

Oberschwaben Tourismus GmbH – Neues Kloster 1 – D 88427 Bad Schussenried

**An  
alle Medien- und Pressevertreter  
in der Region Oberschwaben-Allgäu**

Stuttgart/Bad Schussenried, 22. Dezember 2020

**Aktuelle OTG-Pressemeldung:  
Sonderförderung des Landes Baden-Württemberg für die Region Oberschwaben-Allgäu für neue Restart-Kampagnen im Jahr 2021 ankündigt!**

**4,5 Millionen Euro für Marketingkampagnen der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) und sechs regionalen Tourismusmarketingorganisationen  
Tourismusminister Guido Wolf: „Wir wollen nun rechtzeitig und vor allem auch gemeinsam am Neustart für die Zeit nach der Krise arbeiten“.**

Die Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) erhalte vom baden-württembergischen Tourismusministerium Sonderfördermittel in Höhe von 400.000 Euro für umfangreiche Marketingmaßnahmen für die Zeit unmittelbar nach den Corona-Einschränkungen, berichtet Daniela Leipelt, Geschäftsführerin der OTG mit. „Diese positive Nachricht haben wir erst vor wenigen Tagen mit großer Freude und Dankbarkeit entgegengenommen“, so Leipelt. Es sei wirklich großartig, wie sich Minister Guido Wolf MdL persönlich und das Tourismusreferat des Ministeriums der Justiz und für Europa Baden-Württemberg in den letzten Monaten unermüdlich für den Tourismus im eigenen Land eingesetzt habe. Nun konnten weitere Sondermittel für die DMOs in nicht unerheblicher Höhe für das Jahr 2021 in Aussicht gestellt werden. Diese Nachricht komme nun genau zum richtigen Zeitpunkt, so könne man sich auf Ebene der DMOs in Abstimmung mit der TMBW bestmöglich mit neuen und innovativen Konzepten auf einen ReStart des Tourismus im Jahr 2021 vorbereiten und dann zielgerichtet losstarten, sobald touristisches Reisen wieder erlaubt sei, freut sich die Geschäftsführerin der OTG.

„Vielen herzlichen Dank für dieses herausragende Engagement der Landesregierung Baden-Württemberg und die damit verbundene Überzeugung, dass unsere Branche eine Zukunft hat und wir in absehbarer Zeit wieder an die erfolgreiche Entwicklung des Tourismus in Baden-Württemberg anknüpfen können“ schließt sich Eva-Maria Meschenmoser, Vorsitzende des Aufsichtsrates und der Gesellschafterversammlung der OTG diesem Dank an.

Zur Stabilisierung und zukunftsfähigen Ausrichtung der Tourismusbranche in Baden-Württemberg hat das Landeskabinett bereits im November – zusätzlich zu den Hilfsprogrammen für Betriebe auf Bundes- und Landesebene – ein umfangreiches Investitionsprogramm für den Tourismus im Land auf den Weg gebracht. Insgesamt 4,5 Millionen Euro davon fließen nun vom Tourismusministerium in ein abgestimmtes Programm aus Marketingkampagnen der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) und der sechs regionalen Destinationsmanagementorganisationen (Regionen: Schwarzwald, Bodensee mit Hegau, die Region Stuttgart, die Schwäbische Alb, das Nördliche Baden-Württemberg und das Württembergische Allgäu-Oberschwaben).

Jede der regionalen Organisationen erhält 400.000 Euro und bringt davon mindestens 100.000 in eine groß angelegte Kampagne für das gesamte Land ein. Jeweils 300.000 verbleiben zur dortigen Verwendung für Marketingmaßnahmen zum „ReStart“ nach den Corona-Einschränkungen in den Regionen. Tourismusminister Guido Wolf sagte: „Die Pandemie hat den Tourismus im Land, der sich in den vergangenen Jahren hervorragend entwickelt hat, hart getroffen. Wir wollen nun rechtzeitig und vor allem auch gemeinsam am Neustart für die Zeit nach der Krise arbeiten. Es ist ein tolles Signal, dass alle Regionen gemeinsam an einem Strang ziehen. Zugleich werden die wettbewerbsfähigen Regionen, wie es auch Ziel der Tourismuskonzeption des Landes ist, gestärkt, indem sie jeweils erhebliche Marketingmittel erhalten.“

Die 1992 gegründete Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, die das Marketing für das Urlaubsland Baden-Württemberg koordiniert, erhält für eine umfangreiche Restart-Kampagne aus dem Investitionsprogramm des Landes 1,8 Millionen Euro. Hinzu kommen die jeweils 100.000 Euro, die von den sechs Destinationsmanagementorganisationen eingebracht werden, sodass insgesamt ein Budget von 2,4 Millionen Euro für landesweite Restartkampagnen zur Verfügung steht. Die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg wird mit den Regionen die diesjährige Restart-Kampagne neu konzipieren und wird u.a. auch einen neuen Imagefilm für das Tourismusland Baden-Württemberg auf den Weg bringen.

Auch bei den Tourismus-Verantwortlichen in den Destinationen laufen die Vorbereitungen für den ReStart bereits auf Hochtouren. „Dank der großzügigen finanziellen Ausstattung können wir im Frühjahr und Frühsommer, wenn die Reiselust wieder erwacht und es die Entwicklung der Pandemie zulässt, wie nie zuvor für einen Urlaub im eigenen Land werben“, sagte TMBW-Geschäftsführer Andreas Braun. Mit der neuen Restart-Kampagne wolle man neben Baden-Württemberg selbst auch in benachbarten Bundesländern und im nahen Ausland Lust auf die Urlaubsangebote in Deutschlands Süden wecken. Hierfür arbeite die TMBW eng mit allen touristischen Regionen zusammen, um die vielfältigen Urlaubsmöglichkeiten in Baden-Württemberg aufzuzeigen.

„Die OTG wird sich ebenfalls an der Landeskampagne der TMBW beteiligen und möchte die angekündigten Sonderfördermittel in Höhe von 300.000 EUR nach aktuellem Stand der Planung schwerpunktmäßig für eine groß angelegte Imagekampagne zum Thema Landurlaub Oberschwaben-Allgäu einsetzen und hierzu möglichst auch ein Beteiligungskonzept für Tourismusorte und Leistungsträger in der Region aufsetzen“, kündigt Daniela Leipelt an.

„Sanft hügelige Wiesen, wildromantische Moor- und Seenlandschaft, zahlreiche Streuobstwiesen, Bauernhausmuseen, familienfreundliche Ferienhöfe und regionaler Genuss sowie gelebte Traditionen und beste Handwerkskunst – genau diese Vielfalt erwartet unsere Urlaubsgäste in unserer ländlich geprägten Ferienregion Oberschwaben-Allgäu. Käsereien, Hofläden, Brennereien und viele weitere Direktvermarkter und Manufakturen laden zum regionalen und authentischen Genuss ein und zeigen die Fülle der leckeren Erzeugnisse im Süden Baden-Württembergs. Zahlreiche Brauereien, Wirtshäuser und Biergärten laden vielerorts zum Verweilen und Genießen ein. Bei uns „hockt“ man gemütlich beisammen und ist jeder herzlich willkommen. Unser Ziel ist es, genau diese Vorzüge der Region Oberschwaben-Allgäu im Rahmen einer Restart-Kampagne im Jahr 2021 herauszustellen“, führt Daniela Leipelt weiter aus. Auch soll die Digitalisierung im Jahr 2021 noch stärker in den Fokus der ReStart-Marketingmaßnahmen der OTG gerückt werden. Inwieweit die neue touristische Datenbank im Zuge dessen eingesetzt und erweitert werden kann, wird ebenso geprüft.

Zu Beginn des neuen Jahres sind weitere Abstimmungen mit dem zuständigen Fachministerium, mit der TMBW und den Gremien der OTG geplant, um die Antragsregularien abzustimmen und die geplanten Maßnahmen weiter zu konkretisieren.

### **Hintergrundinformationen zur Oberschwaben Tourismus GmbH:**

Die Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) mit Sitz im Kloster Schussenried in Bad Schussenried ist der regionale Tourismusverband und die Dachmarketingorganisation für das Reisegebiet Oberschwaben und Württembergisches Allgäu. Die OTG wurde mit Gesellschaftsvertrag vom 28. Juni 2006 als Zusammenschluss der Tourismusgesellschaft Oberschwaben (TGO) und der Zielgebietsagentur Allgäu und Oberschwaben der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) gegründet. Mit Gründung der Gesellschaft wurde das Ziel verfolgt, die übergeordneten touristischen Aufgaben in Oberschwaben und im Württembergischen Allgäu zu bündeln und ein entsprechendes Marketing weiterzuentwickeln. Bis heute betreut die OTG das Reisegebiet Oberschwaben-Allgäu und ist als regionaler Tourismusverband für die touristische Vermarktung des Kerngebietes der Städte und Gemeinden der Landkreise Ravensburg, Biberach und den südlichen Teil des Landkreises Sigmaringen zuständig. Gesellschafter der OTG sind die drei Landkreise Biberach, Ravensburg, Sigmaringen sowie 65 Städte und Gemeinden und der Zweckverband Tourismus Württembergisches Allgäu.

### **Hintergrundinformationen zum Wirtschaftsfaktor „Tourismus“:**

Bis zu Beginn der Corona-Krise verzeichnete der Tourismus in Baden-Württemberg neun Rekordjahre in Folge. Rund 380.000 Arbeitsplätze hängen von ihm ab, er sorgte zuletzt für ein jährliches Bruttoumsatzvolumen von mehr als 25 Milliarden Euro im Jahr in Baden-Württemberg.

In der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu konnten gemäß einer neuen dwif-Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Ferienregion Oberschwaben-Allgäu auf Datenbasis des Jahres 2019, die seitens der OTG mit Unterstützung der IHKs Bodensee-Oberschwaben und Ulm vor einigen Monaten in Auftrag gegeben wurde, im Jahr vor Corona knapp 5,3 Millionen Übernachtungen sowie 14,8 Millionen Tagesreisen verzeichnet werden. 919,8 Millionen Euro Bruttoumsatz insgesamt verbuchte die Region durch den Tourismus (ein Plus von 27,8 Prozent gegenüber 2013), 341,9 Millionen Euro allein durch Tagesgäste. 15.650 Personen könnten durch den Tourismus in der Region ein Primäreinkommen beziehen. „Dies zeigt, dass der Tourismus ein Jobmotor ist und ortsgebundene Arbeitsplätze sichert“, so Herr Dr. Bernhard Harrer, Vorstand des dwif e.V.. Perspektivisch könne die Region diese Zielgrößen in den nächsten Jahren wieder erreichen. Aktuell stünden die Beherbergungsbetriebe bundesweit aber durch die Corona-Krise massiv unter Druck, sagte Harrer. 71 Prozent der deutschen Betriebe im Gastgewerbe seien laut einer Umfrage des DEHOGA – Stand: November 2020 – von einer Insolvenz bedroht. Es gebe aber auch Zahlen, die Hoffnung machten: So lag die Zahl der privaten Tagestouristen im August und September dieses Jahres in Deutschland weitgehend über Normalniveau. Auch bei der Übernachtungsentwicklung gab es im September bereits wieder Regionen mit einer positiven Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr. Die Umsatz-Ausfälle im Tages- und Übernachtungstourismus im Tourismusgebiet Oberschwaben-Allgäu von März bis Juni 2020 bezifferte Harrer auf rund 215 Millionen Euro.