



Geschäftsbericht 2020

Daten | Zahlen | Fakten





J. Hintersberger

Dr. W. Hübschle

A. Schmutterer

G. Beck

Tiefe Delle: der Tourismus im Corona-Jahr 2021 – und der Erkenntnisgewinn aus dieser Krise

„Dass aber das jahrelange, fast kontinuierliche Wachstum der Leit-ökonomie Tourismuswirtschaft keine Selbstverständlichkeit ist...“: Diese Formulierung stand so schon im Einstieg zu unserem Vorwort im 2020 erschienenen Geschäftsbericht. Genau so ist es gekommen. Nachdem die Zahlen bei den Gästeankünften und Übernachtungen seit dem Gründungsjahr der Regio Augsburg Tourismus GmbH in mittlerweile fast 25 Jahren beinahe kontinuierlich gewachsen sind, hat spätestens das Corona-Jahr 2021 ein tiefes Loch in viele Ergebnisrechnungen gefressen, etliche Investitionen verzögert oder sogar verhindert sowie zahlreichen unternehmerischen Planungen und organisatorischen Vorbereitungen hohe Hürden in den Weg gestellt.

Wir bedauern die Einbußen aller touristischen Leistungsträger, aber auch ihre gebremsten oder gar zerstörten Ambitionen, die seelischen Sorgen und Nöte sowie die mit dem häufigen Stop-and-Go dieser Monate verbundene Mehrarbeit für unsere Mitglieder und Partner zutiefst. So ärgerlich, verstörend oder gar tragisch dies alles für den einen oder anderen Unternehmer in der Tourismusbranche bislang gewesen ist, bleiben doch auch etliche positive Erkenntnisse. Erstens: Die Bayerische Staatsregierung und Ministerpräsident Dr. Markus Söder haben vieles richtig gemacht, selbst wenn der eine oder andere meint, man hätte dies oder das anders oder noch viel besser machen sollen. Zweitens: Alles in allem haben viele Mechanismen – in der Politik, in den Verwaltungen und natürlich in den Unternehmen – trotz der Pandemie gut funktioniert. Und im Frühsommer 2021 sieht es doch endlich auch so aus, als wäre die Krise nach und nach in den Griff zu bekommen, und der Re-Start im Tourismus könnte nah sein.

Ist es zu optimistisch gedacht, wenn wir davon ausgehen, dass unser Land und unsere Region aus dieser historisch zu nennenden Krise am Ende stärker als zuvor herauskommen werden? Wir hoffen, dass es so kommt. Auch wenn es in diesen schwierigen Zeiten im ersten Moment etwas merkwürdig klingen mag (und dieser Satz vielleicht sogar den einen oder anderen beim Blick in die aktuellen Gewinn- und Verlustrechnung oder Bilanz verärgern könnte): Für den Tourismus hat die Corona-Krise trotz aller schlechten Seiten auch eine durchaus

gute. Kaum etwas in den letzten Jahren hat den Stellenwert der Leit-ökonomie Tourismus nämlich so sehr ins Rampenlicht gerückt wie eben jene Monate, in denen Tourismus nicht oder nur sehr eingeschränkt möglich war. Denn gerade in diesen Tagen haben viele, die die Tourismuswirtschaft nicht wirklich im Fokus haben oder diese Branche gar als ein „Nice to have“ verstehen, erkennen dürfen oder sogar müssen, dass der Tourismus in all seinen Facetten eine Leit-ökonomie mit vielfältigen Auswirkungen ist. Auswirkungen, die weit über das Thema Wirtschaft, Prosperität und Sicherung standortnaher Arbeitsplätze hinausgehen. Denn der Tourismus ist mit all seinen direkten wie indirekten Einflüssen auf unseren Alltag ein wesentlicher Faktor für unsere Lebensqualität. Ausflugs Gäste und Städte-touristen, Tagungs- und Kongressteilnehmer, Messebesucher und Geschäftsreisende tragen nicht nur dazu bei, die Infrastruktur einer Stadt oder Region zu erhalten: Das geht über den durch die Touristen stärker genutzten Öffentlichen Nahverkehr weit hinaus. Sie alle helfen nämlich mit, Innenstädte lebendig zu erhalten. Sie alle nutzen die Angebote des Einzelhandels in den so gestärkten Einkaufsstrassen, sie fördern die Vielfalt und die Qualität der Gastronomie, sie besuchen Museen und Ausstellungen und sichern das Angebot sowie nicht zuletzt auch das wirtschaftliche Überleben der Kulturszene.

Nicht zuletzt setzt der Tourismus auch Anreize für Investitionen und vermehrte Leistungsbereitschaft. Doch dazu braucht es auch die entsprechenden Partner: Unser Dank gilt deshalb den Investoren im Bereich der Hotellerie und Gastronomie, vor allem aber jedem einzelnen Übernachtungs- und Gastronomiebetrieb, jedem Dienstleister und jedem Kulturschaffenden. Unser Dank gilt zudem Partnern wie den Stadtwerken Augsburg (swa) oder der Lechwerke AG (LEW), die uns bei der Vermarktung des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“ fördern. Unser Dank gilt 2021 ganz besonders der Stiftung „Deutsche Mozartstadt Augsburg“ (Stiftung der Stadtsparkasse Augsburg), die durch ihre großzügige Unterstützung eine crossmediale Kampagne für das Thema „Mozarts in Augsburg“ ermöglicht hat. Lassen Sie sich überraschen...

Trotz aller Probleme und Sorgen um die Pandemie ist 2021 jedoch auch ein Zeitpunkt für Glückwünsche. Wir gratulieren der Fürstlich und Gräfllich Fuggerschen Stiftungs-Administration: 500 Jahre Fuggersche Stiftungen sind ein Jubiläum, von dem am Ende auch der Tourismus profitieren wird, selbst wenn die Feierlaune aktuell eingetrübt sein sollte. Wir gratulieren zudem zu einem zehnjährigen Jubiläum: Der FC Augsburg hat es trotz einer schwierigen Phase im zehnten Jahr der Bundesliga-Zugehörigkeit erneut geschafft, die Klasse zu halten. Nehmen wir uns an beiden – an der Fuggerei und am FCA – ein Beispiel: Am Ende siegt einerseits die Kontinuität. Und andererseits steigt am Ende der nicht ab, der kämpft. In diesem Sinn wünschen wir allen Mitgliedern viel Kraft, aber auch Kampfgeist und Optimismus für eine schwierige Zeit. Und vor allem – bleiben Sie gesund.

Johannes Hintersberger

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

Dr. Wolfgang Hübschle

Dr. Wolfgang Hübschle
Aufsichtsratsvorsitzender
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Andreas Schmutterer

Andreas Schmutterer
Beiratsvorsitzender
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Götz Beck

Götz Beck
Tourismuskurator
Regio Augsburg
Tourismus GmbH



Neue Namen im Aufsichtsrat der Regio Augsburg Tourismus GmbH

Im Aufsichtsrat der Regio Augsburg Tourismus GmbH gab es bei Neuwahlen zahlreiche personelle Veränderungen. Die Wahl eines Aufsichtsratsvorsitzenden und seines Stellvertreters stand auf der Tagesordnung. Der Augsburger Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle ist der neue Vorsitzende des zehnköpfigen Gremiums. Als einer der wenigen „alten“ Mitglieder wurde der Landrat des Landkreises Aichach-Friedberg, Dr. Klaus Metzger, zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. Neu im Aufsichtsrat sind mit Leo Dietz, Dr. Pia Härtinger und Tatjana Dörfler drei Angehörige des Augsburger Stadtrats. Der Landkreis Augsburg ist durch zwei Angehörige des Kreisesrats – Silvia Daßler und Anton Rittel – neu vertreten. Für den Landkreis Aichach-Friedberg zog Kreisrat Johannes Hatzold neu in das Gremium ein. Neben Dr. Klaus Metzger verblieben die Augsburger Stadträtin Margarete Heinrich und der Kreisrat des Landkreises Augsburg, Heinz Liebert, aus der Gruppe der bisherigen Gremiumsmitglieder. Im Aufsichtsrat hat die Stadt Augsburg fünf, der Landkreis Augsburg drei und der Landkreis Aichach-Friedberg zwei Sitze.



Erfrischend, hybrid und hygienisch
Virtuell und mit dem Prospekt „Wasser. Welterbe. Augsburg. Erfrischend tagen.“ wurde das Tagungs- und Kongressgeschäft in der Region Augsburg und in „Kongress am Park“ beworben. Ein Hygienekonzept samt Filter für virenfreie Luft, Hybridkonzepte, Abstand und begrenzte Teilnehmerzahlen machten dort 2020 erste Veranstaltungen möglich.



Regio Augsburg Tourismus GmbH stellt sich der Rassismusdebatte
2020 geriet das von der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreute Fugger und Welser Erlebnismuseum in die Schlagzeilen, als ein Rassismusforscher die dortige Darstellung von Sklavenhandel und Handelsexpeditionen als verharmlosend, glorifizierend und zu eurozentriert vermittelte kritisierte. Im Museum erinnern jedoch seit der Eröffnung 18 Manillen an den Sklavenhandel, mit dem die Welser die Erschließung der spanischen Kolonie Venezuela finanzierten. Die Welserkonquista wird nicht beschönigt. Die Kritik war letztlich unberechtigt: Das Museum stellte sich trotzdem mit einem Arbeitskreis der Debatte um Rassismus, Kolonialismus und die Zerstörung indigener Kulturen. In der Aufarbeitung von dunklen Kapiteln der Geschichte Augsburgs sieht Museumschef Götz Beck die Chance zur weiteren Profilierung des Hauses.



Regio Augsburg Tourismus GmbH bewirbt das Thema Wittelsbacher
2020 bewarb die Regio Augsburg Tourismus GmbH auch die vom Haus der Bayerischen Geschichte konzipierte Landesausstellung „Stadt befreit. Wittelsbacher Gründerstädte“ im altpalastischen Aichach und Friedberg mit Broschüren, im Internet, mit Pressearbeit und (wie schon 2019, und zwar mit jeweils mehr als 100.000 Lesern) über ausführliche Vorberichte im von der Regio herausgegebenen „AUGSBURGMAGAZIN“. Obwohl die Landesausstellung von der Corona-Pandemie beeinträchtigt wurde, wurden am Ende mehr als 60.000 Besucher gezählt. Die Denkmäler der Wittelsbacher im „Wittelsbacher Land“ wird die Regio ab 2021 verstärkt vermarkten.



Wasser, Welterbe, Augsburg – die Regio und das UNESCO-Welterbe
Das UNESCO-Welterbe mit dem Titel „Augsburger Wassermanagement-System“ bewarb die Regio Augsburg Tourismus GmbH 2020 über zahlreiche Kanäle – angefangen von ihren „hauseigenen“ Broschüren zum Thema über umfassende Reportagen im jährlich erscheinenden „AUGSBURGMAGAZIN“ bis zur Regio-Website: Letztere wurde des Öfteren genutzt, um Angebote und Aktivitäten zu kommunizieren – etwa die swa-Entdeckertour, bei der Busse und Straßenbahnen 16 Objekte des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“ mit öffentlichen Verkehrsmitteln bequem erreichbar machen, die digitale 360°-Panorama-Tour der Regio Augsburg Tourismus GmbH sowie weitere virtuelle Angebote. Die Regio stellte immer wieder aktuell mit dem UNESCO-Welterbe verbundene Kunstobjekte, Arbeiten von Augsburger Juwelieren, Führungen und Publikationen vor. Printmedien erhalten nun den Aufdruck „Welterbe Wassersystem Augsburg“.



Mehr Digitalisierung, Strategien und Werbung für „Urlaub daheim“
Auf die wegen Corona schwierige Situation der Tourismusbranche reagierte die Regio Augsburg Tourismus GmbH umgehend mit einem Ausbau der digitalen Information. Die Regio reagierte auch mit einem Strategiepapier: Denn die Pandemie erzwang situativ eine zweigleisige Strategie – reaktiv, an der Krise und am Re-Start kurzfristig orientiert, und die kontinuierliche Fortführung der langfristig angelegten Strategie. Angebote für den „Urlaub daheim“ wurden rasch konzipiert und über die Regio-Website kommuniziert.

Trends und Megatrends – was den Re-Start des Tourismus nach der Corona-Pandemie bestimmt

Wer kennt es nicht, das so häufig zitierte geflügelte Wort: „Prognosen sind schwierig, besonders wenn sie die Zukunft betreffen.“ Die Marktforschung respektive sich daraus ergebende Prognosen und Erwartungen der

Tourismusforscher und -experten sind aber gerade in den Zeiten der Pandemie besonders genau zu beobachten. Sicher ist jedenfalls eines: Die Corona-Krise ist eine tiefe Zäsur, und vieles wird nicht so bleiben, wie es vorher war. Neue Bedürfnisse entstehen, bestehende Trends werden teils verschwinden und teils verstärkt – bis hin zu Megatrends, die die Tourismusbranche zu bewältigen haben

wird. Welche Veränderungen sind nach dem Re-Start des Tourismus zu erwarten – und was sind Erwartungen an die Branche? Einer dieser Megatrends ist unumkehrbar die zunehmende Digitalisierung der Tourismusbranche. Doch es gibt auch „Reisen gegen den Trend“: Denn die Touristen sind immer nur die anderen. Deshalb suchen zunehmend

Wie sich der Tourismus verändern wird

- **Geschäftsreisen werden zurückgehen.**
Laut einer Erhebung durch das „Handelsblatt“ will etwa der Pharma- und Chemiekonzern Bayer die konzernweiten Reiseaktivitäten im Vergleich zum Niveau vor der Corona-Krise dauerhaft um die Hälfte reduzieren. Auch andere Unternehmen planen, Dienstreisen im großen Stil durch virtuelle Lösungen zu ersetzen. (Reise vor9)
- **Netzwerke werden an Bedeutung gewinnen.**
Die Relevanz von Business Events wird in Zukunft weiter steigen – gleichzeitig wandelt sich ihr Ökosystem zurzeit massiv. Die kollektive Aufgabe der Akteure am Tagungs- und Kongressstandort Deutschland liegt darin, neue Netzwerke zu formen und neue Kompetenzen aufzubauen, um kreative Lösungen für die Bedürfnisse der Kund*innen anzubieten. (Matthias Schultze, Managing Director des GCB)
- **Veranstaltungen werden hybrid.**
Die digitale Transformation hat diesen Trend zur Verbindung digitaler und realer Welten [...] vorangetrieben – und die Corona-Krise gibt ihm nun einen weiteren Schub. Allen Akteuren im Eventgeschäft ist klar, dass es auch „nach dem Virus“ (sprich, mit dem Virus) keine Rückkehr mehr zum früheren Status Quo geben wird. Auch konventionell physische B2B-Veranstaltungsformate werden künftig zunehmend um digitale Elemente ergänzt. (German Convention Bureau)

Wie sich die Reisenden verändern werden

- **Megatrend „Silber Society“**
Weltweit werden Menschen älter und bleiben dabei länger fit. Der Megatrend Silver Society beschreibt die vielfältigen Auswirkungen dieses demografischen Wandels, der die Gesellschaft vor enorme Herausforderungen stellt – aber auch große Chancen für eine neue soziokulturelle Vitalität eröffnet. (Zukunftsinstitut)
- **Megatrend Mobilität**
Der Megatrend Mobilität beschreibt die Entstehung einer mobilen Weltkultur, getrieben von einem immer facettenreicher und differenzierter werdenden Angebot an Mobilität. Neue Produkte und Services verändern und erweitern dabei die Perspektive auf und die Nutzung von Verkehrsmitteln. Die Mobilität von morgen wird definiert durch das Ineinandergreifen von Arbeit, Wohnen und Freizeit. Von A nach B zu kommen, reicht künftig nicht mehr aus – entscheidend in einer multimobilen Welt sind: Erlebnis, Nachhaltigkeit und Gesundheit. (Zukunftsinstitut)
- **Megatrend Gesundheit.**
Gesundheit als Fundamentalwert hat sich in den letzten Jahren tief in unserem Bewusstsein verankert und ist zum Synonym für hohe Lebensqualität geworden. Als zentrales Lebensziel prägt der Megatrend alle Lebensbereiche. (Zukunftsinstitut)

Der bayerische Staatsminister für Gesundheit und Pflege, Klaus Holetschek, MdL, stellt fest: „Der Städtetourismus wurde von der Pandemie am härtesten getroffen. Jetzt gilt es, ihn auch im Bereich der Messen, Kongresse und Tagungen zu unterstützen, damit er wieder als wichtiger Wirtschaftsmotor wirken kann.“

Dr. Wolfgang Hübschle leitet das Referat für Wirtschaft, Arbeit, Smart City, Liegenschaften und Marktwesen der Stadtverwaltung Augsburg. Der Wirtschaftsexperte ist sich in Bezug auf den Re-Start der Leitökonomie sicher: „Gerade der Tourismus wird für die Revitalisierung der Stadt eine zentrale Rolle einnehmen.“

Dr. Walter Casazza, Geschäftsführer bei der Stadtwerke Augsburg Holding GmbH (swa), bestätigt die Einschätzung des Zukunftsinstituts zu einem Megatrend in der Reisebranche: „Gerade das Thema Mobilität mit einfachen, flexiblen Angeboten und den unterschiedlichsten Transportmitteln wird zum Standortvorteil im Tourismus.“



mehr Gäste Erholung abseits des Üblichen – im Undertourismus – als Gegenbewegung zum Overtourismus, dem Run auf überlastete Traumziele, die so zu Alpträumen werden. Ein weiterer Trend ist der Urlaub mit Erlebnissen, den sogenannten „Experiences“. Das ist auch eine Marktchance für Hotels: Ausflüge und sonstige Unternehmungen am Urlaubsort versprechen häufig bessere Erträge als das eigentliche, aber preissensible Kerngeschäft. In einer Umfrage von Airbnb gaben mehr als die Hälfte der Befragten an, lieber für ein Erlebnis als für materielle Güter zu bezahlen.

Und auch das wird künftig stärker gefragt sein. Die sogenannte erweiterte Realität (Augmented Reality) und die virtuelle Realität (Virtual Reality) werden sich im Tourismus als Techniken etablieren. Abseits technischer Innovationen wird aber auch das Bedürfnis nach Authentizität, Regionalität und Nachhaltigkeit eine wachsende Rolle spielen.

Die Revitalisierung der Innenstadt

Solche Trends und Megatrends gilt es zu berücksichtigen, wenn der Re-Start des Tourismus die volle Wirkung für die Revitalisierung der von Corona beeinträchtigten Innenstädte entfalten soll – vor allem für den dort angesiedelten Einzelhandel und die Gastronomie. Dabei sind die von Onlinehandel und Homeoffice ausgelöste schwache Frequentierung innerstädtischer Einkaufsstrassen – und der damit verbundene Verlust an Attraktivität und

Wilhelm-Peter Ihle ist Chef der Landbäckerei Ihle, die in der Augsburger City zwei Fachgeschäfte und fünf Cafés betreibt. „Unser Problem ist aktuell die schwache Frequentierung der Innenstädte. Dieses Problem werden wir erst dann lösen können, wenn Reisen wieder möglich sein wird. Man sieht, wie wichtig der Tourismus für die Städte ist.“



Andreas Gärtner, der Bezirksgeschäftsführer Schwaben des Handelsverbands Bayern – Der Einzelhandel e.V. (HBE): „Gastgewerbe und Handel prägen das ‚Leben‘ in den Innenstädten – die Aufenthaltsqualität und Attraktivität. Dem Handel allein fehlt die Anziehungskraft, das haben uns die vergangenen Monate schmerzlich gelehrt.“

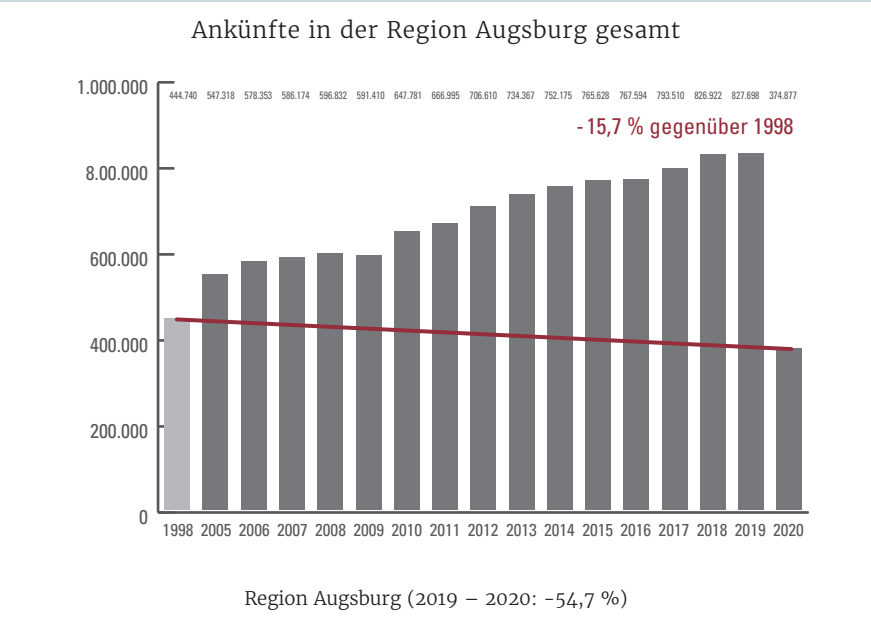


Andreas Schmutterer, Verlagsleiter der Mediengruppe Pressedruck, kennt den regionalen Markt. Der erste Vorsitzende des Beirats der Region Augsburg Tourismus GmbH meint: „Aufgrund der hohen touristischen Qualität von Augsburg und der Region wird der Tourismus schon bald wieder die Funktion einer Leitökonomie einnehmen.“

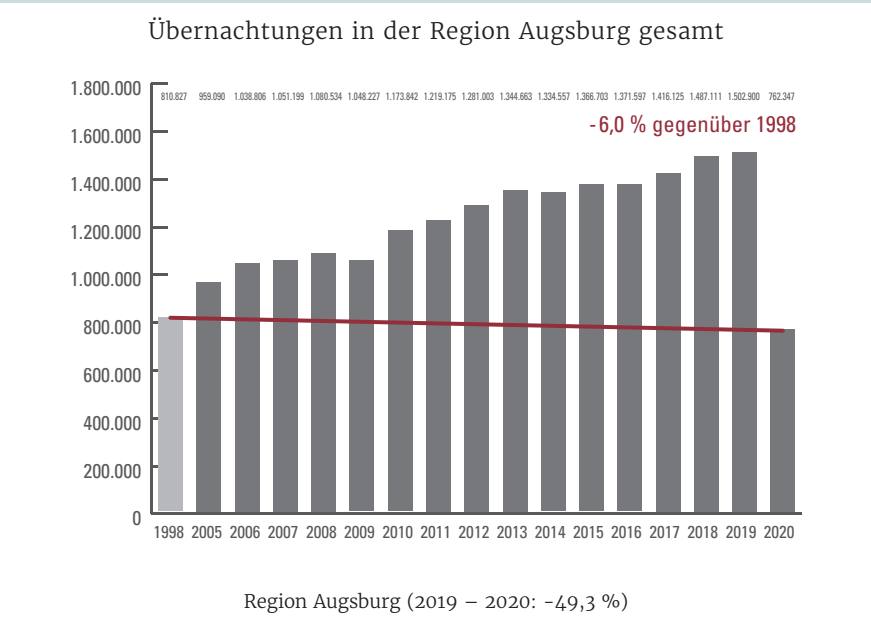


Revitalisierung der Stadt

Herausforderungen	Problemlösungen
Homeoffice	Attraktivität steigern
Onlinehandel	Erlebnisse
Verlust an Image	Kommunikationsräume
Trend zur Natur — raus aus der Stadt	öffentliche Einrichtungen
zu schwache Frequentierung	Aufenthaltsqualität
	Verkehrskonzepte
	Image/Bekanntheit
	Bildung
	Kultur im öffentlichen Raum
	Sauberkeit
	Walkable City
	Flächenumwandlung in Handwerkerhöfe
	Kunst auch im Einzelhandel und Department Store



2020 waren in der Region Augsburg insgesamt 374.877 Gästeankünfte zu verzeichnen. Damit hat sich das Gästeaufkommen gegenüber dem Vorjahr pandemiebedingt mehr als halbiert. Selbst im Vergleich zum Jahr 1998, dem Gründungsjahr der Regio Augsburg Tourismus GmbH, ergibt sich bei den Ankünften ein Minus von circa 15,7 Prozent.



Der Blick in die Statistik des Jahres 2020 zeigt, wie massiv sich die Corona-Pandemie auf das Übernachtungsgewerbe auswirkte: Zum ersten Mal seit 2005 lag die Anzahl der Übernachtungen in der gesamten Region Augsburg in einem Kalenderjahr unter der Marke von einer Million: Registriert wurden 762.374 Übernachtungen.

Ankünfte und Übernachtungen: die Pandemie halbiert die Zahlen

Sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen* wurden in der Region Augsburg im Jahr 2019 Rekordwerte erzielt. Als die Auswirkungen der Corona-pandemie bekannt wurden, wurden der deutschen Tourismusbranche für das Jahr 2020 Rückgänge um bis zu 45 Prozent prognostiziert. Aufgrund der notwendig gewordenen Reise- und Kontaktbeschränkungen schlug sich der Rückgang dann jedoch noch deutlicher nieder. Die sehr guten Ergebnisse des Jahres 2019 wurden de facto halbiert.

Die Härten der Pandemie trafen die gesamte deutsche Tourismusbranche in gleicher Weise. Die Fortschritte bei den Impfungen gegen das Corona-Virus SARS-CoV-2 lassen im Jahr 2021 absehbar Lockerungen der Kontaktbeschränkungen erwarten. Seriöse Prognosen sind derzeit jedoch nur schwer möglich: Allerdings ist ein „Nachholeffekt“ sowohl bei privaten als auch bei geschäftlichen Reisen zu erwarten, der Hoffnung macht, dass das Niveau der Jahre vor 2020 schon bald wieder erreicht werden wird.

* 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.

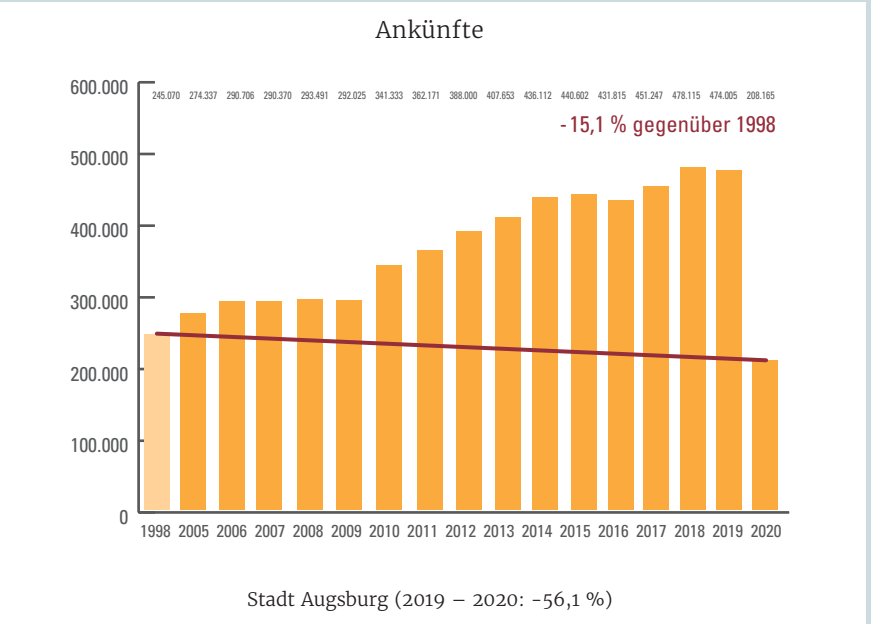
Augsburg: Rückgang durch Corona jeweils mehr als 50 Prozent

Die bayerischen Großstädte wurden wegen ihrer Bedeutung für Touristen aus dem Ausland, für die Tagungs- und Kongresswirtschaft sowie das Messewesen von der Corona-Pandemie besonders hart getroffen. Dabei kam die Großstadt Augsburg im Vergleich zur Landeshauptstadt München etwas besser davon: Während München bei Gästeankünften ein Minus von 65,8 Prozent hinnehmen musste, lag das Minus in Augsburg „nur“ bei 56,1 Prozent. In der Landeshauptstadt ging die Anzahl der Übernachtungen um 61,5 Prozent zurück, in Augsburg um „nur“ 51,2 Prozent.* Aber auch in Nürnberg ging zum Beispiel die Anzahl der Übernachtungen (ein Minus von 57,8 Prozent) und der Gästeankünfte (fast 60 Prozent weniger) deutlich stärker zurück als in Augsburg.**

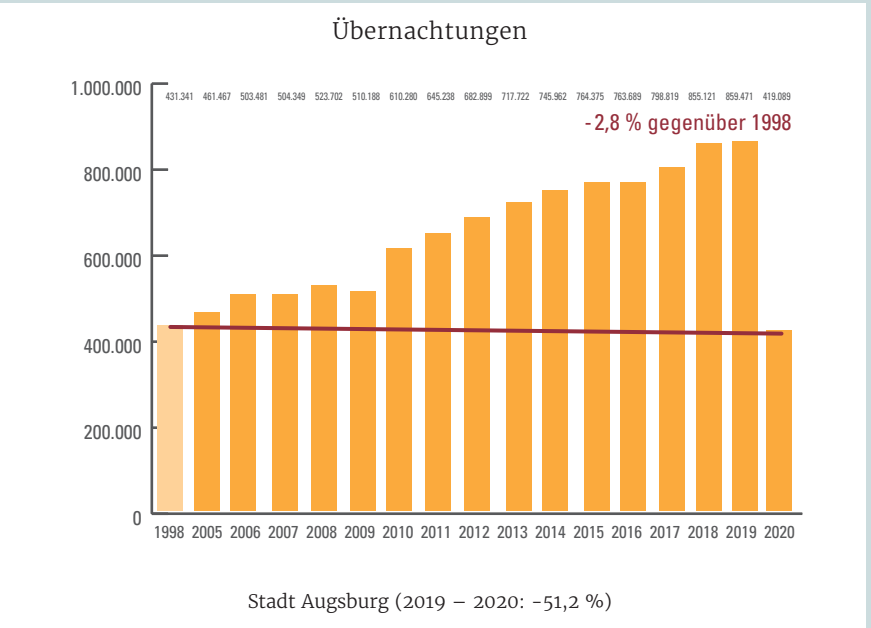
Augsburg: starkes Minus bei Gästen aus dem Ausland

Besonders stark machte sich in Augsburg der Rückgang bei den Gästen aus dem Ausland bemerkbar. Während etwa 2019 insgesamt 12.393 Übernachtungen von Gästen aus den USA erfasst worden waren, waren es 2020 gerade mal 2.012. Ähnlich massiv waren die Rückgänge im innereuropäischen Markt, zum Beispiel bei den Übernachtungen von Gästen aus Italien (4.653 im Jahr 2020 gegenüber 18.786 im Jahr 2019) oder aus Frankreich (3.490 im Jahr 2020 gegenüber 11.370 im Jahr 2019). Insgesamt lag der Rückgang bei internationalen Gästen bei den Ankünften bei 69,8 Prozent, bei den Übernachtungen bei 66,3 Prozent. Zum Vergleich: In Nürnberg waren es beispielsweise 68,4 Prozent weniger Übernachtungen als im Vorjahr.**

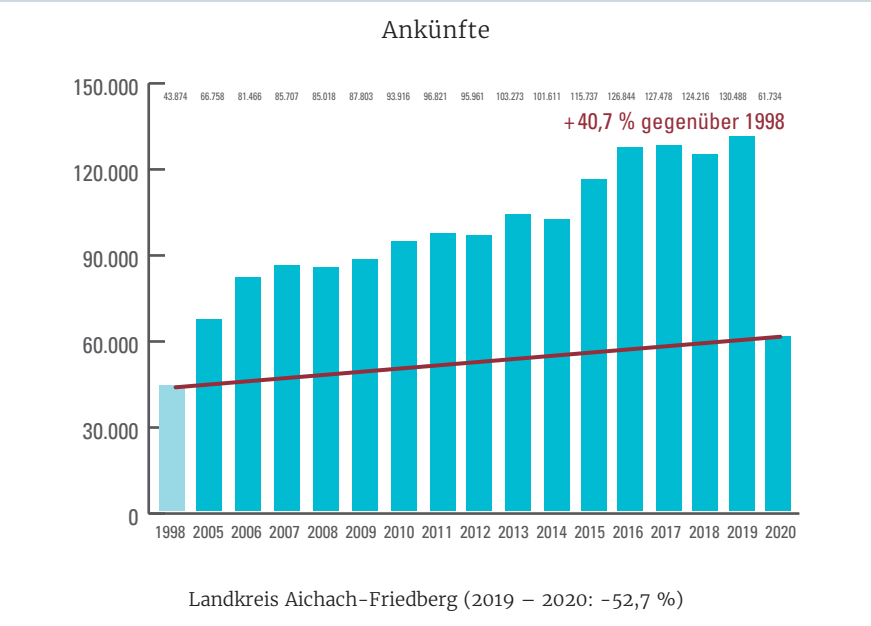
*Quelle: www.statistik.bayern.de/presse/mitteilungen/2021/pm35/index.html
**Quelle: www.nuernberg.de/presse/mitteilungen/presse_70846.html



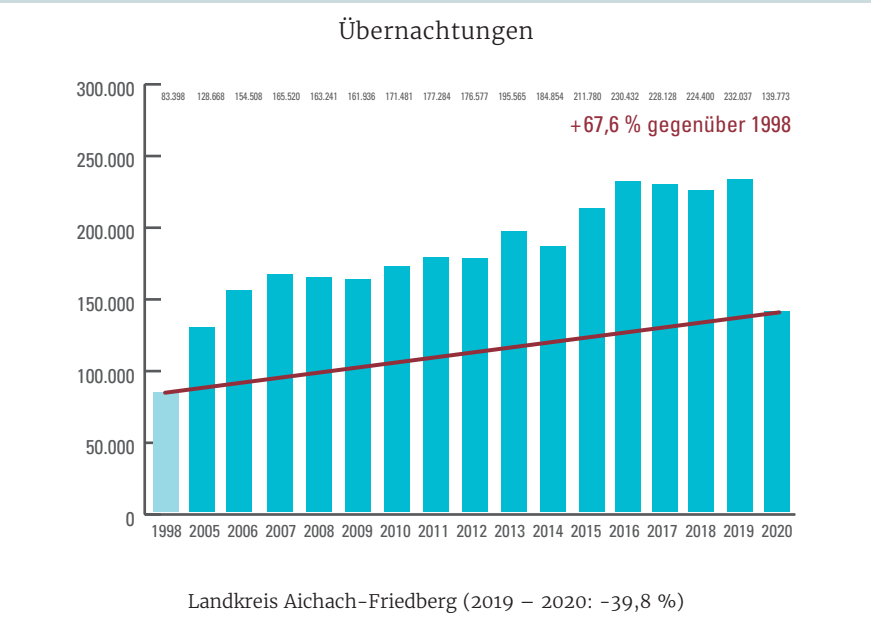
Die Zahl der Gästeankünfte ist gegenüber dem Vorjahr um mehr als die Hälfte zurückgegangen. Augsburg kam aber immer noch etwas besser weg als die Großstädte München und Nürnberg.



Gegenüber 859.471 Übernachtungen im Jahr 2019 hat sich die Anzahl der Übernachtungen im Jahr 2020 (insgesamt 419.089) in Augsburg etwas mehr als halbiert. Trotz dieser massiven Einbrüche konnte das Niveau des Jahres 1998 nur knapp – um lediglich 2,8 Prozent – nicht erreicht werden.



Im Landkreis Aichach-Friedberg lag die Zahl der Gästeankünfte im Jahr 2020 trotz des pandemiebedingten Einbruchs noch immer um annähernd 41 Prozent über dem Wert von 1998, dem Gründungsjahr der Regio Augsburg Tourismus GmbH.



Wie stark sich der Tourismus im Landkreis Aichach-Friedberg seit 1998 entwickelt hat, zeigt der Blick auf die Anzahl der Übernachtungen. Obwohl die (registrierten) Bettenbuchungen um knapp 40 Prozent zurückgingen, lag das Niveau der Übernachtungszahlen noch immer signifikant höher als das des Basiswerts von 1998 – nämlich um fast 68 Prozent.

Landkreis Aichach-Friedberg: trotz Corona über Niveau von 1998

Im Vergleich mit Großstädten wie dem benachbarten Augsburg kamen die Übernachtungsbetriebe im Landkreis Aichach-Friedberg – was den pandemiebedingten Rückgang der Übernachtungen betrifft – trotz der Halbierung der Gästeankünfte (ein Minus von knapp 53 Prozent) vergleichsweise glimpflich davon. Dass hier die Zahl der Übernachtungen lediglich um 39,8 Prozent zurückging, liegt an der vergleichsweise niedrigen Zahl der Betten, an der Struktur des Übernachtungsgewerbes (Hotels garnis, Gasthöfe sowie Pensionen waren von der Pandemie signifikant weniger betroffen als große Hotels) sowie generell am pandemiebedingten Trend, eher in ländlichen Bereichen zu nächtigen als in Großstädten.

Die Bayerische Landesausstellung „Stadt befreit. Wittelsbacher Gründerstädte“ in Aichach und Friedberg dürfte sich trotz der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie nachhaltig positiv auf den Bekanntheitsgrad des Landkreises Aichach-Friedberg und der touristischen Angebote des „Wittelsbacher Lands“ ausgewirkt haben.

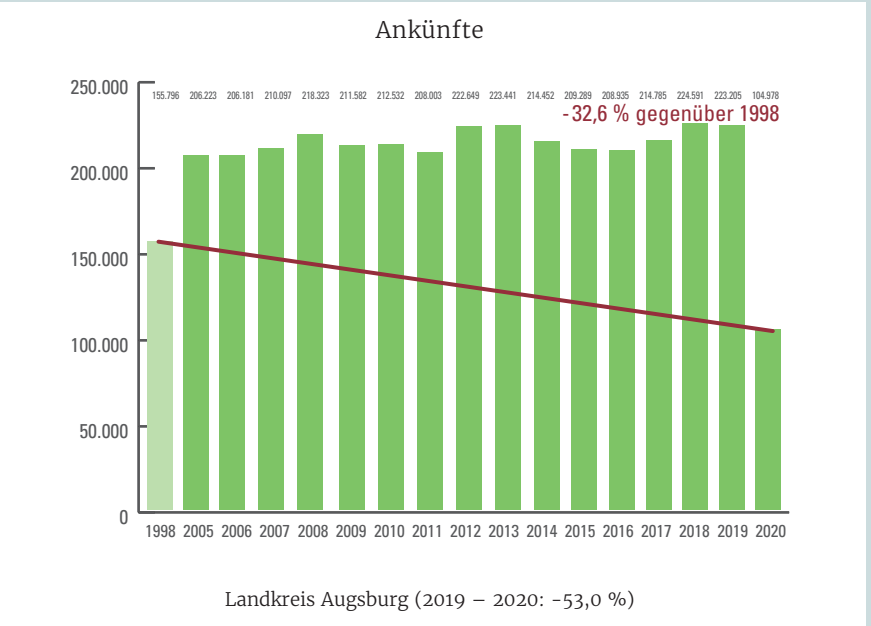
Trotz des durch die Corona-Pandemie erschwerten Starts ist mit dem „Naturhotel Wittelsbach“ in Oberwittelsbach – errichtet in einer auch touristisch attraktiven Lage – ein qualitativvolles Übernachtungsangebot entstanden. Der neue, ansprechend gestaltete Übernachtungsbetrieb dürfte signifikant zu den absehbar wieder steigenden Übernachtungszahlen im Landkreis beitragen.

Einen hochinteressanten Aspekt zeigen die beiden Statistiken zu den Gästeankünften und Übernachtungen im Landkreis Aichach-Friedberg, wenn man die Ausgangswerte und die pandemiebedingten Einbrüche vergleicht. Denn auch die pandemiebedingt niedrigen Zahlen liegen immer noch signifikant höher als im Jahr 1998, als die Regio Augsburg gegründet wurde und damit auch schon bald die Betreuung des Tourismus im Augsburger Nachbarlandkreis einherging. Dieser Aspekt unterstreicht besonders eindrucksvoll, wie sehr sich der Tourismus seit 1998 zu einem prosperierenden Wirtschaftszweig entwickelt hat, der nicht zuletzt auch von der Vernetzung mit der benachbarten Großstadt profitiert.

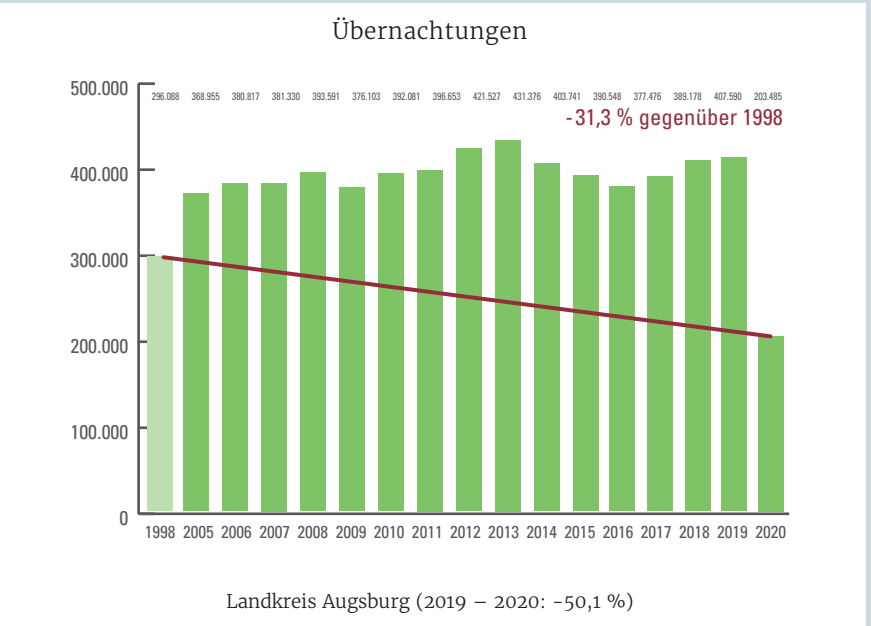
Landkreis Augsburg: statistische Werte ungefähr halbiert

Die erhöhten Bettenkapazitäten im Landkreis Augsburg hatten sich zuletzt in den Jahren 2018 und 2019 durch die sehr hohen Werte sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen in der Statistik noch positiv niedergeschlagen. In der Pandemie drehte sich dieser statistische Effekt der höheren Bettenzahl in das Gegenteil. Dass größere Hotels im Landkreis Augsburg nicht zuletzt im großstadtnahen Augsburger Speckgürtel situiert sind und dort in den Normaljahren stark vom Messe-, Tagungs- und Kongressgeschäft profitieren, schlug sich 2020 in den Statistiken für den Landkreis Augsburg besonders signifikant nieder: Sowohl die Zahl der Gästeankünfte (minus 53 Prozent gegenüber dem Vorjahr) als auch die Summe der Übernachtungen (minus 50,1 Prozent gegenüber 2019) hat sich mehr als halbiert.

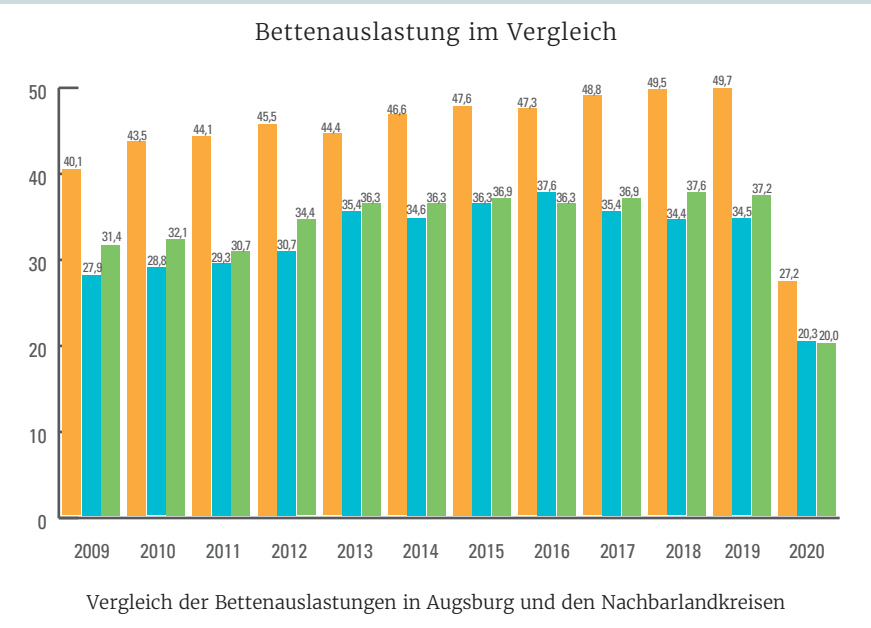
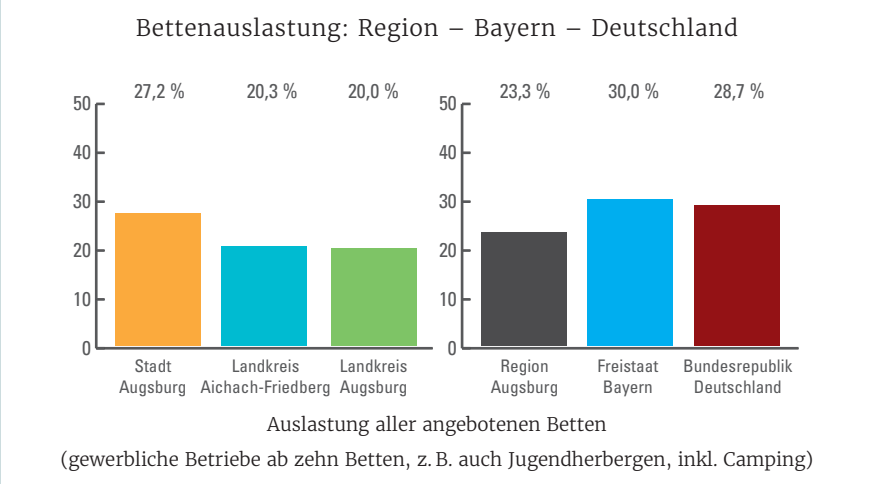
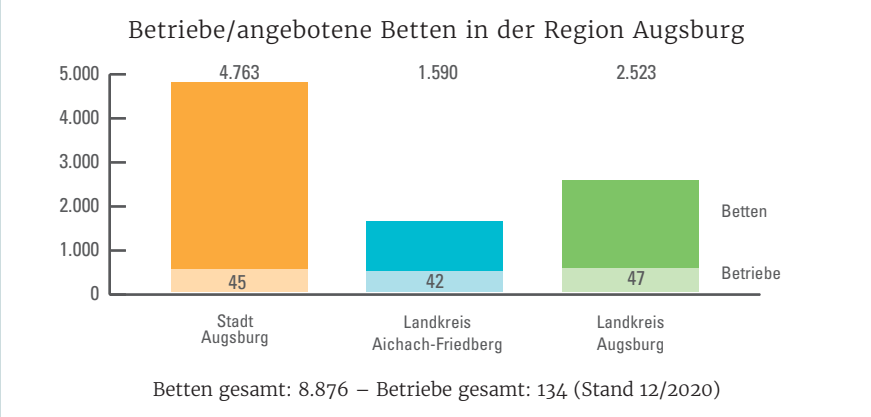
Die im Regelfall so positiven Faktoren der Großstadtnähe entwickelten sich 2020 durch die Auswirkung der Pandemie also ausnahmsweise zum Nachteil. 2020 sank die Zahl der Gästeankünfte und Übernachtungen darum gegenüber dem Basisjahr 1998 sogar um fast ein Drittel der Ausgangswerte.



Die Zahl der Gästeankünfte im Jahr 2020 hat sich im Landkreis Augsburg gegenüber 2019 etwas mehr als halbiert.



In Relation zum Vorjahr hat sich die Zahl der Übernachtungen im Landkreis Augsburg 2020 fast exakt halbiert. Selbst im Vergleich zum Jahr 1998 ergab sich 2020 ein Minus von mehr als 30 Prozent.



Sowohl die Anzahl der Übernachtungsbetriebe als auch die Bettenauslastung ist – trotz aller Schwankungen in den letzten Jahren – mit Ausnahme des Corona-Jahrs 2020 in der Region Augsburg auf lange Sicht gestiegen.

Bettenauslastung im Corona-Jahr 2020 unter den bayerischen und bundesweiten Werten

Bei der Bettenauslastung* lag die Region Augsburg – die auch im Jahr 2019 weit über dem bayerischen und dem deutschen Durchschnitt lag – nur ausnahmsweise deutlich unter dem gesamt-bayerischen sowie sogar unter dem bundesdeutschen Wert.

In der Pandemie waren die Betten in den ländlichen Bereichen stärker nachgefragt als in Großstädten wie Augsburg. In der Statistik der gesamten Region Augsburg schlagen sich Augsburg sowie die großstadtnahen Bettenkontingente in den Landkreisen allerdings überproportional nieder, weshalb sich dieser im Regelfall positive Effekt statistisch in das Gegenteil verkehrte.

*Hinweis: Bei der Bewertung der Bettenauslastung kommt es des Öfteren zu einer fehlerhaften Interpretation: Eine Bettenauslastung von rund 50 Prozent bedeutet zum Beispiel nicht, dass nur rund 50 Prozent 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 Prozent zu einer Zimmerbelegung von circa 75 Prozent. Statistisch wird derzeit jedoch nur die Bettenauslastung erfasst.

Erhöhtes Bettenangebot in der Stadt Augsburg

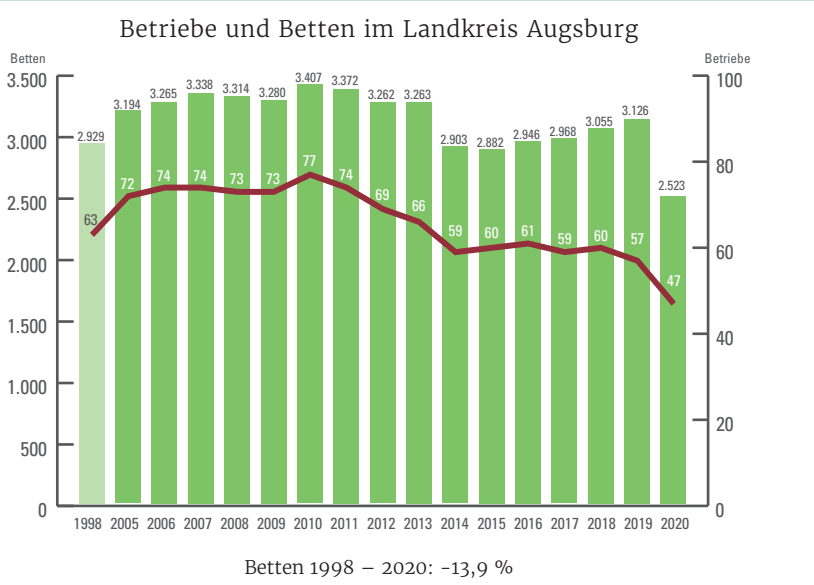
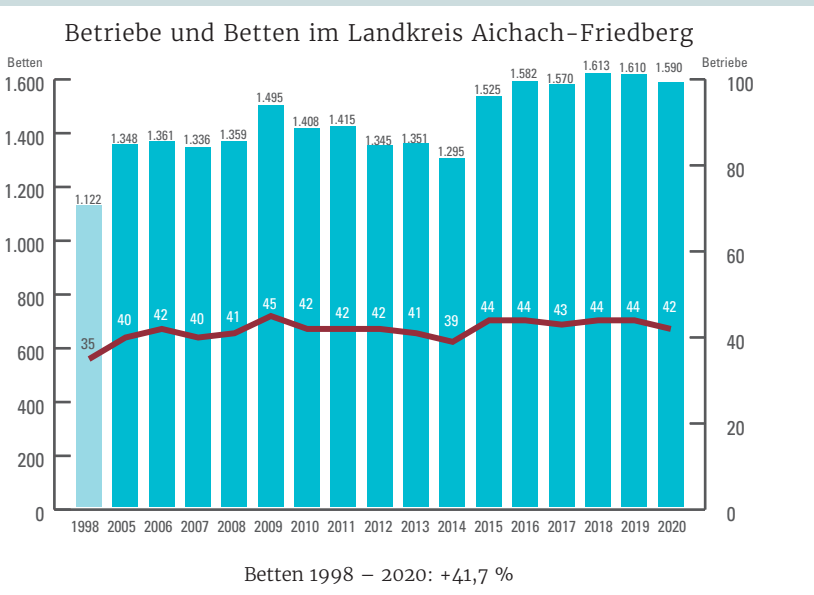
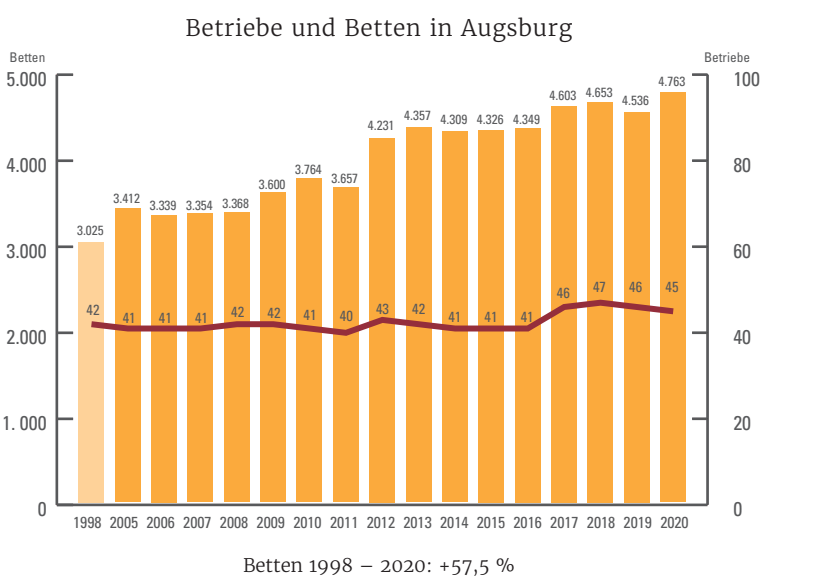
Die Zahl der Gästebetten hat sich in Augsburg zuletzt um weitere 230 erhöht. Im November 2020 hat das Hotel „einsmehr“ eröffnet. Damit stehen in der Nachbarschaft des Universitätsklinikums 73 Zimmer mit insgesamt 146 Betten neu zur Verfügung. Eine Besonderheit dieses 3-Sterne-Hotels ist die Beschäftigung von Menschen mit Handicap. Das Hotel wurde auch mit Fördergeldern und Spenden finanziert.

Die erste große Bewährungsprobe für das Hotel „einsmehr“ sollte die Messe GrindTec sein, die jedoch aufgrund der Pandemie nicht durchgeführt werden konnte. Neben Hotelzimmern gibt es dort Apartments, die an Mitarbeiter des Universitätsklinikums und im Winter/Frühjahr 2021 an Angehörige der Bundeswehr vermietet wurden, welche die Gesundheitsämter unterstützten.

Am 1. September 2020 haben das „Super 8 by Wyndham Hotel“ und das „Arthotel ANA Living Augsburg“ eröffnet. Der gemeinsame Gebäudekomplex befindet sich an der Ecke Eichleitnerstraße und Peter-Dörfner-Straße. Die Lage ist sowohl für Messebesucher und Geschäftsleute als auch Touristen interessant. Das „Super 8 by Wyndham Hotel“ bietet 154 Zimmer, das „Arthotel ANA Living Augsburg“ 52 Zimmer, in denen auch eine Küchenzeile vorhanden ist. Die beiden Hotels verbindet die Lobby, die rund um die Uhr geöffnet ist.

Rein rechnerisch müsste es in der Stadt Augsburg somit 5.094 Betten geben. Jedoch haben einige Beherbergungsbetriebe wegen des Ausbleibens von Gästen aufgrund der Pandemie ganz oder teilweise geschlossen. Wann die Reisebeschränkungen aufgehoben werden, ließ sich im Mai 2021 noch nicht absehen. Dies hängt sicherlich vom Fortschritt der laufenden Impfkampagne ab. Mindestens 60 Prozent der Bevölkerung sollen bis Herbst 2021 deutschlandweit gegen das Corona-Virus SARS-CoV-2 geimpft worden sein.

Auch in den Augsburger Nachbarlandkreisen haben 2020 etliche Betriebe in der Pandemie für Teile ihrer Belegschaft Kurzarbeit angemeldet und ihre Häuser geschlossen oder zumindest die Zahl der angebotenen Betten reduziert.



Während die Bettenkapazitäten in Augsburg und im Landkreis Aichach-Friedberg seit 1998 stark gewachsen sind, nahmen sie seitdem im Landkreis Augsburg erheblich ab.

Reaktionen auf die Corona-Krise: mehr Digitalisierung – und mehr Bewegung an der frischen Luft

„Bayern macht weiter auf“ – so titelte eine Website des Bayerischen Rundfunks am 11. Mai 2021: Gemeldet wurde an diesem Tag ein erster Hoffnungsschimmer für die von der Pandemie so gebeutelte Tourismuswirtschaft: Bei niedrigen Corona-Zahlen dürfen Hotels öffnen, gleiches gilt für Ferienwohnungen, Pensionen, Jugendherbergen und Campingplätze. Stadtführungen sind nun wieder erlaubt. Festgelegt wurde aber auch: Nur wo die Inzidenz in der jeweiligen Region stabil unter 100 liegt, kann nach einem Vorlauf von acht Tagen geöffnet werden. Fünf Tage nacheinander muss die Inzidenz den Schwellenwert 100 unterschreiten. Drei Tage später können Übernachtungsbetriebe bei diesem Szenario wieder ihre Häuser öffnen.

Das ist ein Silberstreif am Horizont. Die ersehnte Planungssicherheit für touristische Anbieter ist damit aber noch längst nicht gewährleistet. Auf mittlere Sicht hängt alles vom Erfolg der laufenden Impfkampagne ab. Für den Tourismus bleibt auch die zweite Hälfte des Jahres 2021 eine schwierige Zeit, auf die auch die Regio Augsburg Tourismus

Das Portal für den „Urlaub daheim“ spiegelt die Bedürfnisse und die Chancen in den Zeiten der Corona-Pandemie wider: Die beiden zentralen Angebote heißen „Digitales“ und „Outdoor“.

Urlaub daheim

Gesundheitsregionen plus

Corona Hinweis

Take Away

Digitales

Outdoor

Kunst und Kultur

UNESCO-Welterbe

Lieblingsplätze der Guides

12 Aktuelle Maßnahmen im Marketing

Wir sind weiterhin für Sie erreichbar!

Alle öffentlichen Stadtführungen, Sonderführungen, Gruppenführungen und die Stadtrundfahrt entfallen vorerst. Die Beherbergung zu touristischen Zwecken ist vorerst bis auf Weiteres untersagt. Alle wichtigen Informationen zur aktuellen Situation finden Sie [hier](#).

Bis auf Weiteres bleibt die **Tourist-Information** geschlossen. Sie erreichen uns aber weiterhin von Montag bis Freitag von 9:00 Uhr bis 17:00 Uhr unter der 0821/502070 oder per E-Mail: tourismus@regio-augsburg.de.

Gerne senden wir Ihnen informative Broschüren zur Region Augsburg sowie das aktuelle AUGSBURGMAGAZIN, das Reisemagazin für Augsburg, das Wittelsbacher Land und das Augsburg Land. Bis bald bei uns...

[Zu den Kontakten](#)

Virtuelles Sightseeing

Beeindruckende Ansichten von Augsburg und den 22 Welterbe-Denkmalen aus der Vogelperspektive – die 360° Panoramen unseres Kooperationspartners multimaps360.de. [#stayathome](https://stayathome.discovergermanyfromhome.com) [#discovergermanyfromhome](https://discovergermanyfromhome.com)

[Zur Website](#)

AKTUELLE INFORMATION
Corona Hinweis

AUGSBURG UND DIE REGION
Strategiepapier der Regio

REISEN UND SICHERHEIT
Sicher unterwegs in Augsburg und der Region

GmbH flexibel und im Sinn optimaler Ergebnisse für ihre Mitglieder reagieren muss.

Unabhängig von allen kurzfristigen Reaktionen auf die Corona-Pandemie werden einige Entwicklungen wohl – zumindest in nächster Zeit – unumkehrbar sein:

- verstärkte Anstrengungen im Bereich der Digitalisierung bei der Angebotsgestaltung wie in der Kommunikation
- virtuelle Tagungsräume

Im Jahr 2021 dominiert nach wie vor das Thema der Corona-Pandemie die Startseite des Internetauftritts der Regio Augsburg Tourismus GmbH. Corona-Hinweise und Hinweise zur Sicherheit für die Gesundheit beim Aufenthalt in der Region wenden sich an die auswärtigen Gäste. Das Strategiepapier der Regio ist eine Maßnahme der Innenkommunikation mit den touristischen Leistungsträgern in der Region.

- Hybridveranstaltungen
- virtuelle Messen
- virtuelle Branchentreffs
- gesteigertes Bedürfnis nach dem Schutz der eigenen Gesundheit bei Reisen
- verstärkte Nachfrage nach Freizeitgestaltung und Erholung in der Natur und an der frischen Luft
- womöglich ein wachsendes Bedürfnis an Nahtourismus und Kurzurlaub

Solche Aspekte wurden bereits bei den Maßnahmen berücksichtigt, die von der Regio Augsburg Tourismus GmbH im Jahr 2020 umgesetzt wurden. Unter anderem wurde die von der Augsburger Oberbürgermeisterin Eva Weber angeregte Kampagne „Urlaub daheim“ durchgeführt. Die Inhalte von Broschüren, zum Beispiel mit dem Titel „Bestens geführt oder virtuell besichtigt“, sowie eine Reihe von weiteren Ausflugstipps für Touristen wie für die Bewohner des Umlands findet man auf der Website der Regio. Mit dem Hashtag „#augsburgwiederentdecken“ wirbt die Regio

Augsburg Tourismus GmbH über soziale Medien für Naherholung und Ausflüge in die Region.

„Speziell Augsburg“ sind Angebote wie die, das UNESCO-Welterbe digital zu erkunden. Internetnutzer finden Informationen vom Welterbezentrum am Rathausplatz bis hin zur Wanderung im Stadtwald Augsburg. Neue Technologien und Konzepte sowie ein altes Augsburger Thema finden bei der seit 2020 vorbereiteten, wohl noch im Frühsommer 2021 startenden crossmedialen Kampagne „Mozartstadt Augsburg“ zueinander. Das Mittelalter und modernste Medien treffen sich beim Digitalen Geschichtspfad zur Schlacht auf dem Lechfeld im Jahr 955.

Selbst im Corona-Jahr 2020 erschien das RegioMagazin mit dem Titel „AUGSBURG. Wittelsbacher Land & Augsburger Land“ (kurz: „AUGSBURGMagazin“) mit nur leicht reduziertem Umfang. Dieses wohl auch im nationalen Vergleich qualitativ führende, überwiegend anzeigenfinanzierte Magazin konnte wegen der umfassenden Darstellung der gesamten Region Augsburg und seines hohen redaktionellen Niveaus sowohl bei der virtuellen ITB als auch beim virtuellen GTM jeweils als blätterbare „Visitenkarte“ der gesamten Region eingesetzt 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.

Das crossmediale Zusammenspiel von digitalen Medien, Printprodukten und Pressearbeit kommt auch bei den seit 2020 vorbereiteten Aktivitäten für das erste Halbjahr 2021 zum Tragen: Denn bei den bis Juni

Die für 2021 konzipierten Werbemaßnahmen der Regio Augsburg greifen die aktuell dominierenden Themen auf: Erlebnisse an frischer Luft, etwa bei Stadtpaziergängen und Wanderungen, bei Radtouren, auf einem Geschichtspfad zwischen Unterwittelsbach und Oberwittelsbach oder im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“ – dort auf dem LandArt-Kunstpfad Bonstetten beziehungsweise auf den Weldener Wegen von Ludwig Ganghofer.

Reaktionen und Strategien der Regio in der Corona-Krise

Mitglied bei der Regio Augsburg Tourismus GmbH werden. Gerade jetzt. Weil wir gemeinsam alle stärker sind.

2020 war für den Tourismus ein Katastrophenjahr. Keine Branche hat die Corona-Pandemie härter getroffen als den Tourismus. Was jetzt allen hilft, ist: Solidarität. Zusammenrücken. Gemeinsam arbeiten. Durchhaltevermögen. Und Optimismus. Was jetzt noch mehr Sinn macht als sonst: Mitglied bei der Regio sein. Oder gerade jetzt Mitglieder werden.

Was hat die Regio im Jahr 2020 für ihre Mitglieder getan?

- Konzeption der Kampagne „Urlaub daheim“
- umgehend verstärkte Digitalisierung aller Angebote
- pandemiegerechte Produkte und Angebote
- Information von Gästen zu Verhaltensregeln
- verstärkte Bewerbung aller Übernachtungs- und Veranstaltungsangebote
- aktuelle Aufbereitung der Tagungs- und Kongressangebote
- Tourismuswerbung bundesweit bis international
- Unterstützung von Herstellern, Veranstaltern und Künstlern mit tourismusgerechten Angeboten
- Lieferung von Werbematerial an unsere Mitglieder
- Journalistenbetreuung und Pressearbeit lokal, regional und bundesweit
- das jährliche Tourismusmagazin mit allem, was für die Region wichtig ist
- Bearbeitung zig-tausender Anfragen am Telefon und am Counter der Tourist-Info am Rathausplatz
- Interessenvertretung ihrer Mitglieder bis auf Landes- und Bundesebene sowie über mehrere Tourismusverbände

Was wird die Regio 2021 für ihre Mitglieder tun?

- 2021 tun wir alles das, was wir auch schon 2020 getan haben, und außerdem
- verstärkte Bewerbung von Tagungen, Kongressen und anderen Veranstaltungen im Zusammenhang mit dem UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“
- verstärkte Bewerbung pandemiegerechter Outdoor-Angebote: Wanderungen, Radtouren, Spaziergänge – von Waldweg bis Welterbe
- Attraktivierung bestehender Angebote (Mozart-App und Broschüre, digitaler Geschichtspfad, Herausgabe eines Wanderführers)
- Bewerbung des Jubiläumsjahres „500 Jahre Fuggerische Stiftungen“ und der Sonderausstellung „Stiften gehen“
- verstärkte Bewerbung der Angebote unserer Mitglieder in der Hotellerie und Gastronomie, von Museen und Veranstaltern

Sprechen Sie bitte mit mir persönlich!
Götz Beck, Tourismusdirektor der Regio Augsburg Tourismus GmbH,
Tel. 0821/50 207-30. Wenn Sie uns mailen, rufen wir Sie sehr gern zurück: regio@regio-augsburg.de

erscheinenden Broschüren und Einträgen im Internet ist das Hauptthema dieser Saison – Aktivitäten im Freien – nicht nur mit den Ausflugstipps auf den Spuren der Mozarts unverkennbar. Fest geplant sind Veröffentlichungen und Angebote zu den Themen

- Stadtpaziergänge und Wanderungen in Augsburg
- LandArt-Kunstpfad Bonstetten
- Ganghofer in Welden
- Die Wittelsbacher im Wittelsbacher Land
- Spuren der Reformation in Augsburg
- Wege Bertolt Brechts

Broschüren zu Stadtpaziergänge und Wanderungen werden im zweiten Schritt sowohl für das „Wittelsbacher Land“ als auch für den Landkreis Augsburg (mit Schwerpunkt auf Routen und Erlebnissen im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“) erscheinen.

Mit einer Zeitungsanzeige in der „Augsburger Allgemeinen“ hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH um neue Mitglieder für den Verkehrsverein Region Augsburg e.V. geworben.

Ohne die Mitwirkung der touristischen Leistungsträger muss aber jede Anstrengung ins Leere laufen. Die Regio warb deshalb gerade in Zeiten der Pandemie – unter dem Aspekt des solidarischen Miteinanders unter den Vertretern der Tourismusbranche – um neue Mitglieder im Verkehrsverein Region Augsburg e.V. Diese Kampagne wurde in Kooperation mit dem Verlag der „Augsburger Allgemeinen“ durchgeführt.

LandArt-Kunstpfad Bonstetten

Hans Lohmanns Werke Augsburg – Westliche Wälder

Mozartstadt Augsburg

Das Leopold-Mozart-Haus. Spuren der Mozarts in und um Augsburg.

Ludwig Ganghofer in Welden

Kindheitsstationen eines literarischen Genies

Die Wittelsbacher im Wittelsbacher Land

Erlebnisse, Wandern und Radeln zwischen Aichach und Friedberg

Stadtpaziergänge und Wanderungen in Augsburg

Wege zum UNESCO-Welterbe, zum Wasser, zu Fuggern, Mozarts und Brecht

Aktuelle Maßnahmen im Marketing 13

Reaktionen auf die Pandemie: das Strategiepapier von 2020 wurde im Januar 2021 aktualisiert

Aufgrund der Corona-Pandemie hatte die Regio Augsburg Tourismus GmbH im Frühjahr 2020 über ihre langfristige Marketingstrategie 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. Dieses Papier wurde im Januar 2021 mit Blick auf die Probleme und Bedürfnisse touristischer Leistungsträger aktualisiert und bei mehreren Positionen vertieft und erweitert.

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 damaligen Aufsichtsratsvorsitzenden der Regio Augsburg Tourismus GmbH, sowie dem Beiratsvorsitzenden Andreas Schmutterer erarbeitet. Das aufgrund der Aktualisierung im Januar 2021 auf elf Seiten erweiterte Positionspapier kann auf der Startseite der Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH nachgelesen werden.

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 BÜNDNIS 90/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 Naturführer/innen 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. Inlandstourismus/Städtetourismus

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH setzt darum verstärkt auf **Kommunikationsmaßnahmen für den Inlandstourismus**. Diese Sparte dürfte sich nach Ansicht der Experten am schnellsten wieder erholen. Mittel- oder sogar langfristig könnte der Inlandstourismus – so die Branchenerwartung – 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 | Seite 1

Das von der Regio Augsburg Tourismus GmbH erarbeitete Strategiepapier ist auf der Website der Regio zu finden – der dort festgehaltene Maßnahmenkatalog wird stetig bedarfsgerecht aktualisiert. Zuletzt wurde dieses Papier im Januar 2021 – mit Blick auf die aktuelle Corona-Lage – nachjustiert.



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

Tourismuskrektion:
Schiedsgrabenstraße 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
Tourismuskrektion:
Götz Beck,
Dipl.-Betriebswirt (FH)

Stadtparkasse Augsburg
IBAN:
DE33 7205 0000 0810 0970 06
SWIFT-BIC:
AUGSDE33XXX

Steuer-Nr.:
103/147/02021

Ust-IdNr.:
DE191 0294 14



Maxi mal Mozart – die Kampagne für die Mozartstadt Augsburg Unterstützt durch die der Stiftung „Deutsche Mozartstadt Augsburg“ (Stiftung der Stadtparkasse Augsburg) konzipierte und organisierte die Regio Augsburg Tourismus GmbH eine crossmediale Kampagne zur Steigerung des Bekanntheitsgrads der Mozartstadt Augsburg und zur Aufwertung touristischer Angebote für Besucher der Mozartstätten im Innenstadtbereich. Eine Mozart-App leitet mit Augmented-Reality-Szenen, Videosequenzen, Ton, Fotografien und historischen Stichen sowie Lesetexten durch die Geschichte der Mozarts in Augsburg, nicht zuletzt durch die Tage des Aufenthalts von W.A. Mozart im Oktober 1777 und zum „Bäse“. Gesprochen wurden Textpassagen der App von Medienstars wie Maximilian Schafröth (Bild) oder der Grande Dame des Bayerischen Rundfunks, der Schauspielerin Ilse Neubauer. Das parallel produzierte Reisetaschenbuch „Mozartstadt Augsburg“ (Martin Kluger, context verlag Augsburg | Nürnberg) erscheint bundesweit im Buchhandel. In der Mozartstadt Augsburg (im Leopold-Mozart-Haus, bei Konzerten und in der Tourist-Info der Regio am Rathausplatz) wird dieser hochauflagig gedruckte Kulturreiseführer zu den Mozartstätten dank der Förderung durch die Stiftung „Deutsche Mozartstadt Augsburg“ kostenlos abgegeben: Die Intention ist, dadurch einen möglichst weiten Streukreis nachhaltig zu erreichen.

Angebote für Corona-Zeiten: Führungen, Apps und Virtuelles Für die Broschüre „Bestens geführt oder virtuell besichtigt. Welterbe und Sehenswertes in Augsburg und in der Region erleben und entdecken“ hat die Regio Stadtführungen, virtuelle Rundgänge, Lauschtouren und Apps zusammengestellt, die es Individualgästen, Gruppen und Schulklassen auch während der Pandemie ermöglichen, die Stadt Augsburg, ihre Welterbe-Objekte und andere Sehenswürdigkeiten (auch im „Wittelsbacher Land“ und im „Augsburger Land“) selbst in Zeiten des Corona-Virus sicher zu entdecken.



Pandemiegerechte Spaziergänge durch Augsburg und zum Wasser 48 Seiten der Broschüre „Stadtpaziergänge und Wanderungen in Augsburg. Wege zum UNESCO-Welterbe, zum Wasser, zu Fuggern, Mozarts und Brecht“ führen pandemiegerecht – zu Fuß und an der frischen Luft – durch Augsburg. Sieben Spaziergänge und drei Wanderungen folgen den Wegen prominenter Augsburger – der Fugger, der Mozarts und Brechts – oder führen zu Quellbächen im Stadtwald Augsburg, an die Ufer der sanierten Wertach sowie rund um „Kongress am Park“ durch den Wittelsbacher Park. Die Verweise auf das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ und auf Denkmäler der historischen Wasserwirtschaft ziehen sich als „roter Faden“ durch mehrere Kapitel – auch, wenn es um Luther und die Reformation oder um Denkmäler des Hofrats Friedrich von Hessing in Göggingen geht. Die Broschüre bewirbt zudem die Nutzung des ÖPNV und Leistungen der Stadtwerke Augsburg (swa) – von kostenlosen Trinkwasserbrunnen im Stadtgebiet über Hop-On-Hop-Off-Touren bis hin zu den Vorteilen der City-Zone.



Marketing fürs Stiftungsjubiläum: 500 Jahre Fuggersche Stiftungen Im Jahr 1521 hat Jakob Fugger „der Reiche“ die Fuggerei, die Fuggerkapelle in St. Anna und die St.-Moritz-Prädikaturstiftung offiziell begründet. Dieses einmalige Jubiläum und das Thema der Augsburger Stiftungskultur kommuniziert die Regio mit einem mehrseitigen Beitrag im „AUGSBURGMagazin“, mit der Broschüre „500 Jahre Fuggersche Stiftungen. Die Fuggerstadt im Jubiläumsjahr 2021“, mit Pressearbeit sowie im Internet.



Im Naturpark Augsburg: 955, Ganghofer und LandArt Kunstpfad Im Corona-Jahr 2021 kommuniziert die Regio verstärkt das Natur- und Frischluft-Erlebnis im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“. Dort werden 2021 Ludwig Ganghofer und die Wege in und um Welden beworben. Diesem Thema wird ebenso eine Broschüre gewidmet wie dem LandArt-Kunstpfad Bonstetten. Der Digitale Geschichtspfad zur Schlacht auf dem Lechfeld von 955 lockt wie zwei 2021 erscheinende Führer für (Rad-)Wanderungen im Landkreis Augsburg in den Naturpark.

Werben mit den Wittelsbachern – und für das „neue“ Sisi-Schloss Für das Jahr 2021 ist eine Regio-Broschüre geplant, die zu Denkmälern der Wittelsbacher, zu den Stadtpaziergängen und Museen in Friedberg und Aichach führt, zum schönsten Alpenblick im „Wittelsbacher Land“ und zum neu konzipierten München-Augsburg-Radweg (MAR). Weitere Themen: das neue Museum im Sisi-Schloss in Unterwittelsbach und der Geschichtspfad, der vom Schloss zur Freiluft-Dauerausstellung in Oberwittelsbach führt.

Großformatiges UNESCO-Welterbe Das Augsburger Welterbe wird die Regio ab 2021 mit einer großformatigen Plakatserie und auf Fahnen bewerben. Die ausgewählten Bildmotive werden außerdem für eine großformatige Stellwand des Kongresszentrums „Kongress am Park“ zum Einsatz kommen. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH und die Kongress am Park Betriebs GmbH werben immer wieder kostensparend vernetzt für das „Augsburger Wassermanagement-System“.

Mit dem virtuellen Messestand des Reiselands Bayern auf die ITB Die internationale Reisemesse in Berlin (ITB), größter Branchentreff weltweit, fiel 2021 der Corona-Pandemie zum Opfer. Fachbesucher konnten sich aber am virtuellen Messestand des Reiselands Bayern bei der ITB Berlin NOW auf den 84 Seiten des „AUGSBURGMagazins 2021“ über die Region Augsburg informieren.

**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



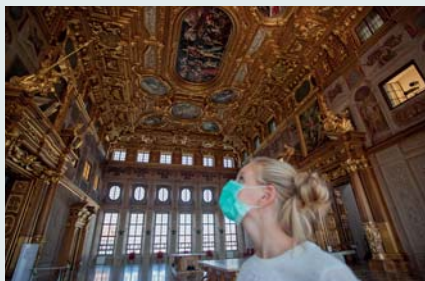
Hotellerie und Gastronomie

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



**Strategiepapier der Regio
zur Corona-Pandemie**

www.augsburg-tourismus.de/strategien



Welterbe Wasser

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



**Kampagne
Mozartstadt Augsburg**

www.augsburg-tourismus.de



**Wir trauern um Sandra Maties
(*11.03.1986 † 21.04.2021)**

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH, der Verkehrsverein Region Augsburg e.V. und die Kongress am Park Betriebs GmbH nehmen im Namen aller Kolleginnen und Kollegen in tiefer Trauer Abschied von unserer hochgeschätzten Kollegin Sandra Maties.

Impressum

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

Gestaltung: concret Werbeagentur GmbH,
www.concret.cc

Fotografie Titel: Martin Kluger (4), Kongress
am Park Betriebs GmbH/Norbert Liesz (1),
Regio Augsburg Tourismus GmbH (3)

Fotografie Rücktitel: Martin Kluger (8),
Kongress am Park Betriebs GmbH/Norbert Liesz (1)

Fotografie Inhalt: Dennis Barth (1), Andi Frank (1),
Handelsverband Bayern (1), Martin Kluger (7), Kongress
am Park Betriebs GmbH/Siegfried Kerpf (1),
Landbäckerei Ihle (1), Privat (1), Regio Augsburg
Tourismus GmbH/Siegfried Kerpf (1), Stadt
Augsburg/Martin Augsburger (2), swa/Thomas
Hosemann (1), Bernhard Weizenegger (2),
Wikipedia/Henning Schlottmann (1)

Diagramme: concret Werbeagentur GmbH