Regionsform“ – Abschnitte der Außengrenzen Bayerisch-Schwabens, die als Linien oder Farbflächen für eine überraschende Optik und Aufmerksamkeit sorgen. Komplettiert wird das Portfolio 2026 durch eine neu konzipierte **„Aktiv in der Natur“-Broschüre**.



### Sie haben Post!

Mit einem monatlichen **B2C-Newsletter** liefert Bayerisch-Schwaben seit Juli 2025 inspirierende Regions-Infos direkt ins E-Mail-Postfach interessierter Endkunden. Die Themenpalette umfasst alle Marketingbereiche und verlinkt auf diverse Landingpages der [bayerisch-schwaben.de](http://bayerisch-schwaben.de) genauso wie auf Webseiten der touristischen Partner. Freizeit-Tipps, Kulinarisches, Veranstaltungen oder Blog-Beiträge: der multithematische Mix kommt an, wie hervorragende Öffnungsraten und stetig steigende Abonnentenzahlen belegen. Am besten gleich abonnieren und auf dem Laufenden sein: [www.bayerisch-schwaben.de/newsletter](http://www.bayerisch-schwaben.de/newsletter).

Bilder oben

Bayerisch-Schwaben auf vielen Kommunikationskanälen: „Stadthupferl“-Postkarten im definierten Zielmarkt, Broschüren in frischer Optik & ein neuer Endkunden-Newsletter zeigen Wirkung.

## Maßnahmen Bayerisch-Schwaben



### 100.000 Downloads, 2 neue Touren

Diese magische 100.000-Marke knackte die **Bayerisch-Schwaben-Lauschtour-App** 2025. Dazu knapp 160.000 geladene Touren seit Beginn der Messung 2017. Gleichzeitig konnten sich die NutzerInnen über zwei Neuzugänge freuen: „Die Sieben Kapellen im Donautal – Meisterwerke moderner Architektur“ sowie „Die Fugger-Stadt Weißenhorn – Wo eine der reichsten Familien Europas residierte“. Mit seinen nun 23 Touren bleibt das Premium-Produkt ein Erfolgsgarant.



### Brau-Kult & Bio-Gastro

Zwei neue „**Gesichter**“ bereichern die Gruppe beispielhafter Persönlichkeiten, die mit ihrer Geschichte das bodenständige Image Bayerisch-Schwabens repräsentieren: Für ehrliche Regionalität steht Stefanie Pröbstle – Köchin und Gastwirtin des Waldvogels Leipheim mit eigener, Bioland-zertifizierter Gärtnerei. Und Sebastian Priller-Riegele, ein Augsburger Original, mit dessen Brauerei sich Spezi-Kult, Craftbeer und echtes Brau-Erlebnis im Herzen der Fuggerstadt verbinden.



### Präsenz zeigt Wirkung

**Website, Blog, Social Media, PR:** Bayerisch-Schwaben als Marke erreicht immer größere Sichtbarkeit. Die Integration des Blogs in die bayerisch-schwaben.de erzielte wie geplant steigende Nutzerzahlen. Steil bergauf ging es mit Instagram: Mit 12.000 Followern zum Jahresende verdreifachte sich die Zahl innerhalb von knapp zwei Jahren. Gleichzeitig übersprang die Facebook-Community die Marke von 40.000 Fans. Und auch die Presse interessiert sich für den „Geheimtipp Bayerisch-Schwaben“: So konnten u.a. Recherchereisen für reichweitenstarke Medien wie HNA Kassel, Welt am Sonntag oder die LandReise organisiert werden.

### Wirtschaftsfaktor Tourismus in Bayerisch-Schwaben

Touristische Umsätze: 2,27 Mrd. €  
• Übernachtungsgäste: 790 Mio. €  
• Tagesgäste: 1,48 Mrd. €  
Touristische Wertschöpfung: 1,03 Mrd. €  
Einkommensäquivalent: 29.487 Personen  
Steueraufkommen für Bund, Länder und Kommunen: 211 Mio. €

Quelle: dwif-Studie Nov. 2025

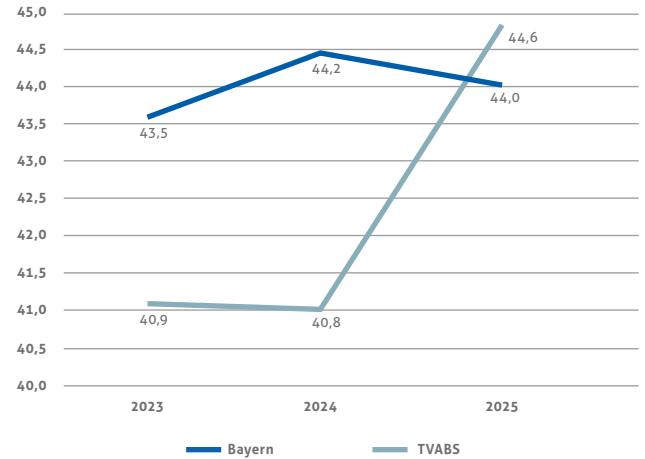


# Zahlen, Fakten, Statistiken

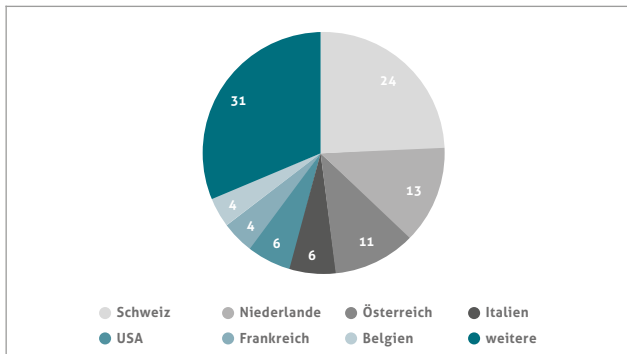
TVABS 2015 – 2025 **Ankünfte** und **Übernachtungen**  
(Veränderung zu 2015 in % / Index 2015 = 100)



Bettenauslastung in %



TVABS: Verteilung Auslandsmärkte in %



Geschäftsbericht

Hier finden Sie  
weitere Statistiken  
und den Geschäfts-  
bericht zum  
Download

Geschäftsbericht 2025:  
veröffentlicht zur Jahreshauptversammlung  
des Tourismusverbandes  
Allgäu/Bayerisch-Schwaben e.V.  
am 22.06.2026 in Mindelheim

Berichtszeitraum:  
1.1.25 – 31.12.25  
Statistik und Jahresabschluss: 2025  
(Eigenerhebung bzw. Bayerisches  
Landesamt für Statistik)

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

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://tourismusmonitor.bayern/tourismus>

