

Geschäftsbericht 2019

Daten | Zahlen | Fakten





J. Hintersberger M. Heinrich A. Schmutterer G. Beck

Das „Corona-Jahr“ 2020 – und eine Zwischenbilanz

„Auf das Rekordjahr folgte ein Rekordjahr“ – mit diesen Worten begann unser Vorwort im Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus GmbH für das Jahr 2018. Mit denselben Worten könnten wir auch das Vorwort für den Bericht zum Jahr 2019 beginnen. Denn wahr ist: Selbst nach dem hohen Niveau des Vorjahres folgte im Berichtsjahr 2019 ein neuer Rekord sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen in der Tourismusregion Augsburg.

Dass aber das jahrelange, fast kontinuierliche Wachstum der Leitökonomie Tourismuswirtschaft keine Selbstverständlichkeit ist, lässt uns das „Corona-Jahr“ 2020 schmerzhaft erfahren. Der Gastronomie wie den Übernachtungsbetrieben, den vielen Dienstleistern und auch Kultureinrichtungen wie Kulturschaffenden rund um das touristische Spektrum von der Naherholung bis zur klassischen Städtereise, vom Geschäftsreiseverkehr bis hin zu Messen, Tagungen und Kongressen steht ein schweres Jahr mit vielen Anstrengungen und Frustrationen bevor. An den massiven Rückgängen in den Monaten der Corona-Pandemie kann auch die Regio Augsburg Tourismus GmbH nicht grundsätzlich etwas ändern. Doch die Regio wird dafür arbeiten, den Bemühungen der Unternehmen, Institutionen und Einzelpersonen einen möglichst günstigen Rahmen für die schwere Zeit und für den Re-Start nach der Krise zu schaffen. Bis April 2020 hat die Regio ein umfassendes Konzept entwickelt, was in Corona-Zeiten und danach zu tun ist. Um nur ein paar Schlagworte zu nennen: Die schrittweise Reaktivierung des Naherholungs- und Ausflugstourismus – je nachdem, welche Lockerungsschritte welche Aktivitäten erlauben. Aber auch Anstrengungen im Bereich der Digitalisierung, um die Region virtuell erlebbar zu machen, selbst wenn aktuell ein persönliches Erlebnis nicht möglich ist. Welche Maßnahmen das Konzept vorsieht, zeigt das Strategiepapier der Regio Augsburg Tourismus GmbH – in diesem Geschäftsbericht nachzulesen auf den Seiten 12 bis 14.

Dass aber auch die Erfolgsgeschichten in den seit 1998 vergangenen Jahren keine Selbstverständlichkeit waren und sind, zeigt ein Blick zurück – quasi der Versuch einer Zwischenbilanz der Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH in einer schwierigen Zeit. Und die kann

sich durchaus sehen lassen. Natürlich ist es so, dass stetig wachsende Zahlen bei Gästeankünften und Übernachtungen in der Region auf etliche Faktoren zurückgehen – zuallererst auf die Investitionen und Aktivitäten der Leistungsträger in der Tourismuswirtschaft. Doch es ist auch so, dass die Regio als Einrichtung der Großstadt Augsburg wie der Nachbarlandkreise Aichach-Friedberg und Augsburg punktuell nicht nur steuernd und werbend eingreifen, regulieren und informieren, fordern und fördern konnte, sondern dass sie darüber hinaus einige nachhaltige Anstöße gab und neue Akzente setzte.

Nehmen wir das Jahr 2019: Augsburgs historische Wasserwirtschaft, das „Augsburger Wassermanagement-System“, wurde im Juli zum UNESCO-Welterbe. Ganz am Anfang dieser Entwicklung, heute fast vergessen, stand die Regio Augsburg Tourismus GmbH. Die Regio war es, die die richtigen Fragen stellte und im Rahmen eines von ihr beauftragten Ideenpapiers eine Anregung des Agenturchefs und Autors Martin Kluger Ende 2010 an das Kulturreferat weitergab. Die Regio war es, die 2011 mit ihrer Präsentation im Stadtrat den Anstoß zur erfolgreichen Interessenbekundung gab. Die Regio begleitete das Verfahren auch in schwierigen Phasen mit Publikationen, Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen bis in das Bewerbungsverfahren. Augsburgs Wasser ist jetzt Welterbe, und die Regio – das darf mit Fug und Recht behauptet werden – hat einen großen Anteil an diesem international beachteten Prädikat, das nicht nur dem Städte-, Bildungs- und Kulturtourismus, sondern auch der Messe-, Tagungs- und Kongresswirtschaft in Augsburg sowie in der Region neue Geschäftsfelder und Kundenkreise bringen sollte. Mit ihren Kampagnen und Publikationen zur Umweltkompetenz sowie zur Industriekultur in Augsburg war die Regio übrigens einer der Anstoßgeber in Sachen Bewerbungsidee.

Vieles ist eben rasch vergessen, wenn es erst einmal funktioniert. Die Regio bewirbt nicht nur aktuell den Tagungs- und Kongressstandort Region Augsburg, sie hat seit Langem für die Verbesserung der Rahmenbedingungen gearbeitet. Die Marke „Kongress am Park“ ist unter anderem ein Ausfluss dieser Arbeit. Und auch der klassische Tourismus sieht heute anders aus als 1998: Die Regio war es, die zum Beispiel 2001 die „Fuggerstadt“ Augsburg erst zum Tourismus-thema machte. Am Ende dieser Entwicklung steht das 2014 eröffnete „Fugger und Welser Erlebnismuseum“. Ab 2004 warb die Regio für den „Mozart-Tourismus“ in Augsburg. Schon 2000 machte die Regio Augsburg Tourismus GmbH mit ihrer Ausstellung im „Sisi-Schloss“ in Unterwittelsbach auch im „Wittelsbacher Land“ das Thema „Wittelsbacher“ zum touristischen Angebot. Auch beim „Bayerischen Hiasl“ und bei Ganghofer in Welden, bei der Königsbrunner Gedenkstätte zur Lechfeldschlacht oder beim „LandArt Kunstpark“ in Bonstetten war die Regio Augsburg Tourismus GmbH an der touristischen Aufwertung des Reiseziels Region Augsburg beteiligt. Die Vergangenheit lässt also für die Zukunft einiges erhoffen – qualitativ und quantitativ.

Johannes Hintersberger
 Johannes Hintersberger, MdL
 Vorstandsvorsitzender
 Verkehrsverein Region
 Augsburg e.V.

M. Heinrich
 Margarete Heinrich
 Aufsichtsratsvorsitzende
 Regio Augsburg
 Tourismus GmbH

A. Schmutterer
 Andreas Schmutterer
 Beiratsvorsitzender
 Regio Augsburg
 Tourismus GmbH

G. Beck
 Götz Beck
 Tourismusdirektor
 Regio Augsburg
 Tourismus GmbH



Augsburgs Wasser wird Welterbe – auch dank der Regio Augsburg
 Seit dem 6. Juli 2019 ist die Augsburger Wasserwirtschaft – der offizielle Titel lautet: „Augsburger Wassermanagement-System“ – UNESCO-Welterbe. Ein Titel, der nicht zuletzt dank der Starthilfe durch die Regio Augsburg Tourismus GmbH errungen wurde: Denn die Regio war Ende 2010 – also vom ersten Tag der Ideenfindung an – maßgeblich beteiligt. Die Regio präsentierte 2011 die Idee des Fachbuchautors Martin Kluger für die Interessenbekundung im Augsburger Stadtrat. Es war Tourismusdirektor Götz Beck, der von Anfang an (stets unterstützt von Johannes Hintersberger MdL, Vorstandsvorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V.) diese Idee mit Gesprächen, Vorträgen, den „Augsburger Wassertagen“ und Publikationen in die Stadtgesellschaft trug. Als Augsburgs Tourismusdirektor für die Wiederherstellung des 2013 abgebauten Wasserrads am Schwalblech – mithilfe der Stadtwerke – warb, war auch das nicht überall unumstritten: Nach der Zuerkennung des UNESCO-Prädikats war dieses Wasserrad das von Medien meistverwendete Symbolbild für das „Wassermanagement-System“. Noch im Juli 2019 konnte die Regio Augsburg übrigens alle Werbemittel für die UNESCO-Welterbe-Stätte präsentieren.



Augsburgs Tourismusdirektor Götz Beck im Vorstand des DTV
 Seit 1902 vertritt der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) die Reisebranche. 2019 wurde Regio-Chef Götz Beck erneut in den Vorstand des DTV gewählt. Als Mitglied der AG Tourismuspolitik und des Vorstands vertritt er die Interessen des Reiseziels Bayern.



Regio Augsburg Tourismus GmbH holt den 38. RDA nach Augsburg
 Nach intensiven Bemühungen von Tourismusdirektor Götz Beck und seiner Stellvertreterin Astrid Kellner gelang es der Regio Augsburg, mit dem „38. Tag der Bustouristik“ 2019 ein wichtiges Branchentreffen zu akquirieren und damit bundesweit für Augsburg zu werben. Der Internationale Bustouristik Verband e.V. veranstaltete hier sein Branchenforum zum Thema „Klimaschutz: Pole Position für den Bus“. Gesprächspartner waren unter anderem Markus Ferber – Mitglied des Europäischen Parlaments – und Johannes Hintersberger, MdL – Vorstandsvorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V. Beim Get-together in der Augsburger Puppenkiste glänzten RDA-Präsident Benedikt Esser und RDA-Hauptgeschäftsführer Dieter Gauf (mit Jim Knopf und Lokomotivführer Lukas) – abseits jeden Buslenkrads – als Marionettenspieler.



Regio Augsburg initiiert die Europäische Fuggerstraße
 Die Fuggerstadt Augsburg ist der Mittelpunkt, von dort führen viele Wege in (ehemalige) Bergbauregionen Europas, deren Gruben und Hüttenwerke die Augsburger Fugger legendär reich machten. Eine neue Kulturreiseroute – die „Europäische Fuggerstraße“ – führt jetzt zu Fuggerspuren nach Banská Bystrica in die Slowakei, nach Schwaz und Innsbruck in Tirol, Sterzing in Südtirol und Bad Hindelang im Oberallgäu. Eine Website und hochauflagige Broschüren werben jetzt in deutscher, englischer und slowakischer Sprache für das von der Regio initiierte Kooperationsprojekt. Zum Auftakt empfing OB Dr. Kurt Gribl die Partner dieser Tourismusroute im Rathaus.



Regio Augsburg wirbt für die Bayerische Landesausstellung
 Auf Einladung des Friedberger Ersten Bürgermeisters – „Schlossher“ Roland Eichmann – stellte die Regio Augsburg Tourismus GmbH im Wittelsbacher Schloss die Marketingmaßnahmen zur Bayerischen Landesausstellung „Stadt befreit. Wittelsbacher Gründerstädte“ im Jahr 2020 in Aichach und Friedberg vor. Fragen der Presse stellten sich neben dem Gastgeber auch Dr. Klaus Metzger, Landrat des Landkreises Aichach-Friedberg, Aichachs Bürgermeister Klaus Habermann, Johannes Hintersberger, MdL, Vorstandsvorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V., und Götz Beck, Tourismusdirektor der Regio Augsburg Tourismus GmbH. Verleger und Autor Martin Kluger präsentierte seinen in Kooperation mit der Regio Augsburg Tourismus GmbH zur Landesausstellung herausgegebenen Kulturreiseführer „Morde, Macht und Mythos: Geschichte, Denkmäler und Städte der Wittelsbacher im Wittelsbacher Land“.



Transnationales Fernradwanderprojekt in Augsburg beschlossen
 Das Wasser des Lechs verbindet Augsburg mit österreichischen Tourismusdestinationen in Tirol. Das Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ ist ein Höhepunkt der neuen, etwas mehr als 170 Kilometer langen Fernradwanderstrecke, die bis zur Mündung des Lechs in die Donau führt. Mit der Route werben seit 2019 der Tourismusverband Ferienregion Tiroler Lechtal und der Tourismusverband Naturparkregion Reutte auch für die Besichtigung der Denkmäler der Wasserwirtschaft in der Welterbe-Stadt Augsburg sowie im nördlichen Landkreis Augsburg.

Touristische Umsätze in der Region Augsburg nach Marktsegmenten

Piktogramm	Segment	Bruttoumsatz
	Privatvermieter (< 10 Betten)	18,7 Mio. €
	Gewerbliche Betriebe (ab 10 Betten inkl. Camping)	180,1 Mio. €
	Tagesreisen (Tagesausflüge, Tagesgeschäftsreisen)	834,9 Mio. €
Alle Segmente gesamt		1.033,7 Mio. €

Quellen: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019) und Berechnungen der IHK auf Grundlage der Studie „Die wirtschaftliche Bedeutung der Kultur für Augsburg“ (2008), Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. (dwif e.V.)

Touristische Umsätze in Augsburg nach Marktsegmenten

Piktogramm	Segment	Aufenthaltsstage/Übernachtungen	Ø Tagesausgaben	Bruttoumsatz
	Übernachtung bei Bekannten, Verwandten	257.841	27,30 €	8,7 Mio. €
	Gewerbliche Betriebe (ab 10 Betten inkl. Camping)	859.470		124,2 Mio. €
	davon: 30 % Kurzurlauber	257.841	128,90 €	33,2 Mio. €
	40 % Messe, Tagung, Kongress	343.788	160,00 €	55,0 Mio. €
	30 % Geschäftsreisen	257.841	140,00 €	36,0 Mio. €
	Tagesreisen (Tagesausflüge, Tagesgeschäftsreisen)	ca. 19,3 Mio. Personen	27,30 €	526,9 Mio. €
Alle Segmente gesamt				659,8 Mio. €

Berechnungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH, DTV-Studie, Bayerisches Landesamt für Statistik, DEHOGA Gastgeber Bayern 1. Quartal 2020, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. (dwif e.V., 2018)

Touristische Umsätze im Lkr. Aichach-Friedberg nach Marktsegmenten

Piktogramm	Segment	Aufenthaltsstage/Übernachtungen	Ø Tagesausgaben	Bruttoumsatz
	Privatvermieter (< 10 Betten)	75.876	47,30 €	3,6 Mio. €
	Gewerbliche Betriebe (ab 10 Betten inkl. Camping)	232.037	86,90 €	20,2 Mio. €
	Tagesreisen (Tagesausflüge, Tagesgeschäftsreisen)	ca. 4,08 Mio. Personen	27,30 €	111,4 Mio. €
Alle Segmente gesamt				135,2 Mio. €

Berechnungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH, DTV-Studie, Bayerisches Landesamt für Statistik, DEHOGA Gastgeber Bayern 1. Quartal 2020, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. (dwif e.V., 2018)

Touristische Umsätze im Lkr. Augsburg nach Marktsegmenten

Piktogramm	Segment	Aufenthaltsstage/Übernachtungen	Ø Tagesausgaben	Bruttoumsatz
	Privatvermieter (< 10 Betten)	134.525	47,30 €	6,4 Mio. €
	Gewerbliche Betriebe (ab 10 Betten inkl. Camping)	411.392	86,90 €	35,7 Mio. €
	Tagesreisen (Tagesausflüge, Tagesgeschäftsreisen)	ca. 7,2 Mio. Personen	27,30 €	196,6 Mio. €
Alle Segmente gesamt				238,7 Mio. €

Berechnungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH, DTV-Studie, Bayerisches Landesamt für Statistik, DEHOGA Gastgeber Bayern 1. Quartal 2020, Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. (dwif e.V., 2018)

Übernachtungsgäste, Ausflugs-gäste und Tages-geschäftsreisende generierten in der Region Augsburg im Jahr 2019 Umsätze in einer Größen-ordnung von circa einer Milliarde Euro.

Die Leitökonomie Tourismus ist ein Milliardenmarkt – und sichert die heimische Infrastruktur

Durch ihre Ausgaben für Übernachtungen beziehungsweise durch die mit ihrem Aufenthalt verbundenen Tagesausgaben verursachen Übernachtungsgäste, Ausflugs-gäste und Tagesgeschäftsreisende in der Region Augsburg jährlich Umsätze in einer Größenordnung von mehr als einer Milliarde Euro. Bemerkenswert ist die Bedeutung der Tagesreisenden (Umsatz in Augsburg allein 526,9 Mio. Euro*).

Zu den größten Nutznießern der Tages-ausgaben von Touristen zählt der lokale Einzelhandel. Diese Einnahmen gleichen teilweise die durch den Internethandel zu verzeichnenden Umsatzeinbußen aus. Die Leitökonomie Tourismus sorgt durch ihre Umsätze aber auch für die Stärkung anderer infrastruktureller Einrichtungen – vom Öffentlichen Nahverkehr bis hin zu den Kultureinrichtungen. Indirekt profitiert so auch die gesamte einheimische Bevölkerung von den Ausgaben der Touristen.

Auch für den Arbeitsmarkt hat der Tourismus einen hohen Stellenwert. Tourismus schafft und sichert besonders viele wohnortnahe Arbeitsplätze mit den unterschiedlichsten Qualifikationen und Anforderungen. So waren zum Beispiel laut einem Bericht in der „Augsburger Allgemeinen“ (25. März 2019) allein in Augsburg laut Agentur für Arbeit rund 6.300 Personen im Gastgewerbe tätig.

* Hinweis: Trotz des leicht gestiegenen Aufkommens an Tagesreisenden wird das statistisch ermittelte touristische Umsatzvolumen in Augsburg gegenüber dem Geschäftsbericht von 2018 etwas niedriger angesetzt. Der Grund dafür sind aktuell publizierte Zahlen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. (dwif e.V.). Nach Erhebung des dwif lagen die durchschnittlichen Ausgaben von Tagesreisenden pro Einzelperson im Jahr 2019 bei 27,30 Euro gegenüber den im Jahr 2018 angesetzten Ausgaben von rund 30,00 Euro als dem statistischen Mittelwert.

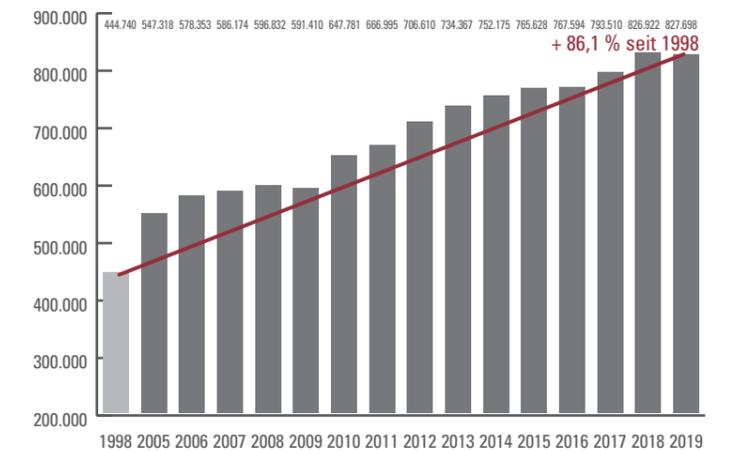
Bei Gästeankünften wie bei Übernachtungen: Rekordwerte für die gesamte Region Augsburg

Sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen* erreichte die Region Augsburg trotz des bereits sehr hohen Niveaus weitere Zuwächse.

Wichtig für das Verständnis für die Bedeutung des Tourismus ist außerdem das Wissen, dass das besonders umsatzstarke Marktsegment der Tagesreisenden in diesen Zahlen nicht erfasst wird. Dass aber gerade Augsburg bei den Tagesausflüglern ein gern besuchtes Reiseziel ist, lässt sich zum Beispiel von der positiven Entwicklung der Zahl der bei der Regio Augsburg Tourismus GmbH registrierten Stadtrundgänge ableiten.

- * Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik
- 1) „Erhoben wird die Anzahl der Gäste, die im Berichtszeitraum in einem Beherbergungsbetrieb angekommen sind und dort vorübergehend ein Gästebett belegt haben.“ (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik). Gästeankünfte beinhalten nicht die weitaus höhere Zahl an Tagestouristen (Tagesreisen und Tagesgeschäftsreisen).
 - 2) Erfasst werden Betriebe mit mindestens zehn Betten seit 1. Januar 2012 (vorher waren es Betriebe ab neun Betten). Dies bedeutet, dass die meisten Ferienwohnungen nicht in der Statistik enthalten sind.

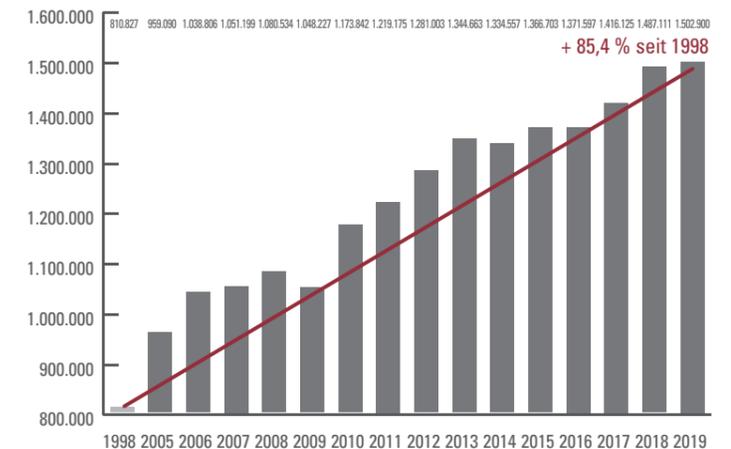
Ankünfte in der Region Augsburg gesamt



Region Augsburg (2018 – 2019: +0,9 %)

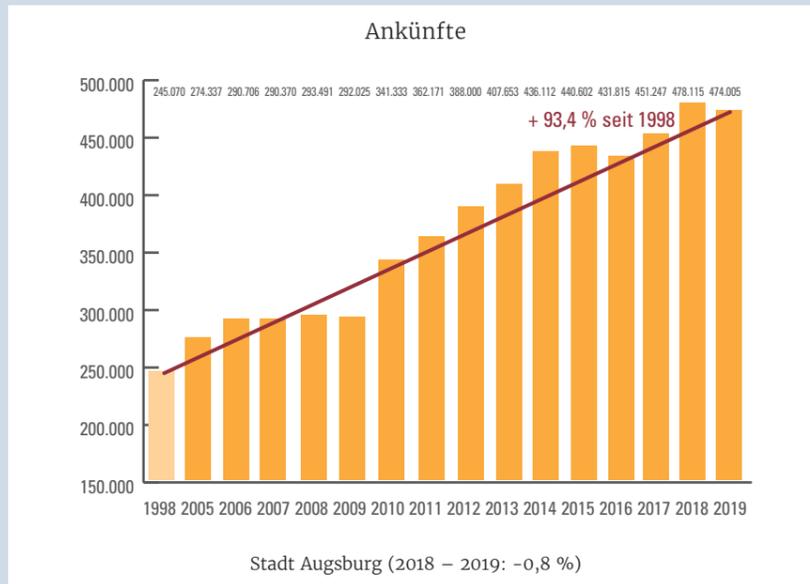
2019 erreichte die Region mit 827.698 Gästeankünften ein neues Rekordergebnis. Im Vergleich zum Jahr 1998 ergibt sich bei den Ankünften ein Plus von 86,1 % – und damit im Durchschnitt ein jährliches Wachstum von 4,1 %.

Übernachtungen in der Region Augsburg gesamt

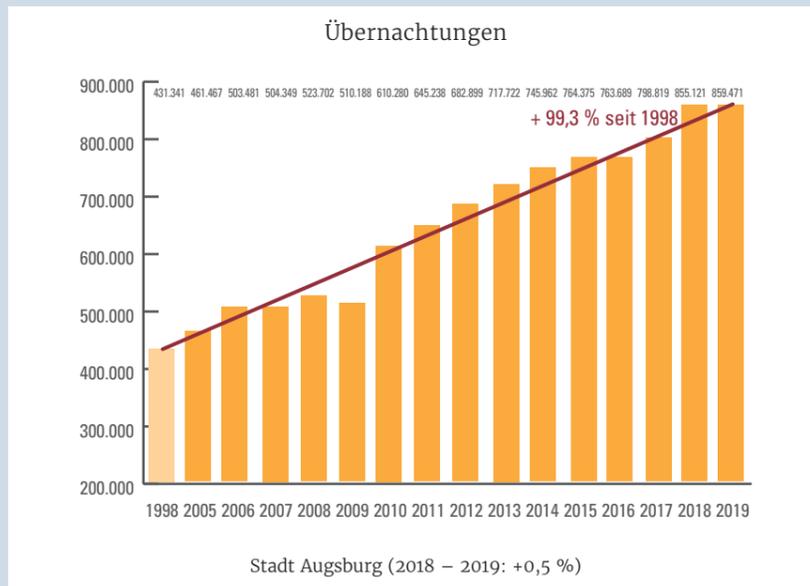


Region Augsburg (2018 – 2019: +1,1 %)

Der Blick in die Statistik des Jahres 2019 zeigt: Die Region Augsburg hat erstmals in einem Kalenderjahr die Schwelle von anderthalb Millionen Übernachtungen überschritten.



Die Zahl der Ankünfte ist gegenüber dem Vorjahr fast gleich geblieben. Seit 1998 hat sie sich fast verdoppelt.



Nach dem Anstieg der Übernachtungen von 2017 auf 2018 um 7 % hat sich die Zahl auf dem hohen Niveau gehalten. Fast 860.000 Übernachtungen wurden vom Bayerischen Landesamt für Statistik für das Jahr 2019 ermittelt.

Augsburg: der Corona-Virus wird das starke Wachstum abbremsen

Der Rekord von 2018 bei den Gästeankünften in Augsburg wurde 2019 mit 474.005 Gästeankünften nur knapp verpasst. Doch die Zahl der Übernachtungen ist auch 2019 neuerlich gestiegen, seit 1998 um mittlerweile fast 100 %. 859.471 Übernachtungen im Berichtsjahr waren ein neuer Höchstwert. Die äußerst positive Entwicklung seit 1998 wird durch die Aus- und Nachwirkungen der Corona-Krise wohl empfindlich beeinträchtigt werden.

Die auf lange Sicht dennoch gute Entwicklung liegt am regen Geschäftsreiseverkehr, an der Messe Augsburg, den Unternehmen der Kongress- und Tagungswirtschaft, an den heimischen Unternehmen und Einrichtungen. Aber auch Städtereisen boomen*. Mit einem überdurchschnittlichen Wachstum von 8 % generieren Städtereisen mittlerweile einen weltweiten Marktanteil von fast 30 %. Auch Augsburg profitiert vom Trend zu Städtereisen. Sie basieren hier auf der langen Geschichte, der Vielfalt an Sehenswürdigkeiten und großen Namen. Der Welterbe-Titel wird das Besucheraufkommen erhöhen.

Bei traditionellen Geschäftsreisen ist bundesweit zwar eher ein Rückgang zu verzeichnen, der jedoch durch Zuwächse im MICE-Segment (Meetings, Incentives, Conventions, Events) kompensiert wird. In Deutschland lag das Wachstum 2019 bei überdurchschnittlichen 4 % (Europa insgesamt 2 %). Insbesondere für Unternehmen, Institutionen und Verbände aus dem Bereich der Wasserwirtschaft ist Augsburg aufgrund seines Welterbe-Titels der prädestinierte Tagungs- und Kongressstandort. Eine entsprechende Kampagne in Kooperation mit KUMAS, den Stadtwerken, den Lechwerken und dem VDI wurde initiiert. Davon wird das Kongresszentrum „Kongress am Park“ ebenso profitieren wie die anderen Häuser im Tagungs- und Kongressbereich in der Region. Bei „Kongress am Park“ entfielen zuletzt annähernd 50 % der Veranstaltungen auf den MICE-Bereich. Rund 20 % der Veranstaltungen waren mehrtägige Kongresse und Tagungen. Die Regio arbeitet daran, den Anteil der Veranstaltungen im MICE-Bereich zu erhöhen. Von ihnen profitieren Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und Dienstleister (ähnlich wie bei Messen) am stärksten.

*Quelle: World Travel Monitor, November 2019

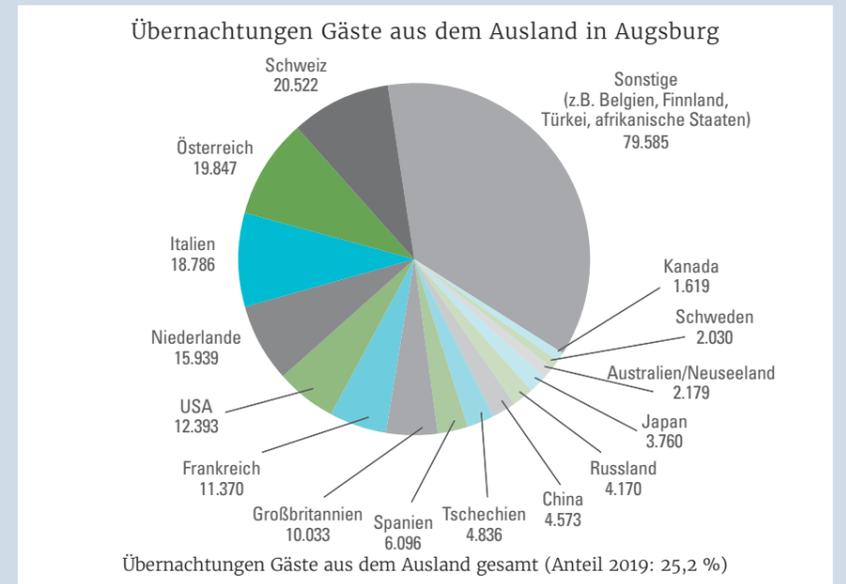
Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland – Schweizer haben den größten Marktanteil

Die ausländischen Gäste hatten 2019 in Augsburg wiederum einen Anteil von 25 % aller Übernachtungen. Den größten Marktanteil an den Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland hatten die Gäste aus der Schweiz, Österreich und Italien. 2019 war die Schweiz das Herkunftsland mit der größten Zahl an Übernachtungen – insgesamt 20.522 wurden registriert. Im Jahr 2018 war Italien, noch vor der Schweiz, das Herkunftsland der meisten Übernachtungsgäste in Augsburg gewesen. 2018 hatten die Österreicher bei den Übernachtungen noch die drittstärkste Gruppe gestellt. Die Gäste aus den Niederlanden lagen 2019 – wie bereits im Jahr 2018 – auf Platz vier.

Bemerkenswert ist die Zunahme der Gäste aus Japan. Die absolute Zahl ist zwar nicht hoch (3.760 Übernachtungen im Jahr 2019). Dies entspricht aber einer Steigerung von 21,5 % gegenüber dem Vorjahr.

Eine Umfrage des World Travel Monitor im September 2019 zum Thema Sicherheitsimage von Reisezielen hat ergeben, dass Länder wie die USA, Mexiko, Südafrika oder auch Frankreich erhebliche Defizite beim Sicherheitsimage aufweisen. Als sicheres Reiseziel mit geringer Terrorgefahr wurde zum Beispiel auch Deutschland eingeschätzt. In Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten wurden hier annähernd 90 Mio. Übernachtungen von ausländischen Gästen registriert. Das sind deutschlandweit ungefähr 2,2 Mio. Übernachtungen internationaler Touristen mehr als im Vorjahr*.

Das Gästeaufkommen aus dem Ausland sollte in den kommenden Jahren – nach dem Ende der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Reisebeschränkungen – weiter wachsen. Denn: „Der Titel Welterbe ist bares Geld wert“ – so lautete schon 2009 eine Schlagzeile in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ)**. Und für den Tourismus mit Gästegruppen aus dem – insbesondere auch überseeischen – Ausland ist das Prädikat eines UNESCO-Welterbe-Titels von hoher Bedeutung. „Die Marke ‚UNESCO-Welterbe‘ verbinden ausländische Gäste zunehmend stärker mit hohen Qualitätsstandards und erlebbarer Nachhaltigkeit.“***



Übernachtungen von Schweizern haben unter den Gästen aus dem Ausland den größten Marktanteil – dicht gefolgt von den Gästegruppen aus Österreich und Italien.

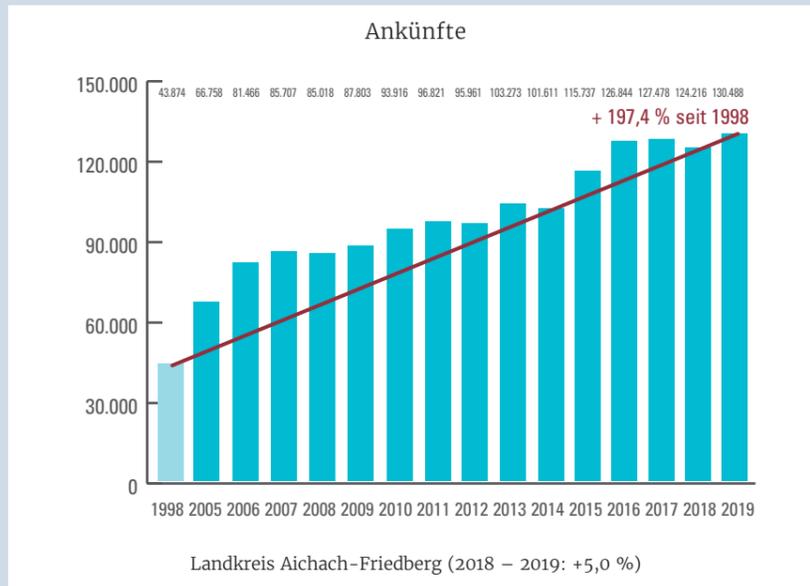


*Quelle: www.germany.travel

**Quelle: www.faz.net/aktuell/wirtschaft/tourismus-der-titel-welterbe-ist-bares-geld-wert-1845218.html

***Quelle: www.regensburg-digital.de/top-100-der-reiseziele-unesco-welterbe-aber-mals-sehr-beliebt/12082015/

Denkmäler des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“ waren schon in den letzten Jahren beliebte Besuchermagneten. Für den Tourismus mit Gästegruppen aus dem – nicht zuletzt auch überseeischen – Ausland steht das Prädikat eines UNESCO-Welterbe-Titels für nachhaltige Erlebnisse.



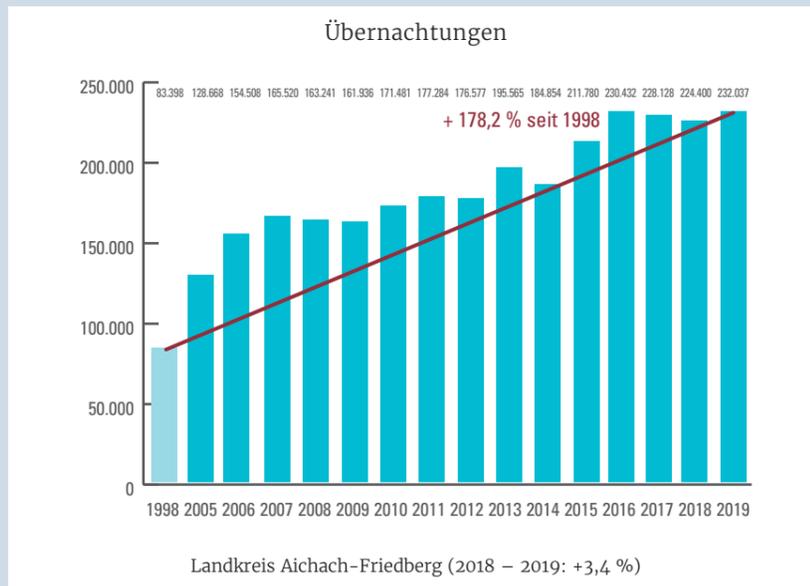
Erhebliche Zuwächse sind bei den Gästeankünften im Landkreis Aichach-Friedberg zu verzeichnen. Seit 1998 ist eine Steigerung um mehr als 190 % – also annähernd eine Verdreifachung ihrer Anzahl – zu registrieren.

Landkreis Aichach-Friedberg: Zuwächse auf hohem Niveau

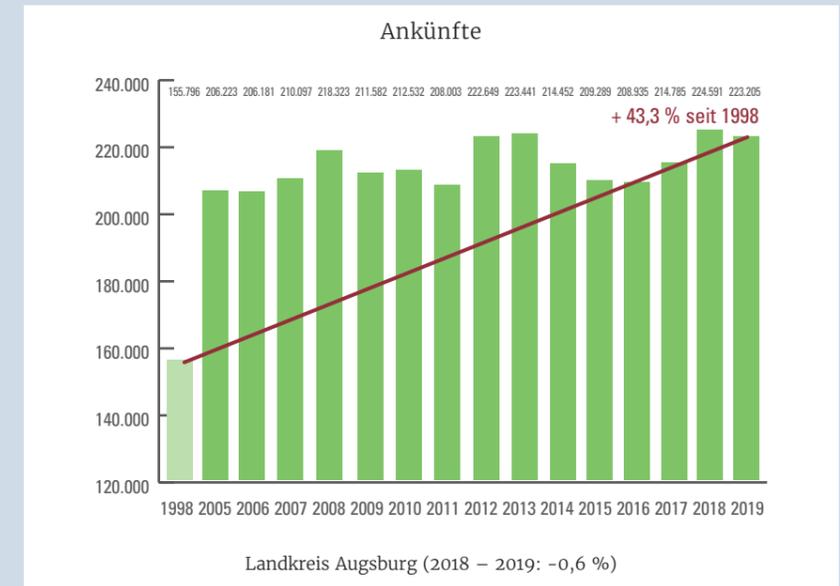
Die Zahl bei den Gästeankünfte war 2018 im Landkreis Aichach-Friedberg gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig gewesen. Doch diese kleine „Delle“ in der Statistik konnte schon 2019 wieder ausgeglichen werden. Insgesamt 130.488 registrierte Gästeankünfte bedeuteten für das „Wittelsbacher Land“ einen neuen Rekordwert.

Auch die Anzahl der registrierten Übernachtungen stieg im Berichtsjahr 2019 auf einen neuen Höchststand. Mit insgesamt 232.037 Übernachtungen nähert sich der Landkreis Aichach-Friedberg immer mehr der Schwelle von einer Viertelmillion Übernachtungen an. Auch diese Zahl bedeutete für den Landkreis einen neuen Rekordwert.

Noch Anfang des Jahres 2020 war man allgemein davon ausgegangen, dass sich die Bayerische Landesausstellung „Stadt befreit. Wittelsbacher Gründerstädte“ in Aichach und Friedberg in den Statistiken des „Wittelsbacher Lands“ sehr positiv auswirken würde. Inwieweit sich die bis zum Ausbruch der Corona-Pandemie erwarteten Zuwächse für das laufende Jahr wenigstens noch ergebnisverbessernd einstellen werden, hängt (auch angesichts der – später als ursprünglich geplant – am 10. Juni eröffneten Landesausstellung) von der weiteren Entwicklung des Tourismus in den kommenden Monaten ab.



Im Landkreis Aichach-Friedberg ist seit 1998 bei den Übernachtungen ein Plus von 178,2 % zu verzeichnen.



Der Vergleich der Gästeankünfte im Jahr 1998 mit den Zahlen im Jahr 2019 ergibt für den Landkreis Augsburg ein Plus von 43,3 %.

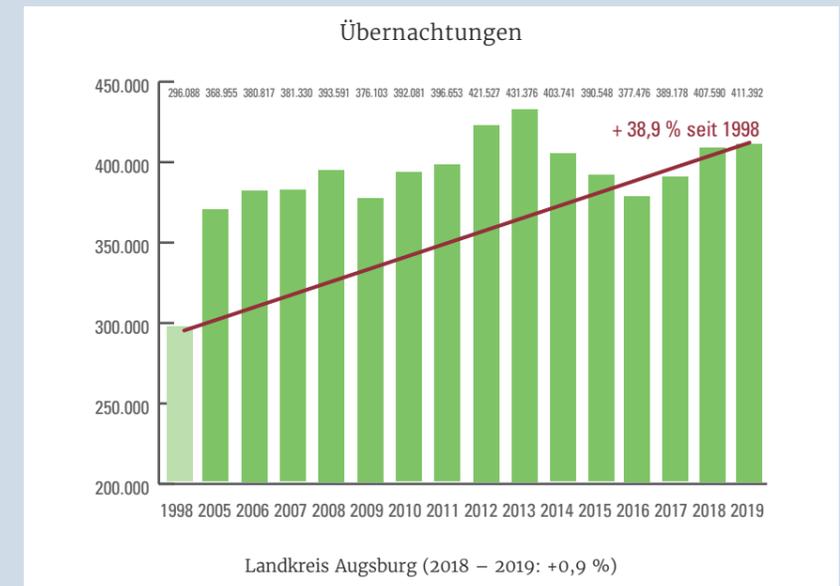
Landkreis Augsburg: höhere Bettenzahl, mehr Übernachtungen

Seit dem Jahr 2014 hatten mehrere vom Tourismus unabhängige Entwicklungen zu einem Rückgang der Bettenzahlen im Landkreis Augsburg geführt. Dies zog in den Folgejahren eine Stagnation sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen im Landkreis Augsburg nach sich. Mittlerweile machen sich aber erhöhte Bettenkapazitäten im Landkreis Augsburg positiv bemerkbar.

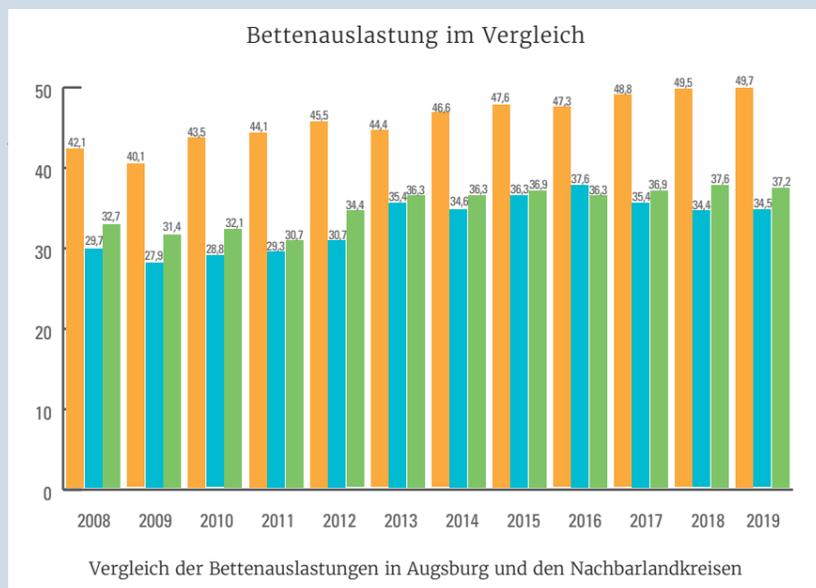
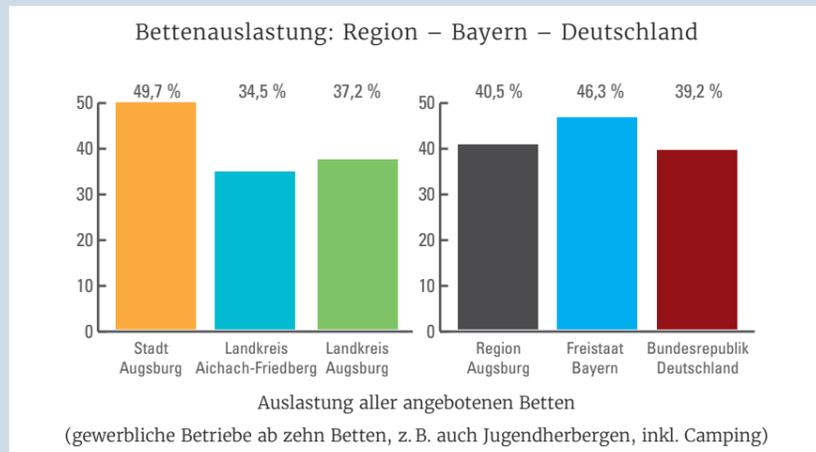
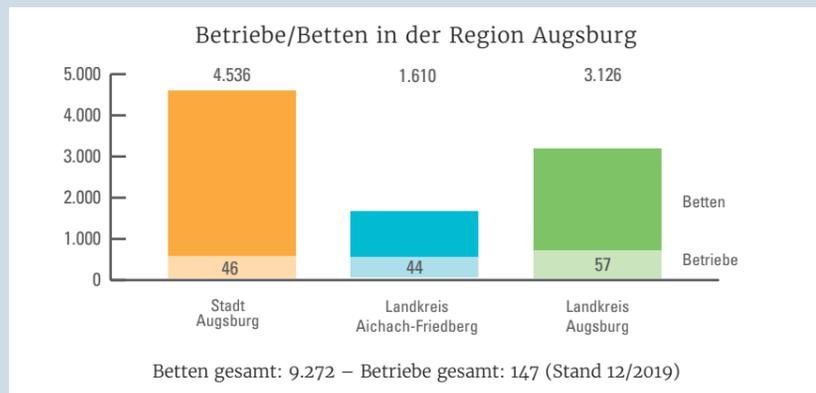
Mit 223.205 Gästeankünften erreichte der Landkreis im Berichtsjahr 2019 mit einem minimalen Rückgang von 0,6 % annähernd den Rekordwert aus dem Vorjahr. 411.392 registrierte Übernachtungen im Jahr 2019 ergaben gegenüber 2018 dennoch ein leichtes Plus von 0,9 %.

Bei den Übernachtungszahlen im Landkreis Augsburg stabilisiert sich der positive Trend, der seit dem relativ schwachen Tourismusjahr 2016 zu registrieren ist. Zum zweiten Mal in Folge überstieg die Zahl der Übernachtungen im „Augsburger Land“ die Schwelle von 400.000. Insgesamt führt die Statistik für das Berichtsjahr 411.392 Übernachtungen auf – das ist gegenüber 2018 ein Zuwachs von 0,9 %. Dieses Plus ist auch dem leichten Zuwachs an Betten im Landkreis Augsburg geschuldet – obwohl die Zahl der Übernachtungsbetriebe im Jahre 2019 von 60 auf 57 sank, stieg dort die Zahl der angebotenen Betten leicht an.

Angesichts der geplanten neuen Bettenkapazitäten beziehungsweise der bereits im Bau befindlichen neuen Übernachtungsbetriebe im Landkreis Augsburg dürfte sich dort der positive Trend sowohl bei der Zahl der Gästeankünfte als auch bei der Zahl der Übernachtungen perspektivisch absehbar weiter verfestigen.



2019 gab es eine leichte Steigerung bei den Übernachtungen von 0,9 %. Der Vergleich der Jahre 1998 und 2019 ergibt ein Plus von 38,9 %.



Sowohl die Anzahl der Übernachtungsbetriebe als auch die Bettenauslastung ist – trotz aller Schwankungen in den letzten Jahren – insgesamt und auf lange Sicht in der Region Augsburg signifikant gestiegen.

Aktueller Stand der Zahl der Beherbergungsbetriebe und Betten in der Region Augsburg

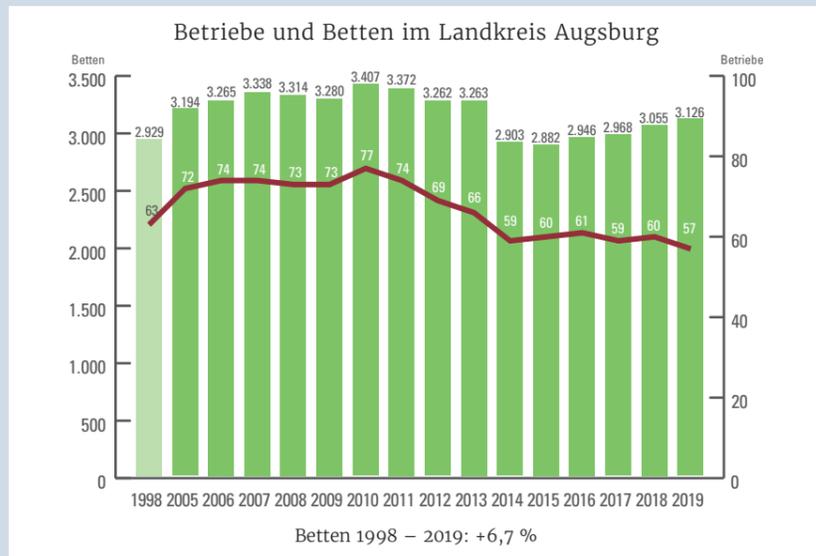
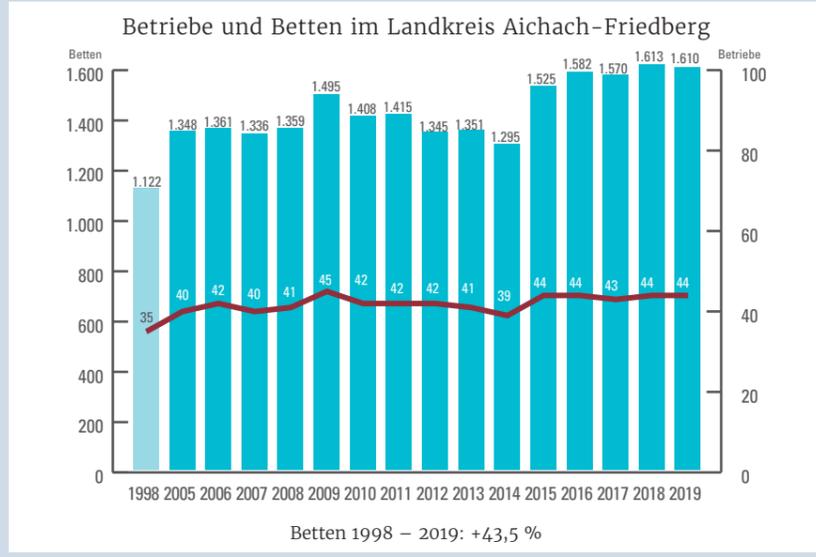
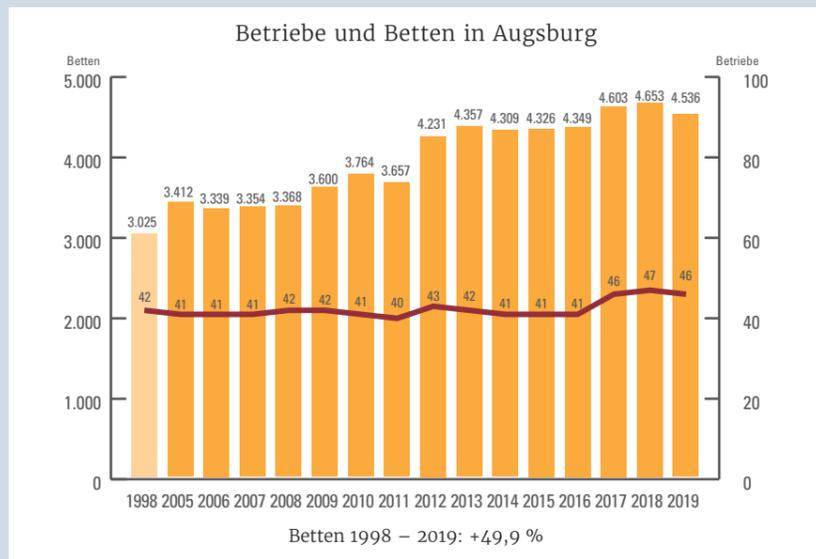
Die Zahl der Beherbergungsbetriebe ist im Berichtsjahr 2019 sowohl in Augsburg als auch im Landkreis Augsburg leicht zurückgegangen. Während dies in Augsburg (ein Betrieb weniger) zu einer Reduzierung der Bettenzahl (122 weniger) führte, stieg im Landkreis Augsburg die Zahl der Betten im Vergleich zum Vorjahr trotz der Reduzierung um drei Betriebe sogar um 71 Betten.

Bettenauslastung in Augsburg erneut weit über dem bayerischen und deutschen Durchschnitt

Bei der Bettenauslastung* in der gesamten Region Augsburg wird der Zusammenhang mit dem Tourismusmagneten Augsburg deutlich. Die in Augsburg registrierte Bettenauslastung von 49,7 % hebt das Gesamtergebnis der Region Augsburg auf ein Niveau, das leicht über dem deutschen Mittelwert liegt (Region 40,5 %, Deutschland 39,2 %).

Über dem bayerischen Mittelwert – nämlich 7,3 % höher – lag im Berichtsjahr die Bettenauslastung in der Stadt Augsburg (Augsburg 49,7 %, Bayern 46,3 %). Im Vergleich mit der deutschlandweiten Bettenauslastung lag die Bettenauslastung in Augsburg in Relation 26,8 % über dem Bundesdurchschnitt (Augsburg 49,7 %, Deutschland 39,2 %).

*Hinweis: Bei der Bewertung der Bettenauslastung kommt es des Öfteren zu einer fehlerhaften Interpretation: Eine Bettenauslastung von rund 50 % bedeutet zum Beispiel nicht, dass nur rund 50 % der Hotelzimmer belegt sind. Da sehr viele als Einzelzimmer gebuchte Hotelzimmer mit zwei Betten ausgestattet sind, liegt die Zimmerbelegung signifikant höher. Erfahrungsgemäß führt eine Bettenauslastung von rund 50 % zu einer Zimmerbelegung von circa 75 %. Statistisch wird derzeit jedoch nur die Bettenauslastung erfasst.



Entwicklung und Perspektiven der Betriebe und Betten in der Region

Bei Betten und Betrieben war in Augsburg und in den Landkreisen in den vergangenen 20 Jahren ein leichtes Wachstum zu verzeichnen. Die Großstadt Augsburg verfügt aber in Relation zu vergleichbaren Städten wie Würzburg und Regensburg über deutlich geringere Kapazitäten. Augsburg wurde aber als Standort mit hohem Potenzial erkannt. Auch ausgelöst durch die Entwicklungen auf den Finanzmärkten wird derzeit verstärkt in Gewerbeimmobilien investiert.

- Bettenzahlen und Bettenauslastungen im Jahr 2019 im Vergleich:
- Nürnberg 18.600 52,1 %
 - Freiburg 10.142 50,2 %
 - Regensburg 6.518 47,5 %
 - Augsburg 4.536 49,7 %
 - Erlangen 3.278 42,9 %
 - Fürth 2.030 49,6 %

2020 werden in Augsburg drei neue Hotels mit rund 800 Betten eröffnet. Im Jahr 2021 kommen vier weitere Hotels mit insgesamt 1.100 Betten hinzu, außerdem ein Hotel im Landkreis Augsburg mit 440 Betten. Das bedeutet, dass die Anzahl der in Augsburg angebotenen Betten im Jahr 2020 um mehr als 24 % auf dann voraussichtlich mehr als 5.600 steigen wird. Die 2021 geplante Zahl der Betten im Landkreis Augsburg (voraussichtlich 3.566) wäre ein Plus um über 14 %.

Die neu entstehende Bettenkapazität* wird die Vermarktung des Tagungs- und Kongressstandorts Augsburg erleichtern. Darüber hinaus ist zu erwarten, dass die neuen Betriebe durch Werbemaßnahmen bei den Zielgruppen Kongress- und Tagungsgäste, Städtereisende und Familienurlauber positive Effekte auch für am Standort bestehende Betriebe generieren werden. Es wird zu beobachten sein, wie sich die zusätzlichen Kapazitäten auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der bestehenden Unternehmen auswirken. Weitere Hotelprojekte sind für 2022 geplant. Es kann jedoch sein, dass Investoren wegen der Corona-Krise ihre Pläne überdenken, falls sich die Voraussetzungen geändert haben.

*Hinweis: Angabe der Bettenzahlen basiert auf Schätzwerten und Berichten der „Augsburger Allgemeinen“.

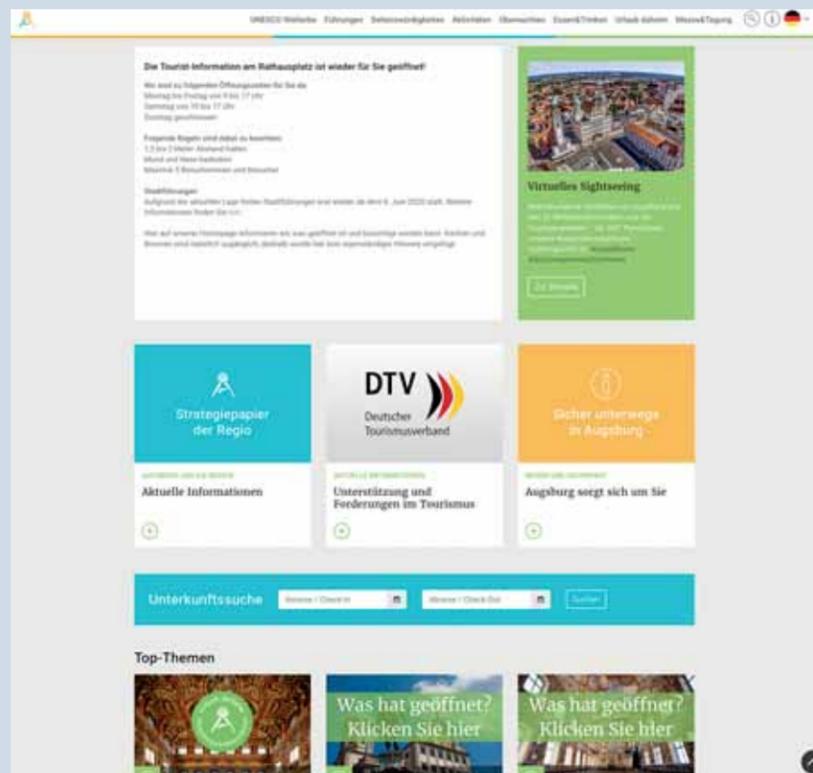
Die Bettenkapazität in der gesamten Region Augsburg ist 2019 situativ leicht gesunken. Größere Zuwächse stehen ab 2020 an.

Reaktionen auf die Corona-Krise: verstärkte Digitalisierung und die Kampagne „Urlaub daheim“

Die Corona-Pandemie, so ein EU-Kommissar im Frühjahr 2020, „treffe wohl keinen Wirtschaftszweig so hart wie die Reisebranche“. Die Vertreter der Tourismuswirtschaft in der Region kämpften in diesen Tagen um jeden Biergartentisch und um jedes Hotelbett. In den Tagen der Corona-Pandemie hatte Augsburgs Tourismusdirektor Götz Beck in seiner Funktion als Vorstandsmitglied des Deutschen Tourismusverbands (DTV) zahlreiche Telefonate und Mails zu nationalen und bayerischen Tourismusinteressen zu absolvieren. In erster Linie stand für den Chef der Regio Augsburg Tourismus GmbH, zugleich Geschäftsführer der Kongress am Park Betriebs GmbH, in diesen Tagen jedoch Denk- und Schreibearbeit an. Um der heimischen Tourismuswirtschaft Unterstützung zu geben, war schnelles Reagieren gefragt.

Bei der bundesweiten DZT-Kampagne (Titel: „#DiscoverGermanyFromHome“) arbeitet die Regio (wie bei Städtereisen) mit Partnern (Bayern Tourismus Marketing, Deutsche Bahn, Arge Romantische Straße, Tourismusverband Allgäu/Bayerisch Schwaben) zusammen. Für die regionale Kommunikation stellt die Regio Augsburg Tourismus GmbH nicht nur aktuelle Informationen und Tipps zu wieder

Die Region und ihre Angebote sollen in Zeiten der Kontaktbeschränkungen und Veranstaltungsverbote attraktiv kommuniziert werden. Über die Homepage der Regio werden Augsburg und sein Welterbe, „Kongress am Park“ und das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ (Bild Seite 13) als Angebote der Region Augsburg virtuell vermittelt.



möglich gewordenen Angeboten für die Naherholung und für den Ausflugstourismus in den Wochen der Corona-Krise zusammen: Diese Angebote der Region Augsburg werden über die Homepage der Regio, über soziale Medien sowie Broschüren beworben.

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat insbesondere ein Strategiepapier erarbeitet, das die Überlegungen und Maßnahmen zusammenfasst, welche der Tourismusbranche, den Hoteliers, Gastronomen und touristischen Dienstleistern in der Phase der Pandemie helfen können. Wesentlich war die Werbung für den Kongress- und Tagungsstandort Region Augsburg, dessen Wertschöpfung „in der Zeit danach“ auch den Übernachtungs-

Mit verstärkter Digitalisierung und schnellstmöglicher Kommunikation über das Internet hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH ab März 2020 auf die Corona-Krise reagiert.

betrieben, Gastronomen und Dienstleistern in der gesamten Region ihren Re-Start besonders wirkungsvoll erleichtern könnte.

Am 11. Mai 2020 konnte auch die Tourist-Information am Augsburger Rathausplatz wieder öffnen. Dort und an Verteilstellen in der Stadt informiert die Regio Augsburg Tourismus GmbH mit aktuell produzierten Broschüren, die die jeweiligen Möglichkeiten aufzeigen, die Augsburg und die Region mit Biergärten und Straßencafés, Restaurants



Das Kampagnenlogo „Urlaub daheim“ setzt die Regio in Printmedien wie in ihrer Website ein. Der Hashtag „augsburgwiederentdecken“ hilft bei der schnellen Verbreitung über die sozialen Medien.



und Übernachtungsbetrieben, Museen, Zoo, Fuggerei und anderen Zielen Erholungssuchenden, Ausflugsgästen und „klassischen“ Städtetouristen anbieten können.

Diese Informationen gehören zu den Maßnahmen im Rahmen der DZT-Kampagne „#DiscoverGermanyFromHome“. Angeregt von Oberbürgermeisterin Eva Weber entwickelte die Regio die Kampagne „Urlaub daheim“. Die Inhalte von Broschüren mit dem Titel „Urlaub daheim. Das Erlebnis Augsburg und die Region wiederentdecken“ und eine Reihe weiterer Ausflugstipps für Touristen wie für Bewohner des Umlands findet man auch auf der Website der Regio. Tourismuswerbung über soziale Medien betreibt die Regio unter „#augsburgwiederentdecken“.

Da gerade in den Monaten des relativen Stillstands das Internet eine noch größere Rolle spielt als sonst, verweisen diese

Werbemittel auf etliche Möglichkeiten, die Großstadt und ihre beiden Nachbarlandkreise Aichach-Friedberg und Augsburg trotz aller Einschränkungen auf digitalem Weg zu erkunden oder wieder zu entdecken.

Dieses Angebot soll nicht zuletzt auch der Tagungs- und Kongresswirtschaft zugute kommen: So werben zum Beispiel seit Kurzem elf 360°-Ansichten auf der Website von „Kongress am Park“ um Veranstalter in der Zeit nach den Kontaktbeschränkungen und Veranstaltungsverbots. Wer will, kann damit virtuell durch den Wittelsbacher Park schlendern und die denkmalgeschützte, für die 1970er typische Sichtbetonarchitektur samt Inneneinrichtung besichtigen. Auch die „Kunstschätze des Zaren“ im Maximilianmuseum Augsburg, das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“, ein „Digitaler Geschichtspfad“ zur Schlacht auf dem Lechfeld und viele andere Attraktionen mehr können über das Internet besucht und besichtigt werden. Die Unternehmen und Einrichtungen der Tourismuswirtschaft in der Region Augsburg finden auf der Website zudem ein aktuell erarbeitetes Strategiepapier der Regio (mehr dazu siehe auf Seite 14), eine nach innen wirkende Kommunikationsmaßnahme der Regio als Reaktion auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie.



Unter anderem mit einer Zeitungsanzeige in der „Augsburger Allgemeinen“ hat die Regio auf zahlreiche Maßnahmen im Rahmen ihrer Kampagne „Urlaub daheim“ informiert.



Die seit dem 11. Mai wieder geöffnete Tourist-Information am Rathausplatz ist gerade in Corona-Zeiten eine wichtige Anlaufstelle nicht nur für Touristen.

Mit stetig aktualisierten Broschüren wirbt die Regio für den „Urlaub daheim“, aber auch für die Stadtführungen, die nach Lockerungen der Kontaktbeschränkungen wieder machbar werden.



Reaktion auf die Corona-Krise: das Strategiepapier der Regio – auf kurze wie auf lange Sicht

In Zeiten der Corona-Pandemie hatte die Regio Augsburg Tourismus GmbH im Frühjahr 2020 über ihre langfristige Marketing-Strategie hinaus auch aktuelle Maßnahmen zu initiieren, die der Tourismusbranche in der Region den bevorstehenden Re-Start erleichtern sollen. Auf diese Situation reagierte die Regio umgehend mit einem zweigleisig konzipierten Positionspapier – mit einer kurzfristig wirksamen und einer langfristigen Strategie für die Tourismusregion.

Das Strategiepapier, das mit Unterstützung durch die concret Werbeagentur GmbH Augsburg erstellt wurde, hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH an die rund 400 Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg gemailt. Diese Maßnahme diente zum einen der Information der Betriebe und Partner. Zum anderen sollten Unternehmen wie Einzelpersonen die Möglichkeit erhalten, eigene Ideen, Vorschläge und Forderungen einzubringen. Diese Möglichkeit zur Mitwirkung haben nicht nur die Landkreise Aichach-Friedberg und Augsburg, sondern auch etliche Mitglieder der Regio Augsburg Tourismus GmbH wahrgenommen. Ihre Anregungen und Wünsche flossen in das Strategiepapier mit ein.

Das Positionspapier mit dem Titel „Die Strategien der Regio Augsburg Tourismus GmbH“ wird außerdem über den Tag hinaus aktualisiert und verbessert werden. Das von Tourismusdirektor Götz Beck zusammengestellte Papier wurde gemeinsam mit Johannes Hintersberger, MdL, dem Vorstandsvorsitzenden des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V., Margarete Heinrich,

der Aufsichtsratsvorsitzenden der Regio Augsburg Tourismus GmbH, sowie dem Beiratsvorsitzenden Andreas Schmutterer erarbeitet. Das neunseitige Positionspapier kann auf der Startseite der Homepage der Regio Augsburg Tourismus GmbH nachgelesen werden.

Das neun Seiten umfassende Strategiepapier erstellten Johannes Hintersberger, MdL, Vorstandsvorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V., Margarete Heinrich, Aufsichtsratsvorsitzende der Regio Augsburg Tourismus GmbH, Beiratsvorsitzender Andreas Schmutterer sowie Tourismusdirektor Götz Beck.



REGIO AUGSBURG Tourismus

Touristinformation:
Rathausplatz 1
Telefon 0821 50207-0
Telefax 0821 50207-45
tourismus@regio-augsburg.de
www.augsburg-tourismus.de

Tourismuskonzeption:
Schiedgrabenstraße 14
86150 Augsburg
Telefon 0821 50207-30
Telefax 0821 50207-47
regio@regio-augsburg.de

Sitz der Gesellschaft:
Augsburg
Reg. Gericht: Augsburg
HRB: 16 013
Erfüllungsort: Augsburg
Tourismuskonzeption:
Götz Beck,
Dipl.-Betriebswirt (FH)

Stadtparkasse Augsburg
IBAN: DE83 7205 0000 0810 0970 06
SWIFT-BIC: AUGSDE7XXX
Steuer-Nr.: 103/147/02021
Ust-IdNr.: DE191 0294 14

Augsburg, im Mai 2020

Die Strategien der Regio Augsburg Tourismus GmbH

Die aktuelle Krisen-Strategie – und die langfristige Strategie, die sich in der Krise bewährt

Die aktuellen und künftig noch zu erwartenden Auswirkungen der Corona-Pandemie, welche die Tourismusbranche, Hotellerie und Gastronomie sowie Kulturschaffende äußerst hart treffen, erzwingen erstmals eine Zweigleisigkeit der Strategie der Regio Augsburg Tourismus GmbH:

- eine reaktive, an der Corona-Krise und am **Re-Start orientierte kurzfristige Strategie**
- eine kontinuierliche Fortführung der Tourismusarbeit und **eine langfristig angelegte Strategie**

1. Die reaktive, an der Corona-Krise und am Re-Start orientierte kurzfristige Strategie

1.1. Vorbedingungen für die gesamte Tourismuswirtschaft in der Region

Die Corona-Pandemie wird die Tourismus- und MICE-Branche (MICE: Meetings, Incentives, Congress, Events) sowie die mit ihnen eng verbundenen Dienstleistungsbetriebe auf Jahre hin beeinflussen beziehungsweise beeinträchtigen. Ihre Auswirkungen werden auch dann noch zu spüren sein, wenn die derzeitigen Kontaktbeschränkungen abgeschwächt oder sogar aufgehoben sein werden. Die Corona-Pandemie wird die Tourismus-, Tagungs- und Kongresswirtschaft sowie ihre Partner möglicherweise weit über die Krisensituation hinaus beschäftigen und tradierte Abläufe und Erwartungshaltungen massiv verändern. „Die wirklichen Herausforderungen stehen [...] dann erst bevor. Zum jetzigen Zeitpunkt kann niemand seriös sagen, wie lange und in welcher Form diese Krise andauern wird, vor welche Herausforderungen sie die Gesellschaft, den Staat, die Wirtschaft und unsere Kommune stellen wird, welche Konsequenzen sie konkret für alle haben wird und – vor allem – welche Anstrengungen und den Einsatz welcher Ressourcen (und zwar in jeder Hinsicht) sie abverlangen wird. Diese Krise wird das Zusammenleben und Handeln, die Entscheidungen und vor allem die Entscheidungsspielräume nicht nur auf Monate, sondern vermutlich auf Jahre hinaus bestimmen.“ (Zukunftsplan für Augsburg – eine Stadt der Chancen für alle. Koalitionsvertrag 2020–2026 zwischen CSU und BÜNDNIS90/DIE GRÜNEN)

Das Ziel aller kurzfristigen Maßnahmen der Regio Augsburg Tourismus GmbH muss es sein, in Abstimmung mit ihrer langfristig angelegten Strategie Arbeitsplätze und selbstständige Existenzen zu erhalten, Einkommen zu sichern und touristische Strukturen zu bewahren. Dieses Bemühen gilt den betroffenen Betrieben und kulturellen Einrichtungen ebenso wie Einzelpersonen – von den Stadt- und Naturführern bis hin zu den vom Tourismus tangierten Kulturschaffenden in Augsburg und den Landkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg.

Wie in jeder Krise liegt aber auch in der Corona-Pandemie eine Chance, die es zu nutzen gilt. Immerhin wird in Branchenkreisen prognostiziert, dass angesichts der zu erwartenden Reisebeschränkungen und Reisewarnungen der Inlandtourismus nach der Krise nicht nur kurzfristig stark profitieren könnte. Auch auf dieses Szenario des Re-Starts hat sich die konzeptionelle Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH einzustellen.

1.2. Inlandtourismus/Städtetourismus

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH setzt darum verstärkt auf **Kommunikationsmaßnahmen für den Inlandtourismus**. Diese Sparte dürfte sich nach Ansicht der Experten am schnellsten wieder erholen. Mittel- oder sogar langfristig könnte der Inlandtourismus – so die Branchenervartung – von der aktuellen Krisensituation und ihren Auswirkungen sowie womöglich verstärkt durch ein verändertes Urlaubsverhalten der Bundesbürger (Stichworte: Klimaschutz, „Flugscham“, Sicherheit,



Positionspapier der Regio Augsburg Tourismus GmbH



Ein Partner der Stadt Augsburg und der Landkreise Aichach-Friedberg und Augsburg



REGIO AUGSBURG Tourismus

2.4. Das bisherige Ergebnis

Die Gesamtentwicklung der Gästeankünfte und der Übernachtungszahlen sowie die messbarem Parameter im Tagestourismus – wie die bis in die Zeit vor der Corona-Pandemie seit 1998, dem Gründungsjahr der Regio Augsburg Tourismus GmbH – stark und nahezu **kontinuierlich gestiegene Zahl der Gästeankünfte, der Übernachtungszahlen sowie der Teilnehmer an Stadt- und Gruppenführungen** der Regio Augsburg Tourismus GmbH untermauern die Wirksamkeit des langfristigen Tourismuskonzeptions für die gesamte Region Augsburg.



Johannes Hintersberger, MdL
Vorstandsvorsitzender
Verkehrsverein Region
Augsburg e.V.



Margarete Heinrich
Aufsichtsratsvorsitzende
Regio Augsburg
Tourismus GmbH



Andreas Schmutterer
Beiratsvorsitzender
Regio Augsburg
Tourismus GmbH



Götz Beck
Tourismuskonzeption
Regio Augsburg
Tourismus GmbH



Flyer fürs Fuggerjubiläum – und Fortsetzung für die Fuggerstraße
Augsburg feiert 2021 das 500-jährige Bestehen dreier Stiftungen des Montanunternehmers und Bankiers Jakob Fugger „des Reichen“. Das Stiftungsjubiläum, das mit der Fuggerei, der Fuggerkapelle in St. Anna und der Moritzkirche ganz direkt drei der großen Augsburger Sehenswürdigkeit betrifft, wird von der Regio unter anderem mit einer für die (abgesagte) ITB produzierten Broschüre bundesweit beworben. Mit dem Jubiläumsjahr bewirbt die Regio nicht nur die vier Museen in der Fuggerei sowie das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“, sondern auch die Sonderausstellung der Kunstsammlungen und Museen Augsburg – „Stiften gehen! Wie man aus Not eine Tugend macht“, die vom 28. August bis zum 28. November 2021 zu sehen sein wird. Mit der Fortführung der Werbung für die „Europäische Fuggerstraße“ bringt die Regio mit Partnern in Österreich, Italien, in der Slowakei und im Oberallgäu das Thema auf eine internationale Ebene.



Wellen schlagen – Kampagnen für das und mit dem Welterbe Wasser
Das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ wird von der Regio Augsburg Tourismus GmbH mit Broschüren, im Internet, im AUGSBURGMagazin und mit nationaler Pressearbeit beworben. Eine wichtige Rolle spielt das „Welterbe Wasser“ (das auf vielen Publikationen der Regio als Wortmarke auftaucht) auch für die Tagungs- und Kongresswirtschaft: Das Kongresszentrum „Kongress am Park“ bewirbt die Destination mit Welterbe-Prädikat jetzt bei Unternehmen und Einrichtungen aus der Wasserwirtschaft.



Werben weiß-blau: Wittelsbacher und das Wittelsbacher Land
2020 wirbt die Regio Augsburg Tourismus GmbH nicht nur mit Broschüren und Pressearbeit, per Internet und Sozialen Medien für die Bayerische Landesausstellung „Stadt befreit. Wittelsbacher Gründerstädte“ in Aichach und Friedberg. Die Regio unterstützt auch das Marketing für die diesjährige Ausstellung im „Sisi-Schloss“ in Unterwittelsbach – „Kaiserin Elisabeth. Ihr Leben, ihre Familie“. Und auch an der neu entstehenden Dauerausstellung im Wasserschloss, wo die Wittelsbacherin Elisabeth in Bayern unbeschwerter Kindheitstage verbracht hat, wird sich der Verkehrsverein Region Augsburg mit einer finanziellen Unterstützung beteiligen.

Im Sommer: neuer Sales-Guide für das Gruppengeschäft
Im Sommer 2020 erscheint der neue Sales-Guide der Regio. Der Verkaufskatalog für Gruppenreisen greift verstärkt Positionen des Strategiepapiers der Regio auf – Nachhaltigkeit und das Erlebnis Augsburg mit allen Sinnen werden eine größere Rolle spielen.

Marketing fürs Museum: Mozart und das Mozarthaus
Das neu gestaltete Museum im sanierten Leopold-Mozart-Haus wird von der Regio Augsburg Tourismus GmbH in vielfältiger Art und Weise im Marketing berücksichtigt. Das Museum wird von der Regio betreut. Im Geburtshaus Leopold Mozarts – des Vaters von Wolfgang Amadé – werden auch künftig Konzerte sowie von der Regio veranstaltete museumspädagogische Programme und Bäsle-Führungen organisiert werden.



In Welden geplant: Ganghofer, sein Geburtstag, sein Gedenkjahr
Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat 2005 die Ganghofer-Stätte Welden initiiert und so den Rad- und Wandertourismus im Holzwinkel attraktiviert. 2020 hat die Regio zum 165. Geburtstag und zum Gedenken an den 100. Todestag Ludwig Ganghofers die Aktualisierung der Ganghofer-Broschüre und die Neugestaltung des Internetauftritts umgesetzt. Die 2020 geplanten Veranstaltungen und Führungen auf dem „Ganghoferweg“ und „Ganghofer-Lausbubenweg“ werden wegen der Corona-Krise auf 2021 verschoben.

Regio-Kampagne für Tagungen und Kongresse in der Region
2020 wirbt die Regio Augsburg Tourismus GmbH verstärkt um Veranstaltungen aus dem Bereich der MICE-Branche (Meetings, Incentives, Conventions und Events). Im Zuge dieser Kampagne wird der MICE-Bereich auf der Homepage der Regio umfassend aktualisiert und erweitert. Auch ein neuer, voraussichtlich wohl 96 Seiten starker Katalog für das MICE-Segment („Veranstaltungsräume Augsburg und Region. Räume und Dienstleistungen für Messe, Tagung und Kongress, Firmenevents und private Feste“) wird 2020 erscheinen. Diese Kampagne wird durch die Kampagne „Wasser Welterbe Augsburg. Erfrischend tagen“ der Kongress am Park GmbH mit den Partnern Stadtwerke und Lechwerke, KUMAS und dem VDI verstärkt.

Lauschtour für Land-Art-Park
Im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“ hat der Künstler Hama Lohmann in und bei Bonstetten im Rahmen des LandArt-Projekts der Regio einen Kunstpfad gestaltet. Dieser Kunstparcour führt über den sechs Kilometer langen Rundkurs durch Wald und Wiese. Ab Sommer 2020 kann der Kunstpfad auch im Rahmen einer „Lausch-Wanderung“ erkundet werden. Die Lauschtour wurde von der Regio initiiert und mit dem Landkreis Augsburg sowie der Kommune umgesetzt, gefördert hat EVA (Erholungsgebieteverein Augsburg e.V.).

**Gremien: Aufsichtsrat,
Beirat und Verkehrsverein**

www.augsburg-tourismus.de/de/wir-ueber-uns



**Mitarbeiter der Regio
Augsburg Tourismus GmbH**

www.augsburg-tourismus.de/de/kontakt



**Stadtführungen
und Gruppenführungen**

www.augsburg-tourismus.de/de/fuehrungen



**Broschüren und
weitere Publikationen**

www.augsburg-tourismus.de/de/broschueren



Messe, Tagung und Kongress

www.augsburg-tourismus.de/de/messe-tagung-kongress



Hotellerie und Gastronomie

www.augsburg-tourismus.de/de/uebernachten
www.augsburg-tourismus.de/de/essen-trinken



**Strategiepapier
der Regio**

www.augsburg-tourismus.de/strategien



Welterbe Wasser

www.augsburg-tourismus.de/de/unesco-welterbe



Landesausstellung 2020

www.augsburg-tourismus.de/de/landesausstellung-2020



Impressum

Herausgeber:

Regio Augsburg Tourismus GmbH
Verantwortlich: Tourismusdirektor Götz Beck
www.augsburg-tourismus.de

Gestaltung:

concret Werbeagentur GmbH Augsburg
www.concret.cc

Fotografie Titel:

Dennis Barth (2), Martin Kluger (4), Manfred Lehnerl (1), Regio Augsburg Tourismus GmbH (2), Top Schwaben/Axel Weiss (1)

Fotografie Rücktitel:

Martin Kluger (8),
Kongress am Park GmbH/Norbert Liesz (1)

Fotografie Inhalt:

Dennis Barth (1), Martin Kluger (7), Manfred Lehnerl (1), Privat (3), Regio Augsburg Tourismus GmbH (3), Regio Augsburg Tourismus GmbH/Siegfried Kerpf (1), Stadt Augsburg/Christian Menkel (1)

Diagramme:

concret Werbeagentur GmbH Augsburg



Regio Augsburg Tourismus GmbH
Schießgrabenstraße 14
86150 Augsburg

Telefon 08 21/5 02 07-0
tourismus@regio-augsburg.de
www.augsburg-tourismus.de