



Geschäftsbericht 2021

Spessart-Mainland



Tourismusverband Spessart-Mainland e.V.

Geschäftsbericht 2021

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Vorstand und Mitglieder	4
Tourismusstatistik	5
Broschüren	10
Werbung	12
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	13
Messepräsentationen	14
Online-Marketing	15
Themenmarketing und Projekte	17
Netzwerk und Mitglieder	23
Haushaltsrechnung 2021	24

Vorwort



Auch 2021 war geprägt von der Corona-Pandemie. Bis Juni galt ein faktisches Beherbergungsverbot für Touristen und die Schließung der Gastronomie sowie der Freizeit- und Kultureinrichtungen haben zu katastrophalen Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft im Spessart und im Mainviereck geführt. Ab Juni hat sich die Nachfrage dann wieder belebt, auch wenn Ankünfte und Übernachtungen noch nicht an das Rekordjahr 2019 heranreichen. Im August und September lag die Nachfrage zumindest bei den deutschen Gästen annähernd auf dem Niveau von 2019.

Ein schwacher Trost ist dabei die Tatsache, dass sich die Zahl der Ankünfte und Übernachtungen gegenüber dem ersten Krisenjahr 2020 jeweils leicht erhöht haben. Mit gut 1,5 Millionen Übernachtungen bei knapp 490.000 Gästeankünften spielte der Tourismus trotz Corona eine wichtige Rolle. Dennoch liegen die Werte immer noch ca. 40 % unter den Rekordzahlen des Jahres 2019. Die Einbußen für die Tourismuswirtschaft im Spessart und Mainviereck liegen im dreistelligen Millionenbereich.

Das Gästeinteresse war hingegen so hoch wie lange nicht. Die Anfragen in der Geschäftsstelle haben gegenüber 2020 deutlich zugenommen und liegen sogar etwa 40 % höher als noch 2019. Auch die Zugriffszahlen auf die Webseite haben sich um etwa 10 % erhöht. Noch deutlichere Steigerungsraten sind im Social Media Bereich und bei der Onlinebuchung zu verzeichnen. Hinzu kam im Jahr 2021 ein deutlich gestiegenes Medieninteresse mit zahlreichen bundesweiten Veröffentlichungen.

Die kontinuierliche Tourismusarbeit in der Krise war und ist wichtig, um für die „Zeit danach“ die richtigen Weichen zu stellen. Höhepunkte waren z.B. die Implementierung der Spessart-Mainland-App, die Aufwertung der Qualitätswege Wanderbares Deutschland mit 43 „Hörstationen“, die Veröffentlichung des Urlaubsmagazins und des Gruppenreisenkatalogs und der Start des Podcast-Formats „SpessartGebabbel“. Unsere Qualitätsoffensive für Gastgeber hat erfolgreiche Früchte getragen: Knapp 40 Betriebe profitierten allein 2021 von der Klassifizierung und Zertifizierung in den Bereichen Ferienwohnungen, „Wanderfreundliche Gastgeber“, „bett + bike“ und „Reisen für Alle“.

Nicht zuletzt aufgrund der umfangreichen Betreuungssaktivitäten für Gäste und Mitgliedsgemeinden ist es erneut gelungen, zahlreiche neue Mitglieder zu gewinnen. 2021 erfolgten gleich sechs Beitritte zum Tourismusverband Spessart-Mainland, was als Beleg für die kommunalpolitische Unterstützung und die Anerkennung der Bedeutung des Tourismus gewertet werden kann. Die „Tourismusfamilie“ im gesamten Spessart und Mainviereck zählt nun stolze 83 Gemeinden und Städte aus drei Bundesländern.

Wir danken unseren Mitgliedern und Partnern für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und Unterstützung.

Der 1. Vorsitzende
Jens Marco Scherf, Landrat

Der Vorstand des Tourismusverbands Spessart-Mainland

1. Vorsitzender:	Landrat Jens Marco Scherf	Landkreis Miltenberg
2. Vorsitzender:	Landrat Dr. Alexander Legler	Landkreis Aschaffenburg
Schriftführerin:	Inge Albert	
Weitere Mitglieder:	Oberbürgermeister Jürgen Herzing	Stadt Aschaffenburg
	Erste Kreisbeigeordnete Susanne Simmler	Main-Kinzig-Kreis
	Landrätin Sabine Sitter	Landkreis Main-Spessart

Mitglieder des Tourismusverbands Spessart-Mainland (Stand: 31.12.21)

Mitgliedsgemeinden (83)

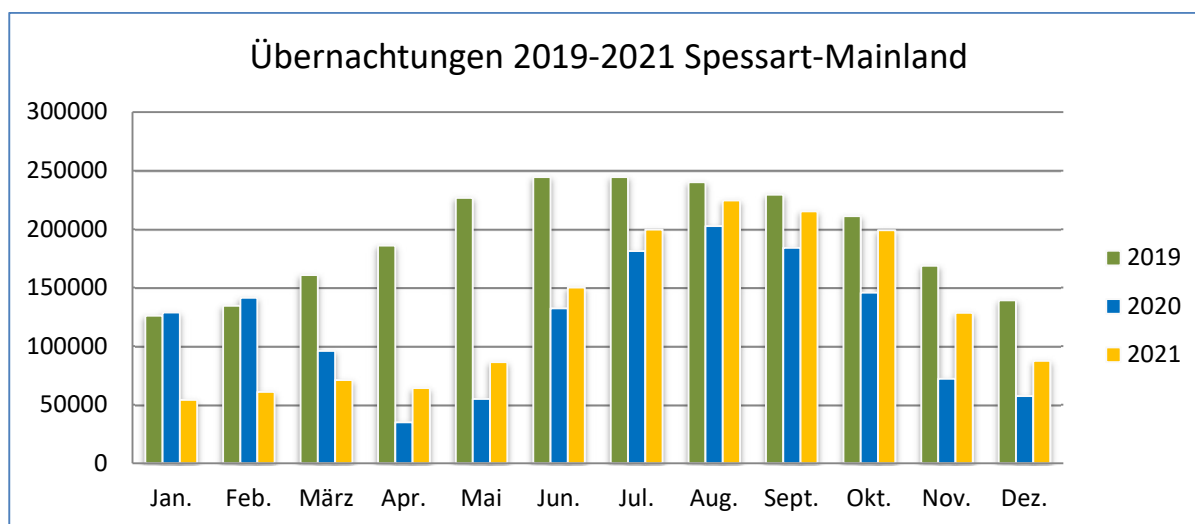
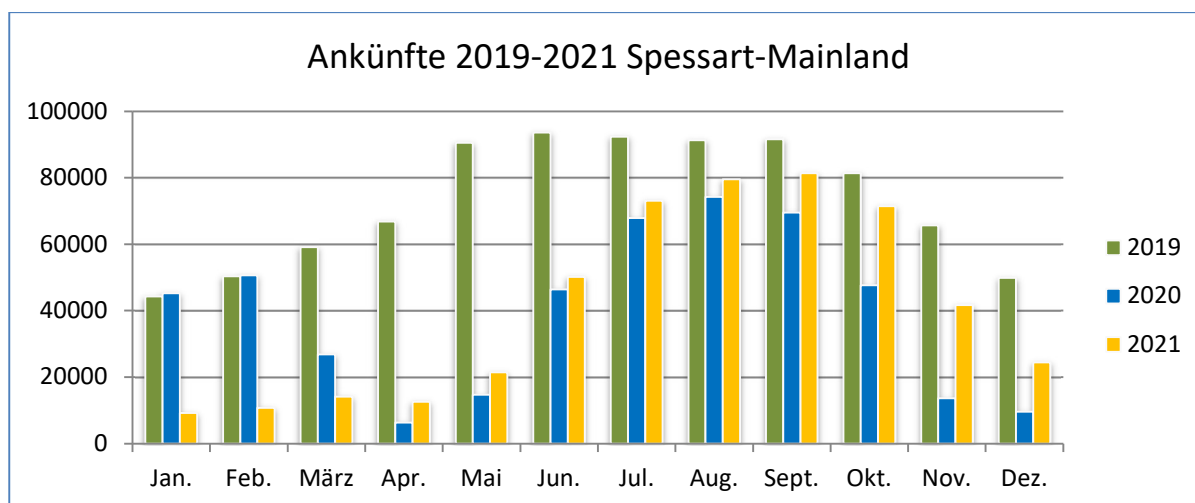
Alzenau	Hausen	Obersinn
Aschaffenburg	Heigenbrücken	Partenstein
Aura	Heimbuchenthal	Rieneck
Bad Orb	Heinrichsthal	Rothensbuch
Bad Soden-Salmünster	Hösbach	Rüdenau
Bessenbach	Johannesberg	Sailauf
Biebergemünd	Jossgrund	Schlüchtern
Blankenbach	Kahl	Schollbrunn
Burgsinn	Karlstein	Schöllkrippen
Bürgstadt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

Tourismusstatistik¹

Die touristische Nachfrage im Spessart und Mainviereck hat sich gegenüber 2020 zwar leicht erholt, verharnt aber aufgrund der Pandemie auf einem historisch niedrigen Niveau. Die Zahl der Gästeankünfte 2021 betrug 487.032 (+3,6 %). Die Zahl der Übernachtungen lag bei 1.529.056 (+7,3 %). Grund dafür sind vor allem die Verbote für touristische Übernachtungen im ersten Halbjahr. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 liegen die Übernachtungszahlen damit auf einem Niveau von etwa zwei Drittel. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer hat sich geringfügig auf 3,1 Tage erhöht.

Der Anteil der ausländischen Besucher lag bei unter 10 Prozent.

1) Touristische Entwicklung 2021²



¹ Alle statistischen Daten stammen vom Bayerischen Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, München bzw. vom Hessischen Statistischen Landesamt, Wiesbaden und vom Statistischen Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart

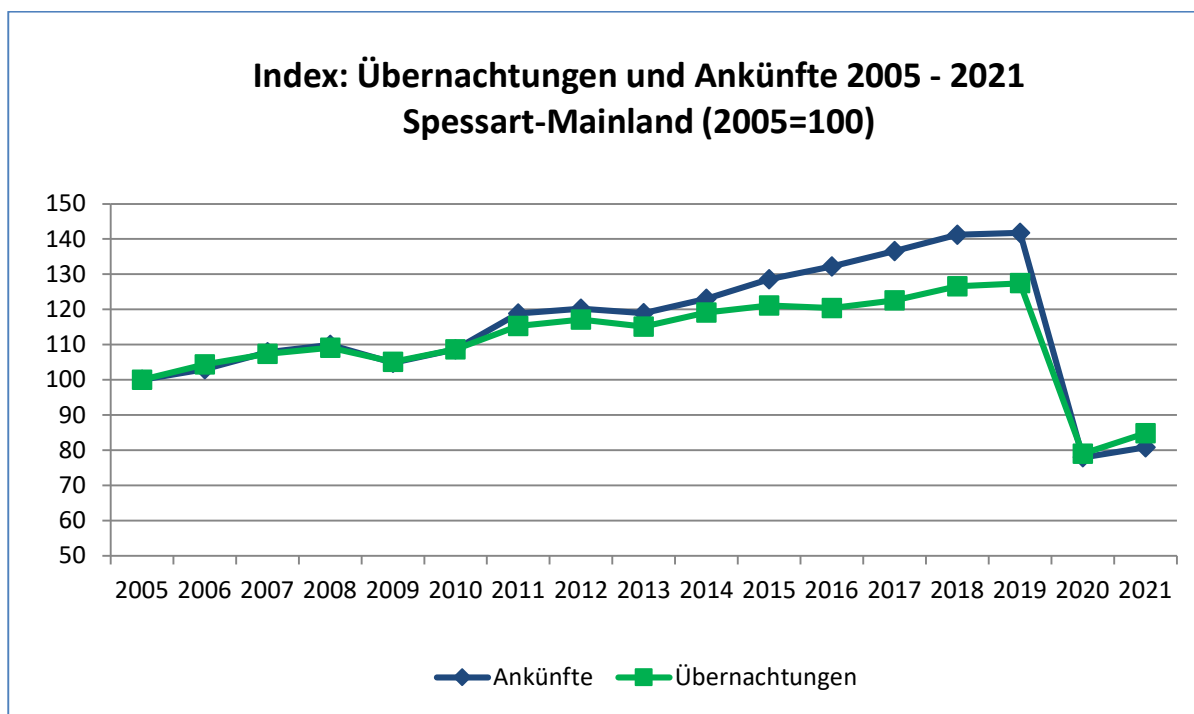
² Durch die amtliche Statistik werden nur die Übernachtungen und Gästeankünfte in Betrieben mit mindestens 10 Betten und auf Campingplätzen erfasst. Das Gesamtergebnis für das Spessart-Mainland ergibt sich nicht aus der Summe der einzelnen Gebietskörperschaften. Die Landkreise Main-Spessart und Main-Kinzig sind nur in den zum Spessart-Mainland zählenden Teilen berücksichtigt.

LK/Stadt	Ankünfte		Übernachtungen		Durchschn. Aufenthaltsdauer
Stadt AB	77.620	+1,3 %	149.693	+3,8 %	1,9 Tage
LKR AB	139.113	+6,5 %	301.194	+11,1 %	2,2 Tage
MKK	194.276	+4,2 %	958.810	+8,0 %	4,9 Tage
LKR MSP	136.001	-1,9 %	346.653	+4,7 %	2,5 Tage
LKR MIL	90.153	+4,4 %	190.694	+4,8 %	2,1 Tage
SML	487.032	+3,6 %	1.529.056	+7,3 %	3,1 Tage

Ankünfte und Übernachtungen im Spessart-Mainland und in beteiligten Gebietskörperschaften 2021

2) Langzeitentwicklung

Von 2005 bis 2019 hat sich die touristische Nachfrage sehr positiv entwickelt. Innerhalb von fast 15 Jahren war die Zahl der Gästeankünfte um 40 Prozent gestiegen, jene der Übernachtungen um fast 30 Prozent. Die folgende Darstellung der Langzeitentwicklung der Tourismuskonsumnachfrage verdeutlicht noch einmal die dramatischen Ausmaße der Krise.



3) Beherbergungsangebot

Die folgende Tabelle zeigt die geöffneten Betriebe (mind. 10 Betten) und das Bettenangebot in den beteiligten Landkreisen und der Stadt Aschaffenburg im Juli 2021 im Vergleich zu den Vorjahren. Es ist festzuhalten, dass sowohl die Anzahl der Betriebe als auch die Zahl der angebotenen Betten in den letzten Jahren trotz der Pandemie nur geringfügig rückläufig ist.

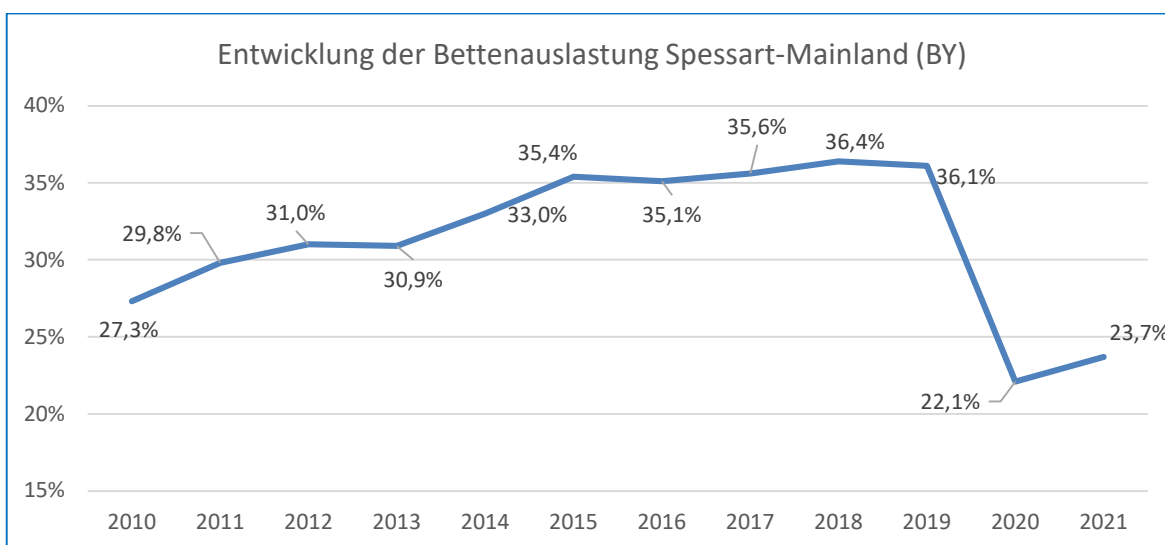
	2021		2020		2019		2018		2017	
	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten	Betriebe	Betten
Stadt AB	16	1.341	17	1.364	16	1.079	13	1.042	14	1.045
LKR AB	90	3.678	92	3.715	96	3.738	98	3.768	96	3.659
LKR MIL	73	2.302	72	2.124	78	2.377	78	2.307	79	2.379
LKR MSP	103	3.343	105	3.368	112	3.494	109	3.449	110	3.481
MKK	193	9.753	192	9.534	193	10.652	197	10.648	198	10.589

Geöffnete Betriebe und angebotene Betten 2017-2021 nach Landkreisen (ab 10 Betten)

Dazu machen die statistisch nicht erfassten Privatvermieter von kleineren Pensionen bzw. Gasthäusern und Ferienwohnungen/-häusern mit weniger als 10 Betten einen wichtigen Bestandteil des touristischen Angebots aus. Derzeit gibt es ca. 500 Anbieter in diesem sog. „nicht-gewerblichen“ Vermieter-Bereich. Schätzungen zufolge sind hier nochmals zusätzlich 20-30 % der statistisch erfassten Übernachtungen anzunehmen.

4) Auslastung

Die im letzten Jahrzehnt bis 2019 stetig steigende Bettenauslastung ist danach ebenfalls massiv eingebrochen und hat sich 2021 nur leicht auf 23,7 % erholt.



5) Touristische Entwicklung der Mitgliedsgemeinden und -städte

Gemeinde/Stadt	Ankünfte 2021		Übernachtungen 2021		Durchschn. Aufenthaltsdauer (Tage)
Alzenau	8.242	6,1%	12.554	-2,6%	1,5
Aschaffenburg	77.620	1,3%	149.693	3,8%	1,9
Bad Orb	37.013	28,4%	323.941	20,4%	8,8
Bad Soden-Salmünster	26.981	-3,0%	269.914	-0,8%	10,0
Bessenbach	1.082	-41,3%	3.458	-31,6%	3,2
Bürgstadt	10.656	19,2%	17.851	27,4%	1,7
Dammbach	5.262		13.824		2,6
Erlenbach a.Main	2.064	20,6%	4.269	-1,2%	2,1
Eschau	3.627	-2,2%	8.749	-7,2%	2,4
Flörsbachtal	1.796	-1,2%	5.697	58,8%	3,2
Frammersbach	2.942	26,6%	9.643	54,8%	3,3
Freudenberg	5.955	-20,4%	12.984	-20,8%	2,2
Gemünden a.Main	14.498	10,6%	34.410	17,7%	2,4
Goldbach	5.275	12,9%	12.092	8,7%	2,3
Gräfendorf	7.717	-14,3%	19.810	-10,1%	2,6
Großheubach	6.529	26,3%	16.550	37,3%	2,5
Großostheim	3.722	2,4%	6.330	-7,2%	1,7
Großwallstadt	4.192	-2,0%	9.579	-11,3%	2,3
Haibach	2.139	8,9%	4.930	13,2%	2,3
Heigenbrücken	6.242	16,6%	14.418	4,1%	2,3
Heimbuchenthal	18.778	15,6%	41.476	15,4%	2,2
Hösbach	16.969	1,4%	40.100	28,8%	2,4
Johannesberg	4.376	-5,5%	7.566	-3,1%	1,7
Kahl a.Main	11.309	6,9%	37.538	5,2%	3,3
Karlstein	4.003	49,3%	10.202	45,4%	2,5
Klingenberg	6.643	4,7	13.384	14,8%	2,0
Kreuzwertheim	3.650	-8,3%	6.152	3,4%	1,7
Lohr a.Main	29.415	-3,3%	75.296	35,0%	2,6
Marktheidenfeld	23.708	16,6%	52.735	12,0%	2,2
Mespelbrunn	7.889	-8,2%	17.279	9,7%	2,2

Gemeinde/Stadt	Ankünfte 2021		Übernachtungen 2021		Durchschn. Aufenthaltsdauer (Tage)
Miltenberg	15.765	-6,8%	30.106	-5,1%	1,9
Mömbris	1.720	-22,0%	3.801	-22,9%	2,2
Mönchberg	1.675		5.581		3,3
Obernburg a.Main	5.852	-0,9%	10.388	-3,2%	1,8
Rieneck	5.309	16,9%	16.555	25,6%	3,1
Rothensbuch	6.078	20,7%	10.016	50,0%	1,6
Schlüchtern	8.382	17,2	17.988	10,3	2,1
Schollbrunn	1.208	-17,2%	6.933	-6,4%	5,7
Seligenstadt	17.750	-0,8%	38.609	-1,9%	2,2
Sinntal	3.353	-11,5	6.901	2,3	2,1
Stadtprozelten	1.533	-9,3%	3.486	4,8	2,3
Steinau a. d. Straße	4.481	-7,0	11.576	-21,2	2,6
Stockstadt	4.250	32,6%	10.902	26,6%	2,6
Wertheim	49.896	-8,7%	120.834	-11,3%	2,4

Hinweise:

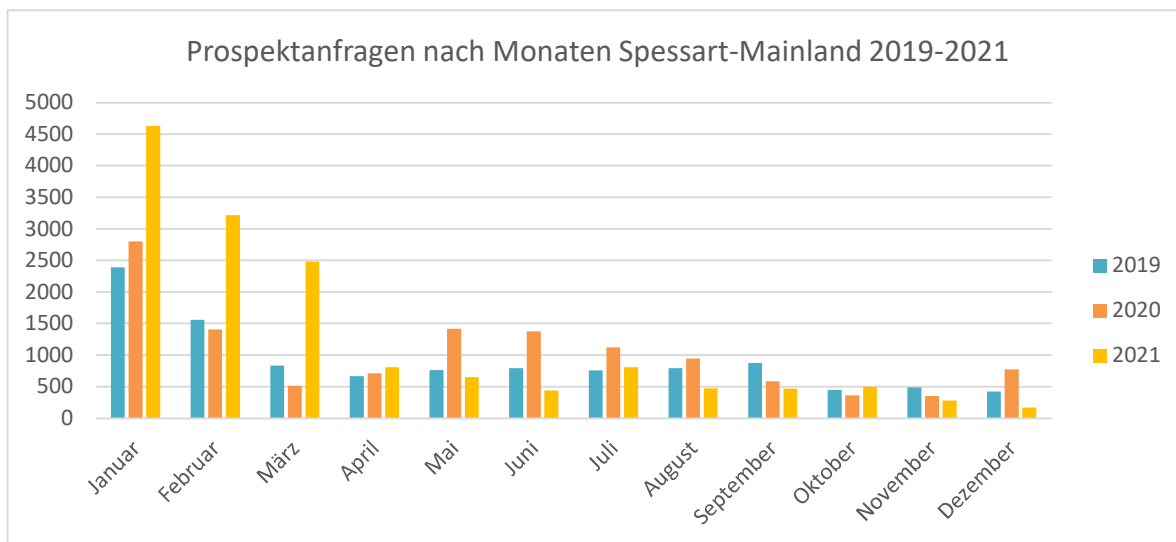
Sind zu bestimmten Kommunen keine Daten angegeben, so liegt dies daran, dass die Anzahl der Betriebe mit mindestens zehn Betten weniger als drei beträgt. In diesem Fall geben die Statistischen Landesämter aus Gründen des Datenschutzes keine Werte bekannt.

Sind Angaben zu den Veränderungswerten nicht aufgeführt, so liegt das darin begründet, dass aus dem Vorjahr (2020) keine Werte vorliegen.

Broschüren

Trotz der in allen Lebensbereichen fortschreitenden Digitalisierung steigt die Zahl der Anfragen in der Geschäftsstelle. Aktuelle Untersuchungen bestätigen, dass Prospekte und Kataloge bei den verwendeten Kanälen zur Urlaubsplanung seit Jahren unter den „Top 3“ rangieren.

2021 konnten Rekordwerte an Broschürenanfragen verzeichnet werden. Die Summe der per Post beantworteten Anfragen lag im Jahr 2021 bei knapp 15.000, was eine erneute Zunahme von ca. 20 % gegenüber dem Vorjahr bedeutet.



Hintergrund ist die zunehmende Beliebtheit von Broschüren bei unseren Gästen. Gedruckte, attraktiv aufbereitete Inhalte übernehmen nicht nur eine wichtige Vorabauswahlfunktion für Interessenten, sondern sie dienen auch der Inspiration und Information. Unsere Prospekte und Magazine mit ausgewählten Informationen zu Aktivitäten, Gastgebern und Erlebnisthemen bleiben deshalb die wichtigste Säule in der touristischen Vermarktung.

Das Hauptwerbemittel, der **Urlaubskatalog mit Gastgeberverzeichnis**, erscheint immer zu Beginn eines Jahres, da insbesondere in den ersten Monaten vielfach schon die Reiseentscheidung für die Sommersaison gefällt wird. Das Urlaubsmagazin stellt die Gastgeber und Urlaubsorte im Spessart und Mainviereck vor und bietet zudem interessierten Gästen weitere Informationen zu den Schwerpunktthemen Natur, Wandern, Radfahren, Genuss, Museen und Burgen/Schlösser.



Die ideale Planungshilfe für potenzielle Gäste ist das Heft **Freizeit Aktiv mit Veranstaltungskalender**. Es stellt die Freizeitmöglichkeiten in unseren Mitgliedsorten mit detaillierten Informationen zu Ansprechpartnern, Eintrittspreisen, Kontaktdaten etc. vor. Ein Veranstaltungskalender und eine Übersicht über Ausstellungen im Spessart-Mainland ergänzen das Angebot der Broschüre.

Auch der **Gruppenreisenkatalog** erscheint jedes Jahr. Der Katalog dient als Handbuch für Busunternehmer, Veranstalter und Reisemittler. Neben attraktiven Pauschalprogrammen von Veranstaltern und Betrieben für Gruppen werden darin z.B. auch die vielfältigen Stadt- und Erlebnisführungen und die sommerlichen Theaterfestspiele im Spessart-Mainland beworben.

Die **Gebietskarte** wurde überarbeitet und unsere neuen Mitgliedsgemeinden mit aufgenommen. Sie beinhaltet unsere aktualisierte Straßenkarte und die Kontaktdaten der Städte und Gemeinden mit einer Kurzdarstellung der Sehenswürdigkeiten. Die Rückseite bietet ein bildlastiges Kaleidoskop der touristischen Möglichkeiten im Spessart-Mainland.

Als praktische „Visitenkarte“ dient das kleine Faltblatt mit einer **Übersichtskarte**, die die wichtigsten Sehenswürdigkeiten im Spessart und am Main skizziert, die Mitgliedsgemeinden verortet und die wichtigsten Urlaubsthemen kurz vorstellt. Sie eignet sich zur breiten Streuung mit „Erinnerungsfunktion“ auf Messen, bei Workshops und Vorträgen oder in den Tourist-Informationen der Region.

Darüber hinaus wurde aufgrund der außerordentlich hohen Nachfrage die Broschüre zu den **Camping- und Wohnmobilstellplätzen** überarbeitet und neu herausgegeben. Die Plätze stellen sich jeweils mit Bild, Ausstattungsmerkmalen und Kontaktadressen vor. Auch ein Tabellenteil mit einer Listung weiterer Plätze wurde aufgenommen und die GPS-Daten jeweils zur Erleichterung der Anfahrt angegeben. Ziel ist es, der wachsenden Zahl von Wohnmobil-Touristen eine entsprechende Planungshilfe zum Urlaub in der Region an die Hand zu geben.

Ergänzt wird das allgemeine Broschürenangebot durch die **Publikationen zu den einzelnen Produktlinien** (s. S. 17ff).



Werbung

Hinter der hohen Zahl an Prospektanfragen (vgl. S. 10) steht unter anderem auch ein abgestimmter Media-Plan mit zielgruppen- und aktivitätsspezifischen Anzeigen – online wie offline. Diese wecken das Gästeinteresse und sollen v.a. in der Inspirationsphase der „Customer Journey“ den Spessart und das Mainviereck in das Bewusstsein potenzieller Gäste bringen. So gelingt es, Kundenadressen zu generieren und durch eine zügige Übermittlung und zielgruppengerechte Zusammenstellung des Informationsmaterials die Gäste in ihrem weiteren Reiseentscheidungsprozess zu begleiten.

Die Anzeigen wurden sowohl in überregionalen **Tages- und Wochenzeitungen** (z.B. *FAZ, Mannheimer Morgen, Münchner Merkur, Sonntag Aktuell*) als auch in **Magazinen**, die bestimmte Zielgruppen ansprechen (z.B. *Outdoor-Welten, Wandermagazin, Mybike, Outdoor-Magazin, Ambiente Aktiv, Ambiente Wellness*) oder in kostenlosen Heften (*Apotheken Umschau*) geschaltet.

Auch in den **Themenzeitungen** des Tourismusverbands Franken war Spessart-Mainland präsent. Es erfolgten ausführliche Darstellungen in den Ausgaben „Wohlfühliland“, „Wanderparadies“, „Radelparadies“ und „Genießerland“.

Daneben schaltete der Tourismusverband verschiedenste Präsentationen im Online- und Social Media-Bereich, z.B. bei Internet-Katalogportalen, in Themen-Newslettern, auf Social Media-Kanälen oder auf einschlägigen Outdoor-Portalen wie z.B. *Wanderbares Deutschland*. Ausgebaut wurde die Präsenz auf dem Tourenportal *komoot*. Die bereits im Vorjahr erfolgte „**Restart-Kampagne**“ wurde auch in diesem Sommer erfolgreich auf Facebook und Instagram umgesetzt. Rechtzeitig zu den Öffnungen nach dem Lockdown im Mai/Juni warb der Tourismusverband mit dem Hashtag „**#endlichwiederraus**“ für heimatnahen Aktiv-Tourismus in der freien Natur, um die Stärken des touristischen Angebots des Spessarts und des Mainvierecks in den Fokus zu rücken.



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die kontinuierliche Pressearbeit des Tourismusverbands Spessart-Mainland hat sich im zweiten Corona-Jahr ausgezahlt. So konnten zahlreiche Medien und Journalisten durch gezielte Ansprache zu einer ausführlichen Berichterstattung angeregt werden – sei es durch direkte persönliche Kontakte oder durch die regelmäßige Zusammenstellung von aktuellen Presseinformationen im Rahmen des Pressedienstes, der auch Blogger und Influencer ansprechen und begeistern soll.

Die Beantwortung von Presseanfragen, die Organisation von Recherchetouren und die Betreuung der Journalisten vor Ort hat einen großen Teil der Ressourcen der Geschäftsstelle in Anspruch genommen. Beispielhaft stehen hier die Drehtage für Reportagen von Sat.1 Bayern oder die Gruppen-Pressereise „Wandern und Wellness“ nach Bad Orb und Bad Soden-Salmünster. Außerdem organisierte die Geschäftsstelle einen sog. „Insta-Meet“ in Kooperation mit dem Tourismusverband Franken, um (Bild-)Blogger für das Spessart-Mainland zu begeistern. Eine gute Resonanz erzielte auch die gemeinsam mit der „Spessart Tourismus & Marketing GmbH“ (Main-Kinzig-Kreis) und Gastgebern aus der Region organisierte digitale Informationsreise für die Reisewirtschaft.

Besonders erfolgreiche Veröffentlichungen im Jahr 2021 waren die 8-seitige Reportage „Im Märchen-Reich“ in der Wohnmobilstreitungszeitschrift **promobil**, der Artikel „Erlebnisreiches Bayern: Spessart-Mainland“ in der Bayern-Auflage von **DER SPIEGEL**, der Bericht „Wirtshaus, Wein und Wald“ in **NEUE POST**, ein Bericht zu den Spessartwegen im **Hessischen Rundfunk** und vor allem der Artikel „Märchenstunde im Spessart“, der über die **Deutsche Presse Agentur** veröffentlicht wurde und damit zu über 40 Berichten in den Print- und Online-Ausgaben von Magazinen und Tageszeitungen in ganz Deutschland geführt hat.



Insta-Meet in Großheubach



Gruppenpressereise Wandern & Wellness in Bad Soden-Salmünster

Messepräsentationen

Traditionell sind Messen eine wichtige Komponente in der Vermarktung von Destinationen. Für eine Destination Management Organisation wie den Tourismusverband Spessart-Mainland ohne eigene physische Tourist-Information bieten Messen eine wichtige Gelegenheit, in persönlichen Kontakt zu potenziellen Gästen zu treten. Auf Tourismusmessen lernen die Mitarbeiter der Geschäftsstelle die Wünsche und Bedürfnisse unserer Gäste kennen und die interessierten Besucher können sich am Messestand über aktuelle Angebote und Neuigkeiten informieren. Außerdem dienen die Messeauftritte zur Neukundenakquise.

Darüber hinaus bieten Messen auch immer einen guten Überblick über Markttrends und aktuelle Entwicklungen z.B. in Bezug auf die Veränderungen der Nachfrage und nicht zuletzt erlauben sie eine unkomplizierte Konkurrenzanalyse.

Leider war auch das Messegeschäft im Jahr 2021 stark von der Pandemie beeinträchtigt. Die ursprünglich geplante persönliche Präsenz auf bundesweit zehn Tourismusmessen hat sich im Laufe des Jahres auf gerade einmal zwei Messen reduziert.

Durchgeführt werden konnten – wenn auch unter Auflagen – die Radmesse „VELO“ in Frankfurt vom 21. bis 22. August und der Caravan Salon in Düsseldorf mit „Outdoor-Halle“ vom 27. August bis 5. September. Insgesamt war das Team des Tourismusverbandes damit an 13 Tagen in diesem Jahr auf Messen präsent.

Erfreulich verlief die Kooperation mit unseren Mitgliedsorten. Diese nutzten rege das Angebot zur Beteiligung am Spessart-Mainland-Stand um mit eigenem Personal oder mittels einer Prospektauslage nochmals gezielt auf das touristische Angebot vor Ort aufmerksam zu machen. Mit dabei waren 2021 die Städte Lohr a.Main und Miltenberg, der Touristikverband Räuberland, die Spessart Tourismus & Marketing GmbH (Main-Kinzig-Kreis) sowie die Heilbäder Bad Soden-Salmünster und Bad Orb.

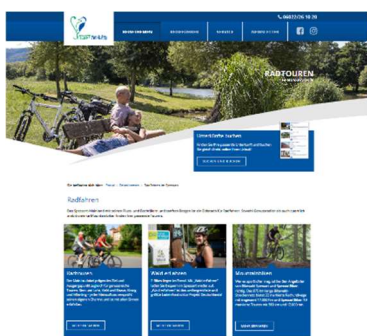


Spessart-Mainland auf dem Caravan Salon in Düsseldorf

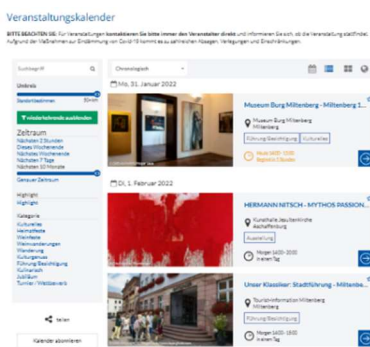
Online-Marketing

Die Destinationswebseite zählt zu den wichtigsten Einflussfaktoren bei der Reiseentscheidung unserer Gäste. Aufgabe der Webseite ist es deshalb gleichermaßen zu informieren und zu inspirieren.

Mit der Webseite **www.spessart-mainland.de** stellt der Tourismusverband Spessart-Mainland nicht nur die nachfragestärkste Tourismuswebseite zur Verfügung, sondern auch die einzige, die die Tourismus- und Freizeitangebote des gesamten Spessarts und Mainvierecks bündelt und aufbereitet. Nur hier präsentieren sich Urlaubsorte, Sehenswürdigkeiten und Wander- bzw. Radtouren aus drei Bundesländern: Bayern, Hessen und Baden-Württemberg.



Themenseite Radfahren



Veranstaltungskalender

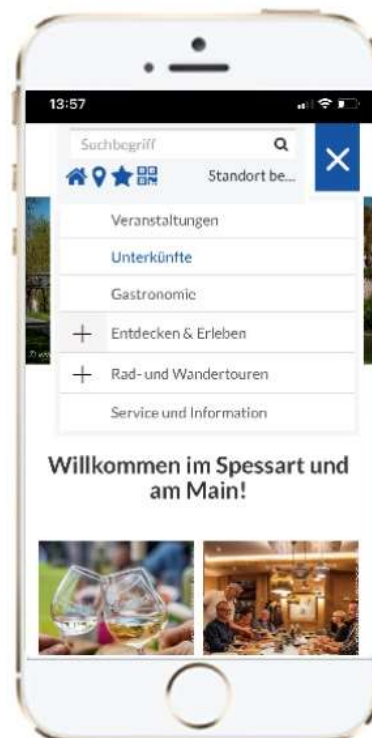


Aktuelles

Die Webseite bietet den Besuchern die ganze Bandbreite der digitalen Informationsmöglichkeiten: Filme, Bildergalerien, Blogs, digitale Kataloge, Unterkunftspräsentationen, Webcams, ein interaktives Tourenportal, Sehenswürdigkeiten gegliedert nach Themen, Freizeittipps, Museen uvm. Im Jahr 2021 zählte **www.spessart-mainland.de** über 130.000 Besucher.

Eine wertvolle Ergänzung der Online-Inhalte war die Veröffentlichung der sog. **Progressive Web App** im Frühsommer. Alle touristisch relevanten Informationen werden damit für eine mobile Verwendung aufbereitet. Als Symbiose aus mobiler Webseite und einer App liefert sie nützliche Informationen rund um Urlaub und Freizeit in der Region. Unter anderem werden tagesaktuell Veranstaltungen, Unterkünfte, Restaurants und Sehenswürdigkeiten aufgelistet, die unterwegs auf dem Smartphone oder Tablet abgerufen werden können. Ergänzt wird das neue digitale Angebot zum Mitnehmen mit aktuellen Wetterinformationen und Webcam-Ansichten zum Spessart und Mainviereck.

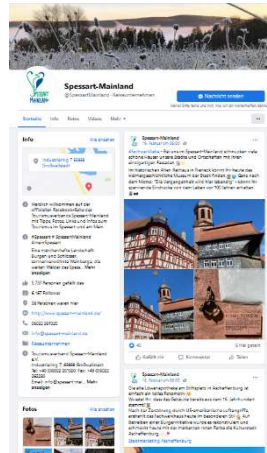
Unter **willkommen.spessart-mainland.de** können die Gäste das digitale Angebot mit Start-Icon auf den Smartphones und Tablets installieren.



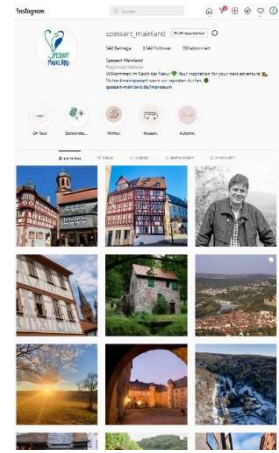
Der Kontakt und Austausch mit den (potenziellen) Gästen steht bei den Social Media-Kanälen im Vordergrund. Die Auftritte auf Instagram und auf Facebook haben sich zu den reichweitenstärksten Destinations-Präsentationen für den Spessart und das Mainviereck entwickelt. Dies gelingt nur durch eine permanente Betreuung der „Community“ mit mehreren „Posts“ pro Woche. Ziel ist es, mit ansprechenden Informationen und v.a. Videos und Bildern bzw. „Storys“ auf die Region und deren Neuigkeiten aufmerksam zu machen und zu einem „realen“ Besuch anzuregen.



Beispiel Facebook-Post Spessart-Mainland

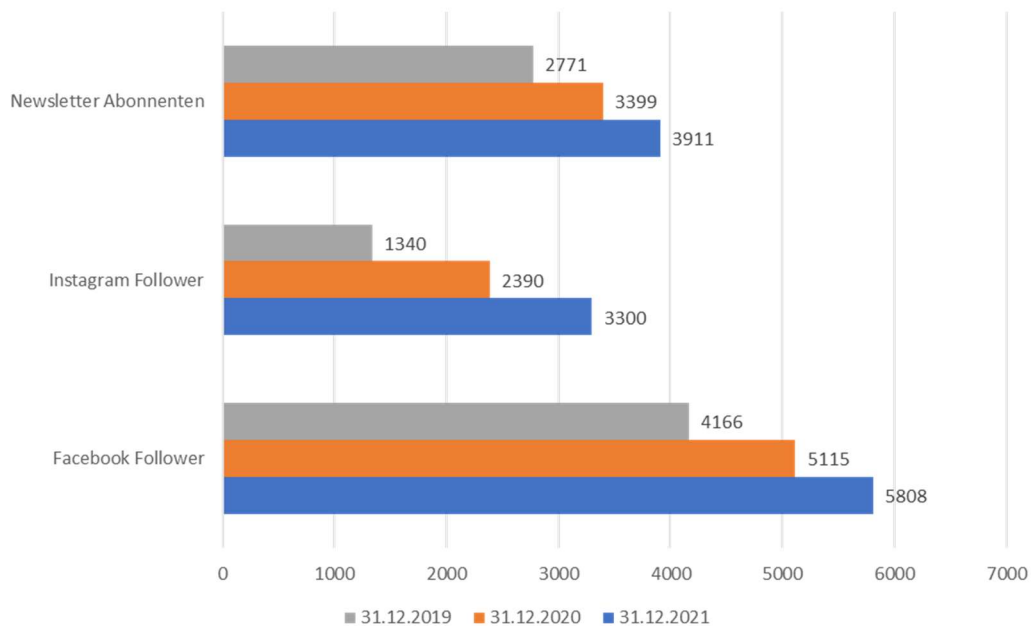


Startseite Facebook-Auftritt



Startseite Instagram-Account

Der monatliche **Newsletter** bringt Neuigkeiten, Veranstaltungen und neue Tourismusangebote regelmäßig direkt in die digitalen Briefkästen von fast 4.000 Abonnenten. Die folgende Grafik zeigt zusammenfassend die Entwicklung der Anzahl der „digitalen Gäste, Fans und Follower“ für das Spessart-Mainland.



Themenmarketing und Projekte

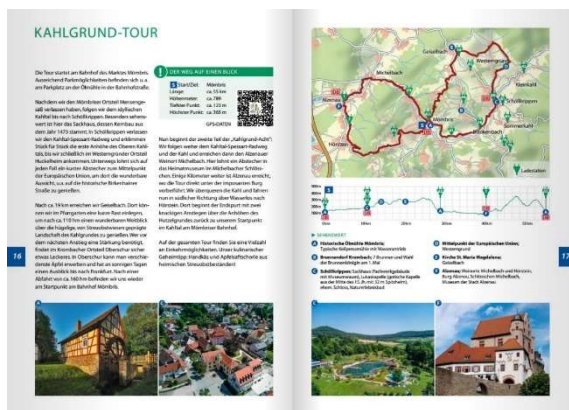
Die Entwicklung der letzten Jahre im Tourismusmarketing hat gezeigt, dass die Ausrichtung des Marketings in der Kundenansprache Änderungen unterworfen ist. Es reicht daher nicht aus, die Gäste überwiegend aufgrund ihres Reise- bzw. Reiseentscheidungsverhaltens, z.B. über sozio-demographische oder psychografische Merkmale (SINUS-Millieus), zu definieren. Destinationen haben zunehmend mit sog. hybriden oder „multi-optionalen“ Gästen zu tun. Aufgrund dieser Entwicklungen legt der Tourismusverband Spessart-Mainland den Schwerpunkt auf die Vermarktung von Themen und Produkten. In den letzten Jahren haben sich dazu die fünf Schwerpunkte Radfahren, Wandern, Kultur, Genuss und Wohlfühlen entwickelt. Diese Themen werden anlassbezogen passend zu den aktuellen Entwicklungen mit Maßnahmen, Projekten und Vermarktungsinitiativen belebt.

Radfahren

Im Bereich der Produktlinie Radfahren ist der **MainRadweg** das herausragende Qualitätsprodukt. 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. Das Pendant im Nord-Osten des Spessarts ist der Flyer zur „**Spessart-Nord-Ost-Passage**“. Die Tour ist ca. 100 km lang und verbindet vier Spessarttäler – Main, Lohr, Jossa und Sinn – zu einer attraktiven zweitägigen Rundtour.

Das Radmagazin „**Alles am Fluss – Radtouren im Spessart-Mainland**“ umfasst 52 Seiten und präsentiert die elf schönsten Flussradtouren in der Region. In der Broschüre werden unter anderem vier Touren auf dem MainRadweg beschrieben. Außerdem mit dabei sind unter anderem der Sinnatal-Radweg, der Elsavatal-Radweg und der Kinzigtal-Radweg. Darüber hinaus stellt das Radmagazin die Mountainbike-Initiativen *SpessartBiken* und *Bikewald Spessart vor*.

Als exklusiver Vermarktungspartner der preisgekrönten Initiative „Wald erFahren“ gibt der Tourismusverband die Broschüre „**Wald erFahren – E-Bike-Touren im Spessart-Mainland**“ heraus. Sie stellt 9 E-Bike-Touren vor, deren Routen die E-Bike-Ladestationen der Initiative zu attraktiven Rundtouren verbinden. Die GPS-Daten zu jeder Tour stehen zudem per QR-Code direkt zum Herunterladen zur Verfügung. Außerdem sind sämtliche E-Bike-Ladestationen im Spessart-Mainland mit GPS-Daten aufgelistet.



Wandern

Die kontinuierlichen Marktforschungserhebungen bestätigten, dass das Wandern bei den Gästen im Spessart und Mainviereck mit Abstand an erster Stelle der beliebtesten Urlaubsaktivitäten steht. Vor diesem Hintergrund hat der Tourismusverband seit vielen Jahren das Thema Wandern vor allem auch in Bezug auf nachvollziehbare und dauerhafte Qualität vorangetrieben.

Die Region kann hier mit einer Qualität punkten, die bundesweit ihresgleichen sucht: So gibt es neben den prämierten Fernwanderwegen **Spessartweg 1 - 3** und dem **Spessartbogen** mit dem **Räuberland** auch eine von bundesweit nur fünf „Qualitätsregionen Wanderbares Deutschland“. Seitens des Tourismusverbands Spessart-Mainland wird diese herausragende Stellung intensiv vermarktet und weiterentwickelt.

Für die Spessartwege bleibt der **Tourenbegleiter** die ideale Informations- und Inspirationsquelle dieser Leuchttürme des Wandertourismus im Spessart. 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. Die im Jahr 2020 installierten **43 Hörstationen** an den drei Spessartwegen haben sich als erfolgreiches Projekt erwiesen. Dabei handelt es sich um einen Audio-Guide, der per App Informationen entlang der Wanderwege zur Verfügung stellt. Die begleitende App wurde bereits über 1.000 Mal heruntergeladen.

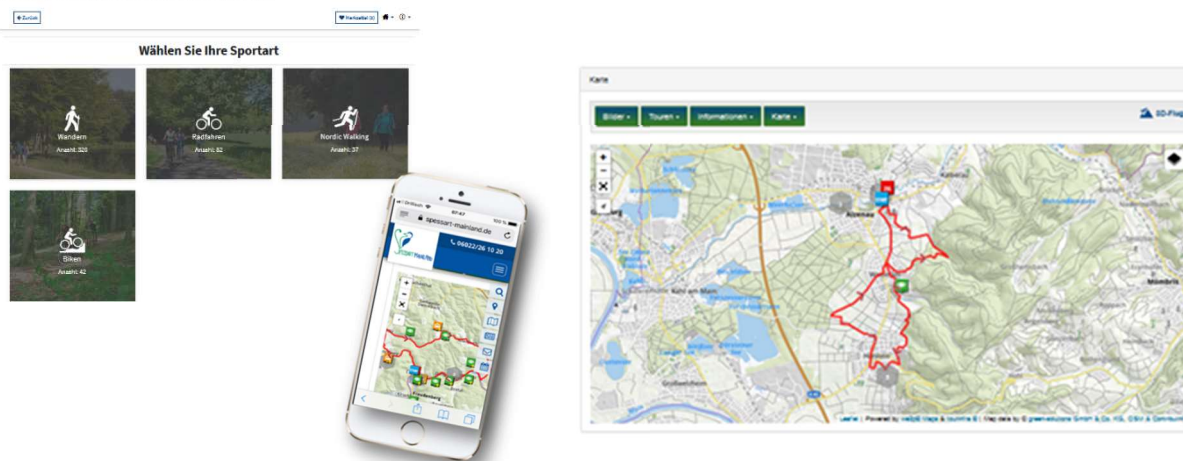
Ein wichtiges Werbemittel in Bezug auf die vielen weiteren attraktiven Fernwanderwege ist die Broschüre „**Fernwe(h)ge – Wandertouren im Spessart-Mainland**“. Darin werden die 15 schönsten Strecken ausführlich präsentiert. Mit dabei sind z.B. der Eselsweg, der Fränkische Rotwein Wanderweg, die Birkenhainer Straße oder der Fränkische Marienweg. Jeder Weg wird auf einer Doppelseite präsentiert. Daneben gibt es zu jedem Weg eine Karte mit Wegeverlauf, Höhenprofil und technischen Angaben. Die Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland stellen sich ebenso vor wie die Anbieter des öffentlichen Nahverkehrs.



Das beliebte **interaktive Tourenportal** stellt den „virtuellen“ Gästen auf der Webseite mehrere Hundert Rad-, Wander-, Mountainbike- und Nordic Walking-Touren zur Verfügung. Der Nutzer kann über ein Menü seine Tourenwünsche in einem Formular eingeben und erhält dann die passenden Tourenvorschläge. Die Tour wird dann auf einer interaktiven Karte am Bildschirm angezeigt. Auch Höhenprofile, Markierungszeichen, Fotos und eine Wegbeschreibung sind abrufbar. Außerdem besteht die Möglichkeit, die Toureninformationen auszudrucken und GPS-Daten herunterzuladen.

Touren und Wege

Auf unserem interaktiven Tourenportal finden Sie hunderte Tourenvorschläge zum Wandern, Radfahren, Mountainbiken und Nordic Walking. Wählen Sie die gewünschte Sportart, geben Ihre Start- und Zielorte ein und wählen Ihre bevorzugte Tourlänge. Nachfolgend können Sie nach der Tourenlänge auswählen oder die GPS-Daten herunterladen. (1:500000) (Nicht über 1000 m für mobile Endgeräte geeignet)



Interaktives Tourenportal Spessart-Mainland

Wohlfühlen

Die Initiativen im Rahmen der Produktlinie Wohlfühlen rücken vor allem in der Wintersaison in den Fokus der Vermarktung. Mit den beiden Heilbädern im Norden des Spessarts ist die Region mit zwei herausragenden Kompetenzzentren zu den Themen Kur, Wellness und Gesundheit gesegnet. **Bad Orb** und **Bad Soden-Salmünster** bieten hier mit ihren Thermen und Wohlfühlprogrammen umfangreiche Angebote, die das Vermarktungsspektrum der gesamten Destination bereichern. In Abstimmung mit den Partnern vor Ort wurden verschiedene Marketingmaßnahmen umgesetzt, wie z.B. gezielte Anzeigenschaltungen, eine PR-Kampagne, entsprechende Social Media-Berichte und eine Online-Darstellung der Gesundheits- und Wellnessangebote.



Genuss

Im Bereich der Produktlinie Genuss waren die Aktivitäten im Jahr 2021 geprägt von den Einschränkungen, die die Pandemie für die Gastronomie und für Veranstaltungen mit sich gebracht hat. Auf eine Herausgabe des beliebten Genusskalenders wurde deshalb verzichtet. Die **Wild- und Weinwochen** konnten zwar stattfinden – jedoch aufgrund der Auflagen nicht in dem Maße wie in den Vorjahren. Dennoch beteiligten sich 34 Restaurants an diesen kulinarischen Aktionswochen im Herbst und boten sechs Wochen lang 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 und einer gesonderten Webdarstellung.

Viele der außerordentlich erfolgreichen Brenner mit international prämierten Produkten finden sich darüber hinaus auch in der Broschüre zu den Edelbrennereien im Spessart-Mainland: Unter dem Titel **„Geistvoll genießen – Brennkunst im Spessart-Mainland“** präsentieren sich 16 Edelbrennereien mit ihren Produkten.



Advent im Spessart

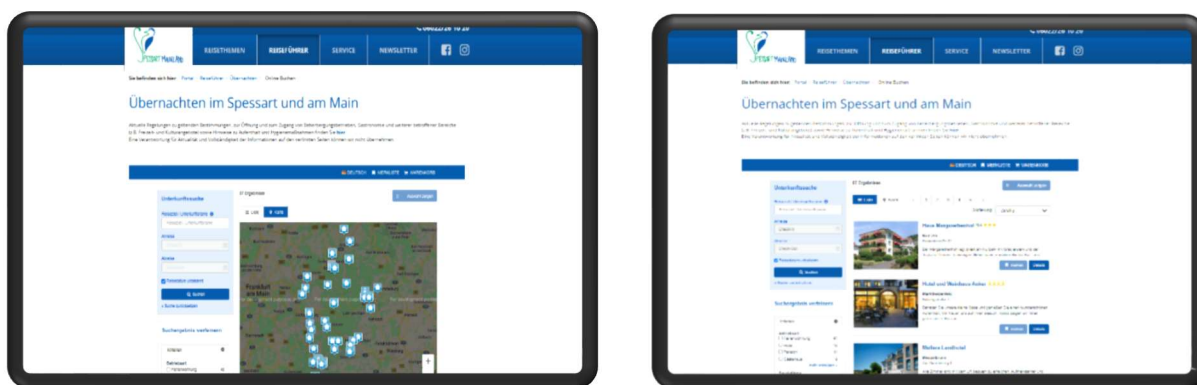
Die mittlerweile etablierte Adventskampagne konnte ebenfalls nicht in der gewohnten Form umgesetzt werden, da viele Weihnachtsmärkte abgesagt wurden. Als Ersatz wurde in Kooperation mit „Spessart Tourismus & Marketing“ (Main-Kinzig-Kreis) erneut ein digitaler Adventskalender geschaffen. Kern der Kampagne war die tägliche Verlosung von regionalen Produkten über die Plattform „Winterzauber im Spessart“. Die Zugriffszahlen und die Resonanz – insbesondere im Social Media-Bereich – belegen, dass es sich um eine sehr erfolgreiche Aktion gehandelt hat.



Online-Buchungssystem

Trotz der Pandemie zeigte sich beim Online-Buchungssystem eine erfreuliche Entwicklung. So konnten im Jahr 2021 über an das System angeschlossene Gastgeber mehr als 1.700 Buchungen und über 10.000 Übernachtungen generiert werden.

Um insbesondere kleine Vermieter bei dem Einstieg in diesen digitalen Vertriebskanal zu unterstützen, hat der Tourismusverband Spessart-Mainland auch 2021 wieder mit der Partner-Firma „OBS“ eine Informationsveranstaltung vor Ort und Onlineschulungen angeboten. Die Finanzierung und Organisation erfolgte über den Tourismusverband. Darüber hinaus bestand die Möglichkeit für Betriebe, eine individuelle Beratung mit Vor-Ort-Coaching zu besonders günstigen Konditionen zu erhalten.



Onlinebuchungssystem Webseite

Podcast SpessartGebabbel

Zu Beginn der Sommersaison wurde der neue Podcast „SpessartGebabbel“ ins Leben gerufen. Mit dem neuen Format wurden regelmäßig Audio-Beiträge rund um Tourismus, Freizeit, Kultur, Natur und Genuss veröffentlicht. In den Beiträgen kommen Menschen zu Wort, die durch ihre Arbeit den Spessart und das Mainviereck lebens- und besuchenswert machen und regelmäßig mit unseren Gästen in Kontakt kommen. Unsere Bürger erfahren dabei spannende Geschichten über die Mitmenschen ihrer Heimat und potenzielle Gäste werden durch touristisch relevante Themen zu einem realen Besuch im Spessart und am Main angeregt.

„SpessartGebabbel“ ist erfolgreich gestartet: Bis zum Jahresende wurden die Folgen ca. 1.500 Mal gehört und der Podcast zählte über 300 Abonnenten.



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.



Qualitätsoffensive

Der Tourismusverband Spessart-Mainland engagiert sich seit vielen Jahren in den Bereichen Qualitätsförderung und -sicherung in Bezug auf das touristische Angebot im Spessart und im Mainviereck. So fungieren wir bereits seit Jahren als Lizenznehmer des Deutschen Tourismusverbands (DTV) für die Zertifizierung von Ferienwohnungen und Ferienhäusern und als Lizenznehmer des Deutschen Wanderverbands im Hinblick auf „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“.

Neben der eigentlichen Zertifizierung finden während des Vor-Ort-Termins auch Beratungsgespräche statt und der Kontakt mit dem Gastgeber wird gepflegt. Außerdem werden zertifizierte Gastgeber über vielfältige Maßnahmen bevorzugt beworben.

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.

Im Jahr 2021 startete der Tourismusverband eine auf drei Jahre angelegte Qualitätsoffensive Tourismus mit einem Bündel an qualitätssichernden und qualitätsfördernden Maßnahmen. In diesem Rahmen hat die Geschäftsstelle auch die Überprüfung und Auszeichnung von radlerfreundlichen Unterkünften nach den bundesweiten Kriterien von „bett + bike“ (ADFC) übernommen.

Zum Start profitierten knapp 40 Betriebe allein 2021 von der Klassifizierung und Zertifizierung in den Bereichen Ferienwohnungen, „Wanderfreundliche Gastgeber“, „bett + bike“ und „Reisen für Alle“.



Ausgezeichnete Betriebe: „bett+bike“ und „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“

Netzwerk und Mitglieder

Zu den Aufgaben des Tourismusverbands zählt vor allem die Förderung und Entwicklung des Tourismus im Spessart und im Mainviereck. Neben der Interessenvertretung für den Tourismus bei Politik und Verbänden spielt die Koordination touristischer Anliegen und Initiativen innerhalb der Destination eine wichtige Rolle.

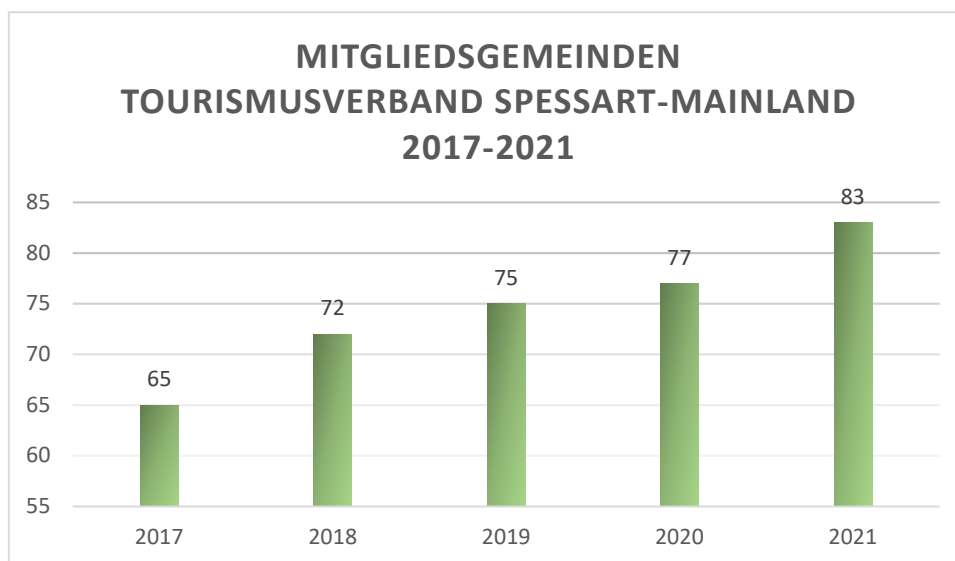
Dies ist aber nur gemeinsam mit den Leistungsträgern und vor allem den Touristikern auf Landkreis- und Ortsebene möglich. Nur bei regelmäßiger Abstimmung der gemeinsamen Maßnahmen und durch einen regen Austausch gelingt erfolgreiche Tourismusarbeit in der Destination.

Deshalb lädt der Tourismusverband Spessart-Mainland die hauptamtlichen Touristiker halbjährlich zu Arbeitstreffen ein. Sie dienen dem Erfahrungsaustausch, der gemeinsamen Abstimmung über Marketingmaßnahmen sowie der Information zu Trends, Aktionen und Initiativen. Die Treffen fanden, wie viele weitere bilaterale und projekt-bezogene Abstimmungsgespräche als Videokonferenzen statt.

Trotz oder gerade wegen der Corona-Pandemie ist es aufgrund der umfangreichen Betreuungsaktivitäten für Gäste und Mitglieder und auf der Basis der kontinuierlichen Tourismusarbeit erneut gelungen, zahlreiche neue Mitgliedsgemeinden zu gewinnen.

Gleich sechs Gemeinden erklärten im Verlauf des Jahres ihren Beitritt zum Tourismusverband Spessart-Mainland, was als Beleg für die kommunalpolitische Unterstützung und die Anerkennung der Bedeutung des Tourismus gewertet werden kann.

Die „Tourismusfamilie“ im gesamten Spessart und Mainviereck zählt nun 83 Gemeinden und Städte aus drei Bundesländern – so viele wie noch nie.



Haushaltsrechnung 2021

1. EINNAHMEN

<i>Konto</i>	<i>Haushaltsansatz in €</i>	<i>Ist-Rechnung in €</i>
Beiträge der Mitgliedsorte ³	56.500,00	57.245,55
Beiträge von Landkreisen und Stadt AB	287.879,19	287.879,20
Sonstige Einnahmen	7.000,00	11.567,69
Übertrag aus dem Vorjahr	15.478,81	15.478,81
Einnahmen Klassifizierung	0,00	1.651,65
Katalogbeteiligungen	56.000,00	60.273,55
Messebeteiligungen	5.000,00	0,00
Partnerbeteiligungen an Gemeinschaftsprojekten	38.000,00	39.668,93
Zuwendung Förderprojekte	6.562,85	6.562,85
SUMME DER EINNAHMEN	472.420,85	480.328,23

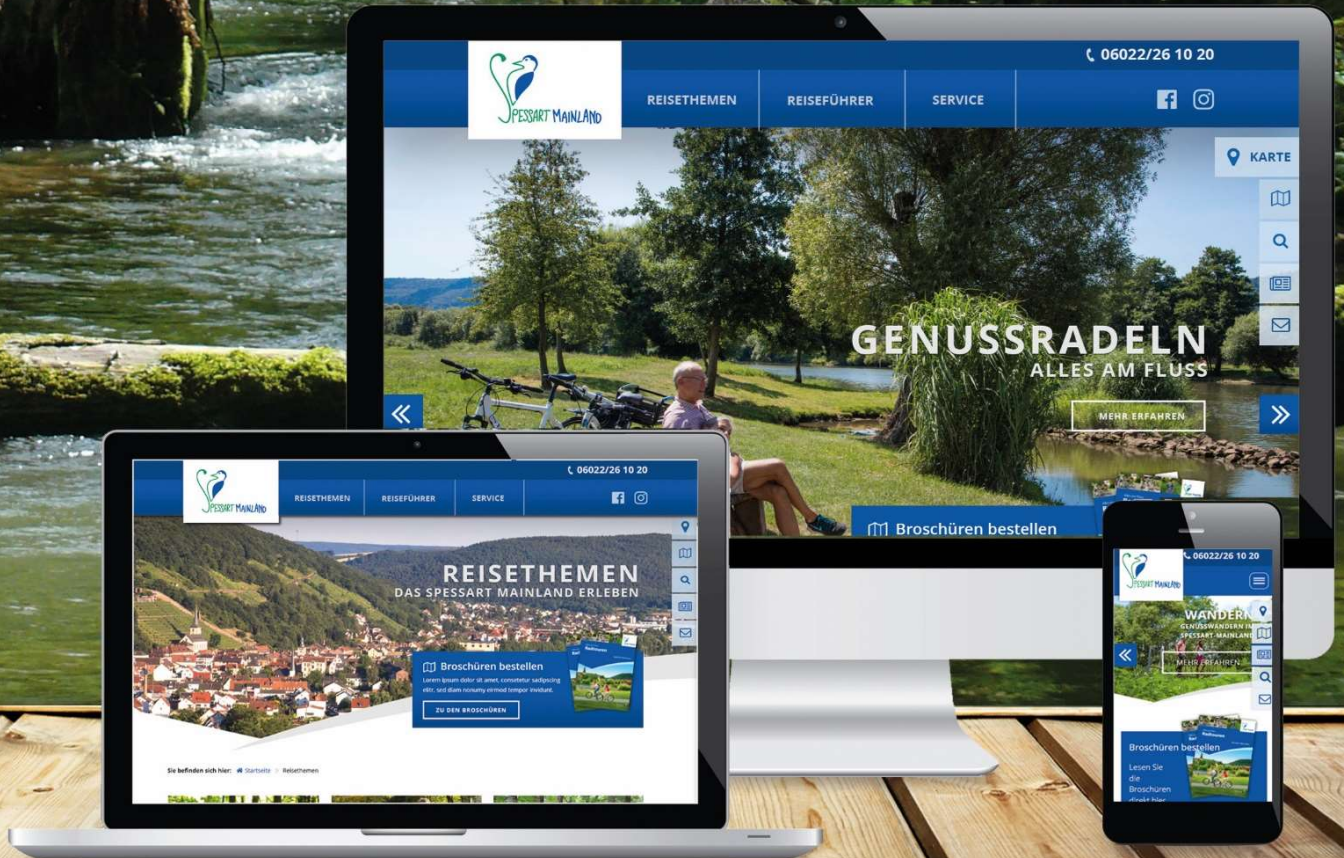
³ Erläuterung zu „Beiträge Mitgliedsorte“:

Die Höhe der Beiträge der Mitgliedsorte entspricht den Beiträgen, die an den Tourismusverband Franken laut gültiger Beitragsordnung zu entrichten sind.

2. AUSGABEN

<i>Konto</i>	<i>Haushaltsansatz in €</i>	<i>Ist-Rechnung in €</i>
I. Werbemaßnahmen		
Messen, Workshops	19.000,00	9.458,83
Anzeigen	40.000,00	35.801,53
Druckerzeugnisse	60.000,00	65.491,21
Öffentlichkeitsarbeit	8.000,00	5.737,87
Marketing, Projekte	70.000,00	61.973,57
<i>Summe Werbemaßnahmen</i>	<i>197.000,00</i>	<i>178.463,01</i>
II. Personalkosten & Steuern		
Personal inkl. SV-Beiträge	212.000,00	212.283,29
Steuern	13.000,00	25.399,93
<i>Summe Personalkosten & Steuern</i>	<i>225.000,00</i>	<i>237.683,22</i>
III. Sachkosten/Büro		
Porto, Telefon	22.000,00	28.044,90
Sachkosten Büro	8.000,00	11.173,30
Reisekosten	6.000,00	3.299,76
Klassifizierung	3.000,00	1.988,23
Kontoführungsgebühren	250,00	284,08
Prospektlogistik	8.000,00	4.459,92
<i>Summe Sachkosten/Büro</i>	<i>47.250,00</i>	<i>49.250,19</i>
IV. Mitgliedschaften	2.517,80	2.564,70
SUMME DER AUSGABEN	471.767,80	467.961,12
SUMME DER EINNAHMEN	472.420,85	480.328,23
DIFFERENZ = ÜBERTRAG IN 2022	653,05	12.367,11

www.spessart-mainland.de



Impressum

Herausgeber:

Tourismusverband Spessart-Mainland e.V.

Industriering 7, 63868 Großwallstadt

1. Vorsitzender: Landrat Jens Marco Scherf

Geschäftsführer: Michael Seiterle

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



Tourismusverband Spessart-Mainland e.V.
 Industriering 7
 63868 Großwallstadt
 Telefon: 06022/261020
 Telefax: 06021/262230
 info@spessart-mainland.de
 www.spessart-mainland.de

