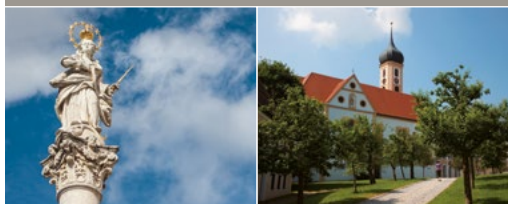




Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus GmbH 2022

Zahlen | Leistungen | Fakten | Perspektiven



Welterbe
Wassersystem
Augsburg

In diesem Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus lesen Sie:

Tourismus in der Region Augsburg – Wirkung nach außen und innen

3

Aktuelle Entwicklung des Tourismus

4

Gästeankünfte/Übernachtungen in der Region Augsburg

5

Stadt Augsburg

6

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für die Stadt Augsburg

6

Stadt Augsburg: Rückblick und Vorschau – 2022 und 2023

8

Gästeankünfte/Übernachtungen in Augsburg

9

Landkreis Aichach–Friedberg

10

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Aichach-Friedberg

10

Landkreis Aichach-Friedberg: Rückblick und Vorschau – 2022 und 2023

12

Gästeankünfte/Übernachtungen im Landkreis Aichach-Friedberg

13

Landkreis Augsburg

14

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Augsburg

14

Landkreis Augsburg: Rückblick und Vorschau – 2022 und 2023

16

Gästeankünfte/Übernachtungen im Landkreis Augsburg

17

Beherbergungsbetriebe/Gästebetten/Bettenauslastung

18

Strategische Ziele für die Region Augsburg

20

Gremien

22

Regio Augsburg Tourismus GmbH

22

Aufsichtsrat

22

Beirat

22

Mitglieder

22

Geschäftsführer

22

Verkehrsverein Region Augsburg e. V.

23

Vorstandschaf

23

Geborene Mitglieder des Vorstandes

23

Impressum

Herausgeber:

Regio Augsburg Tourismus GmbH

Verantwortlich:

Tourismusedirektor Götz Beck

www.augsburg-tourismus.de

Redaktion:

Renate Zedler, Martin Kluger, Candida Sisto

Gestaltung:

concret Werbeagentur GmbH, www.concret.cc,

Winkler Werbung Werbeagentur GmbH, www.winkler-werbung.de

Fotos Titel:

Martin Kluger (3)

Fotos Inhalt:

Martin Kluger (20), Angela Bonhag (1), Wolfgang B.Kleiner (1), Privat (14), Kongress am Park Betriebs GmbH/Norbert Liesz (1)

Grafiken:

concret Werbeagentur GmbH, www.concret.cc

Alle Angaben ohne Gewähr | Stand 04/2023

Augsburg und seine Region – rasche Erholung nach der größten Krise des Tourismus

„Augsburg – was für eine Stadt“ – nicht zuletzt im Jahr 2023. Das große Jubiläum der Fuggerei hinter sich, jeweils ein Jubiläumsjahr von Bertolt Brecht und Elias Holl vor sich. Gleich zwei Jahre sind dem Ulrichsjubiläum 2023/24 gewidmet. Und das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“, dazu die Renaissancestadt, die Spuren der Römer und die der Augsburger Mozarts immerwährend präsent. Der FC Augsburg, die Augsburger Panther und die Kanuslalomfahrer und -fahrerinnen vom Augsburger Eiskanal vertreten die Sportstadt. Zoo, Botanischer Garten und Freilichtbühne des Staatstheaters Augsburg locken Besucher an den Lech. Und ja: Den herzlichsten Glückwunsch an die Augsburger Puppenkiste dürfen wir 2023 auch nicht vergessen. (Bundeskanzler Scholz wird nicht zur Geburtstagsfeier kommen – er ist nämlich schon dort: echt, als Marionette.) Man könnte sich weiß Gott langweiligere Städte ausdenken als dieses Augsburg. Diese Vielfalt ist ein Pfund, mit dem sich im Tourismus wuchern lässt, nicht zuletzt im Kulturtourismus, in dem auch das Immaterielle Kulturerbe „Augsburger Hohes Friedensfest“ sowie die Industriekultur, bedeutende Sakralbauten und sehenswerte Museen einen ziemlich tourismusgerechten Angebotsmix ergeben.

Das alles wird gestützt durch ein Umland, das von den Wanderwegen in einem Naturpark über Wege zu den Wittelsbachern bis zu hochrangigen Wallfahrtskirchen ergänzt wird. Und dann gibt es da ja auch noch die Regio Augsburg Tourismus GmbH, die auch nicht eben schlechte Arbeit leistet. Vielleicht liegt es ja an dieser Kombination von etwas Sein und etwas Anpacken, dass Augsburg zum Beispiel in Sachen Aufwärtstrend nach den zwei harten Jahren der Corona-Pandemie – auch und gerade in Relation zu anderen vergleichbaren Destinationen in Bayern – doch ziemlich gut dasteht.

Bei den prozentualen Veränderungen bei den Gästeankünften in den Jahren von 2021 auf 2022 liegt Augsburg zum Beispiel mit einem Zuwachs von etwas mehr als 114 % doch deutlich vor Städten wie Regensburg (plus 86 %) und Würzburg (knapp 76 %), die nun wirklich – und zwar völlig zu Recht – etablierte Größen im bayerischen Tourismusgeschäft darstellen. Ein ähnliches Ergebnis liefert die Anzahl der Übernachtungen, wo Augsburg mit einem Plus von mehr als 61 % ebenfalls signifikant vor Regensburg (knapp 85 %) und Würzburg (knapp 73 %) liegt.

Derartige Unterschiede bei der Erholungsdynamik mögen durchaus manchen Zufälligkeiten, besonderen Konstellationen und diversen Imponderabilien geschuldet sein. Solche Zahlenvergleiche dürfen aber doch erwähnt werden, um zu belegen, dass im Tourismus in Augsburg und in der Region hervorragende Arbeit geleistet wird.



J. Hintersberger Dr. W. Hübschle A. Schmutterer G. Beck

Eine Arbeit, die maßgeblich von den Übernachtungsbetrieben und von Gastronomen, von Kunstschaffenden, Mitarbeitern in den Museen, von den Medien sowie von Teilen der Verwaltungen und weiteren Leistungsträgern bewältigt wird. Sie alle haben dazu beigetragen, dass Augsburg und die Region derart gut abschneiden. Danke dafür.

Das überdurchschnittlich gute Ergebnis basiert aber auch auf dem bemerkenswerten Engagement neuer Hotellerie in der Welterbe-Stadt. Denn dass Unternehmen, die hier viel Geld investieren, auf Augsburg und auf die Region setzen (und hier handeln immerhin ja Vollprofis ihres Gewerbes), sagt viel über die Chancen aus, die diese Tourismusdestinationen bieten. Sicherlich ist es so, dass diese Investitionen für manche Betriebe aufgrund der so rasch gewachsenen Bettenzahl im Einzelfall zu einer geringeren Bettenauslastung und damit zu einem vorübergehend ungünstigeren betriebswirtschaftlichen Ergebnis führen. Mittel- und langfristig ist freilich ziemlich sicher zu erwarten, dass das größere Bettenaufkommen in der Großstadt Augsburg am Ende die ganze Region stärkt, weil Augsburg im Wettbewerb mit München, Nürnberg, Ingolstadt, Stuttgart und anderen besser agieren und neue Gästeaufkommen akquirieren kann. Denn auch hier gilt die eherne Regel: Wo viel ist, kommt viel dazu. Das gilt im Messe-, Tagungs- und Kongressgeschäft ebenso wie für Firmen- und Familienfeiern.

Seien wir also gespannt, und seien wir vor allem optimistisch, was die Zukunft bringt. Klar: Ukrainekrieg und Inflationsängste, Klimawandel, Energiekrise und Arbeitskräftemangel sind Sorgen, die alle treffen, nicht zuletzt auch die Tourismuswirtschaft. Andererseits: Wo soll der Mensch sich erholen, wenn nicht bei Kultur und in der Natur, bei guter Küche und im Biergarten? Bayern, Augsburg und die Region Augsburg sind in dieser Beziehung starke Marken. Starke Marken auch dank Ihnen, den engagierten Mitgliedern der Regio Augsburg Tourismus GmbH, und unseren Partnern in Politik und Verwaltungen, in den Kulturbetrieben und in der Wirtschaft. Wir sind uns da ganz sicher: Gemeinsam „feilen“ wir weiter am Aufschwung. Wir wünschen sämtlichen Mitgliedern des Verkehrsvereins Region Augsburg und den Partnern der Regio Augsburg Tourismus GmbH viel Kraft für alle ihre Aufgaben nach einer besonders schweren Zeit. Ihnen allen alles Gute für ein für Sie hoffentlich erfolgreiches Jahr 2023.

Johannes Hintersberger

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

Dr. Wolfgang Hübschle

Dr. Wolfgang Hübschle
Aufsichtsratsvorsitzender
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Anderas Schmutterer

Anderas Schmutterer
Beiratvorsitzender
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Götz Beck

Götz Beck
Tourismusedirektor
Regio Augsburg
Tourismus GmbH



Der Tourismus „is back in town“: 2023 mit noch besseren Chancen

Götz Becks Resümee nach dem Ende der ITB, der Internationalen Tourismus-Börse Berlin, im März 2023 war signifikant: „Das Wiedererstarken des Tourismus wurde auch auf der Internationalen Tourismus-Börse deutlich, die nach drei Jahren Corona-Pause wieder stattfinden konnte: Die Hallen waren voll, mehr als 90.000 Messegäste sind nach Berlin gekommen. Die klare Botschaft lautet: Der Tourismus ist zurück – ein postpandemisches Comeback.“ Es war ein überdeutliches Signal dafür, dass die von der Pandemie ausgelöste und durch den Ukrainekrieg weiter verstärkte Krise der Tourismuswirtschaft weitestgehend vorbei sein dürfte.

Was sich auf der ITB bewahrheitete, hatte sich als Trend bereits aus den kurz zuvor gelieferten Zahlen des Bayerischen Landesamts für Statistik herauslesen lassen: Die Gäste aus (fast) aller Welt sind wieder da. Das belegen etwa die Übernachtungszahlen für die Stadt Augsburg bei einem Vergleich der Jahre 2019, 2020, 2021 und 2022.

Denn die „Corona-Delle“ bei den Gästen aus dem Ausland betraf 2022 – das lassen die Zahlen des Bayerischen Landesamts für Statistik unschwer erkennen – nur noch die Gäste aus China und Hongkong: ein für Augsburg allerdings eher wenig relevanter Markt. Dagegen haben Gäste aus den USA mit insgesamt 13.455 statistisch erfassten Übernachtungen im Jahr 2022 das Ergebnis aus dem Jahr 2019 nach einem massiven Durchhänger in den Jahren 2020 und 2021 um beinahe 9 % übertroffen.

Beim Vergleich der Augsburger Übernachtungszahlen fällt die Anzahl der Gäste aus den Niederlanden extrem aus dem Rahmen des Erwartbaren: Wurden 2019 noch 15.939 Übernachtungen niederländischer Gäste gezählt, wurden 2022 bereits 20.602 Übernachtungen

Die „Gesichter des Jahres“ 2023 im Augsburg-Tourismus: Stadtwerkmeister Elias Holl, Bertolt Brecht und dem heiligen Ulrich ist jeweils ein Jubiläumsjahr gewidmet. Die Bewerbung dieser drei touristisch relevanten Anlässe begann 2022. Diese sehr unterschiedlichen Themen haben jeweils Potenzial für ein größeres Gästeaufkommen.

erfasst: Das sind knapp 30 % mehr als im Augsburger Rekordjahr 2019.

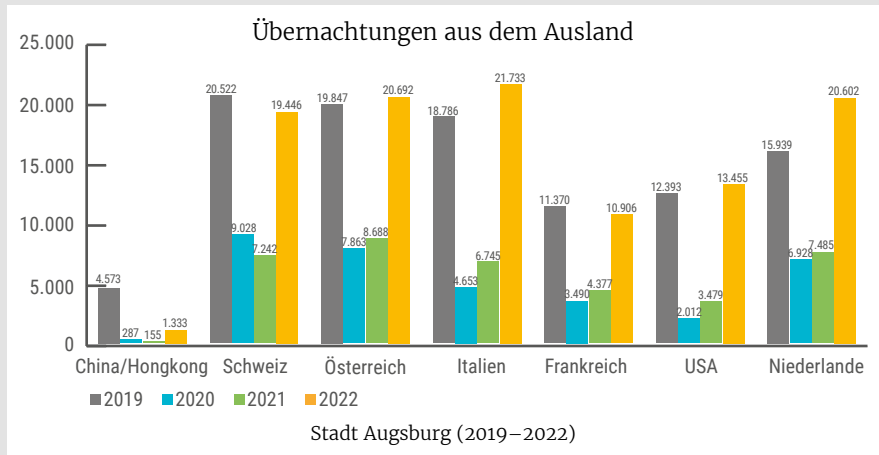
Deutliche Zuwächse sind auch bei Gästen aus Österreich und Italien zu verzeichnen. 20.692 Übernachtungen von Österreichern im Jahr 2022 bedeuteten gegenüber 2019 ein Plus von mehr als 4 %. Und mit 21.733 Gästen aus Italien verbesserte sich in Augsburg auch das Übernachtungsaufkommen der Gäste vom „großen Stiefel“ gegenüber 2019 um satte 15,7 %. Ein überschaubares Minus von 4,3 % war 2022 bei den Gästen aus den europäischen Nachbarländern lediglich bei Gästen aus Frankreich zu registrieren. Diese Delle wurde jedoch dadurch aufgefangen, dass die vier bedeutendsten Augsburger Quellmärkte – Italien, Österreich, Niederlande und Schweiz – jeweils allein für sich schon ungefähr doppelt so groß sind wie der französische Markt.

Vor den „großen Vier“ lag nur die Schweiz 2022 mit 19.446 Übernachtungen gegenüber 20.522 (minus 5,2 %) leicht unter dem Niveau

von 2019. Das ist ein Rückgang, den jedoch allein die wieder gestiegene Zahl der Gäste aus den USA (2022 mit 13.455 Übernachtungen) ausglich. Sie buchten damit 1.062 Übernachtungen mehr als noch 2019. Was den positiven Trend noch deutlicher macht, ist der Vergleich des Berichtsjahrs mit den Krisenjahren 2020 und 2021. Denn 2020 hatten gerade einmal 9.028 Schweizer ein Augsburger Hotelbett gebucht, im Jahr 2021 waren es sogar nur noch 7.242 gewesen. Im Berichtsjahr 2022 haben also Gäste aus der Schweiz in Augsburg mehr als zweieinhalbmal so viele Übernachtungen gebucht wie im Vorjahr. Der Tourismus ist „back in town“.

Besonders gut für Augsburg und die Region: Genau in der Zeit, da der Tourismus auf weitere Zuwächse hoffen darf und da der „Urlaub daheim“ aufgrund diverser Einflussfaktoren möglicherweise eine noch größere Rolle spielt als bisher, hat Augsburg ein Jahr 2023 prallvoll mit Themen zu bieten. Denn das Ulrichsjubiläum und die Jubiläen Elias Holls und Bert Brechts lassen Gäste unterschiedlichster Interessenlagen und sozialer Schichten erwarten. Für den Tourismus ist dieses Jahresprogramm fast eine Art Konjunkturprogramm.

Ein Blick auf die Augsburger Übernachtungszahlen von 2019 bis 2022 belegt: Die Gäste aus europäischen Nachbarländern sind wieder da.

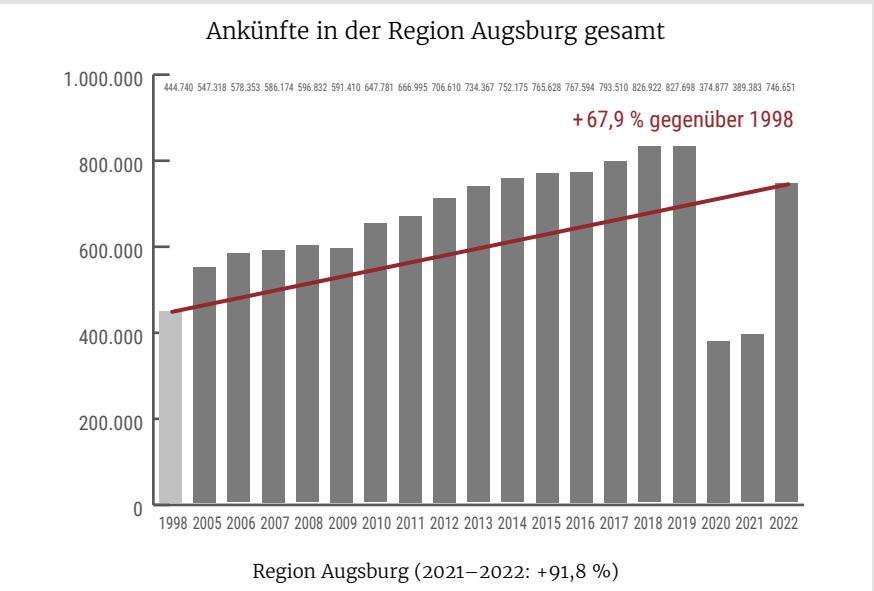


Region Augsburg – schneller als andere aus dem „Tal der Tränen“

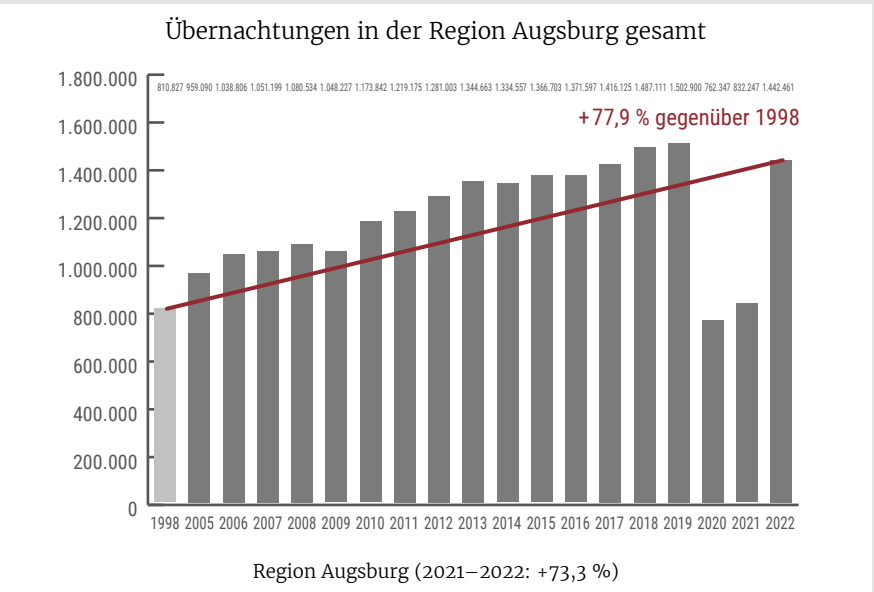
Die schlechte Nachricht zuerst: Kaum eine zweite Branche war von der Corona-Pandemie derart hart getroffen worden wie die Tourismuswirtschaft. Die gute Nachricht ist: Die Resilienz der Tourismuswirtschaft in der Region Augsburg – also die Widerstandsfähigkeit dieser Leitökonomie in der Stadt Augsburg und den beiden Nachbarlandkreisen gegenüber negativen Außeneinflüssen – scheint recht ausgeprägt zu sein. Ein Indiz dafür war schon vor dem Jahr 2022 die Erkenntnis, dass die Ergebnisse in den Pandemie Jahren 2020 und 2021 in anderen bayerischen Destinationen signifikant schwächer ausgefallen waren. Die beste Nachricht freilich ist: Das „Tal der Tränen“ scheint in der Tourismuswirtschaft mit dem Jahr 2022 durchschritten zu sein – und das trotz völlig neuer negativer Außeneinflüsse wie dem Krieg in der Ukraine und dem kaum noch zu leugnenden fortschreitenden Klimawandel. Dieses tiefe Tal wird – buchstäblich – beim ersten Blick auf die Statistik der letzten vier Jahre sichtbar: Auf das Rekordjahr 2019 folgte auch in der Region Augsburg der Absturz auf ein seit Jahren ungekannt tiefes Niveau. Dennoch fiel dieser Sturz etwas gebremster aus als im gesamt bayerischen Durchschnitt. Auch die (anfangs nur leichte) nachfolgende Erholung lag bereits über dem bayerischen Mittelwert.

Schon bei der ersten zunächst leichten nachfolgenden Erholung lag die Region Augsburg über dem bayerischen Mittelwert. Aber auch 2022 schritt die Erholung in der Region Augsburg sowohl bei den Gästeankünften (plus 91,8 % gegenüber dem Jahr 2021) als auch bei den Übernachtungen (plus 73,3 % gegenüber dem Jahr 2021) rascher als im bayerischen Durchschnitt voran. Wie einer Pressemitteilung des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie vom 9. Februar 2023 zu entnehmen war, verzeichnete man im Tourismusjahr 2022 als bayerische Mittelwerte – bei Gästeankünften plus 75 % (Region Augsburg plus 91,8 %) – bei Übernachtungen plus 51,3 % (Region Augsburg plus 73,3 %).

Fazit: Die Erholung des Tourismus in der Region Augsburg kommt aktuell schneller voran, als dies bayernweit der Fall ist.



2022 hat sich die Anzahl der Gästeankünfte (746.651) in der Region Augsburg gegenüber 2021 fast verdoppelt (plus 91,8 %). Im Rekordjahr 2019 lag die Zahl der Gästeankünfte mit 827.698 zwar noch um 10,9 % höher. Doch die Erholung des Tourismus kommt in der Region Augsburg rascher voran als in vielen anderen Destinationen.



Die Quelle für die Statistiken in diesem Geschäftsbericht ist das Bayerische 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.

Bei der Zahl der Übernachtungen in der gesamten Region Augsburg wurde das relativ gute Ergebnis aus dem Jahr 2019 nach zwei harten Pandemie Jahren bereits wieder übertroffen. Die Region lag mit 1.442.461 Übernachtungen auch nur noch um 4 % unter dem Rekordwert aus dem Jahr 2019: Damals waren für die Region Augsburg insgesamt 1.502.900 Übernachtungen registriert worden.



Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für die Stadt Augsburg

Dienstleistungen

- Tourist-Information
- Telefon- und Bestellservice, Zimmervermittlung, Vermittlung von Tagungsstätten
- Prospektversand und Prospektverteilung vor Ort, an Leistungsträger und externe Tourist-Informationen
- Produktion und Betreuung gemeinsamer Werbemittel
- Medien- und Pressearbeit
- Betreuung und Pflege Webseite und Social Media
- Messebetreuung und Teilnahme an Workshops
- Aufwendungen für touristische Kooperationen
- Kommunikationsarbeit im vorpolitischen Raum
- Marktbeobachtung, Marktanalysen und Gutachten
- Mitgliederakquisition und -betreuung
- Beratung von Leistungsträgern
- Ausbildung von Stadtführerinnen und Stadtführern
- Organisation von Stadtführungen, Rundfahrten und Exkursionen
- Betreuung organisatorischer Binnenstrukturen (Gremiensitzungen, Jahreshauptversammlung etc.)
- allgemeine Verwaltung (Rechnungswesen, Controlling, Berichtswesen, Personalverwaltung etc.)
- Betreuung dreier Museen (Fugger und Welser Erlebnismuseum, Leopold-Mozart-Haus, Brechthaus)
- Betreuung der Museumshops der Kunstsammlungen und Museen Augsburg
- Betreuung des historischen Wasserwerks am Roten Tor
- Betreuung von Gästen und Veranstaltern in Fremdsprachen sowie Übersetzungsarbeiten

Gemeinsame Kommunikation für die Gebietskörperschaften

Printproduktionen

- Sales-Guide für Übernachtungsbetriebe und Gastronomie
- Sales-Guide für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Sales-Guide für Führungen, Fahrten und Rahmenprogramme der MICE-Branche und anderer Veranstalter
- Themenbroschüren (Sehenswürdigkeiten, Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, „Urlaub daheim“, Ausstellungen etc. – teilweise in mehreren Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- jährlich erscheinendes Tourismuszemmagazin für die Region (ca. 100.000 Leser p. a.)
- Unterstützung und Förderung regionalspezifischer Reiseliteratur, z. B. Fugger, UNESCO-Welterbe, Wittelsbacher, Luther, Reformation etc.

Internet und Social Media

- Webseite für die gesamte Region
- Webseite mehrsprachig (E, I und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Webseite
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouten
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram, YouTube)

Medien- und Pressearbeit

- ständige Information der lokalen Medien (Zeitungen, Anzeigenblätter, Lokalrundfunk und -TV)
- anlassbedingte Aussendungen an regionale Medien bis hin zu Medien im gesamten deutschsprachigen Raum (Nachrichtendienste, Zeitungen, Anzeigenblätter, Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehsender)
- Betreuung von Zeitungsjournalisten, Hörfunk- und TV-Teams sowie von Bloggern (lokal, regional, international)
- Material für Autoren, Studierende, Wissenschaftler, Firmen

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und externe Tourismusverbände

- Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben
- Bayern Tourismus Marketing
- Arge Romantische Straße
- Historic Highlights of Germany
- Fuggerstraße
- Via Claudia Augusta und Via Julia
- Jakobus-Pilgerweg in Bayerisch-Schwaben

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

- neue Angebotsstrukturen für Themen wie Fugger, Mozart, Brecht, Römer, Industriekultur, Wasserwirtschaft etc.
- neue touristische Profile (Schlacht auf dem Lechfeld, Lechradweg, München-Augsburg-Radweg)

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

- Stadt-Land-Kooperation Stadtpaziergänge/Wandern/Radwandern
- Stadt-Land-Kooperation UNESCO-Welterbe/Wasser
- Stadt-Land-Kooperation Kirchentourismus/spiritueller Tourismus
- Stadt-Land-Kooperation Fugger
- Stadt-Land-Kooperation Mozart
- Stadt-Land-Kooperation Römer
- Stadt-Land-Kooperation Schlacht auf dem Lechfeld
- Stadt-Land-Kooperation Lechradweg
- Stadt-Land-Kooperation München-Augsburg-Radweg

Vermarktung der Alleinstellung der Stadt Augsburg bei thematischen Profilen

- Renaissance
- Industriekultur
- Bertolt Brecht
- Immaterielles Kulturerbe Augsburger Hohes Friedensfest/ Stadt der Reformation
- Sportstadt Augsburg (FCA, Kanuslalom, Eishockey)
- Rudolf Diesel
- Elias Holl/Rathaus/Perlachturm
- Augsburger Puppenkiste
- Zoo/Botanischer Garten
- Plärrer, Dulten, Christkindlesmarkt, Ausstellungen, Messen und andere Großveranstaltungen

Interaktive Karte der Regio
leitet durch die Region Augsburg

Schwerpunkt ist zwar die Stadt Augsburg, aber auch hier zeigen sich Sinn und Nutzen der touristischen Stadt-Umland-Kooperation: Seit 2022 leitet die neue interaktive Karte auf der Startseite der Webseite der Regio Augsburg Tourismus GmbH zu den Angeboten in der Großstadt und drum herum, zu den Höhepunkten in der Stadt und der Region, zu weiteren Sehenswürdigkeiten, in Museen, zu Bademöglichkeiten, Camping und Gastronomie. Über mehrere 360-Grad-Panoramen kann man die Stadt Augsburg schon einmal vorab digital erkunden.

Von Welterbe bis Renaissance: die
Regio bewirbt Augsburgs Facetten

2023 war die Regio Augsburg Tourismus GmbH wieder mit einem Messestand auf der ITB, der Internationalen Tourismus-Börse Berlin, vertreten. Es war nur eine etlicher Gelegenheiten, die enorme Themenfülle der Stadt am Lech aktiv zu bewerben. Es ist eine Vielfalt mit enormer Bandbreite, die sich in zahlreichen Printproduktionen niederschlägt, die anschließend auch in digitalen Formaten angeboten werden. Allein im Jahr 2022 und den ersten Monaten des Jahres 2023 hat die Regio zahlreiche Broschüren konzipiert oder aktualisiert, darunter zu folgenden Themen:

- 450 Jahre Elias Holl
- 125 Jahre Bert Brecht und Augsburg
- Die Römer in und um Augsburg
- Brennpunkt der Religionsgeschichte
- Bischof Ulrich von Augsburg
- UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“
- Augsburger Christkindlesmarkt
- Stadtpaziergänge, Wandern, Radwandern, Führungsangebote und Sehenswürdigkeiten



Die Regio betreut vier Shops der
Kunstsammlungen und Museen

Seit 2022 organisiert die Regio Augsburg Tourismus GmbH den Betrieb der Museumshops und -cafés in vier Häusern der Kunstsammlungen und Museen Augsburg (im Schaezlerpalais, im Maximilianmuseum, in der Ausstellung „Römerlager“ im Zeughaus und im H2 – Zentrum für Gegenwartskunst). Zuvor hatte die Regio bereits das Brechthaus, das Leopold-Mozart-Haus und das Fugger und Welser Erlebnismuseum sowie das historische Wasserwerk am Roten Tor betreut.

Die „Europäische Fuggerstraße“:
jetzt mit spanischem Welterbe

Mit der von der Regio Augsburg initiierten „Europäischen Fuggerstraße“ ist eine mehrsprachig beworbene Kulturreiseroute mit der Fuggerstadt Augsburg im Zentrum eines touristischen Netzwerks aus Städten und Orten in Bayern, Österreich, Italien und in der Slowakei entstanden. Jetzt kommt mit dem Quecksilberbergwerk in Almadén, einer Stadt in der Provinz Ciudad Real, ein spanisches UNESCO-Welterbe hinzu. Das prominente Reiseziel konnte Katharina Dehner vom Team des Fugger und Welser Erlebnismuseums 2022 als neuen Marketingpartner für diesen Verbund in fünf Ländern Europas gewinnen.

Augsburg wirbt um Tagungen
mit kirchlichem Hintergrund

Eine global einzigartige Alleinstellung: Das Augsburger Hohe Friedensfest, jährlich am 8. August begangen, ist ein weltweit einmaliger Stadtfeiertag. Ende 2018 wurde dieses Friedensfest in das Bundesweite Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes der UNESCO aufgenommen. Mit diesem und mit weiterem Kulturerbe wirbt die „Friedensstadt Augsburg“ jetzt in einer bundesweiten Kampagne gezielt um Tagungen und Kongresse mit kirchlichem Hintergrund. Es ist eine Kooperation mit Tagungshäusern wie etwa dem Haus Sankt Ulrich oder der Kloster Holzen Hotel GmbH, der Regio Augsburg Tourismus GmbH sowie dem Augsburger Kongresszentrum „Kongress am Park“. Geworben wird außerdem mit der Friedens-, Bischofs- und Reformationsstadt sowie mit der besonders facettenreichen Geschichte Augsburgs und seinen zahlreichen für die Religionsgeschichte bedeutsamen Denkmälern und Ereignissen.

Die Regio gestaltete eine Broschüre
zum Ulrichsjubiläum 2023/24

Für das Bistum Augsburg ist es ein großes Ereignis – mit großem touristischen Potenzial und vielen Anreizen zur Belebung der Augsburger Innenstadt zwischen Dom und Ulrichsbasilika: etwa mit dem Auftaktfest des Jubiläumsjahres am 8. Juli auf dem Augsburger Rathausplatz. Die Regio hat dazu eine 20-seitige Infobroschüre mit Hinweisen zu Denkmälern des Bistums patrons St. Ulrich gestaltet. Das ist ein gutes Beispiel für die touristische Stadt-Umland-Kooperation. Die Publikation verweist zum Beispiel auf den „955 Informations- und Präsentationspavillon Königsbrunn“ sowie auf den von der Regio konzipierten teils digitalen „Geschichtspfad 955“, der zu Sehenswürdigkeiten in beiden Augsburger Nachbarlandkreisen leitet.

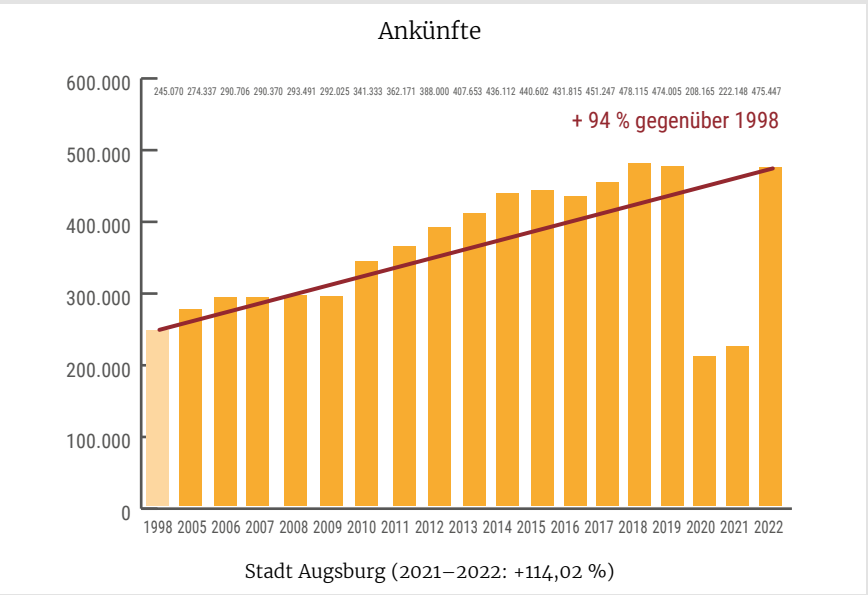
Klare Tendenz: mehr Betten, mehr
Gäste – aber auch neue Aufgaben

Der Augsburg-Tourismus brummt: Einen anderen Schluss lassen die Zahlen des Bayerischen Landesamts für Statistik für das Jahr 2022 kaum zu. Selbst das bisherige Rekordergebnis bei den Gästeankünften in Augsburg (im Jahr 2018: 478.115) wurde im Jahr 2022 (475.447 Gästeankünfte) beinahe erreicht. Das in Anbetracht der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie ebenfalls sehr starke Ergebnis des Jahres 2021 (222.148) wurde sogar schon um 114,02 % übertroffen.

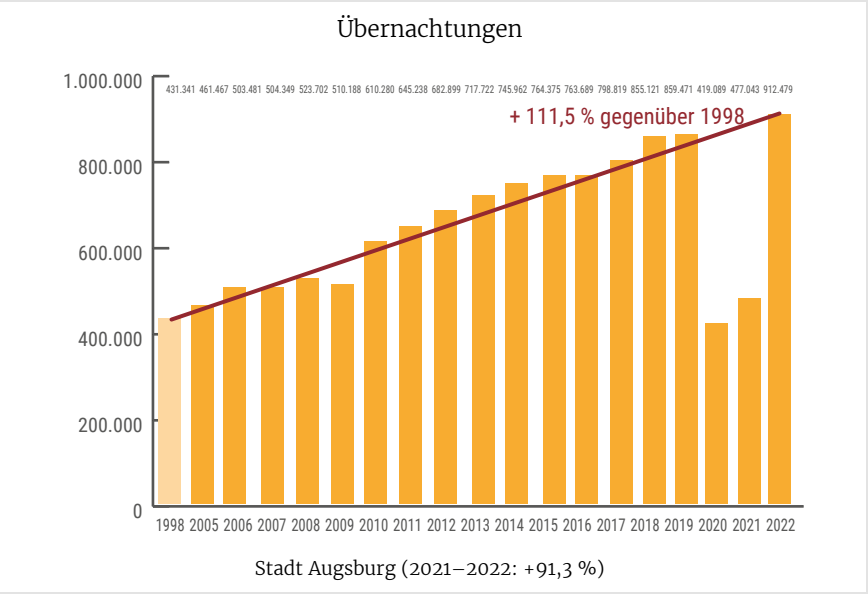
Übernachtungszahlen 2022 in
Augsburg auf neuem Rekordniveau

Eine solch starke Entwicklung bei den Gästeankünften könnte ein erstes Indiz dafür sein, dass die zuletzt gewachsene Zahl an Betten in Augsburg gesamtwirtschaftlich für die Stadt und die Region Augsburg ein Gewinn sein dürfte. Dass Gäste in der drittgrößten Stadt Bayerns mittlerweile die Wahl unter mehr als 6.000 Betten haben, hat sich im absoluten Gesamtergebnis für Augsburg bereits signifikant niedergeschlagen. Mit 912.479 registrierten Übernachtungen im Jahr 2022 wurde ein neues Allzeithoch erreicht und damit nach harten Jahren der Depression (2020: 419.089 Übernachtungen, 2021: 477.043 Übernachtungen) die Zahl ungefähr verdoppelt. Es ist klar, dass dieses vergrößerte Bettenangebot für die Hotellerie im Einzelfall eine betriebswirtschaftliche Herausforderung mit sich bringt, weil das Angebot größer und der Wettbewerb kurzzeitig härter ausfällt. Mittel- und langfristig muss es deshalb das Ziel der Regio Augsburg Tourismus GmbH sein, durch Akquisition neuer Tagungen und Kongresse sowie die Erschließung neuer Märkte einen zusätzlichen Ausgleich für die alteingesessene Übernachtungsbranche zu generieren. Zusätzlich deshalb, weil fest damit zu rechnen ist, dass das wettbewerbsfähigere Bettenangebot weitere Kundenkreise nach Augsburg ziehen dürfte, wovon letztlich der gesamte Anbietermarkt profitieren sollte.

Dies gilt bereits für 2023 – umso mehr, als Augsburg nicht nur von der weitgehenden Bewältigung der Pandemie beziehungsweise der Abschwächung ihrer Auswirkungen



Die Zahl der Gästeankünfte im Jahr 2022 hat sich gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt. Neben den weitgehend bewältigten Auswirkungen der Pandemie dürfte ein Grund dafür auch das zuletzt gewachsene Bettenangebot sein.



profitieren sollte, sondern auch von attraktiven bayern- oder sogar bundesweit beworbenen Reiseanlässen. Hinzu kommt, dass Augsburg mit seiner gewachsenen Bettenzahl künftig sicher besser als bisher mit Angeboten der nahen Landeshauptstadt München, aber auch stärker mit denen der nahen Ballungsräume Ingolstadt und Stuttgart konkurrieren kann. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat folglich angesichts neuer Angebotsstrukturen jetzt vorrangig die Aufgabe, hart dafür zu arbeiten, dass nach der Ausweitung des Anbietermarkts nun auch der Nachfragemarkt für die Übernachtungen in Augsburg wächst.

Mit 912.479 Übernachtungen im Jahr 2022 erreichte die Zahl der Übernachtungen in der Großstadt Augsburg ihr Allzeithoch. Allein vom Jahr 2021 bis zum Ende des Berichtsjahrs hat sich die Anzahl der Bettenbuchungen fast verdoppelt. Das Rekordergebnis von beinahe einer Million gebuchter Betten bei den (registrierten) Übernachtungen entsprang sicherlich einer Melange aus dem Ende der negativen Auswirkungen der Pandemie und dem zuletzt erheblich gewachsenen Bettenangebot in der Stadt.





Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Aichach-Friedberg

Dienstleistungen

- Tourist-Information
- Telefon- und Bestellservice, Zimmervermittlung, Vermittlung von Tagungsstätten
- Prospektversand und Prospektverteilung vor Ort, an Leistungsträger und externe Tourist-Informationen
- Produktion und Betreuung gemeinsamer Werbemittel
- Medien- und Pressearbeit
- Betreuung und Pflege Webseite und Social Media
- Messebetreuung und Teilnahme an Workshops
- Aufwendungen für touristische Kooperationen
- Kommunikationsarbeit im vorpolitischen Raum
- Marktbeobachtung, Marktanalysen und Gutachten
- Mitgliederakquisition und -betreuung
- Beratung von Leistungsträgern
- Betreuung organisatorischer Binnenstrukturen (Gremiensitzungen, Jahreshauptversammlung etc.)
- allgemeine Verwaltung (Rechnungswesen, Controlling, Berichtswesen, Personalverwaltung etc.)
- Betreuung von Gästen und Veranstaltern in Fremdsprachen sowie Übersetzungsarbeiten

Gemeinsame Kommunikation für die Gebietskörperschaften

Printproduktionen

- Sales-Guide für Übernachtungsbetriebe und Gastronomie
- Sales-Guide für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Sales-Guide für Führungen, Fahrten und Rahmenprogramme der MICE-Branche und anderer Veranstalter
- Themenbroschüren (Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, „Urlaub daheim“, Ausstellungen etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- Reiseführer für den Landkreis Aichach-Friedberg
- jährlich erscheinendes Tourismuszemmagazin für die Region (ca. 100.000 Leser p. a.)
- Unterstützung und Förderung regionalspezifischer Reiseliteratur, z. B. Wittelsbacher, Kaiserin Elisabeth

Internet und Social Media

- Webseite für die gesamte Region
- Webseite mehrsprachig (E, I und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Webseite
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouen
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram, YouTube)

Medien- und Pressearbeit

- ständige Information der lokalen Medien (Zeitungen, Anzeigenblätter, Lokalrundfunk und -TV)
- anlassbedingte Aussendungen an regionale Medien bis hin zu Medien im gesamten deutschsprachigen Raum (Nachrichtendienste, Zeitungen, Anzeigenblätter, Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehsender)
- Betreuung von Zeitungsjournalisten, Hörfunk- und TV-Teams sowie von Bloggern (lokal, regional, international)
- Material für Autoren, Studierende, Wissenschaftler, Firmen

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und Tourismusverbände

- Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben
- Bayern Tourismus Marketing
- Arge Romantische Straße
- Sisi-Straße
- Via Julia und Via Claudia Augusta
- Jakobus-Pilgerweg in Bayerisch-Schwaben

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

- neue Angebotsstrukturen für Themen wie Museen und Ausstellungen, Sisi-Straße, Wittelsbacher etc.
- neue touristische Profile (Sisi-Schloss, Bayerischer Hiasl, Schlacht auf dem Lechfeld, München-Augsburg-Radweg, Lechradweg)

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

- Stadt-Land-Kooperation Stadtpaziergänge/Wandern/Radwandern
- Stadt-Land-Kooperation Kirchentourismus/spiritueller Tourismus
- Stadt-Land-Kooperation Schlacht auf dem Lechfeld
- Stadt-Land-Kooperation München-Augsburg-Radweg
- Stadt-Land-Kooperation Lechradweg

Vermarktung der Alleinstellung des Landkreises Aichach-Friedberg bei thematischen Profilen

- Wittelsbacher
- Kaiserin Elisabeth
- Museum Friedberg im Wittelsbacher Schloss
- Bayerischer Hiasl
- Jesuitenweg
- Oxenweg
- Spezialitätenwirte
- Altstadtfest Friedberger Zeit

Zu St. Leonhard, Herrgottsruh, Maria Birnbaum und Co.

Der Kirchen- und Religionstourismus ist nicht zuletzt im Segment der Tagesausflugsgäste ein nicht zu unterschätzender Faktor – auch und gerade beim „Urlaub daheim“. Mit ihrer 2022 hochauflagig produzierten Broschüre mit dem Titel „Augsburg: Brennpunkt der Religionsgeschichte“ bewirbt die Regio Augsburg Tourismus GmbH auch die – für den Tourismus – bedeutendsten Sakralbauten im „Wittelsbacher Land“. Die Wallfahrtskirchen St. Leonhard in Inchenhofen, Maria Birnbaum in Sielenbach sowie Herrgottsruh in Friedberg, aber auch die Spitalkirche in Aichach sowie die Burgkirche in Oberwittelsbach und die Schlosskirche von Unterwittelsbach werden als Ausflugs- und Reiseziel präsentiert.

Interaktive Suche nach Angeboten im „Wittelsbacher Land“

Auf der Startseite der Webseite der Regio Augsburg Tourismus GmbH können sich seit 2022 potenzielle Besucher des Landkreises Aichach-Friedberg über eine interaktive Landkarte vorab zu den Sehenswürdigkeiten und Erlebnissen im „Wittelsbacher Land“ informieren. Die relevantesten touristischen Angebote im Landkreis Aichach-Friedberg sind dort auf einen Klick zu finden. Der Datensatz, den das bayerische Tourismusmarketing (BayTM) auch in der BayernCloud zum Einsatz bringt, wurde durch die Regio Augsburg Tourismus GmbH aktualisiert und ergänzt.



Wanderungen und Spaziergänge zu Wallfahrtsorten und Wittelsbachern

2022 hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH nicht nur die schon 2021 herausgegebene 52-seitige Broschüre „Stadt, Land, Fluss: Wege im Wittelsbacher Land. Stadtspaziergänge und Wanderungen zu Wittelsbachern, Wasser und Wallfahrten“ bundesweit zur Verteilung gebracht. Auch hochauflagige Broschüren zum römischen Erbe der Region, zum Ulrichsjubiläum 2023/24 sowie zum 450. Geburtstag Elias Holls weisen auf Sehenswürdigkeiten im „Wittelsbacher Land“ hin. Verteilt werden diese Broschüren zum Beispiel auf der Internationalen Tourismus-Börse Berlin (ITB) sowie auf weiteren Messen, in der Tourist-Info in Augsburg und in Hotelbetrieben sowie auf Anforderung auf dem Postweg. In Verbindung mit den auf der Webseite der Regio zum Download eingestellten Broschüren ergeben sich für das „Wittelsbacher Land“ hohe Kontaktzahlen.



Werbung für das Radwandern – auch mal mit Alpenblick

Er läuft, und läuft, und läuft ... Der Prospekt der Regio Augsburg Tourismus GmbH mit dem Titel „Radel Touren in der Region Augsburg. Die besten Routentipps für das Radelvergnügen im Alpenvorland“ ist – wie das Radwandern insgesamt – sehr gefragt. 2023 wird diese Broschüre neu aufgelegt. Dabei werden nicht zuletzt die attraktivsten Touren im „Wittelsbacher Land“ vorgestellt – von der „Wittelsbacher Spuren-Tour“ bis zum Radeln zu den „Hofmarken am Lechraim“. Den Blick auf die Alpen genießen Radler im „Wittelsbacher Land“ (mit etwas Glück) auf dem München-Augsburg-Radweg (MAR) oder auf dem bis 2022 unter Beteiligung der Regio Augsburg Tourismus GmbH konzipierten Lechradweg. Außer mit diesem neuen Printprodukt bewirbt die Regio das Radeln und Wandern per interaktiver Karte.



Geschichtspfad der Regio wirbt auch für das „Wittelsbacher Land“

Das innovative Projekt des Geschichtspfads der Regio Augsburg Tourismus GmbH führt digital und real zu Spuren der Schlacht auf dem Lechfeld. Das Projekt bewirbt auch die Spurensuche im „Wittelsbacher Land“: das Rathaus in Kissing (Bild oben) ist dabei ebenso eines der Ziele wie die Relikte der Ungarnschanzen bei Todtenweis und Pöttmes.

Rund 100.000 Leser für Ziele und Termine im „Wittelsbacher Land“

Das „AUGSBURGMagazin“, das Jahresmagazin der Regio Augsburg Tourismus GmbH, bewirbt das „Wittelsbacher Land“ bei einem Kreis von rund 100.000 Lesern. Die aktuelle Ausgabe für das Jahr 2023 widmet sich dem historischen Altstadtfest „Friedberger Zeit“, der „Sisi-Straße“ mit dem „Sisi-Schloss“ in Unterwittelsbach sowie der Stadt Friedberg als Ziel an der Romantischen Straße. Aber auch redaktionelle Beiträge zu römischen Spuren in und bei Augsburg, zum Ulrichsjubiläum 2023/24, zum 450. Geburtstag des Baumeisters Elias Holl sowie zum neuen Lechradweg führen ebenfalls zu Stationen im Landkreis Aichach-Friedberg. Neben der Printversion wird das Reisemagazin zusätzlich zum digitalen Lesen ins Internet gestellt.

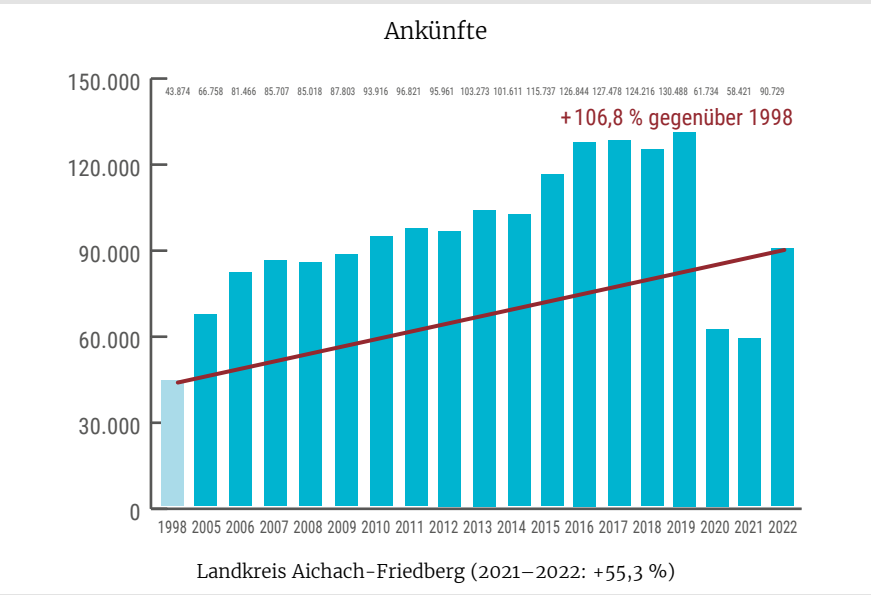
Neue Multimedia-Installation im Aichacher „FeuerHaus“

Im Aichacher „FeuerHaus“ erlebt man in der Ausstellung „Die Wiege der Wittelsbacher“ interaktiv die Geschichte dieser Herrscherdynastie. Ab April 2023 wird dort eine neue Installation das Thema „Herrschaftsgebiete der Wittelsbacher“ vermitteln: Per Touchmonitor und Multimedia-Landkarte lernt man nicht nur verschiedene Epochen, sondern auch Herrscherpersönlichkeiten und deren Territorien kennen.

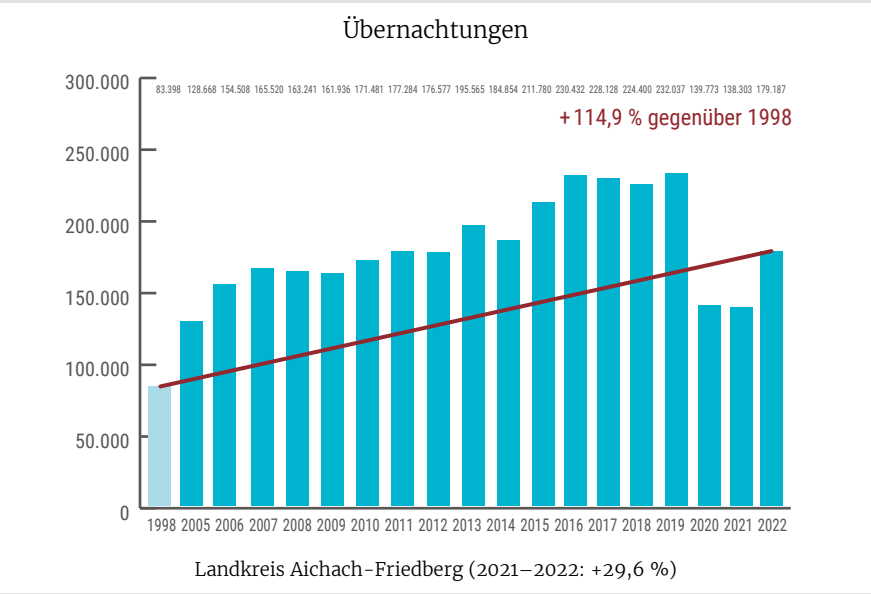
Landkreis Aichach-Friedberg mit relativ sanftem Aufschwung

Noch nicht ganz so schwungvoll wie in der Großstadt Augsburg, aber doch kräftig und deutlich aufstrebend hat der Tourismus im Landkreis Aichach-Friedberg – im „Wittelsbacher Land“ – im Berichtsjahr 2022 bei der Zahl der Gästeankünfte und Übernachtungen im Landkreis zugelegt. Die Erholungsdynamik nach dem tiefen statistischen Tal bei den Gästeankünften fällt zwar (noch?) nicht ganz so massiv aus wie in der benachbarten Großstadt oder auch im Landkreis Augsburg, doch immerhin betrug der Zuwachs bei den Gästeankünften (90.729 im Jahr 2022 gegenüber 58.421 im Jahr 2021) 55,3 %.

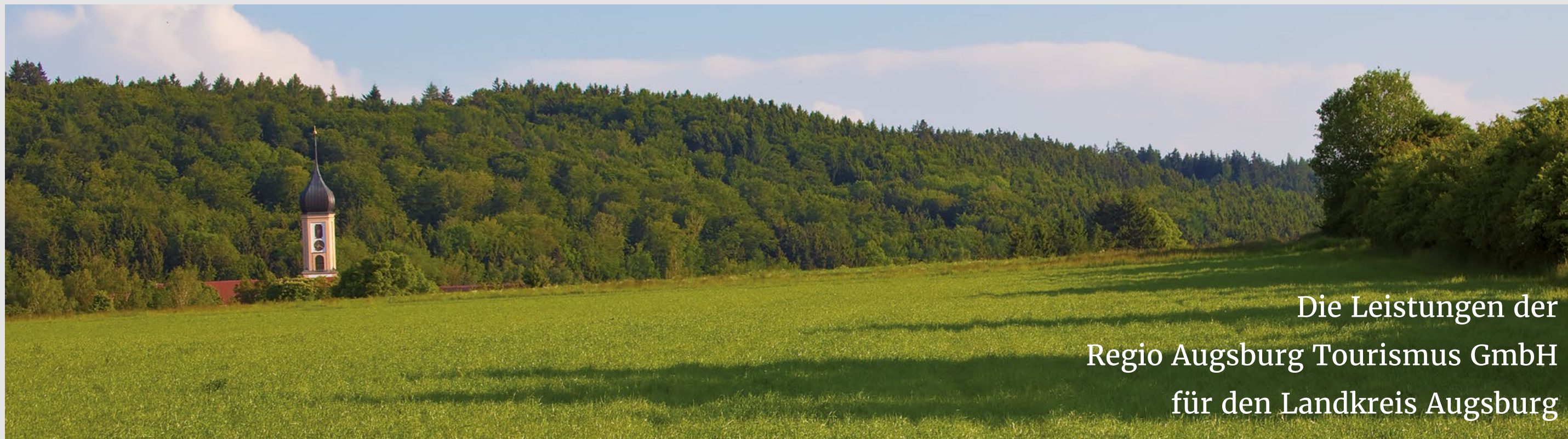
Bei der Zahl der Übernachtungen erzielte das „Wittelsbacher Land“ im Berichtsjahr mit insgesamt 179.187 gegenüber nur 138.303 Übernachtungen im Jahr 2021 einen Zuwachs von 29,6 %. Trotz dieses aktuell im Vergleich zur Großstadt Augsburg wie auch zum Landkreis Augsburg etwas verhalteneren Aufschwungs nach der Corona-Pandemie ist festzuhalten, dass sich sowohl die Zahl der Gästeankünfte als auch die der Übernachtungen gegenüber dem Jahr 1998, also seit dem Beginn der Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH, jeweils mehr als verdoppelt hat.



Im Landkreis Aichach-Friedberg lag die Zahl der Gästeankünfte (90.729) im Berichtsjahr 2022 bereits wieder um 55,3 % über dem Ergebnis des Jahres 2021. Im Vergleich mit der Stadt Augsburg ist der Aufschwung damit zwar noch etwas verhalten, das Ergebnis hat sich jedoch gegenüber dem Ausgangswert von 1998 trotzdem bereits wieder mehr als verdoppelt.



179.187 Übernachtungen im Jahr 2022 besuchten den Übernachtungsbetrieben im Landkreis Aichach-Friedberg einen durchaus spürbaren Aufschwung von fast 30 %. Im Vergleich zum Ausgangswert von 1998 haben sich die Zahlen bei den Übernachtungen seit dem Beginn der Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH zum Ende des Berichtsjahrs noch immer mehr als verdoppelt.



Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Augsburg

Dienstleistungen

- Tourist-Information
- Telefon- und Bestellservice, Zimmervermittlung, Vermittlung von Tagungsstätten
- Prospektversand und Prospektverteilung vor Ort, an Leistungsträger und externe Tourist-Informationen
- Produktion und Betreuung gemeinsamer Werbemittel
- Medien- und Pressearbeit
- Betreuung und Pflege Webseite und Social Media
- Messebetreuung und Teilnahme an Workshops
- Aufwendungen für touristische Kooperationen
- Kommunikationsarbeit im vorpolitischen Raum
- Marktbeobachtung, Marktanalysen und Gutachten
- Mitgliederakquisition und -betreuung
- Beratung von Leistungsträgern
- Betreuung organisatorischer Binnenstrukturen (Gremiensitzungen, Jahreshauptversammlung etc.)
- allgemeine Verwaltung (Rechnungswesen, Controlling, Berichtswesen, Personalverwaltung etc.)
- Betreuung von Gästen und Veranstaltern in Fremdsprachen sowie Übersetzungsarbeiten

Gemeinsame Kommunikation für die Gebietskörperschaften

Printproduktionen

- Sales-Guide für Übernachtungsbetriebe und Gastronomie
- Sales-Guide für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Sales-Guide für Führungen, Fahrten und Rahmenprogramme der MICE-Branche und anderer Veranstalter
- Themenbroschüren (Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, „Urlaub daheim“, Ausstellungen etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- jährlich erscheinendes Tourismusmagazin für die Region (ca. 100.000 Leser p. a.)
- Unterstützung und Förderung regionalspezifischer Reiseliteratur, z. B. Fugger, UNESCO-Welterbe etc.

Internet und Social Media

- Webseite für die gesamte Region
- Webseite mehrsprachig (E, I und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Webseite
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouten
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram, YouTube)

Medien- und Pressearbeit

- ständige Information der lokalen Medien (Zeitungen, Anzeigenblätter, Lokalrundfunk und -TV)
- anlassbedingte Aussendungen an regionale Medien bis hin zu Medien im gesamten deutschsprachigen Raum (Nachrichtendienste, Zeitungen, Anzeigenblätter, Zeitschriften, Rundfunk, Fernsehsender)
- Betreuung von Zeitungsjournalisten, Hörfunk- und TV-Teams sowie von Bloggern (lokal, regional, international)
- Material für Autoren, Studierende, Wissenschaftler, Firmen

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und Tourismusverbände

- Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben
- Bayern Tourismus Marketing
- Arge Romantische Straße
- Via Claudia Augusta und Via Julia
- Jakobus-Pilgerweg in Bayerisch-Schwaben

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

- neue Angebotsstrukturen für Themen wie Fugger, Mozart, Römer, Wasserkraft und Welterbe etc.
- neue touristische Profile (Ganghofer, LandArt-Kunstpfad Bonstetten, Schlacht auf dem Lechfeld, Lechradweg)

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

- Stadt-Land-Kooperation Stadtpaziergänge/Wandern/Radwandern
- Stadt-Land-Kooperation UNESCO-Welterbe/Wasser
- Stadt-Land-Kooperation Kirchentourismus/spiritueller Tourismus
- Stadt-Land-Kooperation Fugger
- Stadt-Land-Kooperation Mozart
- Stadt-Land-Kooperation Römer
- Stadt-Land-Kooperation Schlacht auf dem Lechfeld

Vermarktung der Alleinstellung des Landkreises Augsburg bei thematischen Profilen

- „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“
- Ganghofer in Welden
- LandArt-Kunstpfad Bonstetten
- Ballonfahrt und Ballonmuseum Gersthofen
- Erlebnisbad Titania Neusäß
- Roy Black
- Kulturzentrum Kloster Oberschönenfeld
- Schäfflertanz Dinkelscherben
- Lechfeldschlacht – Regionaler Informations- und Präsentationspavillon Königsbrunn

Stadt-Umland-Kooperation: ein Gewinn, geografisch wie thematisch

Wer Augsburg wirklich kennenlernen will, sollte den Landkreis Augsburg kennen. Weil nicht nur die geografische wie historische Vernetzung der beiden Gebietskörperschaften sehr eng ist, sondern damit auch die thematische, wirbt die Regio Augsburg Tourismus GmbH bei den großen Augsburger Themenkomplexen immer auch für das „Augsburger Land“ mit. 2022 erschien etwa die 24-seitige, hochauflagige Faltbroschüre „Die Römer in und um Augsburg. Cäsaren, Feldherren und Legionäre: Antike,



Renaissance, UNESCO-Welterbe“. Darin wurden das antike Erbe von Königsbrunn, Schwabmünchen, Graben und Gersthofen, Museen in Zusmarshausen und Gablingen, das Lechmuseum Bayern im Wasserkraftwerk Langweid sowie die Radroute der Via Claudia Augusta zu Römerspuren im „Augsburger Land“ präsentiert. Ähnlich umfassend kommt der Landkreis Augsburg auch in der neuen Regio-Broschüre „Augsburg: Brennpunkt der Religionsgeschichte“ zu Wort: In diesem Prospekt tauchen die Wallfahrtskirchen in Biberbach, Holzen, Violau und Klosterlechfeld auf, aber auch ein barockes Baujuwel wie die Theklakirche in Welden. Die Klöster in Oberschönenfeld, Thierhaupten und Holzen sind attraktive Ziele. Kirchen sind



für den Landkreis Augsburg auch deshalb ein Top-Thema, weil man dort auch moderne Sakralarchitektur wie die der Autobahnkirche in Adelsried oder die der Versöhnungskirche in Lagerlechfeld findet.

UNESCO-Welterbe: Regio wirbt auch für das „Augsburger Land“

Wenn die Regio Augsburg Tourismus GmbH für einen Besuch des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“ wirbt, geschieht das zugleich für den Landkreis Augsburg mit den Welterbe-Stätten in Gersthofen, Langweid und Meitingen. Das gilt nicht zuletzt für die auch 2022 hochauflagig verteilte Regio-Broschüre „Wasser. Welterbe. Augsburg. Das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“. Weil das touristische Interesse am Thema über die 22 offiziellen Welterbe-Objekte hinausgehen dürfte, werden über diese Publikation aber auch das Lechmuseum Bayern in Langweid oder das Klostermühlenmuseum in Thierhaupten mitbeworben. Der nördliche Landkreis Augsburg wird 2023 auch in einem siebenseitigen Beitrag als Titelthema des Magazins „alpenblick“, der Mitgliederzeitschrift des Deutschen Alpenvereins (DAV) der Sektion Augsburg, präsentiert. Damit werden rund 20.000 themenaaffine Leser auf den Lechradweg entlang des Nördlichen Lechkanals, das dortige Naturerlebnis und die drei Welterbe-Objekte aufmerksam gemacht.



Stadt-Umland-Kooperation greift auch bei zwei großen Jubiläen

Mit dem Ulrichsjubiläum 2023/24 und dem 450. Geburtstag von Renaissancebaumeister Elias Holl bewirbt die Regio derzeit zwei Anlässe, die touristisch regional bis national relevant sind. Dabei wird jeweils auch das „Augsburger Land“ als Reise- und Ausflugsziel beworben – etwa mit den Erinnerungen an die Lechfeldschlacht in Königsbrunn und in Graben. Die Wallfahrtskirche Maria Hilf in Klosterlechfeld, die Kirche in Lützelburg und Schloss Markt sind jeweils Bauten, an denen Holl beteiligt war. Beide Jubiläen werden aktuell in hohen Kontaktzahlen in zwei Regio-Broschüren und im AUGSBURGMagazin, auf Messen sowie per Internet kommuniziert.



Das „Augsburger Land“ mittels interaktiver Karte erkunden

Viele Punkte, die ein breites Spektrum anzeigen: Auf der Startseite der Webseite der Regio Augsburg Tourismus GmbH bewirbt nun eine interaktive Landkarte zahlreiche Points of Interest im „Augsburger Land“. Besucher der Region können sich so vorab einen Überblick über touristische Angebote und Aspekte im Landkreis Augsburg verschaffen.

Gefragtes Radwandern: zu Mozart und Ganghofer in den Naturpark

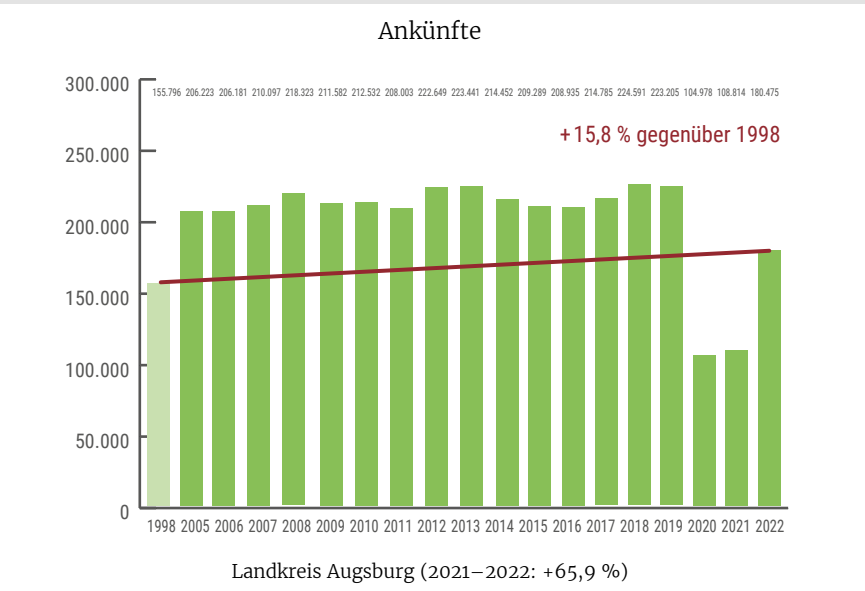
2023 wurde einer der gefragtesten Prospekte der Regio Augsburg Tourismus GmbH überarbeitet und neu aufgelegt: „Radel Touren in der Region Augsburg. Die besten Routentipps für das Radelvergnügen im Alpenvorland“. Die Via Claudia Augusta ist dabei ebenso ein Thema wie der „Mozartwinkel“ in den Stauden, die „Waldidyllen im Naturpark“ ebenso wie „Bayerisch-Schwäbische Barockperlen“ oder Spuren Ludwig Ganghofers im „Schwäbischen Holzwinkel“ um Welden. Bei der Holzwinkel-Tour weist die 48-seitige Broschur auch auf den „Ludwig Ganghofer Lausbubenweg“ bei Welden als Angebot für Familien mit Kindern sowie auf den LandArt-Kunstpfad Bonstetten als Ziel für kunstinteressierte Radwanderer hin. Auch die Wanderbroschüre der Regio wird derzeit überarbeitet: Sie soll demächst mit neuen Routen des „Naturparks Augsburg – Westliche Wälder“ aktualisiert erscheinen.



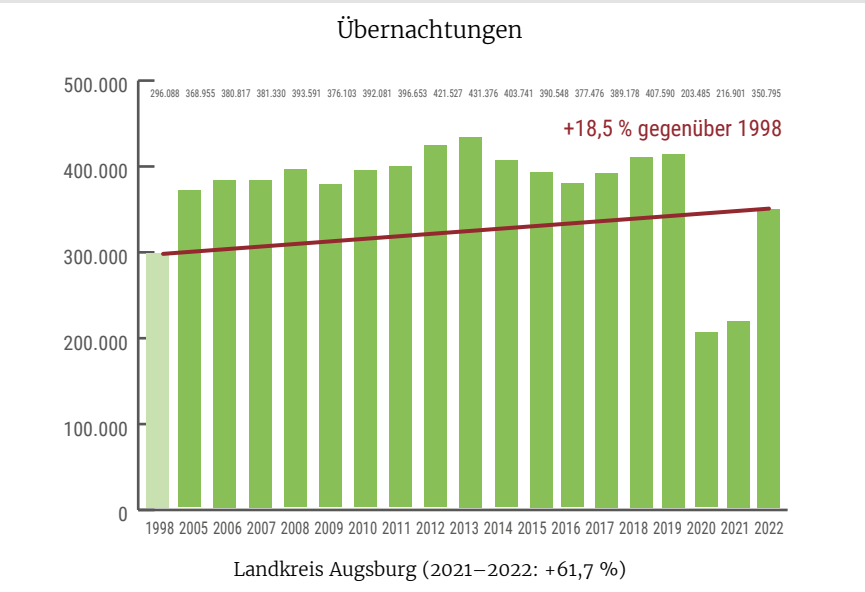
Massive Erholungsdynamik bei Gästen im Landkreis Augsburg

Gesteigerte Bettenkapazitäten im Landkreis Augsburg hatten sich vor den Jahren der Pandemie bei den Gästeankünften und bei den Übernachtungen in der Statistik positiv bemerkbar gemacht. Die nachfolgende Delle während der Corona-Phase war darum umso schmerzlicher. Doch im Berichtsjahr 2022 zeigt der massive Aufwärtstrend sowohl bei den Gästeankünften (180.475 im Jahr 2022, das sind plus 65,9 %) als auch bei den Übernachtungen (350.795 im Jahr 2022, das sind plus 61,7 %) die Resilienz der Tourismuswirtschaft auch im „Augsburger Land“ gegen negative externe, nicht touristisch bedingte Einflüsse.

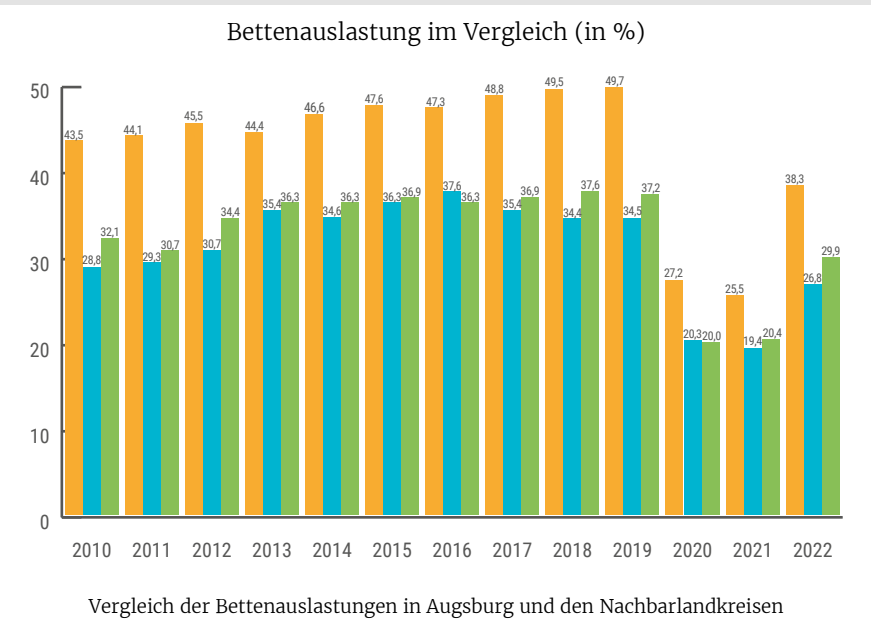
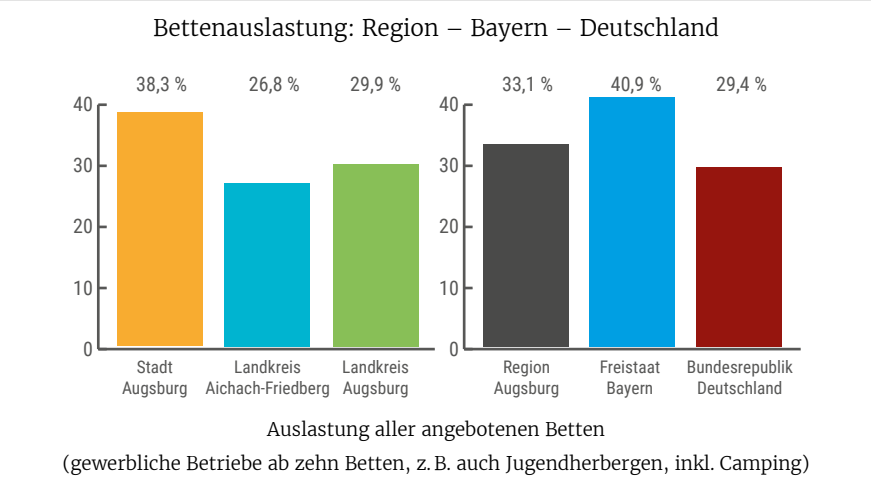
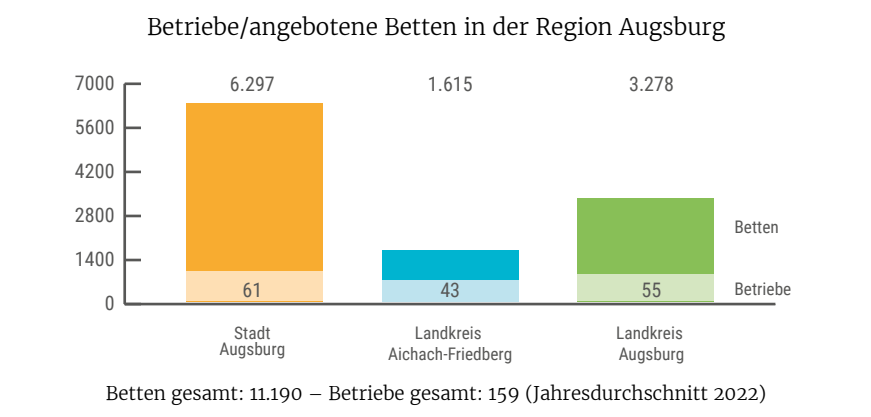
Die erhebliche Erholungsdynamik bei den Gästeankünften und Übernachtungen hat im „Augsburger Land“ dazu geführt, dass sich die statistischen Werte wieder weitgehend den Ergebnissen „normaler“ Zeiten angenähert haben. Die Werte in den Statistiken werden sich zudem im Folgejahr in Relation noch etwas weiter zugunsten des Landkreises Augsburg verbessern, wenn (von der Pandemie verursachte und externe, von der Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH nicht beeinflussbare) Erfassungsmängel in der Statistik behoben sein werden.



Nach 108.814 Gästeankünften im Jahr 2021 ergaben 180.475 Gästeankünfte im Landkreis Augsburg einen Zuwachs von 65,9 % im Berichtsjahr 2022. Gegenüber dem Ausgangswert von 1998 bedeutet dies trotz der Schließung und Umnutzung etlicher familiengeführter Betriebe im Landkreis in den vergangenen Jahren aktuell immer noch ein Plus von 15,8 %.



Die Erholungsdynamik bei den Übernachtungszahlen im Landkreis Augsburg im Jahr 2022 gegenüber dem Corona-Jahr 2021 belegt eine ausgeprägte Resilienz der Beherbergungsbetriebe im „Augsburger Land“ gegenüber den Folgen und Nachwehen der Pandemie und anderen externen Einflüssen. Das Ergebnis für den Landkreis wird sich künftig aufgrund statistisch bedingter Nachkorrekturen sogar noch etwas weiter verbessern.



Auch bei stetig wachsender Zahl an Übernachtungsbetrieben in der Region Augsburg hat sich die Bettenauslastung à la longue trotz diverser Schwankungen erhöht. Auf die Ausnahmesituation der Corona-Pandemie in 2020 und 2021 folgte 2022 aber die Ausnahmesituation stark erhöhter Kapazitäten. Trotz zweier paralleler Sonderbedingungen hat sich die Bettenauslastung gegenüber 2021 stark verbessert. Der noch von Nachwehen der Pandemie betroffene Markt nähert sich schon wieder den Marken der Zeit vor Corona an.

*Hinweis: Bei der Bewertung der Bettenauslastung kommt es des Öfteren zu fehlerhaften Interpretationen: 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.

Die Bettenauslastung zeigte sich 2022 bereits deutlich verbessert

Das Vertrauen der Übernachtungsbranche in den Standort Augsburg ist evident. Neue Häuser haben eröffnet (2021: 53 Betriebe, 2022: 61 Betriebe). Die Anzahl der Betten in der Stadt Augsburg hat zuletzt die Marke von 6.000 überschritten (2021: 5.331 Betten, 2022: 6.297 Betten).

Höheres Bettenangebot wirkte sich positiv auf andere Branchen aus

Dies ergibt eine Situation, die im Moment ohne Zweifel zu einer Verschärfung des Wettbewerbs in der Großstadt Augsburg und in Teilen der Region führt. Doch erfreulicherweise hat sich das gewachsene Bettenangebot zum einem vor allem dahingehend ausgewirkt, dass in Augsburg so viele Gäste übernachten haben wie noch niemals zuvor. Dies bringt als willkommenen Nebeneffekt eine Stärkung der Gastronomie, des Einzelhandels und weiterer vom Tourismus nutznießender Sektoren wie etwa ÖPNV oder Kulturwirtschaft. Der Aspekt der Umwegrentabilität für die Stadt Augsburg ist darüber hinaus ein beachtlicher.

Zum anderen hat das weitgehende Ende der von der Pandemie ausgelösten Rückgänge bei den Bettenbuchungen ungeachtet diverser Nachwehen bereits 2022 dazu geführt, dass sich das Niveau der Bettenauslastung trotz des ausgeweiteten Angebots bereits wieder spürbar in Richtung Normalität bewegt hat.

Vergleicht man nämlich die Bettenauslastung im Jahr 2021 mit der Bettenauslastung im Jahr 2022, ergibt sich in der Gesamtbetrachtung der statistischen Werte ein eindeutiges Bild. Die Bettenauslastung hat sich nämlich in Augsburg ungeachtet der dort sehr stark gewachsenen Kapazitäten auf ungefähr das Anderthalbfache der Bettenauslastung des Vorjahres – von 25,5 % im Jahr 2021 auf 38,3 % im Jahr 2022 – verbessert.

Im Landkreis Aichach-Friedberg verlief die Entwicklung wesentlich ruhiger: Dort hat sich die Zahl der Übernachtungsbetriebe von 42 im Jahr 2021 auf nunmehr 43 im Jahr 2022 erhöht. Zugleich stieg die Bettenauslastung von nur 19,4 % im Jahr 2021 erheblich auf 26,8 % im Berichtsjahr an, was in etwa der Verbesserung um ein Drittel entspricht.

Die Zahl der Übernachtungsbetriebe im Landkreis Augsburg blieb im Jahr 2022 gegenüber 2021 unverändert (weiterhin 55 Betriebe). Und auch im Landkreis Augsburg verbesserte sich die Bettenauslastung von 20,4 % im Jahr 2021 auf nunmehr 29,9 % im Jahr 2022. Das war immerhin fast die Hälfte mehr.

Stärkere Erholungsdynamik als vergleichbare Reiseziele in Bayern

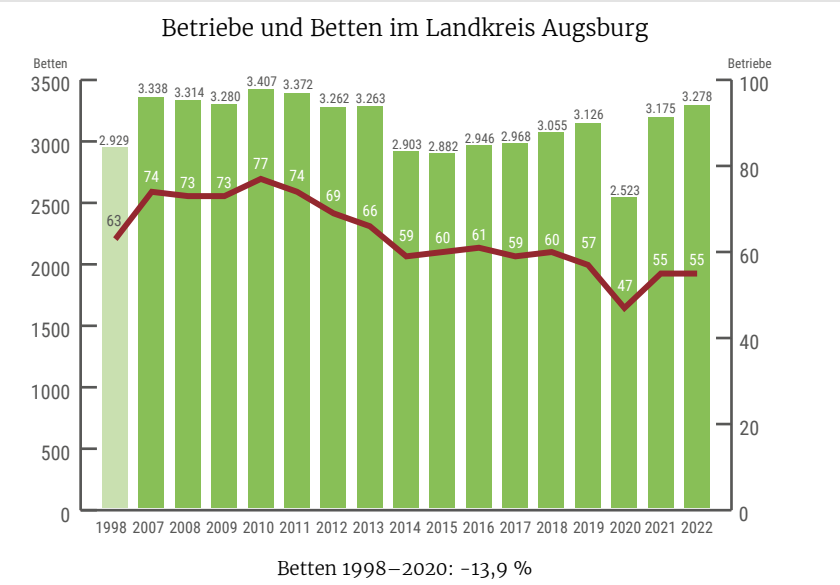
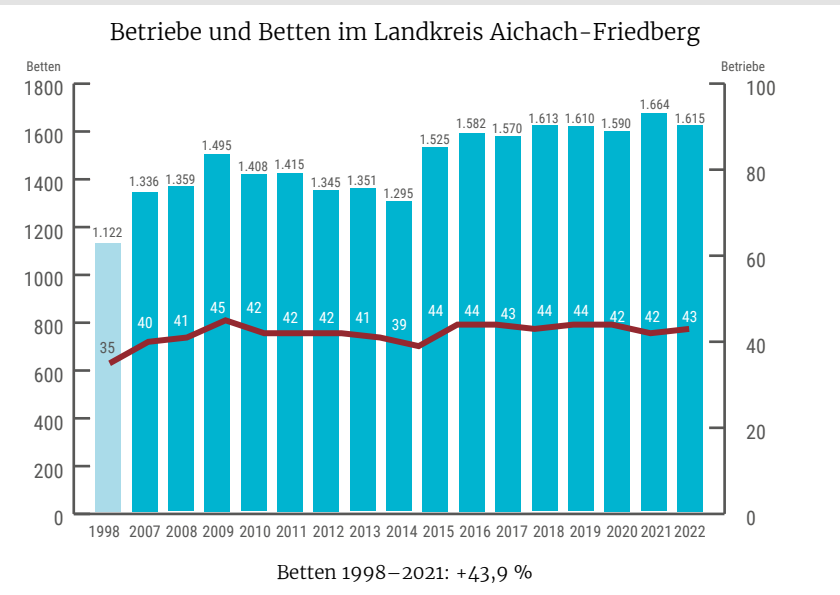
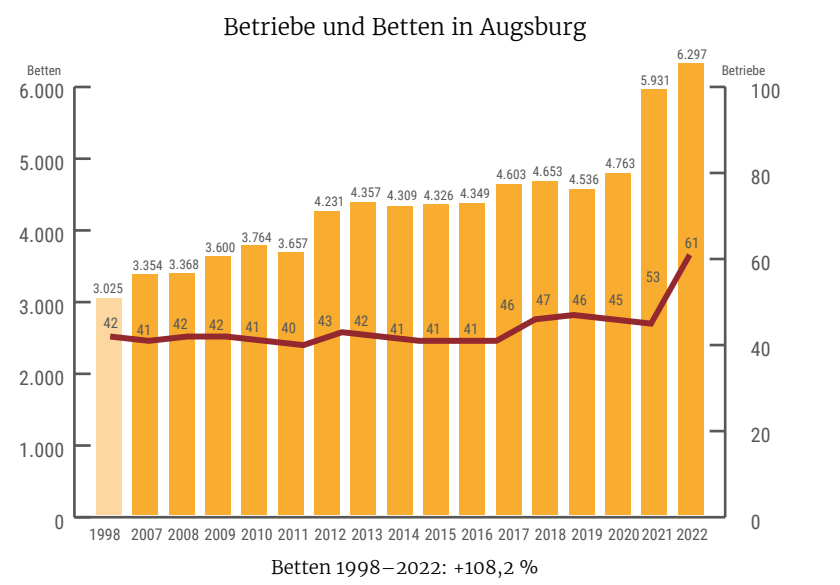
Einen Erholungseffekt nach den tourismushemmenden Corona-Jahren stellen zwar auch andere bayerische Destinationen fest. Doch bei einem Vergleich bayerischer Destinationen über damals aktuelle Zahlen am Ende des Jahres 2022 ließ sich ermitteln, dass Augsburg mit seinen außergewöhnlich hohen Zuwächsen bei Übernachtungen wenig überraschend klar über dem allgemeinen Trend lag.

Verglichen mit anderen Städten hat Augsburg relativ wenig Betten

Was viel eher überrascht: Noch immer bietet Augsburg im Vergleich zu anderen Städten in Bayern in Relation wenig Betten an: Bei etwa 300.000 Einwohnern Augsburgs – zudem bei steigender Tendenz – ergaben die im August 2022 gemeldeten 6.210 Betten ein statistisches Verhältnis von knapp 21 Hotelbetten pro tausend Einwohner.

Der Vergleich mit anderen bayerischen Städten zeigt: Überbordend viel ist das noch lange nicht. In München zählt man zum Beispiel rund 58 Betten pro tausend Einwohner, also fast dreimal mehr. In Regensburg sind es circa 45 Betten pro tausend Einwohner, und in Nürnberg wie auch in Würzburg etwa 40 Betten je tausend Einwohner. Das heißt: Dort werden jeweils fast oder sogar mehr als das Doppelte an Betten wie in Augsburg angeboten, bezieht man sich auf die Relation von Einwohner- und Bettenzahlen.

Augsburgs Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle, zugleich Aufsichtsratsvorsitzender der Regio Augsburg Tourismus GmbH, geht aber davon aus, dass die Stadt bei den Hotelkapazitäten nun gut aufgestellt ist. Damit ist die Stadt bei der Akquisition auch größerer Tagungen und Kongresse wettbewerbsfähig.



*Die Statistiken für 2022 beinhalten stochastische Unschärfen. Ein Erfassungsfehler in der Statistik wird 2023 behoben sein. Aktuell sind die Augsburger Zahlen zu hoch, die für den Landkreis sind davon abhängig etwas zu niedrig angesetzt – und umgekehrt.

Augsburgs Bettenzahl hat sich seit 1998 verdoppelt. Die Kapazitäten im Landkreis Aichach-Friedberg wuchsen kontinuierlich. Der Landkreis Augsburg hat sich relativ ruhig entwickelt.*

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH und ihre Strategien

Im Januar 2021 hatte die Regio Augsburg Tourismus GmbH ein Strategiepapier aktualisiert, das im Frühjahr 2020 – als Reaktion auf die Corona-Pandemie – erstellt worden war. Neben ihrer langfristigen Strategie für die Tourismusregion hatte die Regio damals kurzfristig und reaktiv etliche Maßnahmen zu initiieren, die der Tourismuswirtschaft in der Region Augsburg den Re-Start erleichtern sollten. Dieses Papier mit dem Titel „Die Strategien der Regio Augsburg Tourismus GmbH“ wurde mit Blick auf die Probleme und Bedürfnisse der touristischen Leistungsträger aktualisiert und bei diversen Positionen vertieft und erweitert. Ihr Strategiepapier hatte die Regio Augsburg Tourismus GmbH zur Abstimmung an die Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg gemailt. Diese Möglichkeit zur Mitwirkung haben die Landkreise Aichach-Friedberg und Augsburg sowie etliche Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg wahrgenommen. Das mit der Aktualisierung im Jahr 2021 auf elf Seiten erweiterte Positionspapier ist auf der Webseite der Regio Augsburg Tourismus GmbH nachzulesen.

Was aber sind ganz konkrete strategische Überlegungen, welche die Maßnahmen und das Marketing der Regio im Jahr 2022 maßgeblich beeinflussen?

1. Resilienz der Tourismusregion und der Leistungsträger

Aufgrund der Einschränkungen im Verlauf der Corona-Pandemie und ihrer Folgen für die Anbieter im Tourismus, in der Kultur- und Veranstaltungswirtschaft sowie in der gesamten MICE-Branche hat das Thema Resilienz für die Tourismusregion Augsburg eine größere Bedeutung erlangt. Unter der Resilienz im Tourismus versteht man die Widerstandskraft und Wandlungsfähigkeit der Tourismuswirtschaft und der Leistungsträger in der Region. Dabei geht es um die Sicherung regionaler Wertschöpfung.

Regionalisierung kann eine Region nachhaltiger machen. Regionale Wertschöpfung verbindet regionale Akteure und verschafft ihnen Logistik- und Wettbewerbsvorteile. Und regionale Wertschöpfung sowie regionalisierte Stoff- und Energieströme in Verbindung mit nachhaltigem Landmanagement fördern

die Stadt-Land-Kooperation. Was theoretisch klingt, lässt sich bei entsprechender Achtsamkeit einfach umsetzen. Ein Beispiel: Das Augsburger Kongress- und Tagungszentrum „Kongress am Park“ bezieht den Strom von Energieunternehmen in der Region, die klimaneutral Strom aus Wasserkraft generieren. Getränke und Lebensmittel für das Buffet der Veranstaltungen werden zum Beispiel aus der Region geordert. Das alles sind jeweils nur kleine Schritte, aber sie alle stärken die Region und damit ihre Resilienz. Resilienzsteigernd wirken sich zudem starke Netzwerke und gesunde Beziehungen zu Partnern aus. Die weitere Stärkung von Netzwerken stellt daher einen Schwerpunkt für die Arbeit der Regio dar:

1.1 Stadt-Land-Kooperation

Die Tourismusregion Augsburg profitiert schon heute von der seit 1998 – nach der Gründung der Regio Augsburg Tourismus GmbH – auch formal praktizierten Stadt-Land-Kooperation. Zunächst erleichtert die Dachmarke Augsburg den Gästen in der Region die geografische wie inhaltliche Einordnung. National wie international relevante Tourismusthemen wie die Römer und die Fugger,



die Mozarts und das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ bringt man zunächst einmal mit der Stadt Augsburg in Verbindung.

Hier und selbst bei Themen, bei denen Augsburg eine Alleinstellung aufweist – das sind zum Beispiel Bert Brecht sowie die Industriekultur –, profitiert letztlich auch die Tourismuswirtschaft in den Nachbarlandkreisen. Ohnehin verzahnen sich manche Themen über die jeweiligen Grenzen hinaus. Beispiel Fugger: Hier richten sich große Hoffnungen auf die Wiederherstellung des Fuggerschlosses in Mickhausen und des dortigen Schlossparks. Nach ihrer Fertigstellung wird sich auch das Thema Fugger noch wesentlich besser als bislang in der Stadt-Land-Kooperation vermarkten lassen.

1.2 Enge Vernetzung von Kultur und Tourismus

Augsburgs Geschichte, Denkmäler und kulturelle Schätze sind Pfunde, mit denen sich im Städte- und Kulturtourismus wuchern lässt. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz sagt dazu: „Kultur liegt im Trend. Für mehr als die Hälfte der Touristen gehören Kunst und Kultur zum Urlaub dazu. Deutsch-

land hat weltweit den Ruf als Land der Dichter und Denker. In Europa liegen wir als Kulturreiseziel vor Frankreich auf Platz 1. Reisende



schätzen unsere historischen Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen, Festivals, Theater und vieles mehr.

Unser Ziel ist es, Deutschland als Land mit einem reichen kulturellen und architektonischen Erbe noch mehr in den Fokus zu rücken.“ Das Ministerium sagt außerdem: „Kulturtourismus ist in Deutschland bislang vor allem Städtetourismus. Es ist aber gerade ein Markenzeichen des Reiselandes Deutschland, dass Deutschland auch sehr viel Kultur in der Fläche zu bieten hat.“ Auch die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) setzt in ihrer Reisewerbung für Deutschland einen Schwerpunkt auf bedeutende Kulturereignisse.

1.3 Verzahnung von Tourismus und Tagungswirtschaft

Im Bereich von Großveranstaltungen, Messen, Tagungen und Kongressen in Augsburg muss ohnehin davon ausgegangen werden, dass viele Termine mit hoher Teilnehmerzahl ohne die Leistungsträger – insbesondere der Beherbergungsbetriebe – in den beiden Nachbarlandkreisen nicht oder nur eingeschränkt durchführbar wären. Hier stärkt die Großstadt das Umland – und umgekehrt.

Zur engen Verzahnung von Tourismus und Tagungswirtschaft gehört einerseits, dass die attestierte „beeindruckende Erlebbarkeit“ der Stadt Augsburg ein Argument bei der Akquisition von Veranstaltungen wird. Andererseits schafft die durch Kongresse, Tagungen oder auch Messen generierte Nachfrage nach Erlebnissen, Gastronomie und Hotelbetten (Investitions-)Anreize für die touristischen Leistungsträger in der Region, was dann wiederum der Angebotsstruktur im „klassischen“ Tourismus zugute kommt.



1.4 Networking der Akteure in Tourismus und Wirtschaft

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH ist im Prinzip die Verkörperung von Networking in der Region Augsburg. Bei ihrer Arbeit setzt die Regio auf das Nutzen von Synergien durch branchenübergreifendes Netzwerken. Ziele sind dabei die Steigerung der Standortattraktivität und des Bekanntheitsgrads der Region sowie

das gemeinsame Erschließen neuer Zielgruppen. Marketingkooperationen erhöhen die Reichweite von Kampagnen, senken Kosten und reduzieren Streuverluste. Durch den Austausch von Wissen und gegenseitiges Lernen von den Partnern werden weitere Synergien erschlossen und auch neue und teils innovative Produkte generiert.

Ein Beispiel für gelungenes regionales Networking ist die Entstehung des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“: Die Regio hatte sich frühzeitig für die Bewerbung eingesetzt und hat in der Folge mit der Kommune, regionalen Energieversorgern, den Kunstsammlungen und Museen und externen Expertinnen und Experten zusammengearbeitet, um touristische Produkte zu entwickeln. Ein zweites Beispiel ist die Erfolgsgeschichte des „Sisi-Schlusses“ in Unterwittelsbach, die ebenfalls auf dem Networking diverser Player basiert.

Die Regio nutzt das Netzwerken auch im transnationalen Kontext bei der Gestaltung touristischer Produkte und daraus erzielter Synergien. Ein Beispiel ist die „Sisi-Straße“ mit Partnern in Deutschland, Österreich, Ungarn, Italien, Griechenland und der Schweiz, ein anderes die „Europäische Fuggerstraße“ mit den Partnern in Österreich, in Italien, in der Slowakei, in Spanien und im Oberallgäu. Durch solche Kooperationen können Themen der Region Augsburg breit gestreut und nicht zuletzt mehrsprachig kommuniziert werden.

Neben den institutionalisierten touristischen Netzwerken (DZT, BayTM, Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben) und Mitgliedschaften (Historic Highlights of Germany, Romantische Straße) nutzt die Regio aber auch informell Synergien wie bei gegenseitigem Austausch von Werbemitteln und Gegengeschäften mit anderen Tourismuseinrichtungen oder Partnern aus der Wirtschaft.

2. Naherholung und „Urlaub daheim“

Zunächst als Folge der Corona-Pandemie, aber auch mit Blick auf den ökologischen Fußabdruck und den Klimawandel gewinnt der Nahtourismus wieder größere Bedeutung. Die Entwicklung der Energie- und Spritpreise wird diese Tendenz absehbar verstärken. Der Tourismus kann auf all diese Faktoren mit dem Angebot „Urlaub daheim“ sowie mit attraktiven Angeboten an frischer Luft – in den Großstädten wie vor allem im angrenzenden

den ländlichen Raum – reagieren. Letztlich ist auch dies eine der Maßnahmen, welche die Resilienz der Tourismusregion und ihrer touristischen Leistungsträger durch lokale Wertschöpfung unterstützen und damit regionale Wirtschaftskreisläufe stabilisieren.

Konkrete Beispiele in der Arbeit der Regio waren in den Jahren 2021 und 2022 Angebote und Publikationen für Stadtsparziergänge und Wanderungen, aber auch die Mozart-App für den individuellen Rundgang in der Mozartstadt Augsburg und die Lauschtour für den Land-Art-Park im „Naturpark Augsburg-Westliche Wälder“. Auch die Tourentipps zu Denkmälern der Wittelsbacher im Landkreis



Aichach-Friedberg, zu den Spuren der Römer in der Region, zu Kirchen und Wallfahrtsstätten sowie zu Objekten des UNESCO-Welterbes auch am Nördlichen Lechkanal im Landkreis Augsburg (in Verbindung mit einem weiterführenden Verweis auf das Klostermühlenmuseum in Thierhaupten) sind unter diesem Gesichtspunkt entstanden.

3. Digitalisierung im Tourismus

Die Digitalisierung ist auch in der Tagungs- und Kongresswirtschaft die Zukunft. Die Anzahl der Hybridveranstaltungen nimmt zu. Doch auch der „klassische“ Tourismus verändert sich rasant – sowohl in der Darstellung des Tourismusstandorts als auch bei der Präsentation des touristischen Angebots, in der Zielgruppenansprache und in der Kommunikation mit dem Gast. Die Digitalisierung der Customer Journey als Element der Kundenbindung und Gästebetreuung im Tourismus wird immer wichtiger – von der Informationsvermittlung bis zur Buchung von Leistungen. Das Social-Media-Marketing ist bei der Gewinnung neuer Gäste kaum mehr wegzudenken.



Auch die Produktgestaltung wird längst stark von Digitalisierung und virtuellen Welten beeinflusst. Das von der Regio konzipierte innovative Fugger und Welser Erlebnismuseum ist dafür ein Beispiel, die Mozart-App mit ihren Augmented-Reality-Szenen und einem Mix aus Bild, Text und Ton ein anderes. Der „Geschichtspfad“ der Regio Augsburg Tourismus GmbH führt auch virtuell ins Mittelalter und zur Schlacht auf dem Lechfeld. Den Erfolg solcher Konzepte steigert eine

crossmediale Unterstützung durch Pressearbeit und/oder Printwerbung.

4. Erlebbarkeit des Standorts durch Storytelling

Augsburg bietet – so das Urteil einer 2021 erarbeiteten externen Analyse – „eine beeindruckende Erlebbarkeit“. Geschichte, Namen und Denkmäler machen das zweitausendjährige Augsburg zu einer der wohl spannendsten Städte Deutschlands. Römer und Fugger, Renaissance und Industriekultur, Mozart und Brecht, UNESCO-Welterbe, Museen und Baudenkmäler müssen aber allgemeinverständlich und Interesse weckend aufbereitet werden. Digitalisierung kann dabei hilfreich sein. Am Anfang steht jedoch die für ein breiteres Publikum geeignete Aufbereitung der jeweiligen Themenkomplexe, die bei Themenführungen und durch Publikationen vertieft werden.



5. Revitalisierung der Städte und Stärkung der Infrastruktur

Das Ziel aller Maßnahmen ist letztlich die Stärkung der Schlüsselbranche Tourismus und damit der regionalen Wirtschaft. Zum Ersten sichert der Tourismus zahlreiche standortgebundene Arbeitsplätze in der Region. Zum Zweiten sichert der Tourismus aber auch zahlreiche Facetten der lokalen



und regionalen Infrastruktur ab: Das beginnt bei der Gastronomie und beim öffentlichen Nahverkehr und endet bei den Kulturveranstaltungen und Museen. Die Steigerung des Bekanntheitsgrads im Wettbewerb der Städte und Regionen und die Kommunikation „weicher“ Standortfaktoren ist ein dritter Aspekt, der Einfluss auf die Ansiedlungspolitik von Unternehmen haben kann. Als vierte Aufgabe kommt dem Tourismus wachsende Bedeutung bei der Stärkung der Innenstädte zu. Die Folgen der Corona-Pandemie, längerfristig gesehen aber noch stärker (aktuell) der zunehmende Internet-Versandhandel sowie (als lang bekannte Problematik) die „autogerechte“ Verlagerung des Handels an die Peripherien der Städte haben die Attraktivität, Angebotsvielfalt und Lebendigkeit in den Stadtzentren zunehmend geschmälert. Dieser Schwächung der Zentren kann der Tourismus mit seinem Besucheraufkommen erheblich entgegenwirken und so zur Revitalisierung der Städte beitragen.

Regio Augsburg Tourismus GmbH

Aufsichtsrat

Aufsichtsratsvorsitzender

- Dr. Wolfgang Hübschle,
Wirtschaftsreferent Stadt Augsburg

Stellvertreter

- Dr. Klaus Metzger,
Landrat Landratsamt Aichach-Friedberg

Stadt Augsburg

- Leo Dietz, Stadtrat
- Tatjana Dörfler, Stadträtin
- Dr. Pia Haertinger, Stadträtin
- Margarete Heinrich, Stadträtin

Landkreis Aichach-Friedberg

- Johannes Hatzold, Kreisrat

Landkreis Augsburg

- Heinz Liebert, Kreisrat
- Franz Bossek, Kreisrat
- Anton Rittel, Kreisrat

Beirat

Beiratsvorsitzender

- Andreas Schmutterer,
Verlagsleiter Augsburger Allgemeine

Stellvertreter:

- Andreas Gärtner,
Bezirksgeschäftsführer HBE Handelsverband Bayern e. V.
Bezirk Schwaben

Mitglieder

- Karl Bayerle,
Amtsleiter Wirtschaftsförderung Stadt Augsburg – Referat 1
- Beatrix Böck,
Wirtschaftsförderung Landratsamt Augsburg

- Dr. Walter Casazza,
Geschäftsführer Stadtwerke Augsburg Holding GmbH
- Jochen Deiring,
RA, Bezirksgeschäftsführer Bay. Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e. V. Bezirksgeschäftsstelle Schwaben
- Daniela Eder,
Wirtschaftsförderung Landratsamt Aichach-Friedberg
- Matthias Feiger,
Stellv. Vorsitzender Wittelsbacher Land e. V.
- Raphael Morhard,
Geschäftsführer Begegnungsland Lech-Wertach e. V.
- Ines Bobinger,
Wirtschaft-, Tourismus- und Bürgerservice Stadt Friedberg
Tourismusamt der Stadt Friedberg
- Johannes Hintersberger, MdL,
Staatssekretär a. D.
- Fritz Kühner,
Fritz Kühner – Hotel & Gastronomieberatung GmbH & Co. KG
- Rebecca Lechner,
Wirtschaftsförderung Landratsamt Augsburg
- Bianca Rogg,
Wirtschafts- und Finanzreferat Stadt Augsburg – Referat 1
- Wolfgang Pfister,
ehem. Geschäftsführender Gesellschafter
Kutscher + Gehr GmbH & Co. KG
- Lorenz A. Rau,
Geschäftsführer Messe Augsburg ASMV GmbH
- Ekkehard Schmölz,
Leiter Augsburg Marketing Regio Augsburg Wirtschaft GmbH
- Christian Steimer,
Bereichsleiter Center Mittelstandskunden, Stadtparkasse Augsburg
- Benjamin Walther, ReAL West e. V.
- Dagmar Witty

Geschäftsführer

- Götz Beck,
Diplom-Betriebswirt (FH),
Tourismusdirektor Regio Augsburg Tourismus GmbH



Dr. Wolfgang Hübschle



Dr. Klaus Metzger



Leo Dietz



Tatjana Dörfler



Dr. Pia Haertinger



Margarete Heinrich



Johannes Hatzold



Heinz Liebert



Franz Bossek



Anton Rittel

Verkehrsverein Region Augsburg e. V.

Vorstandschafft

1. Vorsitz

- Johannes Hintersberger, MdL,
Staatssekretär a. D.

2. Vorsitz

- Karl Bayerle,
Amtsleiter Wirtschaftsförderung Stadt Augsburg – Referat 1

3. Vorsitz

- Andreas Schmutterer,
Verlagsleiter Augsburger Allgemeine

Schatzmeister

- Christian Steimer,
Bereichsleiter Center Mittelstandskunden, Stadtparkasse Augsburg

Schriftführer

- Andreas Gärtner,
Bezirksgeschäftsführer HBE Handelsverband Bayern e. V.
Bezirk Schwaben

Erweiterter Vorstand

- Michael Berz,
Geschäftsführer Siller & Laar GmbH & Co. KG
- Ines Bobinger,
Wirtschaft-, Tourismus- und Bürgerservice Stadt Friedberg
- Jochen Deiring, RA,
Bezirksgeschäftsführer Bay. Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e. V. Bezirksgeschäftsstelle Schwaben
- Theodor Gandenheimer,
Hoteldirektor Hotel Maximilian's
- Margarete Heinrich,
Stadträtin
- Fritz Kühner,
Geschäftsführer Fritz Kühner – Hotel & Gastronomieberatung GmbH
- Lorenz A. Rau,
Geschäftsführer Messe Augsburg ASMV GmbH
- Michael Ströll,
Geschäftsführer FC Augsburg 1907 GmbH & Co. KG aA
- Benjamin Walther,
ReAL West e. V.
- Dagmar Witty

Geborene Mitglieder des Vorstandes

Stadt Augsburg vertreten durch:

- Eva Weber,
Oberbürgermeisterin der Stadt Augsburg

Landkreis Aichach-Friedberg vertreten durch:

- Dr. Klaus Metzger, Landrat, Landratsamt Augsburg

Stellvertreter:

- Georg Großhauser,
Verwaltungsdirektor Zentrale Angelegenheiten,
Landratsamt Aichach-Friedberg
- Daniela Eder,
Wirtschaftsförderung, Landratsamt Aichach-Friedberg

Landkreis Augsburg vertreten durch:

- Martin Sailer, Landrat, Landratsamt Augsburg

Stellvertreter:

- Herwig Leiter,
Leiter der Wirtschaftsförderung
- Heinz Liebert,
Kreisrat
- Rebecca Lechner,
Wirtschaftsförderung, Landratsamt Augsburg

Korporatives Mitglied

- Ulrike Weber,
Industrie- und Handelskammer Schwaben

*Tourismusdirektor Götz Beck (3. v. l.) mit den
jeweils einstimmig gewählten Vorstands-
mitgliedern des Verkehrsvereins Region
Augsburg e. V. (v. l. n. r.): Andreas Schmutterer,
Johannes Hintersberger, Karl Bayerle, Andreas
Gärtner und Rolf Settlemeyer.*



**Gremien: Aufsichtsrat,
Beirat und Verkehrsverein**
www.augsburg-tourismus.de/wir-ueber-uns



**Mitarbeiter der Regio
Augsburg Tourismus GmbH**
www.augsburg-tourismus.de/kontakt



**Stadtführungen
und Gruppenführungen**
www.augsburg-tourismus.de/fuehrungen



**Broschüren und
weitere Publikationen**
www.augsburg-tourismus.de/broschueren



Messe, Tagung und Kongress
www.augsburg-tourismus.de/messe-tagung-kongress



Hotellerie und Gastronomie
www.augsburg-tourismus.de/uebernachten
www.augsburg-tourismus.de/essen-trinken



**Strategiepapier der Regio
Augsburg Tourismus GmbH**
www.augsburg-tourismus.de/strategien



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



**Kampagne
Stadt und Region**
www.augsburg-tourismus.de/profile

