



Tourismusverband Spessart-Mainland

Geschäftsbericht 2025

Franken
Tourismus

SPESART

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
Ein Spessart. Eine Marke.	20
Kooperationen und Netzwerk	22
Haushalt 2025	23

Impressum

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

1. Vorsitzender: Landrat Björn Bartels

Geschäftsführer: Michael Seiterle

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

Hinweis:

Alle statistischen Daten stammen von den 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

Der Tourismus im Spessart und im Mainviereck nimmt in vielfältiger Weise positiv auf die Lebenswelt der Region Einfluss – sei es durch die Sicherung von Arbeitsplätzen, die Förderung der Lebensqualität, einen Beitrag zum Standortmarketing oder zur Sicherung von Freizeitinfrastruktur und kulturellem Angebot. Vor diesem Hintergrund sind die Aufgabenfelder unseres Tourismusverbands facettenreicher geworden. Im Mittelpunkt steht dabei weiterhin die Stärkung unserer regionalen Wirtschaft. Der Tourismus soll dem Gemeinwohl im Spessart und im Mainviereck dienen und die nachhaltige Entwicklung der Region fördern.



Stabile Nachfrage mit positivem Trend

Jeder Gast in der Region trägt durch seinen Besuch und die damit verbundenen Ausgaben zum Wohlstand und zur Wirtschaftskraft im Spessart und am Main bei. Die touristischen Umsätze pro Jahr liegen bei fast 940 Millionen Euro. Deshalb ist der Erhalt beziehungsweise die Steigerung der touristischen Nachfrage eines unserer wichtigsten Ziele. Auch 2025 blieb die Nachfrage auf hohem Niveau stabil. Gegenüber dem Vorjahr sind über ein Prozent mehr Gäste in das Spessart-Mainland gekommen und haben dort über zwei Millionen Mal übernachtet. Die Zahlen zeigen: Das Spessart-Mainland bleibt als Reiseziel attraktiv und unsere gemeinsame Arbeit wirkt.

Multimediale Präsenz, Marketingkampagnen und Servicequalität

Um Gäste für unsere Region zu begeistern, setzen wir auf viele unterschiedliche Maßnahmen. Dazu zählen Anzeigenkampagnen, eine starke Präsenz in den sozialen Medien, umfangreiche PR-Arbeit mit Pressereisen und Medieninformationen, zahlreiche Messeauftritte sowie vielfältige Initiativen in den Themenbereichen Genuss und sanfter Aktivtourismus. Hinzu kommen unser Podcast „SpessartGebabbel“ sowie Kampagnen wie „Winterzauber im Spessart“ und die „Wild- und Weinwochen“. Diese Instrumente zielen vor allem darauf ab, unsere Gäste zu inspirieren und das Spessart-Mainland als Reiseziel in Betracht zu ziehen. Nicht zu vernachlässigen ist darüber hinaus die Beratung potenzieller Gäste als ureigenste Aufgabe von Tourismusorganisationen. So hat das Team der Geschäftsstelle in Niedernberg im Jahr 2025 rund 10.000 postalische Anfragen von Gästen bearbeitet.

Neue Tourismusmarke Spessart

Nicht zuletzt war das Jahr 2025 auch von intensiven Vorbereitungen zur Schaffung einer gemeinsamen spessartweiten Tourismusmarke geprägt. Im Austausch mit vielen Partnern aus der Region und mit großer Unterstützung der Tourismusbranche wurde in diesem Jahr eine fundierte Marken- und Zielgruppenstrategie entwickelt. Sie bildet die Grundlage für ein gemeinsames Corporate Design und die neue Tourismusmarke „Spessart“. Diese neue Marke soll Synergien schaffen, der Region Wettbewerbsvorteile eröffnen und langfristig auch die Basis für eine regionale Dachmarke bilden.

All das ist nur möglich durch die gute Zusammenarbeit mit unseren Mitgliedern und Partnern. Ihnen allen danken wir herzlich für die vertrauensvolle Zusammenarbeit!

Der 1. Vorsitzende
Björn Bartels, Landrat

Vorstand

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

(Stand: 31.12.25)

Mitgliedskommunen

Städte und Gemeinden (86)

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

(Stand: 31.12.25)

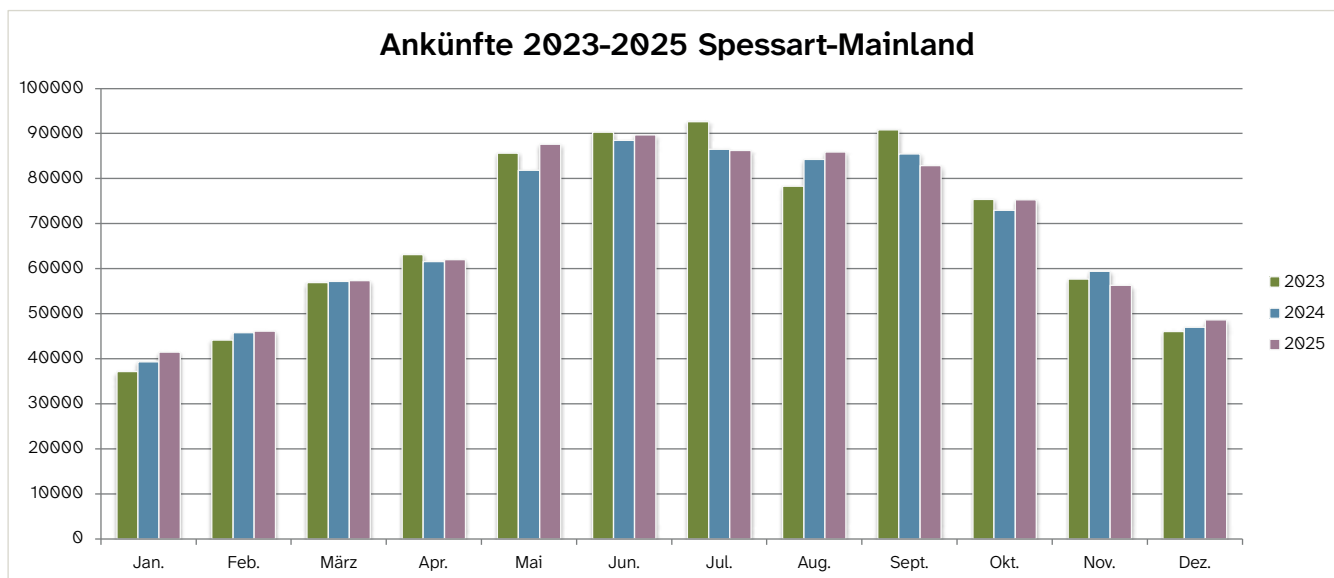
Tourismusstatistik

Die Tourismusnachfrage im Spessart-Mainland hat sich auf hohem Niveau stabilisiert. Die Zahl der Übernachtungen lag bei knapp 2,3 Millionen und damit fast auf dem Niveau des Vorjahres (- 0,5 Prozent). Die Zahl der Gästeankünfte hat sich hingegen positiv entwickelt: Im Jahr 2025 kamen fast 850.000 Gäste und übernachteten im Spessart und im Mainviereck. Erfasst werden hierbei nur Gäste, die in Unterkunftsbetrieben mit mindestens zehn Betten übernachteten. Die tatsächliche Anzahl liegt durch Übernachtungen in kleineren Betrieben und vor allem auch in Ferienwohnungen darüber.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist konstant geblieben. Der Anteil der ausländischen Besucher lag bei 11,4 Prozent und ist damit leicht rückläufig. Als Reiseziel für Deutsche haben der Spessart und das Mainviereck somit an Attraktivität zugenommen.

Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung der Gästeankünfte in den letzten drei Jahren. Besonders der saisonale Verlauf der Nachfrage wird deutlich. Ab Mai zieht die Nachfrage spürbar an und verläuft bis Oktober auf hohem Niveau.

1. Touristische Entwicklung 2025



Landkreise/ Stadt	Ankünfte 2025 (Veränd. z. Vorjahr)	Übernachtungen 2025 (Veränd. z. Vorjahr)	Durchschn. Aufenthaltsdauer
Stadt AB	153.113 + 0,4 %	275.028 - 2,5 %	1,8 Tage
LKR AB	224.346 - 2,0 %	443.317 - 2,1 %	2,0 Tage
MKK	348.357 - 0,9 %	1.354.325 - 2,3 %	3,9 Tage
LKR MSP	212.835 + 2,9 %	498.188 + 1,2 %	2,3 Tage
LKR MIL	154.579 + 2,0 %	296.655 + 2,5 %	1,9 Tage
SML *	857.447 + 1,0 %	2.273.127 - 0,5 %	2,7 Tage

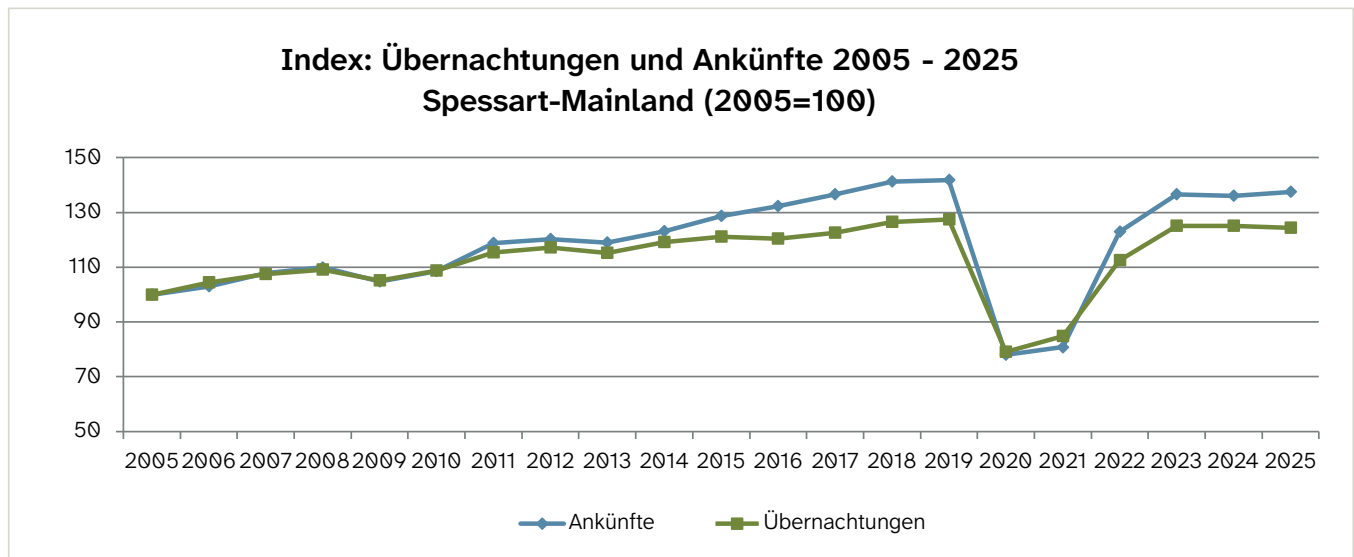
Ankünfte und Übernachtungen im Spessart-Mainland und in beteiligten Gebietskörperschaften 2025

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

2. Langzeitentwicklung

In den letzten zwei Jahrzehnten hat sich die touristische Nachfrage im Spessart und im Mainviereck sehr positiv entwickelt. Bis zum Rekordjahr 2019 war ein stetig ansteigender Trend zu verzeichnen, sowohl bei den Übernachtungen (+ ca. 30 Prozent) als auch bei den Gästeankünften (+ ca. 40 Prozent). Die deutlichere Steigerung der Ankünfte im Vergleich zu den Übernachtungen deutet auf einen

langfristigen Trend zu kürzeren Aufenthalten hin. Bemerkenswert ist außerdem, dass das Tourismusangebot an Betten und geöffneten Betrieben im gleichen Zeitraum rückläufig war. Seit den Einschnitten der Corona-Pandemie hat sich die Tourismuskonsumnachfrage nun wieder stabilisiert, auch wenn die Werte des Rekordjahres noch nicht wieder erreicht wurden.



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. Sowohl die Anzahl der Betriebe als auch die Zahl der angebotenen Betten ist in den letzten Jahren nur geringfügig rückläufig, in einigen Teilbereichen sogar zunehmend (Stadt Aschaffenburg). Mit mehreren Hundert Unternehmen im Beherbergungsbereich zeigt sich einmal

mehr, wie wichtig der Übernachtungstourismus als Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber für die Region ist.

Nicht erfasst werden dabei die kleineren Pensionen bzw. Gasthäuser, 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.

	2025		2024		2023		2022		2021	
	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten
Stadt AB	17	1.520	17	1.522	17	1.521	17	1.369	16	1.341
LKR AB	87	3.595	89	3.602	90	3.603	89	3.650	90	3.678
MKK	154	9.696	162	9.771	166	9.852	175	9.795	193	9.753
LKR MSP	96	2.958	101	3.054	105	3.197	104	3.304	103	3.343
LKR MIL	73	2.324	74	2.320	76	2.386	72	2.260	73	2.302

Geöffnete Betriebe und angebotene Betten im Juli 2021-25 n. Landkreisen und i. d. Stadt Aschaffenburg (ab 10 Betten)

4. Touristische Entwicklung der Mitgliedsstädte und -gemeinden*

Gemeinde/Stadt	Ankünfte 2025 (Veränd. z. Vorjahr)		Übernachtungen 2025 (Veränd. z. Vorjahr)		Durchschn. Aufenthaltsdauer (Tage)
Alzenau	11.234	- 7,9 %	25.033	+ 4,3 %	2,2
Aschaffenburg	153.113	+ 0,4 %	275.028	- 2,5 %	1,8
Bad Orb	65.283	+ 3,7 %	438.067	+ 0,9 %	6,7
Bad Soden-Salmünster	42.672	- 4,3 %	326.753	- 7,1 %	7,7
Bessenbach	1.640	- 25,8 %	3.675	- 16,8 %	2,2
Bürgstadt	16.732	+ 13,6 %	27.852	+ 10,8 %	1,7
Dambach	8.528	+ 10,3 %	19.464	+ 4,9 %	2,3
Elsfeld	552	+ 23,8 %	1.407	+ 6,2 %	2,5
Erlenbach a.Main	2.588	- 21,8 %	4.308	- 27,9 %	1,7
Eschau	7.584	- 7,0 %	17.287	- 8,0 %	2,3
Frammersbach	4.970	- 8,7 %	12.964	- 14,2 %	2,6
Freudenberg a.Main	6.858	- 20,0 %	15.313	- 18,0 %	2,2
Gemünden a.Main	19.517	+ 7,2 %	46.977	+ 7,1 %	2,4
Goldbach	8.140	- 8,3 %	14.639	- 5,5 %	1,8
Gräfenhof	6.777	- 7,6 %	17.284	- 10,0 %	2,6
Großheubach	8.110	+ 4,0 %	17.729	+ 8,4 %	2,2
Großostheim	4.935	- 0,8 %	7.740	- 0,1 %	1,6
Großwallstadt	6.103		12.890		2,1
Haibach	4.277	- 10,7 %	11.202	+ 15,3 %	2,6
Heigenbrücken	5.033	- 8,9 %	13.476	+ 1,8 %	2,7
Heimbuchenthal	30.481	+ 1,3 %	65.412	- 2,5 %	2,1
Hösbach	28.102	- 7,3 %	49.834	- 5,1 %	1,8
Johannesberg	8.878	- 3,7 %	14.292	- 6,1 %	1,6
Kahl a.Main	17.126	+ 0,5 %	54.858	- 0,6 %	3,2
Karlstein	4.800	- 9,0 %	14.961	- 6,7 %	3,1
Klingenberg a.Main	6.656	- 32,8 %	12.197	- 29,3 %	1,8
Kreuzwertheim	7.473	+ 23,7 %	10.871	+ 18,3 %	1,5
Lohr a.Main	46.629	+ 8,1 %	109.666	+ 5,2 %	2,4
Marktheidenfeld	33.568	+ 2,8 %	70.059	+ 0,2 %	2,1
Mespelbrunn	11.534	+ 2,6 %	22.260	+ 1,7 %	1,9
Miltenberg	31.099	+ 21,0 %	53.783	+ 15,0 %	1,7
Mömbris	2.864	+ 4,4 %	5.977	+ 2,5 %	2,1
Mönchberg	4.271	- 4,6 %	10.791	- 1,4 %	2,5
Obernburg a.Main	14.674	- 4,3 %	24.295	- 10,4 %	1,7
Rieneck	11.134	+ 0,9 %	31.351	- 0,6 %	2,8
Rothenbuch	11.145	+ 1,5 %	18.042	- 3,5 %	1,6
Schlüchtern	10.824	- 8,0 %	22.797	- 6,7 %	2,1
Seligenstadt	37.941	- 4,0 %	61.330	- 8,2 %	1,6
Sinntal	4.910	- 1,4 %	9.910	- 11,7 %	2,0
Stadtprozelten	2.041	- 2,6 %	3.890	- 1,2 %	1,9
Steinau a.d.Straße	3.656	- 6,8 %	11.255	- 16,7 %	3,1
Stockstadt	12.278	- 2,5 %	22.215	- 13,5 %	1,8
Weibersbrunn	34.250	+ 0,6 %	49.116	- 1,1 %	1,4
Wertheim	113.343	+ 54,0 %	287.218	+ 50,0 %	2,5

*Zu nicht aufgeführten Gemeinden s. S. 2

Broschüren

Information und Inspiration

Trotz – oder gerade wegen – der fortschreitenden Digitalisierung bleiben gedruckte Broschüren auch ein zentraler Bestandteil im Marketing-Mix des Tourismusverbandes Spessart-Mainland. Sie spielen eine wesentliche Rolle im Reiseentscheidungsprozess und unterstützen potenzielle Gäste bei der Inspiration sowie bei der konkreten Urlaubsplanung. Dies zeigt sich nicht zuletzt an der konstant hohen Nachfrage nach gedruckten Informationsmaterialien über die Geschäftsstelle.

Auch im Berichtsjahr wurde dieses Angebot intensiv genutzt, wobei die anhaltend hohe Zufriedenheit der Anfragenden die Qualität und Relevanz der bereitgestellten Inhalte bestätigt. Etwa **10.000 Haushalte** forderten im Jahr 2025 gedruckte Informationen in der Niedernberger Verbandsgeschäftsstelle an. Bemerkenswert ist, dass sämtliche Inhalte parallel auch digital verfügbar sind, beispielsweise in Form von **online blätterbaren Broschüren**. Dennoch bleibt das haptische Erlebnis für viele Gäste ein entscheidender Faktor.

Gedruckte Medien bieten Orientierung, vermitteln einen umfassenden Überblick und dienen zugleich als Inspirationsquelle – sowohl in der Planungsphase als auch während des Aufenthalts vor Ort.

Traditionell erscheint zu Jahresbeginn der **Urlaubskatalog mit Gastgeberverzeichnis**, um insbesondere die frühe Phase der Urlaubsplanung optimal zu bedienen. Neben der Präsentation der Urlaubsorte und Gastgeber liefert das Magazin umfangreiche Informationen zu den zentralen Themen der Region, darunter Natur, Wandern, Radfahren, Genuss sowie kulturelle Angebote wie Museen und Burgen beziehungsweise Schlösser. Ein übersichtliches Gastgeberverzeichnis ergänzt die Inhalte und erleichtert die konkrete Buchungsentscheidung.

Bereits im Sommer 2025 wurde zudem das **Gruppenreisenmagazin** für die Saison 2026 veröffentlicht. Es richtet sich gezielt an Busunternehmen, Reiseveranstalter und -vermittler und fungiert als praxisnahes Nachschlagewerk. Neben buchbaren Pauschalangeboten werden unter anderem Veranstaltungen, thematische Führungen sowie zertifizierte Busbegleiter und Gästeführer vorgestellt, um die Region als attraktives Ziel für Gruppenreisen zu positionieren. Darüber hinaus erhalten auch die Hotels aus dem Spessart-Mainland mit ihren Gruppenangeboten und Arrangements viel Raum im Magazin.



Eine Neuauflage erfuhr im Berichtsjahr auch die Broschüre zu den **Camping- und Wohnmobilstellplätzen** im Spessart und am Main. Insgesamt 22 Plätze werden darin ausführlich mit Bildern, Ausstattungsmerkmalen, Kontaktdaten sowie GPS-Koordinaten präsentiert. Ergänzt wird die Publikation durch eine ausklappbare Übersichtskarte sowie einen tabellarischen Serviceteil mit weiteren Standorten und Detailinformationen. Damit wird insbesondere der wachsenden Zielgruppe der Camping- und Wohnmobiltouristen eine hilfreiche Planungsgrundlage geboten.

Ebenfalls neu herausgegeben wurde eine grafisch gestaltete **Übersichtskarte** im handlichen Format. Sie vermittelt einen stilisierten Gesamtüberblick über den Spessart und das Mainviereck und hebt zentrale Sehenswürdigkeiten durch anschauliche Illustrationen hervor. Ergänzende Informationen

zu Freizeit- und Urlaubsmöglichkeiten auf Vorder- und Rückseite runden das Angebot ab. Die Karte ist auch in einer aktualisierten englischsprachigen Version verfügbar und trägt damit gezielt zur Ansprache internationaler Gäste bei, die immerhin einen Anteil von etwa 12 Prozent bei der touristischen Nachfrage ausmachen.

Abgerundet wird das Portfolio durch weitere thematische Karten und Publikationen. Dazu zählen unter anderem eine **Gebietskarte** mit Kurzporträts der Mitgliedskommunen sowie eine gemeinsam mit dem Naturpark Spessart entwickelte **Panoramakarte**. Ergänzende Veröffentlichungen zu einzelnen Schwerpunktthemen – wie beispielsweise E-Bike-Angebote oder kulinarische Veranstaltungen – erweitern das Informationsangebot und tragen zur zielgruppenspezifischen Ansprache bei (vgl. S. 15 ff).



Messepräsentationen

Spessart und Mainland vor Ort für die Gäste

Die Präsentation auf Reise- und Tourismusmessen ist wichtiger Bestandteil im Marketing-Werkzeugkasten des Tourismusverbandes Spessart-Mainland. Der **direkte Austausch mit potenziellen Gästen** bleibt ein zentraler Erfolgsfaktor, um deren Erwartungen und Reisebedürfnisse besser zu verstehen – insbesondere vor dem Hintergrund, dass der Verband keine eigene stationäre Tourist-Information betreibt. Gleichzeitig liefern die Messeauftritte wertvolle Erkenntnisse für die **Markt- und Trendbeobachtung**, etwa im Hinblick auf sich wandelnde Buchungsgewohnheiten oder neue Nachfrageentwicklungen. Nicht zuletzt gelingt es auch immer wieder, **Medienvertreter** auf die Region aufmerksam zu machen und so Folgebesuche für Berichterstattungen anzubahnen.

Die Besucher nutzten die Gelegenheit, sich am Messestand über aktuelle Angebote, neue Themen und touristische Highlights der Region zu informieren. In persönlichen Gesprächen konnten gezielt Empfehlungen ausgesprochen werden – von individuellen Tourenvorschlägen über Übernachtungsmöglichkeiten bis hin zu Gruppenangeboten und Veranstaltungstipps. Auf diese Weise gelang es erneut, Interesse für die Region zu wecken und neue Gäste zu gewinnen.

Im Jahr 2025 war der Tourismusverband gemeinsam mit seinen Mitgliedern und Partnern auf mehreren bedeutenden Tourismusmessen vertreten. Ergänzend dazu wurden wichtige Broschüren

des Spessart-Mainlands über Prospektauslagen am Stand des Tourismusverbandes Franken bei ausgewählten Messen präsentiert und so einer breiten Zielgruppe zugänglich gemacht. Insgesamt war der Verband an **17 Tagen** auf bundesweiten und internationalen **Messen** aktiv präsent, darunter erstmals die Vakantiebeurs in Utrecht, die vom 8. bis 12. Januar geöffnet war und eine erfolgreiche Maßnahme zur Ansprache der wichtigsten ausländischen Gästegruppe darstellte. Weitere Messepräsentationen waren auf der „Fahrrad- & Wander-Reisen“ in **Stuttgart** (18. bis 20. Januar), auf der „f.re.e“ in **München** (19. bis 23. Februar), der ADFC Radreisemesse in **Frankfurt** am 16. März und das Museumsuferfest in Frankfurt, das vom 29. bis zum 31. August stattfand.

Wie bereits in den Vorjahren erhielten Mitglieds-kommunen sowie touristische Arbeitsgemeinschaften die Möglichkeit, sich tageweise mit einem eigenen Counter am Gemeinschaftsstand oder durch die Auslage von Informationsmaterialien in den Gesamtauftritt zu integrieren. Dieses Beteiligungsangebot wurde erneut rege genutzt und trug maßgeblich zur Vielfalt und Attraktivität der Messepräsentationen bei. Beteiligt waren unter anderem die Stadt und der Landkreis Aschaffenburg, Bad Orb, Churfranken, Frammersbach, Gemünden a.Main, Lohr a.Main, Tourismusgemeinschaft „Drei am Main“, das Räuberland, Seligenstadt sowie Spessart Tourismus & Marketing aus dem Main-Kinzig-Kreis.



Messestand bei FrankenTourismus gemeinsam mit der Stadt Aschaffenburg auf der f.re.e in München



Standpräsentation gemeinsam mit Spessart Tourismus und Marketing auf dem Museumsuferfest in Frankfurt

Werbung

Präsenz in Web und Print

Anzeigen (print und online) wecken das **Interesse potenzieller Gäste** und leisten damit auch im Jahr 2025 einen wichtigen Beitrag zur anhaltend hohen Zahl telefonischer und digitaler Prospektanfragen (vgl. S. 8). Auf Grundlage einer strategisch abgestimmten und zielgerichteten Planung wurde eine differenzierte, zielgruppen- und aktivitätsspezifische Präsenz in einer Vielzahl von Medien umgesetzt. Auf diese Weise gelingt es, qualifizierte Kundenkontakte zu generieren und durch eine zeitnahe sowie bedarfsgerechte Bereitstellung von Informationsmaterial die Gäste aktiv in ihrem individuellen Entscheidungsprozess zu begleiten und die Reiseziel-Wahl zugunsten des Spessart-Mainlands positiv zu beeinflussen.

Die **Anzeigenschaltungen** erfolgten sowohl in spezialisierten Magazinen mit klar definierten Zielgruppen (z.B. *BIKE, RADtouren, Radfahren, Mybike, Wanderlust, outdoor, wandermagazin*) als auch in überregionalen Tages- und Wochenzeitungen (z.B. *Mannheimer Morgen, HNA, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Münchner Merkur*) sowie in reichweitenstarken, kostenfreien Publikationen wie z.B. *ADAC Motorwelt* oder *tambiente aktiv*.

Besonders die Präsenz in themenspezifischen Magazinen unterstützt gezielt das Mediennutzungsverhalten der relevanten Zielgruppen und trägt zur effektiven Ansprache potenzieller Gäste bei.

Flankierend zur klassischen Anzeigenwerbung wurde das touristische Angebot des Spessart-Mainlands umfassend in den Angebotsbroschüren des **Tourismusverbandes Franken** dargestellt. Im Jahr 2025 präsentierte sich die Region gemeinsam mit Partnern aus dem Verbandsgebiet in den Ausgaben „Verwöhnen und Genießen“, „Wanderparadies“ sowie „Radparadies“ und konnte so ihre Angebotsvielfalt wirkungsvoll kommunizieren.

Ergänzend setzte der Tourismusverband verstärkt auf **digitale Werbemaßnahmen** und platzierte zahlreiche Online-Anzeigen, unter anderem auf Instagram und Facebook, in Internet-Katalogportalen sowie auf spezialisierten Outdoor-Plattformen wie z.B. *komoot* mit sogenannten „Sponsored Collections“ oder auf den Seiten von „*Wanderbares Deutschland*“. Damit wurde die Reichweite insbesondere im digitalen Raum weiter ausgebaut und neue Zielgruppen erschlossen.



Rad-Rendezvous mit zwei Naturschönheiten

Spessart und Main bestimmen die landschaftliche Vielfalt im Spessart-Mainland und laden ein zu einem entspannten und vielfältigen Rad-Rendezvous.

Spessart-Mainland. Sanfte Hügel, herrliche Aussichten und der unendliche „Blätterzean“ der Spessartwälder sowie das Mainviereck mit seinen Uferlandschaften und steilen Weinterrassen sind das ideale Terrain für genussvolle Radtouren. Die Broschüre „*Radtouren – Alles am Fluss*“ stellt die dreizehn schönsten Flussradtouren im Spessart-Mainland vor. Der Main ist Ziel und Ausgangspunkt zugleich. Hinzu kommen die Mainzuflüsse Sinn und Lohr, Kahl und Elzava, Kinzig und Mömling.

„*Radeln ums Mainviereck*“ beschreibt eine 210 Kilometer lange Rundtour, die mit Uferlandschaften, dem lieblichen Kahlgrund und den

Wäldern des Hochspessarts verzaubert. Die Radel-Route besteht aus dem „*Kahlal-Spessart-Radweg*“ als Ost-West-Verbindung, der an den „*MainRadweg*“ anknüpft.

Tourismusverband Spessart-Mainland
Rüttelweg 7, 63843 Niedernberg
Tel. +49 (0) 6028/9989722
www.spessart-mainland.de
@spessart_mainland

Wald erFahren
Mit der Initiative „Wald erFahren“ profitieren Radelnde im Spessart-Mainland von Deutschlands größtem Netz an E-Bike-Ladestationen. Die Radkarte „E-Bike-Touren – Wald erFahren“ bietet neun Tourentipps.

spessart-mainland.de/walderfahren

Auszeit in den Sole-Heilbädern im Spessart

Schweben im warmen Solewasser, baden in Musik und Licht, tief durchatmen in einem Kino wie am Meer! Mitzen im Spessart. Öffnen die Sole-Heilbäder Bad Orb und Bad Soden-Salmünster die Tore zu einzigartigen Wohlfühlwelten und Wanderparadiesen.

Thermen-Hopping Sole hoch 2

Leistungen:

- 1x Eintritt in die Spessart Themasole im Spessart-Mainland
- 1x Eintritt in die Spessart Themasole im Spessart-Mainland
- 1x Eintritt in die Spessart Themasole im Spessart-Mainland

Preis online online

Info und Buchung:

- Bad Orb Kur GmbH
- Telefon 06028/716-464
- www.bad-orb.de
- Waldsiedlung
- Waldsiedlung

Kur und Freizeit GmbH
Telefon 06028/716-464
Hessisches Spessart-Mainland
www.spessart-mainland.de
badorb@spessart-mainland.de

Preis online online

Info und Buchung:

- Bad Orb Kur GmbH
- Telefon 06028/716-464
- www.bad-orb.de
- Waldsiedlung
- Waldsiedlung

Kur und Freizeit GmbH
Telefon 06028/716-464
Hessisches Spessart-Mainland
www.spessart-mainland.de
badorb@spessart-mainland.de



Der ganze Wander-Spessart in einem Portal

www.spessart-mainland.de/wandern

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Recherchetouren und Medienecho

Das Medieninteresse an Berichterstattungen über den Spessart und das Mainviereck war im Jahr 2025 außergewöhnlich hoch. Durch eine gezielte Ansprache von Journalistinnen und Journalisten sowie die sorgfältige Aufbereitung berichtenswerter Inhalte konnten zahlreiche vielfältige **Reportagen** initiiert werden.

Das Team der Geschäftsstelle hat darüber hinaus zahlreiche **Presseanfragen** bearbeitet – von der Zusammenstellung sommerlicher Freizeittipps bis hin zu Tourenvorschlägen und Angeboten für Familien. Recherchereisen und die Vor-Ort-Betreuung nehmen einen großen Teil der Ressourcen der Geschäftsstelle in Anspruch. Beispielhaft sind hier die Drehtage für Reportagen des *Südwestrundfunks* sowie für *Sat.1 Bayern* in Kooperation mit dem Tourismusverband Franken zu nennen.

Gleich zu Beginn des Jahres recherchierte ein Journalist zu Kulturthemen mit dem Schwerpunkt „Winterreise“ im Spessart, insbesondere in Bad Orb und Aschaffenburg, was zahlreiche Veröffentlichungen nach sich zog.

Ein Vertreter der dpa war erneut in der Region, um zu den Themen Keller und Höhlen zu recherchieren. Ein besonderer Höhepunkt war die eigens organisierte **Pressereise** zum Thema Märchen und Sagen im Spessart, an der sechs Vertreterinnen und Vertreter aus dem gesamten Bundesgebiet teilnahmen. Drei Tage lang informierten sich die Journalistinnen und Journalisten in Lohr am Main, Wiesen, Biebergemünd und Steinau an der Straße über das reiche **märchenhafte Erbe des Spessarts**. Auch hieraus resultierten zahlreiche Veröffentlichungen.

Im **Audiobereich** unterstützte der Verband die Produzenten des *Deutschen Reiseradios* („Das bayerische Nizza und sein Umland“) sowie den beliebten Tourismus-Podcast *Hören Sehen Reisen* bei der Erstellung jeweils einer vollständigen Folge mit Inhalten zur Region.

Im Sommer begrüßte man die renommierten **Blogger** von *gruenumdiwelt* im Nordosten des Spessarts zu einer Tour nach Gemünden, Gräfen-dorf und Rieneck. Mit einer beeindruckenden



Followerzahl von nahezu 250.000 leisteten sie wertvolle Werbung für die Region. Sehr umfangreich war zudem die Berichterstattung in einem neunseitigen Artikel in der Themenzeitschrift *bike & travel*, der als Ergebnis einer Pressereise aus dem Jahr 2024 entstand.

Auch wenn der Planungsaufwand erheblich ist, zeigen die durch die Rechercheisen generierten Veröffentlichungen deutlich, dass sich dieser Einsatz lohnt. Beispielhaft seien folgende besonders erfolgreiche Berichterstattungen genannt:

- „Schneewittchen im Spessart“, *Stuttgarter Zeitung*
- „Wo Schneewittchen zuhause ist“, *Rheinische Post*
- „Fränkischer Rotweinwanderweg“, *Neue Osnabrücker Zeitung*
- „Trekking im Spessart“, *Trekking – Wandern und Outdoor*
- „Weinland Spessart“, *glücksblatt Lotto Bayern*

Ein besonderer Höhepunkt der Berichterstattung war die 45-minütige Folge **„Expedition in die Heimat – Herbstgeschichten aus dem Spessart“**, die im Dezember im SWR ausgestrahlt wurde. Vorausgegangen waren umfangreiche Planungen und Abstimmungsgespräche mit dem verantwortlichen Redakteur. Entstanden ist ein beeindruckendes Kaleidoskop des gesamten Spessarts – von Aschaffenburg über Mespelbrunn, Rothenbuch und Bad Orb bis nach Lohr am Main und zur Henneburg in Stadtprozelten.



*Pressereise „Märchen und Sagen im Spessart“
in Lohr am Main*



*Pressereise „Märchen und Sagen im Spessart“
am Wiesbüttsee*



*Pressereise „Märchen und Sagen im Spessart“
in Steinau an der Straße*



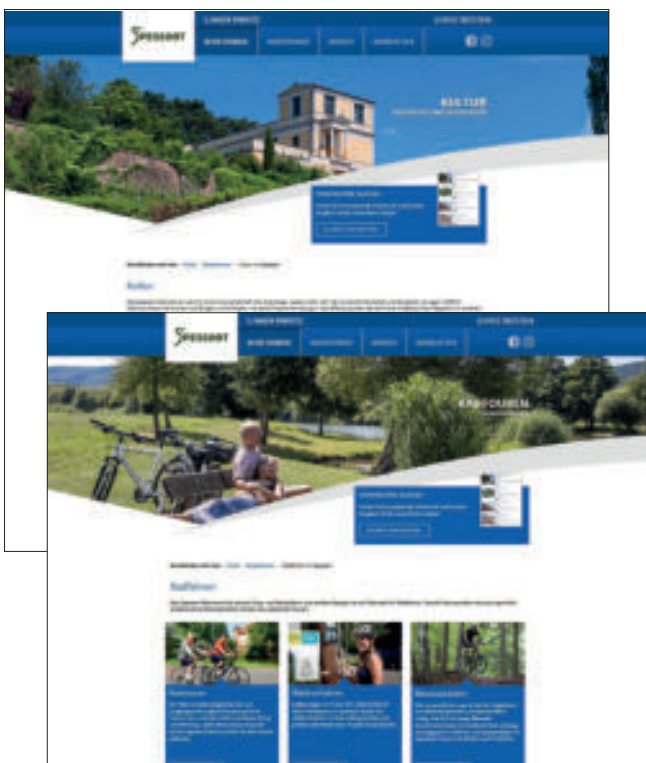
*Sat.1 Bayern in der Spessart Therme
in Bad Soden-Salmünster*

Multimedia

Webseiten, Podcast und soziale Medien

Potenzielle Gäste informieren sich zunehmend über die Website einer Destination. Diese stellt somit einen zentralen Impulsgeber im individuellen Reiseentscheidungsprozess entlang der Customer Journey dar. Durch die thematische Vielfalt – von aufbereiteten Informationen zu Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen sowie Wander- und Radtouren bis hin zu Angeboten für Familien, Gruppen und kulinarisch Interessierte – dient der Internetauftritt gleichermaßen der umfassenden **Information** wie auch der **Inspiration**. Im Idealfall mündet dies in einen tatsächlichen Besuch des zuvor digitalen Gastes in den Spessart und das Mainviereck.

Die **Webseite spessart-mainland.de** erfüllt diese Anforderungen und präsentiert darüber hinaus die Mitgliedsgemeinden ausführlich mit ihren jeweiligen Freizeit- und Tourismusangeboten. Ergänzend stehen den Nutzern ein Online-Buchungssystem für Unterkünfte, ein Bestellformular für Broschüren sowie zusätzliche Inhalte wie Erlebnisberichte, Rezepte, Filme und Webcams zur Verfügung. Das Online-Buchungssystem beruht auf einer Systemlösung, die durch den Tourismusverband installiert wurde und es insbesondere Kleinvermietern ermöglicht, online buchbar zu sein. Die Nutzungszahlen entwickeln sowohl auf Anbieter- als auch auf Gästeseite sehr erfreulich.



Der regelmäßig erscheinende **Newsletter** informierte rund 4.300 Abonnenten (Stand 12/2025) über Neuigkeiten rund um Urlaub und Freizeit im Spessart und am Main. Sowohl die Abonnentenzahlen als auch die Reichweiten in den **sozialen Medien** haben sich im Berichtszeitraum positiv entwickelt. Die vom Tourismusverband betreuten Kanäle auf Facebook (über 7.800 Fans) und Instagram (über 7.100 Follower) verzeichnen weiterhin Zuwächse. Gleichzeitig konnte auch die Interaktionsrate gesteigert werden. Es ist gelungen, eine aktive Community aufzubauen und darüber hinaus neue – auch digitale – Gäste anzusprechen.

Podcasts erfreuen sich bundesweit wachsender Beliebtheit. Auch der **Podcast „SpessartGebabbel“** hat sich erfolgreich etabliert. In mittlerweile 45 Folgen werden Persönlichkeiten aus den Bereichen Tourismus und Freizeit vorgestellt. Zu Wort kommen Menschen, die durch ihre Arbeit den Spessart und das Mainviereck lebens- und besuchenswert machen und regelmäßig im Austausch mit Gästen stehen. Durch eine intensive Auseinandersetzung mit einer Person, die für ein bestimmtes touristisches Angebot steht, sollen die Hörer zu einem Besuch im Spessart und am Main angeregt werden. Die Zahl der Abrufe liegt inzwischen bei über 12.000.



Themenmarketing und Projekte

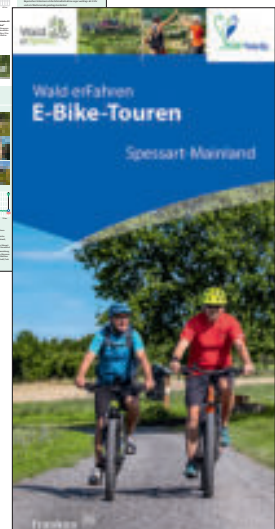
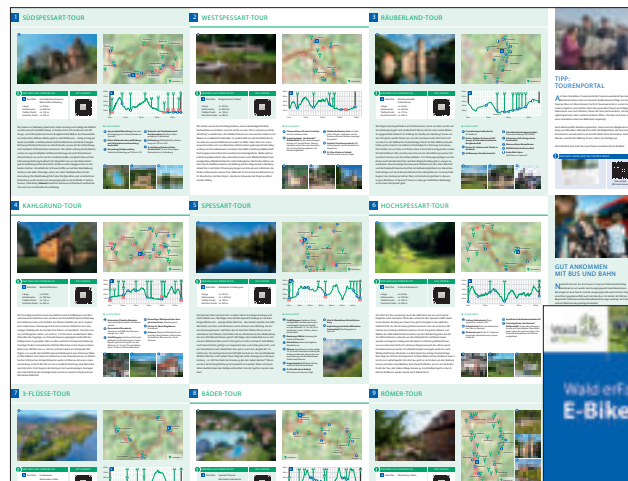
Radfahren

Radfahren steht weit oben bei den bevorzugten Urlaubsaktivitäten unserer Gäste. Dabei gibt es je nach Zielgruppe unterschiedliche Ausprägungen. Ob Genussradeln am Fluss, E-Biken, Gravel-Biken oder Mountainbiken – im Spessart und am Main gibt es für jeden Anspruch die passende Strecke und sowohl digital als auch analog aufbereitete Tourenempfehlungen.

Mit dem **MainRadweg** verläuft eine der beliebtesten Radrouten Deutschlands durch das Spessart-Mainland. Er ist aber gleichzeitig auch Ausgangspunkt für Touren zu seinen Nebenflüssen. Dazu hat der Tourismusverband ein gesondertes Tourenfaltblatt herausgegeben: Die Rundtour „**Radeln ums Mainviereck**“, die auf ca. 200 km den Main mit dem Kahltal-Spessart-Radweg verbindet. Die Tour wird im Detail beschrieben und durch Kurzportraits der Orte entlang der Strecke ergänzt. Außerdem gibt es zahlreiche Tipps zu Abstechern und Alternativ-Routen.

Strecken am Main, aber auch entlang seiner Nebenflüsse Sinn, Kinzig, Elsava, Hafenlohr und Kahl stellt das Radmagazin „**Alles am Fluss – Radtouren im Spessart-Mainland**“ vor. 13 Touren werden ausführlich mit Karten und Sehenswürdigkeiten präsentiert – außerdem auch die regionalen **Mountainbike-Angebote** wie Bikewald Spessart und SpessartBiken und die zertifizierten bett+bike-Betriebe.

Die Neukonzeption der Darstellung der Touren der preisgekrönten Initiative „**Wald erFahren**“ in einer Radkarte hat sich bewährt. Neun **E-Bike-Touren werden im Kurzportrait vorgestellt**, die GPS-Daten zu jeder Tour stehen zudem per QR-Code direkt zum Herunterladen zur Verfügung. Kern der Darstellung ist, dass jede E-Bike-Station sowohl in der Karte, als auch im Höhenprofil verzeichnet sowie mit GPS-Daten gelistet ist. So haben E-Biker immer die nächste Akku-Aufladung bei ihrer Tourenplanung im Blick.



Wandern

Der Spessart sucht als Wanderregion in Deutschland seinesgleichen. Kaum eine andere Region kann ein vergleichbares Angebot vorweisen – auch in Bezug auf nachweisbare Qualität: Neben dem **Räuberland** als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ und dem Spessartbogen, gibt es mit den Qualitätswanderwegen Spessartweg 1, 2 und 3 ein herausragendes Wanderangebot.

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. Den drei Spessartwegen ist auch unter www.spessartweg.de eine eigene Webpräsenz gewidmet.

Im Herbst erschien eine überarbeitete Neuauflage des beliebten Wandermagazins „**Fernwe(h)ge – Wandertouren im Spessart-Mainland**“. Darin

werden die 19 schönsten Mehrtages-Strecken ausführlich präsentiert. Mit dabei sind z.B. der Fränkische Rotwein Wanderweg, der Spessartbogen oder der Eselsweg. Neu hinzugekommen ist der Rundweg um Aschaffenburg. Analog zum Pendant beim Radfahren (s. S. 15) gibt es zu jedem Weg eine Beschreibung, Karten, Sehenswürdigkeiten, Höhenprofile, Einkehrtipps und Hinweise zum ÖPNV. Die wanderfreundlichen „**Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland**“ werden gesondert vorgestellt.

Zum Ende des Jahres wurde die Broschüre zu den **Europäischen Kulturwegen** im Spessart neu aufgelegt. Sie ist in enger Kooperation mit dem Archäologischen Spessartprojekt (ASP) entstanden. Die Broschüre stellt auf 216 Seiten 94 Europäische Kulturwege unserer Mitgliedsgemeinden im Spessart und am Main vor. Für viele der Wege gibt es zudem Tipps zu Einkehrmöglichkeiten. Neu aufgenommen wurden Hinweise zu ÖPNV-Stationen in der Nähe der Routen.

Spessartwege 1-3
Tourenbegleiter - Wanderbarer Spessart
Spessart-Mainland

Über den Eselsweg zur Engelsstaffel
Der Großheubacher Kulturweg links des Heubachs bringt Sie zum Eselsweg, dem berühmten über 100 km langen Spessart-Fernwanderweg von Schlüchtern bis zum Gasthaus Bretzel. Station Freilhof, den Kern der aufstellt, weisen die beiden

Wandern auf den Europäischen Kulturwegen
Spessart-Mainland

Fernwe(h)ge Wandertouren
Spessart-Mainland

Kulturradweg Kurmainzer Herz
17 Stationen präsentieren die Kulturlandschaft beiderseits des hessischen und bayerischen Mainufers. Bis 1803 gehörten Seligenstadt und die Gemeinden auf der anderen Mainseite mainaufwärts zum Erzstift Mainz, das damals ein eigenständiger Staat war. Sie verbindet eine gemeinsame Geschichte, die der Kulturradweg „Kurmainzer Herz“ aufgreift.

Von der Wasserburg in Klein-Welzheim führt der Kulturradweg an die Seligenstädter Fähre und dann durch das bayerische Großwelzheim und Dettlingen. Nach der Kilianusbrücke folgt entlang des Mains das hessische Mainflingen mit dem Naturschutzgebiet sowie die Grasbrücke und die Bongische Tongrube. Nach der Sendefunkstelle geht es nach Zellhausen mit dem Zellhügel weiter über Froschhausen zur Liebfrauenheide. Die Route verläuft weitgehend eben.

Hotel & Restaurant: Zu den Drei Kronen
Freihofsplatz 6, 65200 Seligenstadt
Entfernung vom Weg: 500 m
Küche: deutsch, mediterran
Öffnungszeiten: täglich durchgehend 11-22h
mit Terrasse und Hotel
☎ 06182 3727
✉ hotel@zuden dreikronen.de
🌐 www.zuden dreikronen.de

Gasthof Zum Riesen
Marktplatz 6, 65200 Seligenstadt
Entfernung vom Weg: 700 m
Küche: hessisch, regional
Öffnungszeiten: täglich ab 11h mit Hofreite und Terrasse
☎ 06182 3606
✉ info@zumriesen.de
🌐 www.zumriesen.de

Stations:
Mainlande
Freilhof
Klotzenhof
Ehem. AWO-Jugendgästehaus
Ospitz
Hunnenstein
Engelsstaffel

Stations:
Wasserburg Klein-Welzheim
Fähre in Seligenstadt
Versuchstomkraftwerk
An der Kipp
Bonifatiuskirche Kl.-Welzheim
Dettlingen
Kilianusbrücke Mainflingen
NSG Mainflinger Ufer
Grasbrücke
Gasthof Zum Riesen
Häuser Schloßchen
Sendefunkstelle Mainflingen
Käthe Paulus
b: Am Zellhügel
Schachtenrunnen
NSG Kortenbach
Liebfrauenheide

Höhenprofil:

Länge: 38 km **Höhenmeter:** 63 m
Einstieg: Wasserburg in Klein-Welzheim ODER Mainfähre Seligenstadt ODER am Karlstein unterh. Rathaus Karlstein ODER Wallfahrtskirche Liebfrauenheide in Hainburg
ÖPNV: Bushaltestelle am Amtsgericht in der Klein-Welzheimer Straße, 550 m vom Einstieg entfernt
Führungen/Info: Gerrit Himmelsbuch
☎ 06021 5840343 ✉ himmelsbuch@spessartprojekt.de

Touren digital

Die mit Abstand am meisten genutzte Community zur Tourenplanung ist die Plattform **Komoot**. Deshalb ist es auch für den Tourismusverband Spessart-Mainland wichtig, für Sichtbarkeit auf dieser Plattform zu sorgen. 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 über 100 Touren und zwei Dutzend sog. Collections bereit. Die Zahl der „Follower“ liegt bei über 1.100.

Das **interaktive Tourenportal**, das gemeinsam mit dem Naturpark Spessart betrieben wird, wächst kontinuierlich und erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Durch eine regelmäßige Pflege und Ergänzung der Daten stehen dort mittlerweile knapp 800 Wander-, Rad-, Nordic Walking- und MTB-Touren im Spessart und Mainviereck zur Verfügung. Das Portal bietet Detailbeschreibungen zu jeder

Tour sowie Tipps zur Einkehr und Sehenswürdigkeiten, Höhenprofile und vor allem GPS-Daten zum Download und interaktive Karten.



Adventskampagne

Weihnachtsmärkte und Adventsaktionen waren auch 2025 besonders gefragt. Gemeinsam mit der Spessart Tourismus und Marketing GmbH wurde deshalb die bewährte Kampagne **„Winterzauber im Spessart“** umgesetzt. Die Begleitbroschüre fasste zahlreiche weihnachtliche Termine im gesamten Spessart und Mainviereck zusammen. Darüber hinaus wurden die Weihnachts- und

Adventsmärkte mit Anzeigenschaltungen, PR und über eine separate Webseite beworben.

Ein weiterer Fokus der Kampagne lag auf einem **digitalen Adventskalender** mit einer täglichen Verlosung von regionalen Produkten. Auch Gutscheine für Freizeitaktivitäten oder die regionale Gastronomie waren Teil der Verlosung.



Genuss und regionale Produkte

Jährlicher Genuss-Höhepunkt im Spessart und Mainviereck sind die **Wild- und Weinwochen** im Herbst. 39 Restaurants beteiligten sich sechs Wochen lang an diesen kulinarischen Aktionswochen und boten Wildgerichte aus heimischen Wäldern sowie entsprechende Rotweine aus dem Mainviereck an. Die Aktion wurde durch intensive Maßnahmen begleitet: Social Media-Präsentationen der Gasthäuser, Blogbeiträge, ein Aktionsfaltblatt, Poster zum Aushang in den Restaurants und eine ausführliche Präsenz auf der Webseite mit Gewinnspielen, Rezeptideen und Wildbretanbietern.

Letztere sind auch Teil der Datenbank zu **regionalen Produkten**. Diese wurde 2025 kontinuierlich ausgebaut und bietet nun auf der Webseite umfangreiche Filtermöglichkeiten. Interessierte können zwischen verschiedenen Produktkategorien oder auch nach Ort oder Betriebsart filtern und somit schnell entsprechende Anbieter regionaler Produkte mit Bild, Informationen und Öffnungszeiten finden.

Weiterhin besonders beliebt ist der zu Beginn des Jahres herausgegebene **Genusskalender**. Er listete 80 kulinarische Veranstaltungen und Aktionen im gesamten Spessart und im Mainviereck chronologisch auf. Dazu zählten Weinfeste, Brauereifeste, Street-Food-Festivals oder Genussmärkte. Auch die kulinarischen Kampagnen im Jahresverlauf fanden im Kalender Erwähnung.

Einer der wichtigsten Termine ist in diesem Zusammenhang der **Regionale Apfelmarkt**. Die Traditionsveranstaltung am Bayerischen Untermain wurde im Jahr 2025 erstmals federführend durch den Tourismusverband Spessart-Mainland organisiert. Über 35 Aussteller bereicherten den Markt, der in diesem Jahr in Eschau stattfand. Es gab Kinderaktionen, Apfelbestimmungen, Fachvorträge und Exkursionen. Etwa 6.000 Besucherinnen und Besucher fanden den Weg nach Eschau und zeigten sich von dem regionalen Angebot zum Thema Apfel und Streuobst begeistert.



Eröffnung 26. Regionaler Apfelmarkt in Eschau



Apfelmospresse in Aktion - Stand Obstbau Wiesmann

Qualität

Beratung und Service für Gäste und Gastgewerbe

Tourismusqualität auf allen Ebenen ist ein zentrales Anliegen des Tourismusverbands Spessart-Mainland. Dies betrifft nicht nur ein vielfältiges Engagement im Bereich des touristischen Angebots, sondern ist auch der Anspruch der Verbandsorganisation selbst. Sie versteht sich als **Service-dienstleister** für seine Mitglieder, Partner und Gäste und hat die Qualität des Tourismus auf allen Ebenen im Blick – auch und besonders im Kontakt mit interessierten Gästen.

Hier fungiert die Geschäftsstelle oft als erste Ansprechpartnerin. Dabei spielt die **Beratungsqualität** und die **Qualität des Informationsmaterials** eine entscheidende Rolle, inwieweit sich Interessierte weiter mit dem Spessart und dem Mainviereck als Reiseziel beschäftigen. Die diesbezügliche regelmäßige Befragung potenzieller Gäste hat ergeben, dass über 95 Prozent der Anfragenden mit den erhaltenen Informationen und der Beratung durch die Geschäftsstelle sehr zufrieden sind.

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 Klassi-

fizierungen bzw. Zertifizierungen. Die Beratung, Überprüfung und Auszeichnung der qualitätsorientierten Betriebe nahmen einen großen Teil der Ressourcen der Geschäftsstelle in Anspruch. 2025 erfolgten zehn **Klassifizierungen von Ferienwohnungen (DTV-Sterne)**, sieben **Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland** wurden ausgezeichnet und 22 Gastgeber nach den Kriterien des ADFC als „**bett+bike**“-Betriebe geprüft.

Neben der eigentlichen Zertifizierung vor Ort finden auch Beratungsgespräche statt und der Kontakt mit den Gastgebern und Gastgeberinnen wird gepflegt. Oft ergeben sich über die reine Zertifizierung hinaus weitere Anknüpfungspunkte zu Kooperationen oder Verbesserungsvorschläge zur Steigerung der **Servicequalität**. 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 Imhof in Gemünden



Bett+Bike-Urkundenübergabe
Hotel Karpfen in Obernburg

Ein Spessart. Eine Marke.

Ein gemeinsamer Auftritt für den Spessart

Im Rahmen des mehrjährigen Projektes „Gemeinsamer Auftritt Spessart“, der ein einheitlicheres Auftreten der Tourismus- und Freizeitinstitutionen zum Ziel hatte, ist im Zuge eines umfangreichen Workshop-Prozesses unter Beteiligung von vielen Tourismusfachleuten und Verbänden aus der Region eine gemeinsame **Marken- und Zielgruppenarchitektur** erarbeitet worden. Damit hat sich der Tourismus in der Region eine Vision gegeben, Zielgruppen definiert und die Markenwerte herausgearbeitet: Die Werte des Spessarts sind Genuss,

Lebendigkeit und Wertschätzung. Dies vorausgesetzt wurde ein Markenkern erarbeitet: „**Spessart – der Schatz, den zu heben sich lohnt**“. Mit der neuen Marke Spessart werden Werte und Markenkern greifbar – für Gäste ebenso wie für Gastgeber, Kommunen und Partner. Sie richtet sich an Zielgruppen, die Natur, Qualität, regionale Kultur und authentische Angebote schätzen. Es handelt sich dabei vorwiegend um den „Korridor der Mitte“ dessen Leitmilieu im Rahmen des SINUS-Modells das sog. „postmaterielle Milieu“ darstellt.

Unsere Werte

GENUSSREICH

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

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

BELEBEND

Der Spessart wirkt belebend auf unsere Gäste und Einheimische:

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

WERTSCHÄTZEND

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

- die Geschichte von Natur und Kultur achten und daraus nachhaltige Entwicklungen einleiten
- respektvolle, offene Beziehung mit sich und anderen leben
- bewusster Umgang mit Ressourcen
- Wertschätzung von Gästen und Einheimischen gleichermaßen

SPESSART

Entdecke mich.
Entdecke Dich.

In Zusammenarbeit mit externen Agenturen und mit Unterstützung aus LEADER-Fördermitteln ist auf dieser Basis das Erscheinungsbild der neuen **Marke „Spessart“** entstanden. Die Primärfarbe ist ein dunkles, waldiges Grün, passend zum prägenden Landschaftselement der Region. Markantes Erkennungszeichen ist der stilisierte Specht als S in „SPESSART“, der als Signet perspektivisch auch alleine für die Region stehen können soll. Das grüne Quadrat, das es „aufzudecken“ gilt, um die Schätze zu heben, wird ebenfalls als wiederkehrendes Element – vor allem im Printbereich – verwendet. Ziel ist es, die Region für Gäste, Partner und Einheimische klarer, einheitlicher und stärker erlebbar zu machen.

Die neue Marke „Spessart“ steht für einen Außenauftritt, der die Region als zusammenhängendes Erlebnis präsentiert. Gäste sollen den Spessart künftig „aus einem Guss“ erleben – von der ersten

Inspiration bis zur Reiseplanung. Informationen, Bildsprache und Tonalität werden harmonisiert, um die Wiedererkennbarkeit zu erhöhen. Die Marke soll in erster Linie die touristische Wettbewerbsfähigkeit der Region als Urlaubs- und Ausflugsziel stärken und insbesondere auch die Vielfalt unserer Kulinarik, Gastronomie und Hotellerie aufzeigen. Gleichzeitig kann sie auch als Basis für eine neue **regionale Dachmarke** dienen.

Mit der Einführung der Marke startet auch ein neues, einheitliches Layout. Es sorgt für ein konsistentes Erscheinungsbild über alle Kanäle und Themen hinweg. Im Laufe des Jahres 2026 werden Kommunikationsmittel, digitale Angebote und Marketingmaßnahmen schrittweise angepasst, sodass die neue Marke einheitlich nach außen getragen wird. Ziel ist es, den Spessart als Destination weiter zu profilieren – mit einer **Marke, die die Region verbindet und nach außen stärkt.**



Andreas Hofmann, Erster Kreisbeigeordneter des Main-Kinzig-Kreises, und Landrat Dr. Alexander Legler, stv. Vorsitzender des Tourismusverbands Spessart-Mainland e.V., bei der Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung.



Kooperationen und Netzwerk

Wissenstransfer und Partnerschaften

Die nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus im Spessart und im Mainviereck basiert auf einer engen Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure. Insbesondere die enge Vernetzung mit Freizeit- und Tourismusbetrieben sowie mit Fachverantwortlichen auf Landkreis- und Ortsebene bildet die Grundlage für eine wirkungsvolle **Destinationsentwicklung**. Ein kontinuierlicher Austausch und die abgestimmte Umsetzung gemeinsamer Maßnahmen sind dabei entscheidend für den Erfolg. So entsteht eine Tourismusarbeit, die sowohl für Gäste als auch für die regionale Bevölkerung einen spürbaren Mehrwert schafft. Wichtig sind darüber hinaus nicht nur der Austausch, sondern auch die Weiterbildung und der Knowhow-Transfer in die Region hinein.

2025 gab es deshalb auf Initiative des Tourismusverbands neben themenbezogenen Netzwerktreffen auch wieder einen Erfahrungsaustausch im Format des „**Touristiker-Treffens**“ in Stadtprozelten. Schwerpunkt des Treffens waren unter anderem die gemeinsame und effiziente Handhabung von touristischen Daten wie Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen.

Das Netzwerk der **Naturpark-Partner** wurde intensiviert. Das Projekt, das gemeinsam mit dem Naturpark Spessart initiiert wurde, lud zu mehreren (auch digitalen) Treffen und Workshops für Leistungsanbieter und interessierte Partner ein, die sich auf den Weg zu einem klimafreundlicheren Tourismus machen wollen. Im Jahr 2025 wurden

erfreulicherweise weitere Unternehmen als Naturpark-Partner ausgezeichnet. Auch die Seminarreihe für Tourismusfachleute und das Gastgewerbe, die mit der **IHK Aschaffenburg** organisiert wird, wurde fortgeführt. Unter dem Titel „KI in der Tourismusbranche – Vom Kundenservice bis zum Marketing“ erhielten die Teilnehmer einen praxisnahen Überblick darüber, wie moderne KI-Lösungen Reisende individuell ansprechen, Arbeitsabläufe automatisieren und neue Standards in der Kundenkommunikation setzen.

Gemeinsam mit der **Technischen Hochschule Aschaffenburg** engagierte sich der Tourismusverband als Praxispartner im Projekt „Projektentwicklung von Ferien- und Hotelimmobilien in der Region Bayerischer Untermain“. Der Verband unterstützte die Teilnehmer mit einem Gastvortrag und aktuellen Marktdaten sowie Hintergrundinformationen zur touristischen Nachfrage. Darüber hinaus ist der Tourismusverband Ansprechpartner und „**Sprachrohr**“ des Tourismus in verschiedenen Arbeits- und Steuerkreisen und Fachbeiräten, darunter beim **Naturpark Spessart, Spessartbund**, Lokalen Arbeitsgemeinschaften, Kommunalen Allianzen oder beim Verein Burglandschaft.

Der Zahl der **Mitgliedsgemeinden** liegt weiterhin auf Rekordniveau und lag Ende des Jahres bei 86 Städten und Gemeinden, die sich gemeinsam im Tourismusverband Spessart-Mainland für die Förderung und Entwicklung des Tourismus in der Region engagieren.



Touristiker-Treffen in Stadtprozelten



IHK Seminar „KI in der Tourismusbranche – Vom Kundenservice bis zum Marketing“ in Aschaffenburg

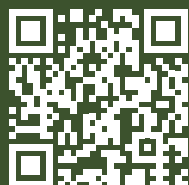
Haushalt 2025

Einnahmen

	Ergebnis in €
Übertrag aus dem Vorjahr	14.075,58
Zinsen	1.593,57
Beiträge der Mitgliedsorte	58.319,23
Beiträge von Landkreisen und Stadt Aschaffenburg	320.847,36
Einnahmen Klassifizierung	4.774,64
Katalogbeteiligungen	80.494,63
Messebeteiligungen	11.331,38
Partnerbeteiligungen an Gemeinschaftsprojekten	49.055,07
Sonstige Einnahmen	2.700,30
SUMME DER EINNAHMEN	543.191,76

Ausgaben

	Ergebnis in €
I. Werbemaßnahmen	
Messen	22.529,03
Anzeigen	26.197,01
Druckerzeugnisse	57.563,91
Öffentlichkeitsarbeit	11.066,85
Marketing, Projekte	72.621,42
Summe Werbemaßnahmen	189.978,22
II. Personalkosten & Steuern	
Personal inkl. SV-Beiträge	257.505,40
Steuern	25.366,89
Summe Personalkosten & Steuern	282.872,29
III. Sachkosten/Büro	
Porto, Telefon	19.456,18
Sachkosten Büro	14.832,87
Reisekosten	3.991,70
Klassifizierung	999,01
Miete	10.247,28
Prospektlogistik	4.368,97
Summe Sachkosten/Büro	53.896,01
IV. Mitgliedschaften	512,20
SUMME DER AUSGABEN	527.258,72
SUMME DER EINNAHMEN	543.191,76
DIFFERENZ = ÜBERTRAG IN 2026	15.933,04



Tourismusverband Spessart-Mainland e.V.

Rüttelweg 7, 63843 Niedernberg

Telefon: 06028 9989722

info@spessart-mainland.de

www.spessart-mainland.de