

**VWA 19.03.2019**

**Anlage 1 zu TOP Oberschwaben Tourismus GmbH**

**Oberschwaben Tourismus aktuell – Kurzbericht zur Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) 2019**

Die Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) erfüllt alle Aufgaben einer touristischen Marketingorganisation und verantwortet das Destinationsmanagement für die Reiseregion Oberschwaben und das Württembergische Allgäu. Sie unterhält eine Geschäftsstelle im Kloster in Bad Schussenried/Landkreis Biberach und beschäftigt neben der Geschäftsführung weitere drei Themenmanagerinnen/Marketingassistentinnen und eine Auszubildende im Ausbildungsbereich Kauffrau für Tourismus und Freizeit.

Wesentliche übergeordnete Aufgabe der OTG ist die Weiterentwicklung, Stärkung und Förderung eines naturnahen, nachhaltigen und zukunftsorientierten Tourismus, auch mit Blick auf das für die Region spezifische Kur- und Gesundheitswesen. Die OTG-Geschäftsstelle lenkt die Tourismuspolitik und das Tourismuskmarketing für die gesamte Reiseregion Oberschwaben-Allgäu in enger Abstimmung mit ihren Gremien. In der Gesellschafterversammlung und im Aufsichtsrat der OTG haben die Gesellschafter und deren kreisangehörige Kommunen die Möglichkeit, aktiv mitzuarbeiten. Im Marketingausschuss, Netzwerken zu den Geschäftsfeldern und Expertenkreisen sind auch Vertreter der Wirtschaftsunternehmen und Verbände zur Mitarbeit aufgerufen. In enger Zusammenarbeit mit den Landkreisen, den Städten und Gemeinde und ihren Tourismusorganisationen sowie den Leistungsträgern in der Region sollen touristisch interessante und marktfähige Produkte entwickelt, diese vermarktet und damit die Bekanntheit und Attraktivität der Region Oberschwaben-Allgäu als Tourismusziel gesteigert werden. Von einer starken touristischen Marke „Oberschwaben-Allgäu“ profitieren grundsätzlich alle: Einheimische, Wirtschaftsunternehmen, Landkreise und Kommunen. Die OTG arbeitet mit regionalen und überregionalen Verbänden und Organisationen zusammen, wie TMBW (Tourismus-Marketing GmbH Baden-Württemberg), IBT GmbH (Internationale Bodensee Tourismus GmbH), ARGE Deutsche Donau, Geschäftsstellen der LEADER-Gebiete, DTV (Deutscher Tourismusverband) und DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus), Hotel- und Gaststättenverband, Industrie- und Handelskammern und Heilbäderverband Baden-Württemberg.

Grundlagen ihres Handelns und der touristischen Zusammenarbeit stellen der Gesellschaftsvertrag der OTG und der Tourismus-Masterplan Oberschwaben-Allgäu für die Jahre 2016-2021 dar. In der Fortführung des ersten Tourismus-Masterplanes 2010-2015 wurde eine strategische Ausrichtung auf wenige, aber klar positionierte Angebots- und Erlebnisthemen festgelegt. Ein weiteres stetiges Wachstum soll durch die Fortführung und erfolgreiche Weiterentwicklung der bereits erfolgreich aufgesetzten Geschäftsfelder generiert werden. Es wurde eine weitere Zuspitzung des Themenangebots mit Profilierung der Angebotsstrukturen empfohlen. Folgende strategischen Geschäftsfelder (SGF) wurden im Rahmen des Tourismus Masterplanes Oberschwaben-Allgäu 2016-2021 als Kernthemen für die Marketingaktivitäten der OTG-Geschäftsstelle festgeschrieben: Gesundheit & Wellness, Natur & Aktiv, Kultur & Barock, Familienferien und Reisemobil & Camping.

Die Geschäftsfelder übernehmen im Rahmen einer thematischen Klammerfunktion die Aufgabe, die touristische Dachmarke Oberschwaben-Allgäu inhaltlich mit den Angeboten in der Region auszugestalten und positiv und imagebildend aufzuladen. Die Aufteilung in Geschäftsfelder ermöglicht die themenspezifische Ansprache einzelner Gästesegmente und Märkte, siehe auch beigefügte Prospektübersicht mit den aktuellen OTG-Printmedien.

## Anlage 1 zu TOP Oberschwaben Tourismus GmbH

Im SGF Natur & Aktiv im Projekt Radfernwege Oberschwaben-Allgäu sind im Geschäftsjahr 2019 wichtige Maßnahmen zum Aufbau eines Qualitätsmanagements (QM) für die Radfernwege Donau-Bodensee-Radweg und Oberschwaben-Allgäu-Radweg vorgesehen. Hintergrund hierfür ist die ADFC-Re-Klassifizierung für beide Qualitätsradrouten, die im Frühjahr 2019 für weitere 3 Jahre ansteht. Als QM-Maßnahmen sind geplant: Aufbau einer technischen Lösung über ein Geoportal und eine zentrale Datenbank, Erfassung der Daten für beide Radfernwege, Zugang für alle Kooperationspartner, Koordination der Mängelbeseitigung, Vorbereitung der Re-Klassifizierung, Kommunikation zwischen den beteiligten Stellen. Die Finanzierung der QM-Maßnahmen kann über die beteiligten Landkreise gesichert werden.

Im Bereich des Basis-Marketings sind neben den laufenden Projekten (Eintrags- und Anzeigenmanagement, Präsentation auf Touristikmessen, Internetauftritt der Ferienregion und Social Media Marketing sowie Innenmarketing) im Geschäftsjahr 2019 weitere gezielte Maßnahmen zur Imagewerbung und Ausbau der Präsenz in den Online-Medien und eine gezielte Marktbearbeitung in den nahen Auslandsmärkten Schweiz und Österreich geplant.

Auch erarbeitet die OTG-Geschäftsstelle derzeit ein Konzept zur Entwicklung und projektbezogenen Umsetzung einer „Digitalisierungsstrategie für die Destination Oberschwaben-Allgäu“. Voraussetzungen hierfür sind u. a. die Etablierung einer distributionsfähigen Datenbank, ein zentrales Datenmanagement und datenbasiertes Marketing sowie die Hardware- und Software-Ausstattung und der Einsatz der Ausgabetechnik für die Bereitstellung der Daten in der Destination.

Um als regionale Tourismusorganisation für die Destination Oberschwaben-Allgäu die Markenstrategie und Markenthemen, aber auch die laufenden und neuen Projekte managen und aufgleisen zu können, sind eine intensive und offene Kommunikation nach innen und außen sowie eine inhaltliche und finanzielle Beteiligung der Tourismuspartner über Kooperationsmodelle und Beteiligungsangebote wichtige Voraussetzungen. Die OTG-Geschäftsstelle schafft über ihre etablierte Fachtagung OTG-Touristiker-Tag und Netzwerktreffen weitere Möglichkeiten, in den engen inhaltlichen und fachlichen Austausch mit den beteiligten Akteuren zu treten, die Zusammenarbeit auf allen Ebenen zu optimieren und zugleich die Identifikation als einheitliche Reiseregion zu fördern. Sowohl im Bereich der strategischen Geschäftsfelder als auch im Bereich des Basis-Marketings bestehen Möglichkeiten der Anschließerbeteiligung für Gesellschafter und Tourismuspartner. Die OTG-Geschäftsstelle hat hierzu eine Übersicht zu den geplanten Marketingaktivitäten und die Kooperations- und Beteiligungsmöglichkeiten für Gesellschafter und Tourismuspartner im Geschäftsjahr 2019 herausgebracht, siehe Anlage.

Der Tourismus in Baden-Württemberg boomt: Das Tourismusjahr 2018 wird als das achte Rekordjahr in Folge gehandelt. Nach den bislang vorliegenden Zahlen bis November 2018 lagen die Übernachtungen mit 51,34 Millionen etwa 3,6 Prozent über dem Vorjahreszeitraum. Gut ein Fünftel der Gäste stammten aus dem Ausland. Auch für das Reisegebiet Oberschwaben und Württembergisches Allgäu konnten sowohl bei den Gästearbeitskürften mit 793,4 Tsd. (+ 8 Prozent), als auch bei den touristischen Übernachtungen mit 2.905,3 Tsd. (+7,5 Prozent) bis November 2018 wieder deutliche Zuwächse zum Vorjahr verzeichnet werden. Besonders erwähnenswert ist die Steigerung der Übernachtungszahlen der Gäste aus dem Ausland mit einem Plus von 15,8 Prozent. Diese konstant positive Entwicklung für das Reisegebiet Oberschwaben-Allgäu spiegeln eine hohe Gästezufriedenheit

**VWA 19.03.2019**

**Anlage 1 zu TOP Oberschwaben Tourismus GmbH**

und ein stimmiges Preis-Leistungs-Verhältnis wieder. Aber auch die sehr gute Wetterlage in den relevanten Reisezeiträumen von Mai bis Oktober 2018 hat wesentlich zu diesem Ergebnis beigetragen.

Hinweis: Im Landkreis Ravensburg konnten bis November 2018 rund 438,2 Tsd. Gästeankünfte und damit ein Plus von 8,9 Prozent und 1.762,6 Tsd. touristische Übernachtungen (= +9,4 Prozent) verzeichnet werden.

Angesichts der enormen wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für Baden-Württemberg und der massiven Veränderungsprozesse in der Tourismuslandschaft hat das für den Tourismus im Bundesland Baden-Württemberg zuständige Ministerium der Justiz und für Europa die Fortschreibung und Weiterentwicklung der Tourismuskonzeption für das Land Baden-Württemberg aus dem Jahr 2009 in Auftrag gegeben. Entsprechend des umfangreichen Beteiligungsverfahrens wird sich die Konzeptbearbeitung über das gesamte Jahr 2018 erstrecken. Nach weiteren Abstimmungen auf landespolitischer Ebene soll das vollständige Ergebnis Ende des 2. Quartals 2019 der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Die neue Landestourismuskonzeption für Baden-Württemberg wird die strategischen Grundlagen und wichtigen Leitplanken für die touristische Arbeit aller Tourismusakteure auf den verschiedenen Ebenen für die künftigen Jahre setzen. Die Anpassung und Weiterentwicklung der bestehenden Tourismuskonzeptionen auf Regionen Ebene wird dabei essenziell sein. Die OTG-Geschäftsstelle wird diese wichtige strategische Aufgabe im Rahmen der Fortschreibung des derzeitigen Tourismus-Masterplanes für Oberschwaben-Allgäu im Geschäftsjahr 2020 angehen und bereits im Jahr 2019 die Planungen dazu beginnen.

Bad Schussenried, 18. Februar 2019



*Daniela Leipelt*

Geschäftsführerin  
Oberschwaben Tourismus GmbH