



Geschäftsbericht 2024

Spessart-Mainland



Franken
Tourismus

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Vorstand und Mitgliedskommunen	4
Tourismusstatistik	5
Broschüren	8
Messepräsentationen	10
Werbung	11
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	12
Multimedia.....	14
Themenmarketing und Projekte	15
Qualität	19
Netzwerk und Kooperationen	20
Vision und Werte – ein gemeinsamer Auftritt für den Spessart	21
Wirtschaftsfaktor Tourismus	22
Haushalt 2024	23

Impressum

Herausgeber: Tourismusverband Spessart-Mainland e.V.
Rüttelweg 7, 63843 Niedernberg

1. Vorsitzender: Landrat Jens Marco Scherf

Geschäftsführer: Michael Seiterle

Mitarbeiterinnen: Jana Neumayer, Katharina Schilling,
Anke Schaub, Eva-Maria Bloier



Hinweis:

Alle statistischen Daten stammen von Statistischen Landesämtern aus Bayern, Hessen und Baden-Württemberg. Durch die amtliche Statistik werden nur die Übernachtungen und Ankünfte in Betrieben mit mindestens zehn Betten und auf Campingplätzen erfasst.

Sind zu bestimmten Kommunen keine Daten angegeben, so liegt dies daran, dass die Anzahl der Betriebe mit mindestens zehn Betten weniger als drei beträgt. In diesem Fall geben die Statistischen Landesämter aus Gründen des Datenschutzes keine Werte bekannt.

Vorwort



Nach den deutlichen Steigerungen der Tourismusnachfrage in den letzten Jahren hat sich die touristische Nachfrage stabilisiert. Wir befinden uns nun wieder fast auf dem Vor-Corona-Niveau. Dies ist vor allem deshalb bemerkenswert, weil die Branche mit vielfältigen Herausforderungen zu kämpfen hat: Arbeitskräftemangel, Energiekosten, Mehrwertsteuer, Bürokratie. Nicht zuletzt spielte auch das Wetter im ersten Halbjahr dem Tourismus nicht unbedingt in die Karten.

Die dennoch stabile Nachfragesituation mit über zwei Millionen Übernachtungen ist auch ein Beleg für die hervorragende Arbeit der heimischen Gastbetriebe und Touristinformationen vor Ort und für den richtigen Kurs der Marketingstrategie des Tourismusverbandes.

Der Tourismusverband Spessart-Mainland fördert und bewirbt mit vielfältigen Maßnahmen den Tourismus. Dazu zählen eine umfangreiche PR-Arbeit mit Pressereisen und Medieninforma-

tionen, zahlreiche Messeauftritte, vielfältige Initiativen im sanften Aktiv-Tourismus und eine starke Präsenz in den sozialen Medien. Hinzu kommt unser Podcast SpessartGebabbel oder unsere Kampagnen „Wild- und Weinwochen“ und „Winterzauber im Spessart“ – wir arbeiten mit vielen Ideen, Initiativen und hohem Engagement für die Region und unsere Gäste. Deren hohes Interesse an Beratung und Informationen in unserer Geschäftsstelle bestätigt diesen Kurs: Im Jahr 2024 hat unser Team über 12.000 Anfragen von potenziellen Gästen bearbeitet.

Wenn diese Gäste zu uns kommen, dann tragen sie durch ihren Besuch und die damit verbundenen Ausgaben dazu bei, die heimische Wirtschaft zu fördern und regionale Wirtschaftskreisläufe zu stärken. Wie stark die Wirtschaft profitiert, zeigen die eindrucksvollen Zahlen der neuen Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus im Spessart-Mainland. 2023 ergaben sich touristische Umsätze von fast 940 Millionen Euro in der Region. Der Tourismus sichert damit über 14.000 Arbeitsplätze und führte zu einem zusätzlichen Steueraufkommen von fast 90 Millionen Euro. Davon profitiert nicht nur das Gastgewerbe, sondern auch die Dienstleistungsbranche und der Einzelhandel.

Der Tourismus fördert die heimische Wirtschaft und schafft darüber hinaus auch Angebote für die Bürgerinnen und Bürger vor Ort. Ob Kultur, Wander- und Radwege oder Einkehrmöglichkeiten, viele Angebote, von denen auch Einheimische profitieren, können nur durch eine stabile Gäste-Nachfrage bestehen und stellen somit einen Beitrag zur Lebensqualität dar. Der Tourismus soll dem Gemeinwohl bei uns im Spessart und Mainviereck dienen und die nachhaltige Entwicklung der Region fördern.

Unsere Arbeit ist nur durch die Unterstützung und Kooperation gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Partnern möglich, denen wir herzlich für die vertrauensvolle Zusammenarbeit danken.



Der 1. Vorsitzende
Jens Marco Scherf, Landrat

Vorstand des Tourismusverbands Spessart-Mainland

1. Vorsitzender:	Landrat Jens Marco Scherf	Landkreis Miltenberg
2. Vorsitzender:	Landrat Dr. Alexander Legler	Landkreis Aschaffenburg
Schriftführerin:	Inge Albert	Stadt Marktheidenfeld
Weitere Mitglieder:	Oberbürgermeister Jürgen Herzing	Stadt Aschaffenburg
	Erster Kreisbeigeordneter Andreas Hofmann	Main-Kinzig-Kreis
	Landrätin Sabine Sitter	Landkreis Main-Spessart

Mitgliedskommunen des Tourismusverbands Spessart-Mainland

Mitgliedsgemeinden (86)

Altenbuch	Hausen	Partenstein
Alzenau	Heigenbrücken	Rechtenbach
Aschaffenburg	Heimbuchenthal	Rieneck
Aura	Heinrichsthal	Röllbach
Bad Orb	Hösbach	Rothenbuch
Bad Soden-Salmünster	Johannesberg	Rüdenau
Bessenbach	Jossgrund	Sailauf
Biebergemünd	Kahl a.Main	Schlüchtern
Blankenbach	Karlstein	Schollbrunn
Burgsinn	Kleinheubach	Schöllkrippen
Bürgstadt	Kleinkahl	Seligenstadt
Collenberg	Kleinostheim	Sinntal
Damm bach	Kleinwallstadt	Sommerkahl
Dorfprozelten	Klingenberg a.Main	Stadtprozelten
Elsfeld	Kreuzwertheim	Steinau a.d.Straße
Erlenbach a.Main	Krombach	Stockstadt
Eschau	Laufach	Sulzbach
Faulbach	Leidersbach	Waldaschaff
Flörsbachtal	Lohr a.Main	Weibersbrunn
Frammersbach	Mainaschaff	Wertheim
Freigericht	Marktheidenfeld	Westerngrund
Freudenberg a.Main	Mespelbrunn	Wiesen
Geiselbach	Miltenberg	Wiesthal
Gemünden a.Main	Mittelsinn	Wörth a.Main
Glattbach	Mömbis	
Goldbach	Mönchberg	<u>Landkreise:</u>
Gräfendorf	Neuhütten	Aschaffenburg
Großheubach	Neustadt a.Main	Main-Kinzig
Großostheim	Niedernberg	Main-Spessart
Großwallstadt	Obernburg a.Main	Miltenberg
Haibach	Obersinn	

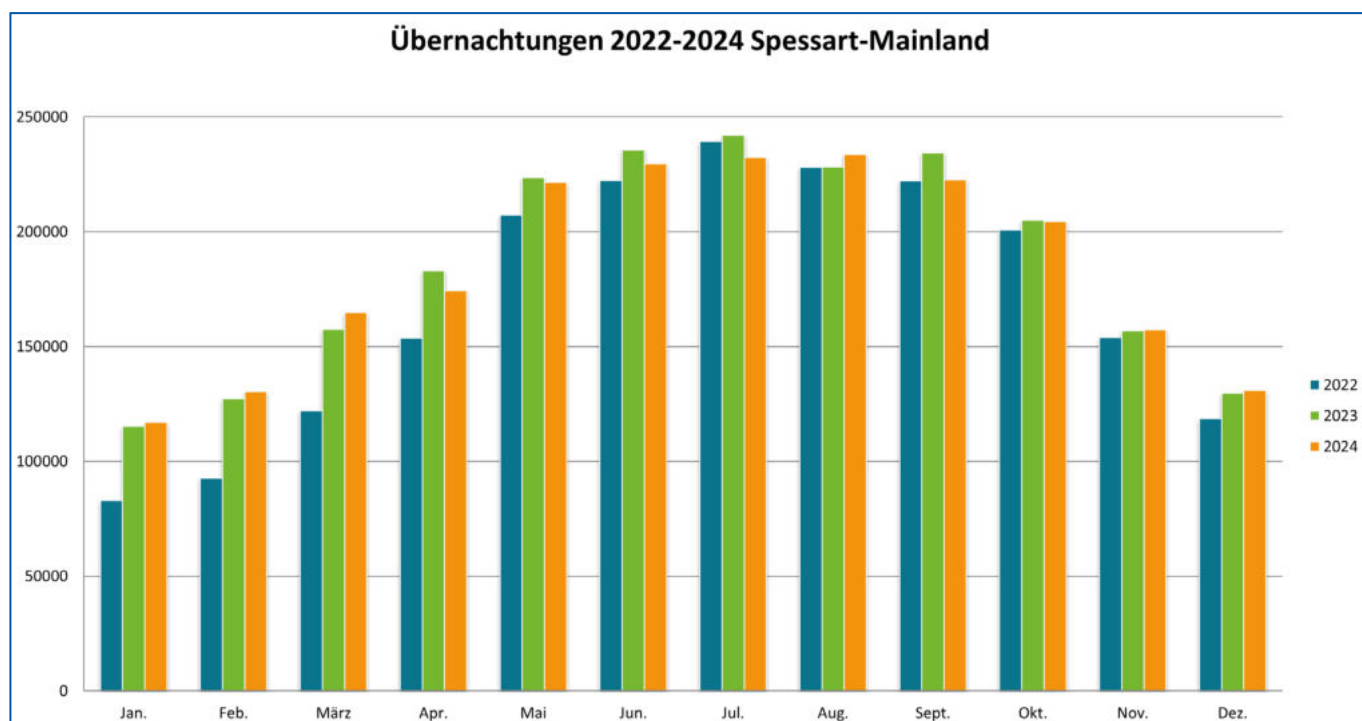
(Stand: 31.12.24)

Tourismusstatistik

Die Tourismusnachfrage im Spessart-Mainland hat sich auf hohem Niveau stabilisiert. Nach fast zweistelligen Zuwachsraten im Vorjahr befinden wir uns nun fast wieder auf Vor-Corona-Niveau. Im Jahr 2024 kamen fast 850.000 Gäste (ca. - 0,4 Prozent im Vorjahresvergleich) für einen Übernachtungsaufenthalt in den Spessart und an den Main. Erfasst werden hierbei allerdings nur Gäste, die in Unterkunftsbetrieben mit mindestens zehn Betten übernachteten. Die tatsächliche Anzahl der touristischen Nachfrage liegt durch Übernachtungen in kleineren Betrieben und vor allem auch in Ferienwohnung darüber.

Die Zahl der Übernachtungen lag mit fast 2,3 Millionen annähernd auf Vorjahresniveau (- 0,1 Prozent). Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung der letzten drei Jahre und verdeutlicht den saisonalen Verlauf der Nachfrage, die in den Monaten Mai bis Oktober am stärksten ausgeprägt ist. Der Anteil der ausländischen Besucher verringerte sich leicht auf 12,1 Prozent. Ähnlich hoch lag der Ausländer-Anteil bei den Übernachtungen. Die wichtigste Gästegruppe bleibt mit großem Abstand die der Touristen aus den Niederlanden. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug unverändert 2,7 Tage.

1. Touristische Entwicklung 2024



LK/Stadt	Ankünfte 2024 (Veränd. z. Vorjahr)		Übernachtungen 2024 (Veränd. z. Vorjahr)		Durchschn. Aufenthaltsdauer
Stadt AB	152.467	+ 5,9 %	281.988	+ 2,5 %	1,8 Tage
LKR AB	228.998	- 3,6 %	452.781	- 4,5 %	2,0 Tage
MKK	351.466	+ 3,2 %	1.385.848	+ 4,0 %	3,9 Tage
LKR MSP	206.863	- 2,5 %	492.048	- 2,3 %	2,4 Tage
LKR MIL	151.555	+ 0,4 %	289.408	+ 1,6 %	1,9 Tage
SML *	849.198	- 0,4 %	2.283.520	- 0,1 %	2,7 Tage

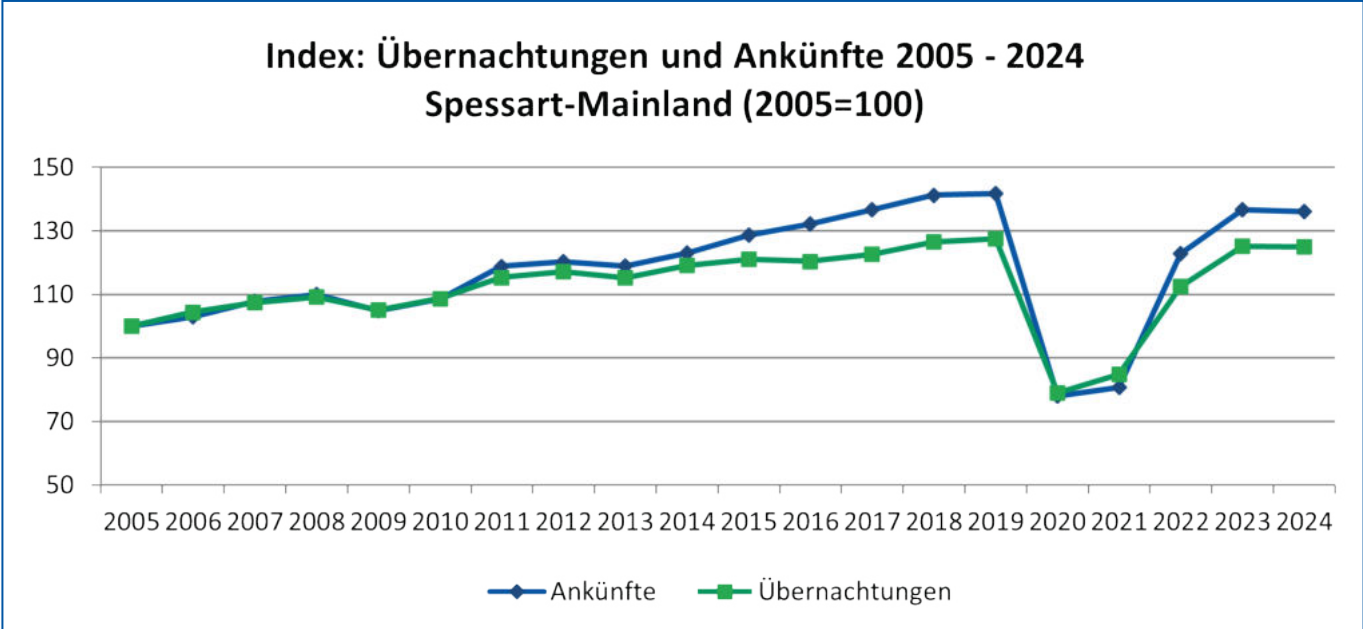
Ankünfte und Übernachtungen im Spessart-Mainland und in beteiligten Gebietskörperschaften 2024

* Das Ergebnis für Spessart-Mainland entspricht **nicht** der Summe der beteiligten Gebietskörperschaften.

2. Langzeitentwicklung

Die touristische Nachfrage hat sich von 2005 bis zum Rekordjahr 2019 sehr positiv entwickelt. Innerhalb von 14 Jahren war die Zahl der Gästeankünfte um 40 Prozent gestiegen, jene der Übernachtungen um fast 30 Prozent.

Die zwei folgenden Jahre 2020 und 2021 waren durch die Pandemie geprägt. Dann folgte eine schrittweise Erholung der Nachfrage. Das Vor-Corona-Niveau konnte allerdings noch nicht wieder erreicht werden.



3. Beherbergungsangebot

In der folgenden Übersicht sind die geöffneten Betriebe (ab zehn Betten) und deren Angebot an Betten in der Stadt Aschaffenburg und den Spessart-Landkreisen aufgeführt. Trotz der negativen Auswirkungen der Pandemie (vgl. 2.) auf die Tourismusnachfrage ist sowohl die Anzahl der Betriebe als auch die Zahl der angebotenen Betten in den letzten Jahren nur geringfügig

rückläufig, in einigen Teilbereichen sogar zunehmend (Stadt Aschaffenburg). Nicht erfasst werden dabei die kleineren Pensionen bzw. Gasthäuser und Ferienwohnungen und Ferienhäuser mit weniger als zehn Betten. Diese stellen dennoch mit ca. 500 Anbietern einen sehr wichtigen Bestandteil des touristischen Angebots im Spessart-Mainland dar.

	2024		2023		2022		2021		2020	
	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten
Stadt AB	17	1.522	17	1.521	17	1.369	16	1.341	17	1.364
LKR AB	89	3.602	90	3.603	89	3.650	90	3.678	92	3.715
LKR MIL	74	2.320	76	2.386	72	2.260	73	2.302	72	2.124
LKR MSP	101	3.054	105	3.197	104	3.304	103	3.343	105	3.368
MKK	162	9.771	166	9.852	175	9.795	193	9.753	192	9.534

Geöffnete Betriebe und angebotene Betten im Juli 2020-2024 nach Landkreisen (ab 10 Betten)

4. Touristische Entwicklung der Mitgliedsgemeinden und -städte

Gemeinde/Stadt	Ankünfte 2024 (Veränd. z. Vorjahr)		Übernachtungen 2024 (Veränd. z. Vorjahr)		Durchschn. Aufenthalts- dauer (Tage)
Alzenau	12.192	+ 10,0 %	23.990	+ 9,9 %	2,0
Aschaffenburg	152.467	+ 5,9 %	281.988	+ 2,5 %	1,8
Bad Orb	62.931	- 5,1 %	434.930	+ 2,2 %	6,9
Bad Soden-Salmünster	44.584	+ 5,2 %	351.617	+ 2,3 %	7,9
Bessenbach	2.211	+ 7,4 %	4.416	- 3,1 %	2,0
Bürgstadt	14.731	+ 2,2 %	52.163	+ 7,3 %	1,7
Dammbach	7.734	+ 0,8 %	18.555	- 2,5 %	2,4
Elsfeld	446	- 20,9 %	1.325	- 9,5 %	3,0
Erlenbach a.Main	3.308	+ 10,1 %	5.976	+ 6,1 %	1,8
Eschau	8.157	- 3,1 %	18.781	- 10,5 %	2,3
Frammersbach	5.442	+ 7,1 %	15.113	+ 7,9 %	2,8
Freudenberg a.Main	8.609	- 3,6 %	18.607	+ 0,8 %	2,2
Gemünden a.Main	18.212	- 6,5 %	43.882	- 5,0 %	2,4
Goldbach	8.876	- 2,4 %	15.487	- 1,6 %	1,7
Großheubach	7.800	+ 13,7 %	16.358	+ 20,0 %	2,1
Großostheim	4.975	+ 0,3 %	7.749	- 0,6 %	1,6
Haibach	4.788	- 0,2 %	9.718	- 6,1 %	2,0
Heigenbrücken	5.522	- 9,7 %	13.234	- 18,3 %	2,4
Heimbuchenthal	30.097	- 9,2 %	67.114	- 5,1 %	2,2
Hösbach	30.304	- 9,7 %	52.519	- 9,1 %	1,7
Johannesberg	9.221	- 2,4 %	15.222	- 1,9 %	1,7
Kahl a.Main	17.047	+ 1,9 %	55.166	+ 1,6 %	3,2
Karlstein	5.277	- 6,7 %	61.041	- 15,8 %	3,0
Klingenberg a.Main	9.902	- 2,5 %	17.262	- 6,7 %	1,7
Kreuzwertheim	6.043	+ 1,0 %	9.186	+ 1,8 %	1,5
Lohr a.Main	43.127	+ 13,0 %	104.239	+ 5,1 %	2,4
Marktheidenfeld	32.666	- 11,8 %	69.890	- 7,1 %	2,1
Mespelbrunn	11.245	+ 5,8 %	12.881	+ 0,8 %	1,9
Miltenberg	25.697	+ 1,3 %	46.779	+ 3,1 %	1,8
Mömbris	2.744	+ 4,1 %	5.832	- 1,5 %	2,1
Mönchberg	4.476	+ 37,9 %	10.947	+ 25,1 %	2,4
Obernburg a.Main	15.239	+ 2,7 %	27.122	+ 7,6 %	1,8
Rieneck	11.030	+ 1,9 %	31.543	- 0,1 %	2,9
Rothenbuch	10.982	- 14,5 %	81.692	- 8,3 %	1,7
Schlüchtern	11.762	- 2,2 %	24.443	- 3,8 %	2,1
Seligenstadt	39.521	+ 6,5 %	66.773	+ 3,5 %	1,7
Sinntal	4.979	- 1,3 %	11.221	+ 17,5 %	2,3
Stadtprozelten	2.095	+ 11,0 %	3.937	+ 12,7 %	1,9
Steinau a.d.Sträße	3.923	- 11,4 %	13.511	- 7,8 %	3,4
Stockstadt	12.587	+ 13,5 %	25.696	+ 10,7 %	2,0
Weibersbrunn	34.031	- 7,0 %	49.639	- 10,0 %	1,5
Wertheim	73.496	- 12,4 %	190.393	- 0,4 %	2,6

Broschüren

Information und Inspiration

Trotz oder gerade wegen der fortschreitenden Digitalisierung bleiben Broschüren einer der wichtigsten Pfeiler im Marketing-Mix. Sie sind für unsere Gäste bei der Reiseplanung bzw. bei der Auswahl des Reiseziels im Reiseentscheidungsprozess unerlässlich. Dies wird auch durch die hohe Zahl der Prospektanfragen in der Geschäftsstelle bestätigt. 2024 fragten etwa **12.000** Haushalte per E-Mail oder telefonisch bzw. über die Webseite gedrucktes Informationsmaterial an. Über 95 % der Anfragenden geben übrigens an, dass sie mit den erhaltenen Informationen zufrieden sind – eine Bestätigung der hohen Qualität unserer Veröffentlichungen.

Das große Interesse ist umso erstaunlicher, da alle Informationen und alle Broschüren unseren Gästen immer auch als digital blätterbare Varianten angeboten werden. Dennoch erfreut sich das haptische Erlebnis einer Broschüre weiterhin hoher Beliebtheit.

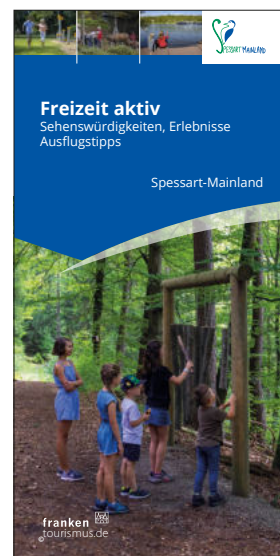
Gedruckte, attraktiv aufbereitete Inhalte übernehmen nicht nur eine wichtige Vorabauswahlfunktion für Interessenten, sondern sie dienen auch der Information und Inspiration. Jeweils zu Jahresbeginn erscheint der **Urlaubskatalog mit Gastgeberverzeichnis**, da bereits in den ersten Monaten des Jahres die Urlaubsentcheidung getroffen wird. Das Magazin stellt die Urlaubsorte und die Gastgeber vor und bietet



zudem interessierten Gästen weitere Informationen zu den Schwerpunktthemen Natur, Wandern, Radfahren, Genuss, Museen und Burgen/Schlösser. Ein tabellarisches Gastgeberverzeichnis rundet das Urlaubsmagazin ab.



Die ideale Planungshilfe für potenzielle Gäste ist das Heft **Freizeit Aktiv**. Es stellt die Freizeitmöglichkeiten in unseren Mitgliedsorten mit detaillierten Informationen zu Erreichbarkeit, Kontaktdaten, Eintrittspreisen, Ansprechpartnern etc. vor. Über eine Gliederung nach Themen finden unsere Gäste schnell ihr gewünschtes Freizeitangebot.

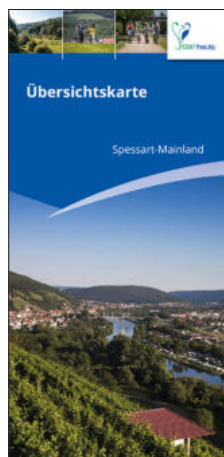


Bereits im Sommer 2024 ist in Vorbereitung für die Saison 2025 der **Gruppenreisenkatalog** erschienen. Der Katalog dient als Handbuch für Busunternehmer, Veranstalter und Reisemittler. Neben Pauschalprogrammen werden darin z.B. auch die Burgtheaterfestspiele der Region, die vielfältigen Stadt- und Erlebnisführungen und die zertifizierten Busbegleiter beworben.



Neu herausgegeben wurde außerdem die **Gebietskarte**. Sie bietet den einzigen Überblick über den gesamten Spessart und das Mainviereck als Straßenkarte, mit dem sich auch Ausflüge innerhalb des Spessart-Mainlands detailliert planen lassen. Die Rückseite stellt die Urlaubs- und Freizeitmöglichkeiten im Spessart und am Main mit Text und Bild vor. Die Vorderseite präsentiert neben der Straßenkarte alle 86 Mitgliedsgemeinden, die mit Bild, Kontaktadresse, Angaben zur Webseite und einem kurzen Überblick über sehens- und erlebenswerte Attraktionen vorgestellt werden.

Ergänzt wird die Broschürenpalette durch diverse Karten, wie die **Übersichtskarte** und die gemeinsam mit dem Naturpark Spessart herausgegebene **Panoramakarte**. Außerdem gab es Veröffentlichungen zu den einzelnen Schwerpunktthemen: Der Tourenbegleiter zu den Spessartwegen und die neue E-Bike-Tourenkarte zur Initiative „Wald erFahren“ (vgl. S. 15ff).



Messeauftritte

Vor Ort für unsere Gäste

Auch die Präsentation auf Reise- und Tourismussmessen zählt zu den etablierten Bausteinen im touristischen Marketing-Mix. Der persönliche Kontakt zu potenziellen Gästen ist wichtig, um deren Wünsche und Bedürfnisse kennenzulernen, insbesondere auch deshalb, weil der Tourismusverband keine eigene physische Tourist-Information betreibt. Außerdem dient es der **Trend- und Marktforschung**, um insbesondere Veränderungen im Reise- und Buchungsverhalten zu erkennen.

Die Besucherinnen und Besucher informieren sich am Messestand über die Angebote und Neuigkeiten. Auch bietet sich die Gelegenheit, neue **Gäste** für die Region zu **gewinnen**. Die Kolleginnen und Kollegen vor Ort geben in Beratungsgesprächen Touren- und Übernachtungstipps, empfehlen Gruppenreisen oder weisen auf attraktive Veranstaltungen oder andere passende Reiseanlässe hin.

2024 war der Tourismusverband Spessart-Mainland mit seinen Mitgliedern und Partnern wieder auf zahlreichen Tourismussmessen vertreten. Darüber hinaus wurden die wichtigsten Broschüren des Spessart-Mainlands über eine

Prospektauslage bei ausgewählten Messen am Stand des **Tourismusverbandes Franken** angeboten.

Insgesamt war der Tourismusverband **17 Tage auf bundesweiten Messen persönlich präsent:**

- „Fahrrad- & WanderReisen“ **Stuttgart** (13.–15.1.)
- „Reisen“ **Hamburg** (7.–11.2.)
- „f.re.e“ **München** (14.–18.2.)
- ADFC Radreisemesse **Frankfurt** (24.3.)
- Museumsuferfest **Frankfurt** (23.–25.8.)

Bei allen Messen haben Mitglieder und touristische Arbeitsgemeinschaften die Möglichkeit, sich tageweise mit einem eigenen Counter oder mit einer Prospektauslage zu beteiligen und so noch einmal gesondert auf das Angebot vor Ort im Rahmen des Gesamtauftritts aufmerksam zu machen. Erfreulicherweise nahmen auch wieder viele Mitglieder und Partner dieses Angebot wahr und bereicherten so die Messeauftritte. Mit dabei waren Stadt und Landkreis Aschaffenburg, Bad Orb, Churfranken, Frammersbach, Gemünden a.Main, Lohr a.Main, Miltenberg – Bürgstadt – Kleinheubach, Räuberland, Seligenstadt, Spessart Tourismus und Wertheim.



Spessart-Mainland-Stand auf der f.re.e in München



Spessart-Mainland-Touristiker auf der ADFC Radreisemesse in Frankfurt

Print und online

Anzeigen (print und online) wecken das Interesse der potenziellen Gäste und tragen damit zu der hohen Zahl an telefonischen und elektronischen Prospektanfragen bei (vgl. S. 8).

Mit Hilfe einer abgestimmten und gezielten Planung erfolgte eine zielgruppen- und aktivitätsspezifische Präsenz in den unterschiedlichsten Medien. So gelingt es, Kundenadressen zu generieren und durch eine zügige Übermittlung und bedarfsgerechte Zusammenstellung des Informationsmaterials die Gäste in ihrem persönlichen Reiseentscheidungsprozess zu begleiten bzw. zum richtigen Zeitpunkt die Entscheidung zugunsten des Spessart-Mainlands zu beeinflussen.

Anzeigenschaltungen erfolgten zum einen in Magazinen, die bestimmte Zielgruppen ansprechen (z.B. *BIKE*, *RADtouren*, *trekking*, *Wanderlust*, *WoWell*, *Tambiente Aktiv*) oder in überregionalen

Tages- und Wochenzeitungen (z.B. *Mannheimer Morgen*, *HNA*, *Illu der Frau*, *Münchner Merkur*, *WAZ*) oder in kostenlosen Heften wie z.B. *ADAC Motorwelt*.

Ergänzt wurde die Anzeigenwerbung durch eine ausführliche Darstellung der touristischen Angebote des Spessart-Mainlands in den **Themenzeitungen des Tourismusverbandes Franken**. 2024 präsentierte sich das Spessart-Mainland gemeinsam mit Partnern aus dem Verbandsgebiet in den Ausgaben „Wanderparadies“, „Radelparadies“ und „Wohlfühlhland“.

Daneben platzierte der Tourismusverband vielfältige Online-Anzeigen, z.B. auf **Social Media-Kanälen**, bei **Internet-Katalogportalen** oder auf einschlägigen Outdoor-Portalen wie z.B. „**Wanderbares Deutschland**“ oder auch „Sponsored Collections“ bei **komoot**.



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Recherchetouren und Medienecho

Das Interesse der Medien an einer Berichterstattung über den Spessart und das Mainviereck war auch im Jahr 2024 außerordentlich hoch. Die gezielte Ansprache von Journalistinnen und Journalisten und die Zusammenstellung von „berichtenswerten“ Informationen führten so zu vielfältigen Reportagen.

Durch den regelmäßigen Pressedienst, die Organisation von Recherchetouren, die Beantwortung von zahlreichen Medienanfragen oder die Betreuung von Journalisten vor Ort ist es erneut gelungen, eine Vielzahl an reichweitenstarken Veröffentlichungen zu generieren.

Das Team der Geschäftsstelle hat darüber hinaus zahlreiche Presseanfragen bearbeitet – von der Zusammenstellung von sommerlichen Freizeittipps bis hin zu Tourentipps und Angeboten für Familien.

Recherchetouren und Vor-Ort-Betreuung nehmen einen großen Teil der Ressourcen der Geschäftsstelle in Anspruch. Beispielhaft stehen hier die Drehtage für Reportagen von **Sat.1 Bayern** oder die Filmaufnahmen in Kooperation mit dem Tourismusverband Franken. Im 2024 gab es auch mehrere selbst aufgelegte Info-Reisen für Journalisten und Journalistinnen: Im Mai recherchierte die **Deutsche Presse Agentur** zwei Tage zum Thema Achtsamkeitswege im Spessart und gemeinsam mit Partnern aus Churfranken und dem Räuberland begrüßte die Region acht Medienvertreter zur dreitägigen E-Bike-Info-Tour unter dem Motto „**Wald – Wasser – Wein**“. Die Tour führte nach Heimbuchenthal, Mespelbrunn, Eschau, Stadtprozelten,

Bürgstadt, Miltenberg und Großheubach. Höhepunkte waren die Fahrradausstellung in Heimbuchenthal und der Bogenparcours auf der Henneburg.

Im Sommer begrüßte man den renommierten **Blogger „Deutschlandjäger“** zu einer Tour durch den östlichen Naturpark Spessart und Anfang August erfuhren Aktiv-Journalisten die für sie ausgearbeitete fünftägige Tour um das Mainviereck.



Auch wenn der Planungsaufwand immens ist, zeigen die durch die Recherchetouren generierten Veröffentlichungen, dass sich der Aufwand lohnt.

Beispielhaft seien die folgenden besonders erfolgreichen Veröffentlichungen aufgeführt: „Auf den Spuren des Spessart-Räubers“ in der *DAV-Panorama*, „Pfad der Achtsamkeit“ bei der *Deutschen Presse Agentur*, „Gipfelstürmen mit dem E-Bike“ in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* oder die mehrseitige Reportage „Spessart im Märchenreich“ im Magazin *Camping und Bike* sowie „Auf den Spuren der Gebrüder Grimm“ im *Echo der Frau*.

Ein Höhepunkt des „Presse-Jahres“ war die Tagung des **Verbands der Deutschen Reisejournalisten (VDRJ)** im September in Aschaffenburg. Knapp 60 Teilnehmende aus Journalismus, PR und Tourismusorganisationen waren dabei – auch beim Ausflugs- und Rahmenprogramm, zu dem auch eine geführte Wanderung auf dem neuen Aschaffener Rundweg mit Weinprobe mitten im Weinberg gehörte. Die Tagung bot ausreichend Gelegenheit zum Pflegen und Aufbau von Medienkontakten für die Anbahnung weiterer Berichterstattungen. Das Interesse an einer Berichterstattung über die Stadt Aschaffenburg und den Spessart war sehr hoch und es gab bereits erste Anmeldungen für die ausgeschriebenen Recherche-Touren für das Jahr 2025.



Sat.1 Bayern Dreharbeiten
im Steinbruch Reistenhausen



E-Bike-Info-Tour „Wald – Wasser – Wein“
am Schloss Mespelbrunn



E-Bike-Info-Tour „Wald – Wasser – Wein“
auf der Henneburg in Stadtprozelten



Tagung Verband Deutscher Reisejournalisten
in Aschaffenburg

Multimedia

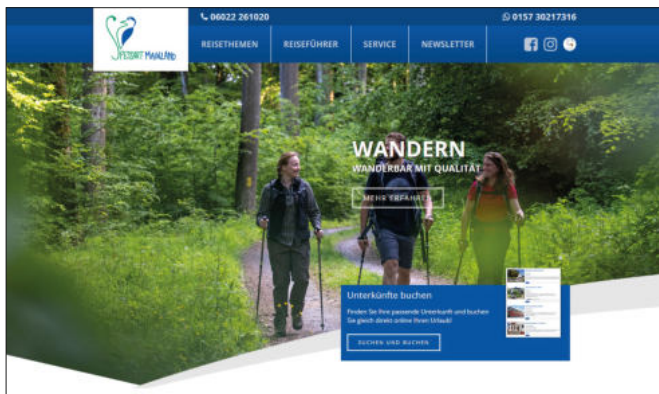
Internetauftritt, soziale Medien und Podcast

Potenzielle Gäste informieren sich aktiv auf der **Destinationswebseite**. Sie ist damit ein wichtiger Impuls im individuellen Reiseentscheidungsprozess im Rahmen der Customer Journey. Durch die Vielfalt der Themen – aufbereitete Daten zu Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Wander- und Radtouren, aber auch Angebote für Familien, Gruppen und kulinarisch Interessierte – dient der Webauftritt der umfassenden Information und Inspiration gleichermaßen und führt im Idealfall zu einem „tatsächlichen“ Besuch des digitalen Gastes. Die Webseite **spessart-mainland.de** bietet all das und stellt zudem auch die Mitgliedsgemeinden umfangreich mit ihrem Freizeit- und Tourismusangebot vor. Außerdem bietet die Webseite ein **Online-Buchungssystem für Unterkünfte**, ein Bestellformular für Broschüren, Erlebnisberichte, Rezepte, Filme, Webcams etc.

Der **regelmäßige Newsletter** erreicht über 4.300 Abonnenten mit Neuigkeiten zu Urlaub

und Freizeit im Spessart und am Main. Die Abonnentenzahlen haben sich ebenso positiv entwickelt wie das Interesse auf den beiden durch den Tourismusverband gepflegten Accounts auf **Facebook** (> 7.800 Fans) und **Instagram** (> 7.100 Follower). Auch die Interaktionsrate entwickelt sich positiv – es ist gelungen eine aktive Community aufzubauen und darüber hinaus auch (digitale) Neukunden zu gewinnen.

Podcasts erleben bundesweit einen regelrechten Boom. Auch der **Podcast SpessartGebabbel** hat sich etabliert. In mittlerweile 40 Folgen präsentiert er Persönlichkeiten rund um die Themen Tourismus und Freizeit. Zu Wort kommen Menschen, die durch ihre Arbeit den Spessart und das Mainviereck lebens- und besuchenswert machen und regelmäßig mit unseren Gästen in Kontakt kommen. Die Zahl der Abrufe liegt mittlerweile bei über 10.000.



Der Podcast zum Spessart & Mainviereck

SpessartGebabbel

Mit unserem PodCast lassen wir die Menschen zu Wort kommen, die den Spessart und das Mainviereck auszeichnen. Diese Menschen, die hier leben und arbeiten und damit ihre Begeisterung für den Spessart weitergeben, eröffnen faszinierende Einblicke in diese Region im Herzen Deutschlands. Sie erzählen davon, wie sie – indem sie mit Leidenschaft und Herzblut das tun, was sie tun – den Spessart und das Mainviereck lebens- und liebenswert machen.

Einfach mal Reinhören unter:
<https://spessart-mainland.de/podcast>
oder über Spotify, Apple etc.



Themenmarketing und Projekte

Wandern

Wandern ist bei den Gästen im Spessart und Mainviereck mit Abstand die beliebteste Urlaubssaktivität. Vor diesem Hintergrund hat der Tourismusverband seit vielen Jahren das Thema Wandern vor allem auch in Bezug auf dauerhafte Qualität vorangetrieben.

Die Region kann hier mit einer Qualität punkten, die bundesweit ihresgleichen sucht: So gibt es neben der ausgezeichneten „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ Räuberland unsere Leuchttürme des Wanderns: Die **Spessartwege 1, 2 und 3**. Seitens des Tourismusverbands Spessart-Mainland wird diese herausragende Stellung intensiv vermarktet und weiterentwickelt.

2024 erhielten die Spessartwege erneut die Auszeichnung als „**Qualitätswege Wanderbares Deutschland**“. Dazu mussten die Wege Kriterien in den Bereichen Wegeformat, landschaftliche Abwechslung, Sehenswürdigkeiten, Ausstattung, Erreichbarkeit und Service erfüllen. Auch Aussichten, Einkehrmöglichkeiten oder Naturattraktionen werden bei der Bewertung berücksichtigt. Besonders wichtig ist die lückenlose Markierung und die Wegweisung.

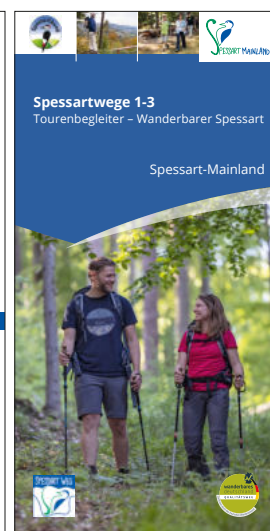
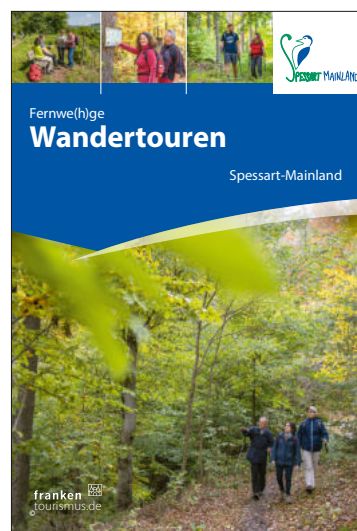
Gemeinsam mit dem **Spessartbund** wurde eine erneute Qualitätsüberprüfung nach den Kriterien des Deutschen Wanderverbands durchgeführt. Vorab erfolgte eine Schulung der ehrenamtlichen Wegeerfasser des Spessartbunds

und eine akribische Überprüfung der knapp 180 Wegekilometer. So ist es nach 2005 nun schon zum sechsten Mal gelungen, das begehrte Zertifikat zu bestätigen. Koordiniert hat die Zertifizierung der Tourismusverband Spessart-Mainland.

Für die **Spessartwege** bleibt der **Tourenbegleiter** die ideale Informations- und Inspirationsquelle. Zu jedem Weg gibt es eine kurze Wegbeschreibung, Bildimpressionen, ein Höhenprofil und detailliertes Kartenmaterial. Darüber hinaus stellen sich die Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten entlang der Wege vor. Der Tourenbegleiter wurde vollständig überarbeitet und aktualisiert und zu Beginn der Wandersaison veröffentlicht. Den drei Spessartwegen ist mit **www.spessartweg.de** auch eine eigene Webpräsenz gewidmet.

Ein wichtiges Werbemittel in Bezug auf die vielen weiteren attraktiven Fernwanderwege ist die Broschüre „**Fernwe(h)ge – Wandertouren im Spessart-Mainland**“. Darin werden die 19 schönsten Strecken ausführlich präsentiert. Mit dabei sind z.B. der Fränkische Rotwein Wanderweg, der Spessartbogen oder der Eselsweg. Neu hinzugekommen ist der **Rundweg um Aschaffenburg**.

Einkehrtipps, Hinweise zum ÖPNV und die wanderfreundlichen „**Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland**“ werden gesondert vorgestellt.



Radfahren

Das Radfahrangebot im Spessart-Mainland beruht auf drei Säulen: Genussradeln am Fluss, E-Biken und Mountainbiken.

Höhepunkt des „Rad-Jahres“ war die Neukonzeption der Veröffentlichung zur preisgekrönten Initiative „Wald erFahren“. Gemeinsam mit den Partnern aus den kommunalen Allianzen ist eine neue **Radkarte** entstanden, in der **neun E-Bike-Touren** vorgestellt werden. Die Maßstabsgetreue Karte stellt zu jeder Route neben Sehenswürdigkeiten auch die E-Bike-Ladestationen entlang der Strecke vor. Die GPS-Daten zu jeder Tour stehen zudem per QR-Code direkt zum Herunterladen zur Verfügung. Die Resonanz der Gäste zur neuen E-Bike-Karte war überwältigend und die Nachfrage sehr hoch.

Bei den Flusstouren ist der **MainRadweg** das herausragende Qualitätsprodukt. Er wird federführend vom Tourismusverband Franken gemeinsam mit anderen fränkischen Urlaubsgebieten betreut und vermarktet.

Um gezielt auf den MainRadweg und den Kahlal-Spessart-Radweg im Spessart-Mainland aufmerksam zu machen, wird die Rundtour „**Radeln ums Mainviereck**“ in einem Faltblatt gesondert präsentiert. Dieser Flyer wurde 2024 umfassend überarbeitet, aktualisiert und durch neue Mitgliedsgemeinden entlang der Strecke ergänzt. Darüber hinaus bietet das Faltblatt Informationen zu Alternativrouten entlang des Mains auf den jeweils dem MainRadweg gegenüber liegenden Ufern, um auch die vermeintlichen Nebenrouten in den Fokus zu rücken.

Im Radmagazin „**Alles am Fluss – Radtouren im Spessart-Mainland**“ sind 13 Touren entlang des Mains und seiner Nebenflüsse Kahl, Sinn, Elsave, Kinzig und Hafenlohr attraktiv zusammengefasst. Außerdem präsentieren sich darin die Mountainbike-Initiativen Bikewald Spessart und SpessartBiken, die darüber hinaus in einer eigenen Rubrik auf der Webseite berücksichtigt werden.

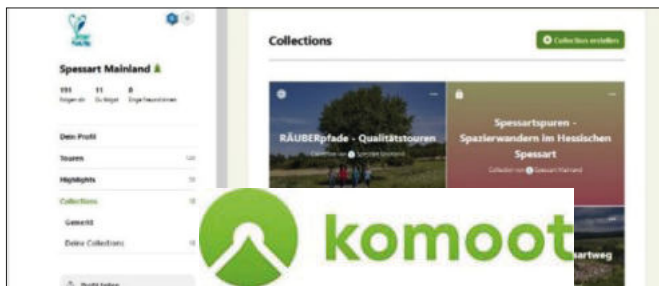


Digital Planen – analog aktiv sein

Gemeinsam mit dem Naturpark Spessart betreibt der Tourismusverband auch ein **interaktives Tourenportal**. Darin sind über 800 Rad-, Wander-, Mountainbike- und Nordic Walking-Touren aufgeführt. Tourenbeschreibungen, detaillierte Wegeverläufe, Höhenprofile sowie Einkehr- und Besichtigungstipps werden zu jeder Tour ebenso ausgespielt wie die GPS-Daten oder Karten. Touren können auch auf Wunsch im pdf-Format ausgedruckt werden.

Die mit großem Abstand meist genutzte private Community zur persönlichen Tourenplanung ist

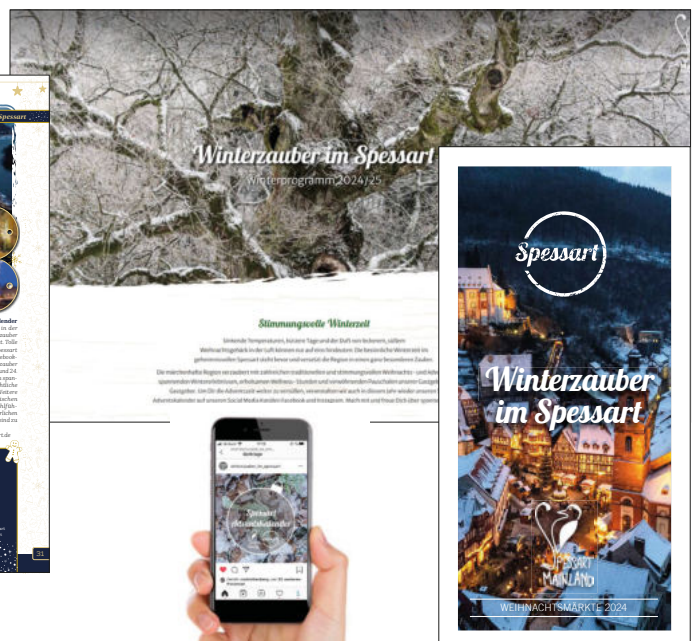
die Plattform **komoot**. Im Sinne des Omni-Channel-Marketing gilt es, auf den Kanälen präsent zu sein, die von potenziellen Gästen genutzt werden. Aus diesem Grund stellt der Tourismusverband ausgewählte Touren auch auf komoot vor und bündelt diese in thematischen sog. „Collections“. Im Laufe des Jahres wurde die Präsenz zunehmend erweitert und in Kooperation mit dem Tourismusverband Franken auch einige Inhalte noch einmal gesondert beworben. Mittlerweile stehen dort etwa 150 Touren und 18 Collections bereit. Die Zahl der aktiven Follower lag zum Jahresende bei über 500.



Adventskampagne

Auch 2024 übte das Thema der Weihnachtsmärkte und Adventsaktionen eine hohe Faszination auf unsere Gäste aus. Gemeinsam mit der Spessart Tourismus & Marketing GmbH aus dem Main-Kinzig-Kreis wurde erneut die bewährte Kampagne „**Winterzauber im Spessart**“ umgesetzt. Die Begleitbroschüre stellte zahlreiche Advents-Termine im gesamten Spessart

zusammen. Begleitet wurde die Kampagne mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Anzeigenschaltungen und über einen gesonderten Web Auftritt. Ein weiterer Fokus der Kampagne lag auf einem **digitalen Adventskalender** mit einer täglichen Verlosung von regionalen Produkten, verschiedenen Freizeitaktivitäten sowie Stadtführungen.



Genuss

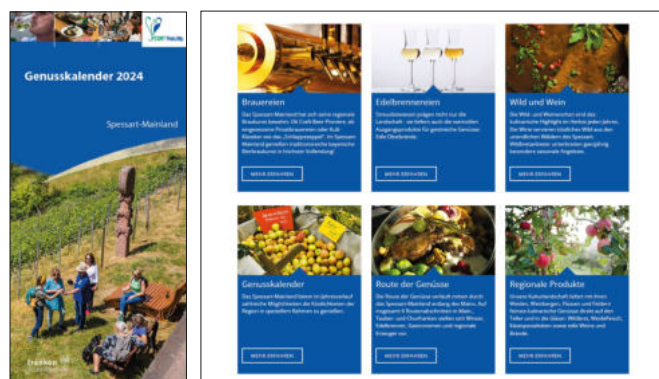
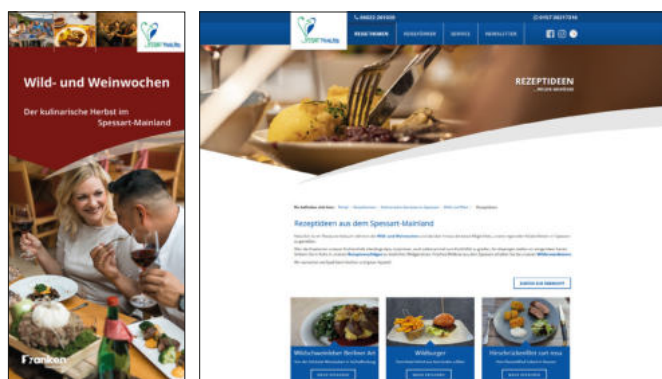
Jährlicher Höhepunkt im Rahmen der Produktlinie Genuss sind die **Wild- und Weinwochen** im Herbst. Sechs Wochen lang beteiligten sich 38 Restaurants an diesen kulinarischen Aktionswochen und boten in diesem Zeitraum Wildgerichte aus heimischen Wäldern sowie entsprechende Rotweine aus dem Mainviereck an. Auch die Wildbret-Anbieter der Region werden auf der Webseite präsentiert. Begleitet wurde die Kampagne mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media-Aktionen mit Gewinnspielen, Rezeptideen und einer gesonderten Webdarstellung.

Besonders beliebt ist der jährlich erscheinende **Genusskalender**. Das Falblatt mit Genuss-Terminen führt über 80 kulinarische Veranstaltungen im gesamten Spessart und im Mainviereck

chronologisch auf. Dazu zählen Weinfeste, Brauereifeste, Street-Food-Festivals oder Genussmärkte.

Neben den herausragenden **Weingütern** im Spessart und Mainviereck produzieren auch die in der Region angesiedelten **Edelbrennereien** und **Brauereien** heimische Produkte auf höchstem Qualitätsniveau. Diese „Botschafter des heimischen Genusses“ werden auf der Webseite in einer eigenen Rubrik vorgestellt. Auch Häckerwirtschaften, Restaurants und Einkehrmöglichkeiten und auch die bayerischen Genusssorte der Region werden präsentiert.

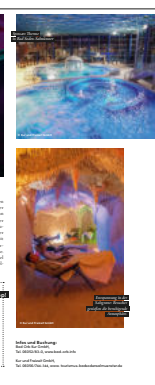
Im Aufbau befindet sich eine Datenbank zu **regionalen Produkten**, die zusätzlich auch weitere regionale Erzeugnisse beinhaltet.



Wohlfühlen im Spessart

Der Thermenbesuch und die Inanspruchnahme von Wellnessangeboten rangiert ebenfalls weit oben bei den beliebten Aktivitäten der Gäste im Spessart. Mit den beiden Heilbädern **Bad Orb** und **Bad Soden-Salmünster** gibt es im Spessart gleich zwei Gesundheitskompetenzzentren zu Themen wie Kur, Wellness, Sole und Wohlfühlen. Dem Thema „Wohlfühlen“ ist demzufolge

ein eigener Bereich auf der Webseite unter spessart-mainland.de/wellness gewidmet, auf dem auch zahlreiche buchbare Wohlfühlpauschalen vorgestellt werden. Darüber hinaus werden in Abstimmung mit den Partnern vor Ort verschiedene Marketing-Maßnahmen umgesetzt, wie zum Beispiel PR-Kampagnen, Anzeigen und Social Media-Initiativen.



Qualität

Beratungen und Service-Q

Qualitätssicherung und -förderung sind zentrale Anliegen der Geschäftsstelle. Dies betrifft nicht nur ein vielfältiges Engagement im Bereich des touristischen Angebots, sondern ist auch der Anspruch der Verbandsorganisation selbst. Sie versteht sich als Servicedienstleister für seine Mitglieder, Partner und Gäste und hat sich deshalb 2022 dem Qualitätsmanagementsystem „**Service Qualität Deutschland**“ angeschlossen und arbeitet seither kontinuierlich an einer Verbesserung des Services.

Ein Werkzeug in diesem Prozess ist die Zertifizierung zum **TourCertPartner**. Als „Qualified-Betrieb“ möchte der Tourismusverband Spessart-Mainland wichtige Schritte zur Förderung eines **nachhaltigen** und **qualitätsorientierten Tourismus** gehen.

Der Tourismusverband engagiert sich stark im Bereich der **Qualitätssicherung und -förderung im Gastgewerbe**. Als Lizenznehmer des Deutschen Tourismusverbands, des Deutschen Wanderverbands und des ADFC übernehmen die Mitarbeiterinnen der Geschäftsstelle die jeweiligen Klassifizierungen bzw. Zertifizierungen.

Die Beratung, Überprüfung und Auszeichnung der qualitätsorientierten Betriebe nahmen einen großen Teil der Ressourcen der Geschäftsstelle in Anspruch. 2024 erfolgten zehn **Klassifizierungen von Ferienwohnungen**, vier **Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland** wurden ausgezeichnet und sieben Betriebe nach den Kriterien des ADFC als „**bett+bike**“-Gastgeber geprüft.

Neben der eigentlichen Zertifizierung finden während des Vor-Ort-Termins auch Beratungsgespräche statt und der Kontakt mit den Gastgebern und Gastgeberinnen wird gepflegt. Außerdem werden zertifizierte Unterkünfte über vielfältige Maßnahmen bevorzugt beworben – sowohl online als auch im Printbereich.

Der Zertifizierungsprozess stellt eine wertvolle Unterstützung für die Leistungsträger der Tourismuswirtschaft dar und ist gleichzeitig Aushängeschild für die Bemühungen um ein qualitativ hochwertiges touristisches Angebot im Verbandsgebiet. Die Qualität unserer Gastbetriebe wirkt imageprägend für die gesamte Destination.



*Qualitätsgastgeber-Urkundenübergabe
Hotel Krone in Alzenau*



*DTV-Urkundenübergabe
Ferienhaus Eveningwood in Heimbuchenthal*



Netzwerk und Kooperationen

Wissenstransfer und Partnerschaften

Die Förderung und Entwicklung des Tourismus im Spessart und im Mainviereck ist nur gemeinsam mit den Freizeit- und Tourismusunternehmen und vor allem den Tourismusfachleuten auf Landkreis- und Ortsebene möglich. Nur durch einen regen Austausch und regelmäßige Abstimmung der gemeinsamen Maßnahmen gelingt eine erfolgreiche Tourismusarbeit in der Destination, von der nicht nur Gäste, sondern auch die einheimische Bevölkerung profitieren.

Auch 2024 gab es deshalb auf Initiative des Tourismusverbands neben themenbezogenen Netzwerktreffen auch im Sommer wieder einen gemeinsamen Erfahrungsaustausch im Format des „**Touristiker-Treffens**“ in Marktheidenfeld. Dabei erfolgte auch eine Weiterbildung im Bereich des digitalen Datenmanagements durch eine Vertreterin von Bayern Tourismus zur **Bayern Cloud Tourismus**.

Der Weiterbildung und dem Knowhow-Transfer diente auch die Wiederaufnahme der Seminarreihe für Tourismusanbieter gemeinsam mit der IHK Aschaffenburg. Im November folgten 15 Tourismusverantwortliche der Einladung zu einem Vortrag zum **Online-Recht im Tourismus** und erhielten einen aktuellen Überblick zur Rechtslage mit Blick auf die Digitalisierung sowie zu Bildrechten, Lizenzen und Urheberrecht. Die Reihe soll aufgrund des Erfolgs fortgesetzt werden.

Fortgesetzt wurde auch das Netzwerk der **Naturpark-Partner**. Es ist hervorgegangen aus dem Projekt „Katzensprung 2.0“, das gemeinsam mit dem Naturpark Spessart initiiert wurde. Es gab mehrere (teils digitale) Treffen und Workshops für Leistungsanbieter, die sich auf den Weg zu einem klimafreundlicheren Tourismus machen wollen. Ziel ist der Austausch im Sinne der Nachhaltigkeit und die Bildung von Naturpark-Partnerschaften. Erste Partner wurden 2024 bereits ausgezeichnet und das Interesse für eine weitere Zusammenarbeit im Rahmen des Netzwerks ist hoch.

Mit Blick auf den umfangreichen Prozess zur Entwicklung eines **gemeinsamen Auftritts** (vgl. S. 21) gab es im Jahr 2024 mehrere extern begleitete Workshops und Strategierunden, die eine Vielzahl von Akteuren zusammenbrachten, um gemeinsam an einer erfolgreichen Ausrichtung des Tourismus im Spessart und am Main zu arbeiten.

Erfreulich ist, dass auch im Jahr 2024 eine Gemeinde ihren Beitritt zum Tourismusverband erklärt hat. Die „Tourismusfamilie“ im gesamten Spessart und Mainviereck weist zum Ende des Jahres 2024 eine **Rekordmitgliederzahl** von 86 Gemeinden und Städten aus drei Bundesländern auf. Auch alle vier Spessart-Landkreise sind Mitglied im Verband.



Touristiker-Treffen in Marktheidenfeld



Katzensprung-Workshop mit dem Naturpark Spessart

Vision und Werte

Ein gemeinsamer Auftritt für den Spessart

Schon seit 2023 läuft das Projekt „Gemeinsamer Auftritt Spessart“, der ein einheitlicheres Auftreten der Tourismus- und Freizeitinstitutionen zum Ziel hat und auch Grundlage für eine Dachmarke sein kann.

Im Zuge eines umfangreichen Workshop-Prozesses unter Beteiligung von vielen Tourismusfachleuten und Verbänden aus der Region ist eine Strategie für eine gemeinsame **Marken- und Zielgruppenarchitektur** erarbeitet worden. Diese stellt dazu die erarbeiteten gemeinsamen **Markenwerte**, die **Vision der Marke** und die **Zielgruppen** vor.

Vision

Der Spessart wird von **Gästen wie Einheimischen** als Lebensraum mit genussvollem und belebenden **Erholungs- und Freizeitwert** wahrgenommen. Die Natur, Kultur und Menschen werden **geschätzt und respektiert**.

Die **touristische Region** wächst zusammen und arbeitet gemeinsam an der Umsetzung von Zielen. Die **gemeinsamen Werte** wirken nach innen und außen und tragen zur Stärkung des Zusammenhalts bei.

Der Spessart ist ein **Vorzeigebispiel für die Nutzung von Ressourcen und Synergien**. Die Bedeutung des Tourismus ist Kommunen, Partnern, Politikern und Einheimischen bewusst, die sich gemeinsam für eine **nachhaltige Entwicklung** der Region und die damit verbundene Steigung der **regionalen Wertschöpfung** einsetzen.

Die **Marke Spessart** wird nach außen gestärkt und ist bis 2030 im **ersten Drittel der begehrtesten Mittelgebirgsregionen in Deutschland** mit Blick auf Bekanntheit, Sympathie und Besuch positioniert.

Dieser wichtige erste Schritt ist damit erfolgreich zum Abschluss gebracht worden.

Der nächste Schritt ist nun die Erarbeitung einer **visuellen Dachmarkenkonzeption** der Spessart-Tourismusorganisationen, an die sich auch touristische Arbeitsgemeinschaften, Gemeinden, regionale Produzenten und vor allem auch die Naturparke anlehnen können. Ziel ist ein gemeinsames Gestaltungskonzept für das Markenbild inkl. Stil, Design, Tonalität etc. mit Corporate Design Manual für einen einheitlichen Außenauftritt.

Unsere Werte

GENUSSREICH

Der Spessart lädt ein, genussvoll unterwegs zu sein und einzutauchen.

im Sinne von

- bewusst mit allen Sinnen unterwegs sein
- Wohltuendes erfahren
- eintauchen dürfen und sich bezaubern lassen

BELEBEND

Der Spessart wirkt belebend auf unsere Gäste und Einheimische.

im Sinne von

- (sanft) vitalisierend
- regenerierend
- durchatmen könnend
- inspirierend

WERTSCHÄTZEND

Wir im Spessart gehen wertschätzend um mit Natur, Kultur und Menschen.

im Sinne von

- die Geschichten von Natur und Kultur zu achten und daraus nachhaltige Entwicklungen einzuleiten
- respektvolle, offene Beziehung mit sich und anderen leben
- bewusster Umgang mit Ressourcen

Wirtschaftsfaktor Tourismus

2024 hat der Tourismusverband Spessart-Mainland gemeinsam mit dem Tourismusverband Franken wieder das Beratungsunternehmen dwif-Consulting beauftragt, die **wirtschaftliche Bedeutung** der Branche für die Region Spessart-Mainland zu erheben. Das Besondere an der Analyse: Sie erfasst nicht nur die Zahlen der amtlichen Statistik, die für 2023 „nur“ gut 2 Millionen Übernachtungen ausweist. Laut der dwif-Studie kommt das Spessart-Mainland tatsächlich insgesamt auf **3,6 Millionen Übernachtungen**, da auch Touristik-Camping und Ferienwohnungen mit einbezogen werden.

Herausgestellt wird in der Studie zudem die hohe Bedeutung des Tagestourismus: Etwa **19 Millionen Tagesreisen** wurden für 2023

gezählt. Der durch die touristischen Betriebe erwirtschaftete Gesamtumsatz beläuft sich laut der Daten auf rund **937 Millionen Euro** brutto. Der Tourismus sichert bzw. schafft damit mehr als **14.000 Vollzeitjobs**. Mehr als **87 Millionen Euro** nimmt die öffentliche Hand dadurch an Steuern ein.

Die Studie zeigt außerdem, dass nicht nur das **Gastgewerbe** (Beherbergung und Gastronomie), sondern auch **Einzelhandel** und **Dienstleistungen** in hohem Maße vom Tourismus profitieren.

Die Untersuchung verdeutlicht den **wichtigen Beitrag des Tourismus zu Wirtschaft und Wohlstand im Spessart und am Main**.

Umsätze durch Tourismus im Spessart-Mainland

Gesamt 937,0 Mio. €



Übernachtungstourismus 369,7 Mio. €



Tagesbesucher 567,3 Mio. €



■ Einzelhandel ■ Dienstleistungen ■ Gastgewerbe (Beherbergung und Gastronomie)

Detailbetrachtung

Segment	Aufenthaltsstage x	Ø Tagesausgaben	= Bruttoumsatz
Übernachtungen gewerblich	2,061 Mio.	142,50 €	293,6 Mio. €
Übernachtungen Privatvermieter	0,421 Mio.	88,30 €	37,2 Mio. €
Camping	1,142 Mio.	34,10 €	38,9 Mio. €
Tagesreisen	19,1 Mio.	29,70 €	567,3 Mio. €
	22,724 Mio.		937,0 Mio. €

Beschäftigungsäquivalent

14.360 beschäftigte Personen

Der Einkommensbetrag von 452 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 14.360 Personen, die durch die touristische Nachfrage im Spessart-Mainland ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

Quelle: Untersuchung „Wirtschaftsfaktor Tourismus im Spessart-Mainland - Struktur und ökonomische Bedeutung“; Tourismusverband Franken e.V. / dwif-Consulting GmbH (2024)

Haushalt 2024

EINNAHMEN

Konto	Ergebnis in €
Übertrag aus dem Vorjahr	11.432,68
Zinsen	2.251,10
Beiträge der Mitgliedsorte	55.089,44
Beiträge von Landkreisen und Stadt Aschaffenburg	320.847,36
Einnahmen Klassifizierung	1.892,93
Katalogbeteiligungen	81.246,78
Messebeteiligungen	14.340,09
Partnerbeteiligungen an Gemeinschaftsprojekten	21.409,39
Sonstige Einnahmen	3.843,25
SUMME DER EINNAHMEN	512.344,02

AUSGABEN

Konto	Ergebnis in €
I. Werbemaßnahmen	
Messen	26.692,83
Anzeigen	28.061,48
Druckerzeugnisse	59.370,44
Öffentlichkeitsarbeit	7.729,27
Marketing, Projekte	49.603,57
<i>Summe Werbemaßnahmen</i>	171.457,59
II. Personalkosten & Steuern	
Personal inkl. SV-Beiträge	242.929,92
Steuern	24.414,31
<i>Summe Personalkosten & Steuern</i>	267.344,23
III. Sachkosten/Büro	
Porto, Telefon	22.481,32
Sachkosten Büro	12.481,10
Reisekosten	4.589,95
Klassifizierung	1.580,72
Miete	11.880,00
Prospektlogistik	5.941,33
<i>Summe Sachkosten/Büro</i>	58.954,42
IV. Mitgliedschaften	512,20
SUMME DER AUSGABEN	498.268,44
SUMME DER EINNAHMEN	512.344,02
DIFFERENZ = ÜBERTRAG IN 2025	14.075,58

