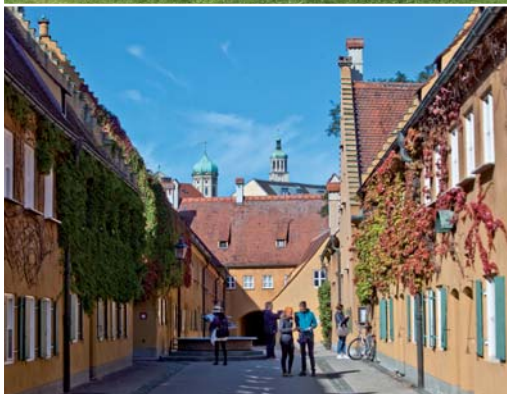
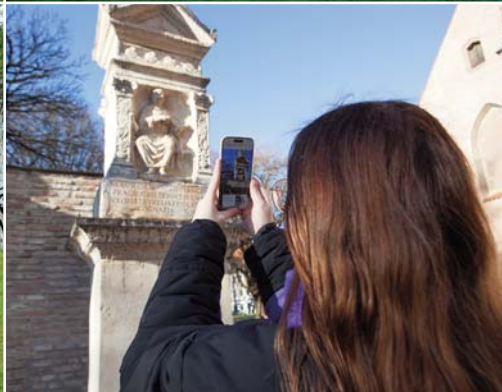
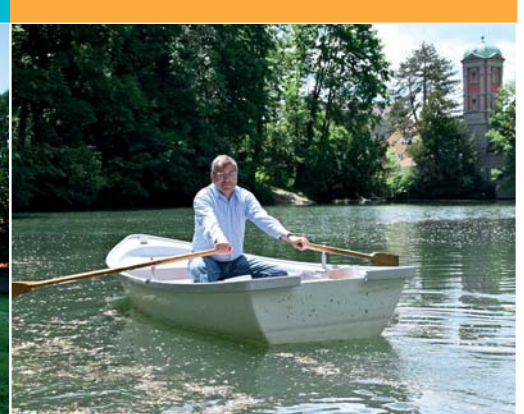




Geschäftsbericht 2024 der Regio Augsburg Tourismus GmbH

Zahlen | Leistungen | Fakten | Perspektiven



Welterbe
Wassersystem
Augsburg

...im Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus für das Jahr 2024

Allgemeine Entwicklung des Tourismus in Bayern und Augsburg	4
Gästeankünfte/Übernachtungen in der Region Augsburg	5
Stadt Augsburg – Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH	6
Stadt Augsburg: Rückblick und Vorschau – 2024 und 2025	8
Gästeankünfte/Übernachtungen in Augsburg	9
Augsburg: Wachstumsdynamik von 2014 bis 2024	10
Augsburg: der Auslandsmarkt	11
Landkreis Aichach-Friedberg – Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH	12
Landkreis Aichach-Friedberg: Rückblick und Vorschau	14
Gästeankünfte/Übernachtungen im Landkreis Aichach-Friedberg	15
Landkreis Augsburg: Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH	16
Landkreis Augsburg: Rückblick und Vorschau	18
Gästeankünfte/Übernachtungen im Landkreis Augsburg	19
Region Augsburg: Beherbergungsbetriebe/Gästebetten/Bettenauslastung	20
Kommunikationsmix: Internet und Social Media	22
Kommunikationsmix: Messen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	24
Kommunikationsmix: Anzeigenwerbung und Printprodukte	26
Kommunikationsmix: Tourismusmagazin und Themenbroschüren	28
Kommunikationsmix: Publikationen – fremdsprachig und im Internet	31
Führungen – öffentliche und individuell buchbare Angebote	32
Virtuelle Führungen und Angebote	34
Betreuungsaufgaben: Tourist-Info, Museen und Shops	36
Tourismusfaktoren MICE, Kongresse, Tagungen	37
Marketing weltweit – das Augsburger UNESCO-Welterbe	38
„History Marketing“ mit zwei Kultureiserouten	39
Ökologie – Regionalität – Nachhaltigkeit – Klimaschutz	40
Finanzierung der Tourismusarbeit	42
Leistungen der Regio für Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V.	43
Strategische Ziele für die Region Augsburg	44
Gremien	46
Weitere Informationen auf der Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH	48

Impressum

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

Text und Produktion:
context verlag Augsburg | Nürnberg
www.context-mv.de

Bildnachweis

Fotografie Titel:
Martin Kluger (6),
Wolfgang B. Kleiner (3),
Regio Augsburg Tourismus GmbH (1)
privat (1)

Fotografie Inhalt:
Andreas Brücklmair, S. 36 (1)
context verlag Augsburg | Nürnberg
(Archiv): S. 23 (1)
Felix Hartmann, S. 40 (1)
Alexander Heinle, S. 25 (1)
Wolfgang B. Kleiner, S. 6/7, 8 (1),
18 (1)
Martin Kluger, S. 8 (3), 10, 12/13,
16/17, 33 (2), 35 (1), 36 (5), 38 (3),
39 (3), 40 (3), 42, 47, 48 (8)
Gert Krautbauer, S. 24 (1)
Christian Menkel/tourismus.bayern,
S. 36 (1)
MTB-Verein Augsburg, S. 41 (1)
Museum im Wittelsbacher Schloss
Friedberg, S. 14 (1)
Photo-Jockey, S. 37
Privat, S. 3 (4), 14 (1), 46 (10)
Natalija Ribovic, S. 32 (1)
Priska Rieger, S. 25 (3/o.)
Florian Trykowski, S. 18 (1)
Regio Augsburg Tourismus GmbH/
Partner der Regio, S. 4, 8 (1), 14 (1),
24 (2), 25 (1/u.), 33 (1), 34 (1), 35
(1), 41 (1), 48 (1)
Stadt Augsburg/Martin Augsburger,
S. 38 (1)
2va GmbH, S. 14 (1), 18 (1), 35 (1)

Weitere Abbildungen (Diagramme,
Grafiken, Screenshots, Composings,
Broschüren und Buch-Cover):
Regio Augsburg Tourismus GmbH
oder
context verlag Augsburg | Nürnberg

Alle Angaben ohne Gewähr
Stand 05/2025

Tourismus in der Region Augsburg im Jahr 2024:
„Weiter, immer weiter...“ – 2025 seit 100 Jahren

Man muss kein Fan des FC Bayern sein, und man muss noch nicht ein-
mal etwas mit Fußball im Sinn haben: Doch den fast schon legendären
Spruch der Münchner Torhüter-Ikone Oliver Kahn – „Weiter, immer
weiter“ – kennt und zitiert man des Öfteren auch außerhalb der Welt
der Fußballstadien und der Sportberichterstattung. „Weiter, immer
weiter“ – das könnte recht gut auch als Leitwort dieses Geschäfts-
berichts zum Tourismus in der Region Augsburg im Jahr 2024 passen.
Denn auch die jüngsten Zahlen aus dem Bayerischen Landesamt für
Statistik zeigen einen eindeutigen (und stabilen) Trend, was die Ent-
wicklung der Tourismuswirtschaft in der Region Augsburg angeht.
Es geht weiter, immer weiter...

Die Steigerungsraten des Tourismusjahres 2024 gegenüber dem
Vorjahr klingen zunächst einmal gar nicht sonderlich aufregend. Ein
Plus von 2,0 % bei den Gästeankünften und ein Zuwachs von 1,2 % bei
den Übernachtungen – beide Werte auf die gesamte Region bezogen:
Das wirkt erst mal relativ moderat. Spannend wird es erst, wenn man
weiß, dass diese an und für sich nicht exorbitant hohen Zuwachsraten
noch einmal eine Steigerung jener Rekordzahlen bedeuten, die schon
das Vorjahr 2023 mit sich gebracht hatte. Spannende Erkenntnisse
bringt es aber auch mit sich, wenn man diese statistischen Daten im
Detail auswertet und mit den Daten anderer Destinationen vergleicht.
Denn das auf den ersten Blick recht spröde Zahlenwerk „erzählt“
beim zweiten Hinschauen und in der soliden Interpretation doch
etliches über die Faktoren des Erfolgs. Hier zunächst die nackten
Zahlen: 957.323 Gästeankünfte wurden 2024 in der Region gezählt
und 1.763.815 Übernachtungen – also erneut weitere Zuwächse.
Das spiegelt zunächst die wirtschaftliche Dimension der Tourismus-
wirtschaft wider, die in der Region Augsburg seit der Gründung der
Regio Augsburg Tourismus GmbH zum Jahr 1998 – Stichwort: „Weiter,
immer weiter“ – nahezu kontinuierlich wächst und gedeiht. Tourismus
ist somit ganz klar als eine der Schlüsselbranchen sowie als ein be-
deutender Wirtschaftsfaktor für die gesamte Region zu betrachten.

Interessant ist aber nicht zuletzt die Analyse der Entwicklung im
Detail. Dabei zeigt sich nämlich, dass es in unserer Region die
Großstadt Augsburg ist, die sich als Zugpferd für den regionalen
Tourismus erweist. Mit 645.833 Gästeankünften im Jahr 2024 (ein
Plus von 6,8 % gegenüber 2023) sowie mit 1.196.946 (registrierten)
Übernachtungen (ein Plus von 5,6 % gegenüber dem Vorjahr) trägt die
UNESCO-Welterbestadt, Renaissance- und Fuggerstadt Augsburg auch
als Messestandort sowie als Kongress- und Tagungsstandort über-
dimensional zum guten Gesamtergebnis bei – von den Geschäfts-
reisenden einmal ganz abgesehen. Die Stadt erweist sich also offen-
bar als Tourismusmagnet: Das belegt auch der Zahlenvergleich in
einer Statistik des Tourismusverbands Bayerisch-Schwaben für den
gesamten nordschwäbischen Raum: Die Augsburger Zuwächse liegen



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

bei den Gästeankünften wie bei den Übernachtungen signifikant über
den Werten aller sechs nordschwäbischen Landkreise. Mehr noch: Die
Studie „Wichtige Daten zum Tourismus in Bayern 2024“, veröffentlicht
vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft,
Forsten und Tourismus, belegt, dass die Wachstumsdynamik im Augs-
burg-Tourismus in der Zeit von 2014 bis 2024 bei Gästeankünften wie
bei Übernachtungen massiv über dem bayerischen Durchschnitt lag.

Realistischerweise ist es der breitgefächerte Mix aus Reiseanlässen
und Komm-Gründen, aber auch das gute Verhältnis von Angebot und
Nachfrage, das sich augenscheinlich positiv ausgewirkt hat. Dass zum
Beispiel in und bei Augsburg – auch von Skepsis begleitet – etliche
neue Bettenkapazitäten hinzugekommen sind, hat diesem Standort
wohl nicht geschadet. Wo viel ist, kommt viel dazu oder auch hin –
ganz einfach, weil das Angebot vorhanden ist. Was die „klassischen“
Städtetouristen betrifft, gilt natürlich nach wie vor die Erkenntnis:
„Augsburg ist eine der spannendsten Städte Deutschlands“. Die
Unternehmen am Standort, die Messe und „Kongress am Park“ tun
das Ihre dazu. Von der Sogwirkung der Großstadt profitieren aber
letztlich auch die Nachbarkommunen. Apropos Sogwirkung: Davon
hat Augsburg auch 2025 etliches zu bieten. Das UNESCO-Welterbe
„Augsburger Wassermanagement-System“ zieht nicht nur klassische
Touristen an, sondern auch die Vertreter der Fachwelt. Und mit dem
500. Todestag Jakob Fuggers „des Reichen“ Ende des Jahres 2025
hat Augsburg ein Gedenkjahr zu bieten, das wohl weit überregional
Beachtung finden wird: Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat zu
diesem Anlass eine bundesweite Medienkampagne konzipiert. Auch
das Thema „Römerstadt Augsburg“ wird noch intensiver beworben.

Zu guter Letzt besteht 2025 ein ganz spezieller Grund zum Feiern: Der
Verkehrsverein Augsburg ist nämlich vor 100 Jahren gegründet worden.
Der Verkehrsverein und die Regio Augsburg Tourismus GmbH werden
zu diesem Anlass eine Tourismus-Chronik herausbringen. Abgesehen
vom historischen Hintergrund wird diese Jubiläumsschrift einiges
über die Entwicklungsschritte des Tourismus in und bei Augsburg
verraten – nicht zuletzt in den Jahren seit der Gründung der Regio
Augsburg Tourismus GmbH. Auch das Motto dieses Kapitels könnte
lauten: „Weiter, immer weiter.“ Das alles konnte natürlich nur dank
Ihrer Arbeit und aufgrund Ihrer Unterstützung funktionieren. Allen Mit-
gliedern des Verkehrsvereins Region Augsburg, den Kommunen und
zahlreichen Partnern im Tourismus gilt daher unser herzlicher Dank.

Johannes Hintersberger
Vorstandsvorsitzender
Verkehrsverein Region
Augsburg e.V.

Dr. Wolfgang Hübschle
Aufsichtsratsvorsitzender
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Andreas Schmutterer
Beiratsvorsitzender
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Götz Beck
Tourismusdirektor
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Tourismus in Augsburg: zweimal unter den Top Ten in Bayern

Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus hat jüngst „Wichtige Daten zum Tourismus in Bayern 2024“ veröffentlicht. Unter den dort publizierten Zahlen war auch eine Tabelle mit den Übernachtungszahlen der „Top 25-Gemeinden in Bayern“, erstellt nach Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik. Die Stadt Augsburg lag in dieser Liste – direkt (sowie noch deutlich) vor der UNESCO-Welterbestadt Würzburg – auf Platz neun dieses Rankings. Für Augsburg wurden dort knapp 1,2 Millionen Übernachtungen aufgeführt, mit einem Zuwachs von 63.525 Übernachtungen gegenüber 2023. Das bedeutete ein Plus von 5,6 % im Berichtsjahr.

Die Analyse der in dieser Tabelle aufgelisteten statistischen Zahlen zeigt einen für viele doch überraschenden Trend: Die Zugewinne bei den Übernachtungszahlen lagen – in der Relation und im Regelfall – in den größeren Städten höher als in kleineren Städten oder ländlichen Tourismusgemeinden. Interessant ist auch der Vergleich der Zuwächse bei den

Der Tourismus in der Welterbe- und Renaissance-stadt Augsburg hat zuletzt ein erhebliches Wachstum registrieren können. Die Großstadt liegt dabei weit über dem bayerischen Mittelwert.



Übernachtungen in absoluten Zahlen in den Destinationen (einschließlich der Großstädte München und Nürnberg). Dort liegt die Stadt Augsburg bayernweit sogar auf Platz sechs.

Diese Zahlen bestätigen generell die Attraktivität der Städte und speziell die Augsburgs als europäische Kulturmetropole. Das liegt auch an Rahmenbedingungen wie etwa der Zahl verfügbarer Hotels und der Qualität der touristischen Angebote: von der Gastronomie bis zu den kulturellen Angeboten.

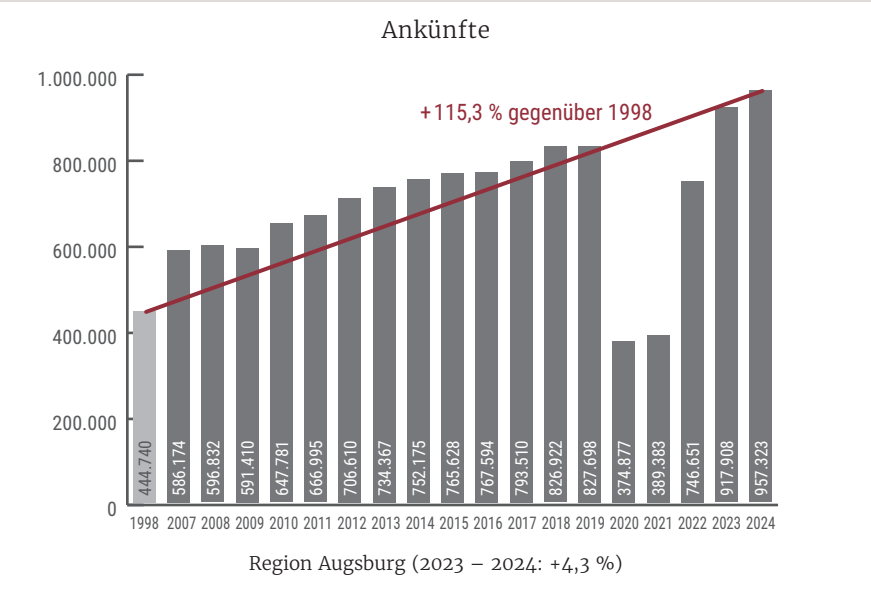
Annähernd 1,8 Millionen Übernachtungen in der Region Augsburg zeigen die Bedeutung der Schlüsselbranche Tourismus. Das „Zugpferd“ der Region war auch 2025 die Stadt Augsburg, wo allein schon knapp 1,2 Millionen Übernachtungen anfielen.

In der Region Augsburg rückt bei den Gästeankünften die Million immer näher

957.323 Gästeankünfte zählte man in der Region Augsburg im Jahr 2024. Nur 444.740 Gästeankünfte waren es noch im Jahr 1998 gewesen – also in jenem Jahr, in dem die Regio Augsburg Tourismus GmbH ihren Betrieb aufgenommen hat. Man muss diese beiden statistischen Werte wohl unmittelbar nebeneinander aufführen, um die enorme Entwicklung, die der Tourismus in und um Augsburg in nur zweieinhalb Jahrzehnten genommen hat, voll erfassen zu können. Eine Region, die 1998 noch weit unter einer halben Million Gästeankünfte lag, schickt sich an, absehbar die Schwelle einer Million registrierter Gästeankünfte zu überschreiten: Anders als mit dem Wort „Erfolgsgeschichte“ kann man diese Entwicklung kaum bezeichnen.

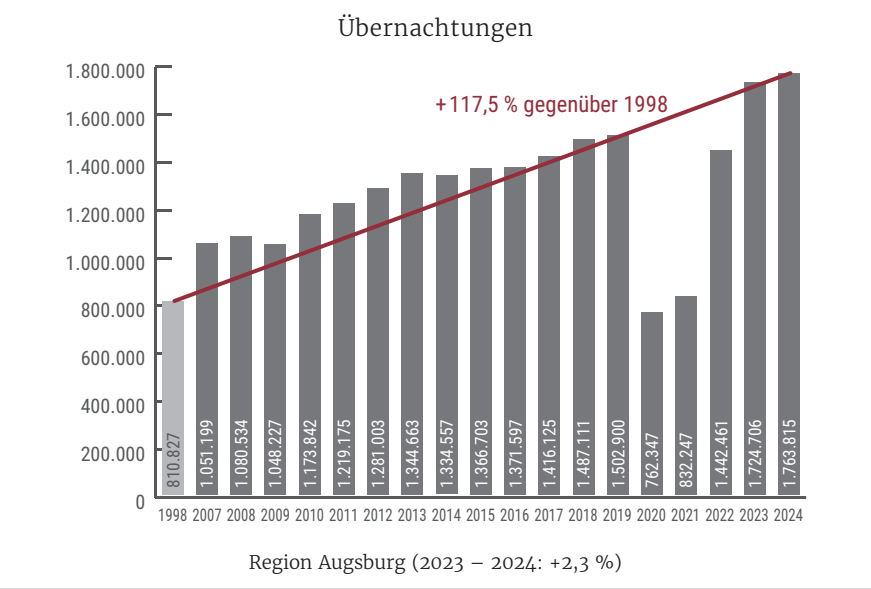
957.323 Gästeankünfte im Jahr 2024 in der Großstadt Augsburg sowie in den beiden Nachbarlandkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg bedeuteten für die gesamte Region Augsburg einen Zuwachs von +4,3 %. Das liegt ziemlich genau im Bayern-Trend (dort +4,5 %), aber doch immer noch signifikant über dem Zuwachs in der Tourismusregion Bayerisch-Schwaben (dort nur +2,7 %). Die neue Rekordzahl bei den Gästeankünften in der Region Augsburg zog naturgemäß einen neuerlichen Höchstwert bei der Zahl der Übernachtungen nach sich. Auch dieser Wert hat sich gegenüber 1998 weit mehr als verdoppelt. 1.763.815 registrierte Übernachtungen bedeuten gegenüber dem Vorjahr zwar nur ein moderates Mehr von +2,3 %. Auf höchstem Niveau lag die Gesamtregion Augsburg damit aber lediglich ganz knapp unter dem Trend bei den Übernachtungen in ganz Bayern (+2,5 %), aber deutlich über dem Zuwachs in der gesamten Tourismusregion Bayerisch-Schwaben, wo das Plus gegenüber dem Vorjahr lediglich 0,9 % betrug.

Sichtbar wird somit erneut die Bedeutung der Großstadt Augsburg als „Zugpferd“ für den Tourismus in der ganzen Region. Das zeigt sich zum einen an den absoluten Werten: In Augsburg wurden 645.833 Ankünfte gezählt, das waren immerhin 67,9 % des gesamten Aufkommens an Gästeankünften. Und insgesamt 1.196.946 Übernachtungen allein in Augsburg machten 2024 schon 67,9 % aller 1.763.815 in der Region statistisch erfassten



Übernachtungen aus. Auch die jeweiligen Wachstumsraten lagen in der Großstadt bei den Ankünften (+6,8 %) wie bei Übernachtungen (+5,6 %) über dem durchschnittlichen Zuwachs der Gesamtregion: beides wohl ein Resultat des florierenden Städte- und Kulturtourismus in Verbindung mit der gut funktionierenden Tagungs- und Kongresswirtschaft.

2024 wurden in der gesamten Region Augsburg 957.323 Gästeankünfte statistisch erfasst. Das ist sogar gegenüber dem Rekordjahr 2024 ein neuerlicher Höchstwert. Verfestigt hat sich dadurch das Ergebnis, dass sich die Zahl der Gästeankünfte in der Region in einem Vierteljahrhundert mehr als verdoppelt hat.



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.“ Gästeankünfte beinhalten nicht die weitaus höhere Zahl an Tagestouristen (Tagesreisen und Tagesgeschäftsfahrten).

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.

Mit 1.763.815 Übernachtungen im Berichtsjahr 2024 erzielte das Übernachtungsgewerbe in der Region Augsburg nach den Rekordzahlen aus dem Jahr 2023 neuerlich einen Höchstwert. Der Zuwachs war mit 2,3 % zwar moderat, aber eben doch auf höchstem Niveau. Auch die Zahl der Übernachtungen hat sich seit dem Jahr 1998 mehr als verdoppelt. Die Leitökonomie Tourismuswirtschaft der Region Augsburg darf damit wohl ohne Übertreibung als eine Erfolgsgeschichte bezeichnet werden.



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 Website 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, Brecht-Haus)
- Betreuung der Museumsshops in Häusern der Kunstsammlungen und Museen Augsburg (Maximilianmuseum, Schaezlerpalais, „Römerlager“ im Zeughaus, H2 – Zentrum für Gegenwartskunst)
- Betreuung der Gastronomie und des Bootsverleihs an der Augsburger Kahnfahrt (ab Mai 2024)
- 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, für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Themenbroschüren (Sehenswürdigkeiten, Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc. – teilweise in mehreren Fremdsprachen)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, Ausstellungen etc. – teilweise in mehreren Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

- 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. UNESCO-Welterbe, Fugger, Wittelsbacher, Mozart, Römer, Luther, Renaissance, Reformation, Elias Holl etc.

Internet und Social Media

- Website für die gesamte Region
- Website mehrsprachig (E, I, JAP)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Website
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouen
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)
- Webportal für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- App „Mozart in Augsburg“
- Vorbereitung Brecht-App („Der Brecht-Weg“)
- neue App zum „Augsburger Handwerkerweg“
- neue App zur Augsburger Kahnfahrt

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, TV)
- 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/BayernCloud
- Arge Romantische Straße
- Historic Highlights of Germany
- „Europäische Fuggerstraße“
- Via Claudia Augusta
- Jakobus-Pilgerweg in Bayerisch-Schwaben
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

- neue Angebotsstrukturen für Themen wie UNESCO-Welterbe, Fugger, Mozart, Brecht, Römer, Industriekultur etc.
- neue touristische Profile (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
- Lechradweg

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

UNESCO-Welterbe (I.) – auf dem „Handwerkerweg“ zum Wasser

An der Entstehung des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“ war die Regio Augsburg Tourismus GmbH von der ersten Stunde an beteiligt. Jetzt bewirbt die Regio die Welterbe-Objekte am Lech auf den unterschiedlichsten Kanälen und bei verschiedensten Zielgruppen – zum Beispiel über den neu konzipierten „Augsburger Handwerkerweg“. Die Verbindung von Handwerk und Welterbe bewirbt der „Handwerkerweg“ mit einer Broschüre und einer App, vorgestellt im Wasserwerk am Roten Tor. Johannes Hintersberger, Vorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg, hatte vor etlichen Jahren an der Konzeption des ersten Handwerkerwegs mitgewirkt. Aktuell stellt die Regio 24 Handwerksbetriebe vor.



UNESCO-Welterbe (II.) – beim Weg zur Augsburger Kahnfahrt

Die Regio hat 2024 den Betrieb der Augsburger Kahnfahrt übernommen. Im Äußeren Stadtgraben beim Oblatterwall wird wieder gerudert. Der Aufsichtsratsvorsitzende der Regio Augsburg Tourismus GmbH, Augsburgs Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle, war bei der Erneuerung dieser Attraktion der „Mann am Ruder“. Die Regio bietet Führungen zur Kahnfahrt an – Welterbe-Objekte liegen am Weg. Beworben wird dieses neue Angebot mit der Broschüre „Rund um die Augsburger Kahnfahrt. Wege und Welterbe, Führungen und Erlebnisse an der Stadtmauer“.



Regio Augsburg Tourismus GmbH macht eine Römerstraße sichtbar

Die Via Claudia Augusta – die Römerstraße zwischen Adria und Donau – ist ein auf weiten Streckenabschnitten wenig sichtbares Denkmal. Seit 2024 stellt die Ausstellung „Kulturachse Via Claudia Augusta“ die antike Route über die Alpen im „Römerlager“ im Augsburger Zeughaus mit einer Dauerausstellung vor. Elf Stelen, jeweils vorder- und rückseitig gestaltet, vermitteln so die Stationen an der Route zwischen der Adria und der Donau in Text und Bild. Bis heute – so Augsburgs Kulturreferent Jürgen K. Enninger bei der Ausstellungseröffnung – „verbindet die historische Römerstraße als Kulturachse drei Nationen“. Dr. Christof Trepesch, der Leitende Direktor der Kunstsammlungen und Museen Augsburg, betonte, dass man sich mit der Ausstellung zur Via Claudia Augusta auch auf die kommende Landesausstellung zu den Römern im heutigen Bayern vorbereite. Eine 44-seitige Broschüre zur Kulturachse und Führungsangebote vertiefen die Inhalte. Projektträger der Ausstellung ist die Regio Augsburg Tourismus GmbH. Tourismusdirektor Götz Beck wies bei der Ausstellungseröffnung darauf hin, dass die Radroute entlang der Via Claudia Augusta Deutschlands bedeutendste transnationale Radroute sei.

Per App ins römische Augsburg – und ein neuer Römerflyer

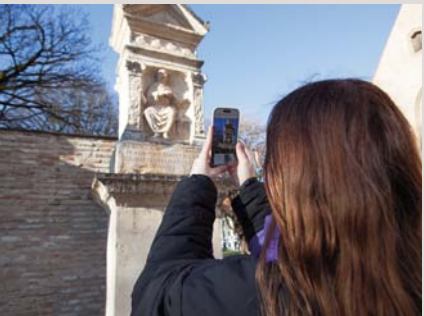
Mit der von der Regio neu konzipierten App „Augusta Vindelicum“ ist seit Ende 2024 auch der spielerische und interaktive Zugang zur antiken Lebenswelt möglich. Sprechende Panoramen und Augmented Reality vermitteln anhand von elf Stationen das römische Augsburg sowie Stationen im Umland. Die innovative App ist kostenlos und über den App Store oder Google Play Store erhältlich. Ein neuer Römerprospekt der Regio („Die Römer in und um Augsburg“) führt zu diesen und etlichen weiteren Stationen.

Jubiläum – vor 100 Jahren wurde der Verkehrsverein gegründet

„Tourismus in Augsburg. Geschichte des Reisens in Augsburg. Von den Römern bis zur Regio Augsburg Tourismus GmbH“ lautet der Titel einer Tourismuschronik, die der Verkehrsverein Region Augsburg e.V. und die Regio Augsburg Tourismus GmbH 2025 herausgeben werden. Der Untertitel „Von den Römern bis zur Regio Augsburg Tourismus GmbH“ verrät, dass die mehr als 100-seitige, mit fast 200 historischen und aktuellen Fotografien bebilderte Chronik zweiteilig aufgebaut ist: Zum einen geht es um das



Reisen von der Antike bis zum Jahr 1997, als die Regio Augsburg Tourismus GmbH gegründet wurde. Zum anderen stellt diese Chronik die Arbeit der Regio vor: Zahlreiche Augsburger Persönlichkeiten und Anlässe seit 1998 werden porträtiert. Pioniere des Augsburg-Tourismus kommen ebenso vor wie die „Gründungsväter“ der Regio und viele weitere Kommunalpolitiker, berühmte Künstler, Betriebe der Tourismuswirtschaft und Akteure der Museumslandschaft. Weil aber auch Päpste, Staats- und Bundespräsidenten, bayerische Ministerpräsidenten, Minister und nicht zuletzt berühmte Reisende wie Kaiser, Könige und Kurfürsten, wie Leopold Mozart und Goethe, Martin Luther und Casanova thematisiert werden, ist die im context verlag Augsburg | Nürnberg gestaltete, von Martin Kluger verfasste Chronik ganz en passant auch noch ein Dokument der Augsburger Stadtgeschichte.

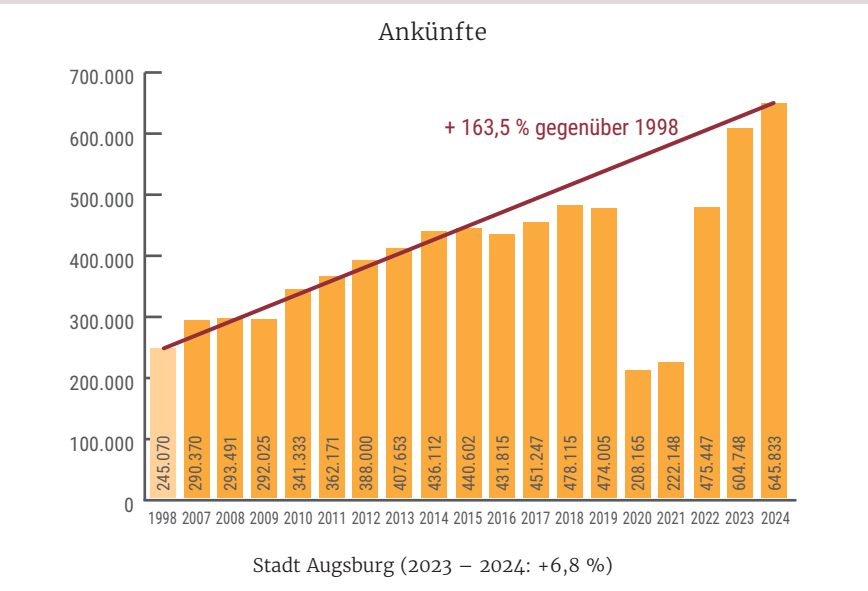


Weit über der „Schallmauer“: fast 1,2 Millionen Übernachtungen

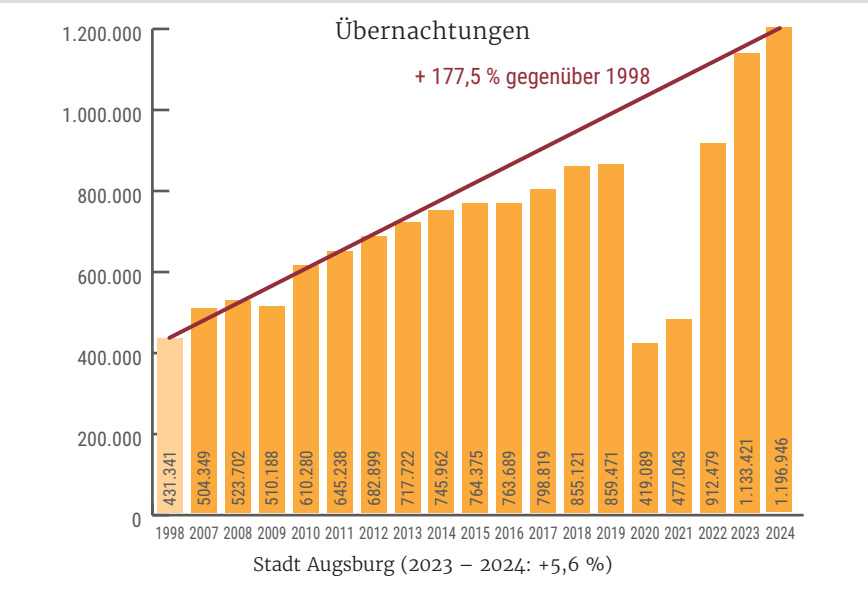
Der Augsburg-Tourismus boomt. Bereits im Berichtsjahr 2023 – die „Corona-Delle“ war eben überwunden – wurde in der Stadt am Lech zum ersten Mal eine „Schallmauer“ durchbrochen: Mehr als eine Million Übernachtungen waren registriert worden. Man hätte vermuten können, dass dieser Höchstwert eventuell auch dadurch verstärkt worden wäre, dass die Zeit der Corona-Pandemie zu gewissen Nachhol-Effekten geführt haben könnte – und dass daraus resultierend im Folgejahr 2024 eine Abschwächung erfolgen würde. 2024 folgte dann jedoch kein Rückgang der Augsburger Zahlen bei den Gästeankünften und Übernachtungen, sondern ein neuerliches – und sogar kräftiges – Plus. 645.833 Gästeankünfte bedeuteten gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs von +6,8 %. Unter dem Strich ergab dies im Berichtsjahr 2024 ein Aufkommen von 1.196.946 Übernachtungen, was einem Plus von 5,6 % gegenüber 2023 entspricht.

Das ist a) wie schon im Vorjahr ein neuer Rekordwert und b) ein Zuwachs, der wiederum signifikant höher ausfällt als der gesamt-bayerische Durchschnitt. Bayernweit betrug der Zuwachs gegenüber dem Vorjahreszeitraum von Januar bis Dezember bei den Ankünften nur 4,5 % und bei den Übernachtungen nur 2,5 %. Die Zuwächse in Augsburg lagen im Übrigen auch deutlich höher als die im gesamten bayerischen Schwaben (einschließlich Allgäu). Dort weist die Statistik nämlich bei den Gästeankünften ein Plus von 2,7 % und bei den Übernachtungen ein Plus von 0,9 % aus. Dieser Vergleich rückt die auf den ersten Blick moderat scheinenden Zuwächse bei Ankünften und Übernachtungen in Augsburg in das richtige Licht: Sie sind überdurchschnittlich.

Bemerkenswert ist außerdem eine weitere Erkenntnis: Vergleicht man die Entwicklung der Zeit ab 1998 bis ins Berichtsjahr, wird klar, dass sich der Tourismus in der Stadt Augsburg prozentual noch einmal deutlich besser entwickelt hat als der Tourismus in der gesamten Region Augsburg, insbesondere bei der Anzahl der Übernachtungen. Der internationale Übernachtungsanteil* in der Großstadt Augsburg beträgt übrigens 24,4 %. Das ist in Relation signifikant mehr als im Nachbarlandkreis Aichach-Friedberg (13,8 %)



Dem damaligen Allzeithoch bei den Gästeankünften im Jahr 2023 (604.748) folgte 2024 ein weiterer Zuwachs von 6,8 %. 645.833 Ankünfte bedeuten erneut ein Rekordergebnis.

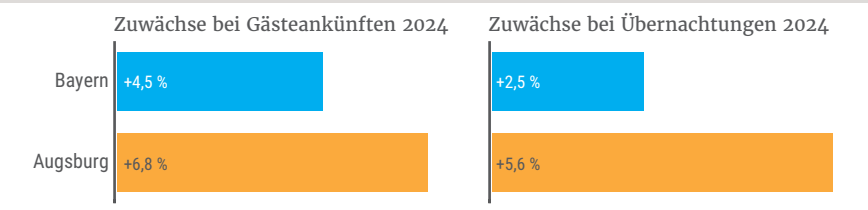


und im Nachbarlandkreis Augsburg (18,2 %). In absoluten Werten fällt der Unterschied zwischen der Großstadt und den Landkreisen naturgemäß noch deutlicher aus. (Mehr dazu auf Seite 11 dieses Geschäftsberichts).

Nachdem 2023 erstmals die Schwelle von mehr als einer Million Übernachtungen überschritten wurde, wuchs die Zahl der Übernachtungen in Augsburg 2024 weiter an. 1.196.946 Übernachtungen in der Stadt bedeuten ein neues Rekordergebnis – 177,5 % gegenüber 1998.

Ein Vergleich der Steigerungsraten von 2023 zu 2024 mit dem Durchschnittswert im Bundesland Bayern verdeutlicht die signifikant positivere Entwicklung in der Stadt Augsburg.

* Quelle für den internationalen Übernachtungsanteil: Bayern Tourismus Marketing GmbH, Statistiken und Studien zum Tourismus in Bayern, www.tourismus.bayern/ unser-angebot/statistiken-und-studien/

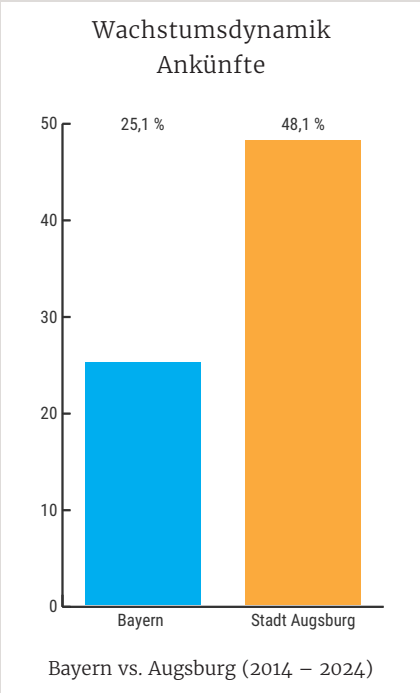


Wachstum in Augsburg liegt weit über bayerischem Durchschnitt

Die Analyse der Statistiken in der Dekade 2014 bis 2024 zeigt eine auf den ersten Blick für manchen überraschende, allerdings eindeutige Erkenntnis: Die Entwicklung der Zahlen bei den Gästeankünften und Übernachtungen in Augsburg ist derart außergewöhnlich gut, dass die für diesen Zeitraum ermittelte Wachstumsdynamik erheblich über dem Durchschnitt des gesamten Tourismuslandes Bayern liegt. Das belegt eine Dokumentation des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus mit dem Titel „Wichtige Daten zum Tourismus in Bayern 2024“.

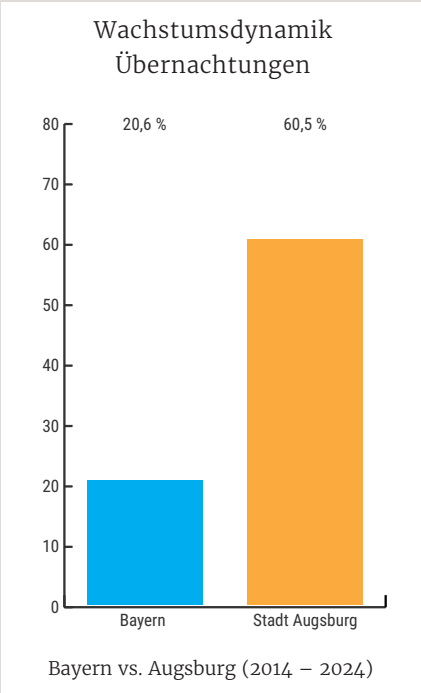
Auf der Seite 8 der Datensammlung zur touristischen Entwicklung im Bundesland Bayern findet sich – zusammengestellt nach Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik – eine Tabelle mit dem Titel „Entwicklung der Gemeindegruppen 2014 – 2024“. Es ist eine Tabelle, die belegt: Der Tourismus in Bayern hat sich in der Dekade von 2014 bis 2024 generell gut entwickelt. In den letzten zehn Jahren bis 2024 ist die Zahl der Gästeankünfte bayernweit um 25,1 % gewachsen. Damit – in der Tendenz korrelierend – weist die Statistik auch bei der Zahl der statistisch erfassten Übernachtungen in Bayern ein Plus von 20,6 % auf.

Was diese Tabelle aber nicht zeigt, zeigt der Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus GmbH für das Jahr 2024. So gut nämlich der Tourismus bayernweit auch gelaufen ist: Die Wachstumsdynamik in der Renaissance- und Welterbe-Stadt Augsburg hat in der Dekade von 2014 bis 2024 sogar diese landesweit positive Entwicklung bei Weitem übertroffen. 645.833 Gästeankünfte in der Statistik des Berichtsjahres 2024 bedeuten erstens ein Allzeithoch und zweitens ein Plus von 48,1 % gegenüber dem Jahr 2014: Das aber ist fast doppelt so hoch wie der Durchschnitt im Tourismusland Bayern. Noch größer ist die Diskrepanz zwischen der gesamt-bayerischen und der Augsburger Entwicklung bei der Zahl der Übernachtungen im Jahr 2024: Mit einem Zuwachs von 60,5 % seit 2014 war die Wachstumsdynamik in der Großstadt Augsburg knapp dreimal so stark wie die bayernweite Steigerung auf 20,6 %. Was die Daten aus dem Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft,



Die Wachstumsdynamik in der Großstadt Augsburg lag bei den Gästeankünften in der Dekade von 2014 bis 2024 erheblich – beinahe doppelt so hoch – wie der gesamt-bayerische Durchschnittswert bei den Zuwächsen.

Forsten und Tourismus ebenfalls zeigen: Im Tourismus-Ranking der „Top 25-Gemeinden in Bayern“ liegt die Stadt Augsburg bei der Zahl gebuchter Betten unter den Top Ten. Auch gemessen an der Wachstumsdynamik sämtlicher bayerischer Tourismusziele nahm Augsburg zuletzt einen der vordersten Plätze ein. Im Ranking der „Top 25-Gemeinden in Bayern“ landete die Großstadt am Lech mit Blick auf die Zuwächse von 2024 gegenüber 2023 in absoluten Werten immerhin auf dem hervorragenden sechsten Platz.



Noch stärker als bei den Gästeankünften war von 2014 bis 2024 das Augsburger Wachstum bei der Zahl der registrierten Übernachtungen. Die Zuwächse in dieser Dekade lagen in Augsburg knapp dreimal so hoch wie in Bayern insgesamt.

* Quelle: Wichtige Daten zum Tourismus in Bayern 2024, www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/tourismus/dateien/presseblatt_tourismus_in_bayern_2024_digital.pdf

Die Übernachtungsmöglichkeiten in der Stadt Augsburg wurden in der Dekade von 2014 bis 2024 in stark zunehmendem Maße in Anspruch genommen. Die Zuwächse in diesem Marktsegment liegen jedenfalls deutlich über dem Durchschnitt des Bundeslandes Bayern. Der Augsburg-Tourismus war also in den letzten zehn Jahren offenbar nicht sehr schläfrig...

Jeder vierte Übernachtungsgast in Augsburg kam aus dem Ausland

Für eine 2025 anstehende Publikation der Regio Augsburg Tourismus GmbH hat Petra Hedorfer, die Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), ein Grußwort gestellt. Darin wird folgendes Fazit zu lesen sein: „Die Statistik bestätigt den strategischen Ansatz: Die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste in Augsburg ist in den letzten zehn Jahren um 60 Prozent auf fast 300.000 gestiegen. Damit geht jede vierte Übernachtung auf das Konto internationaler Touristen – ein im bundesweiten Vergleich ausgezeichneter Wert.“

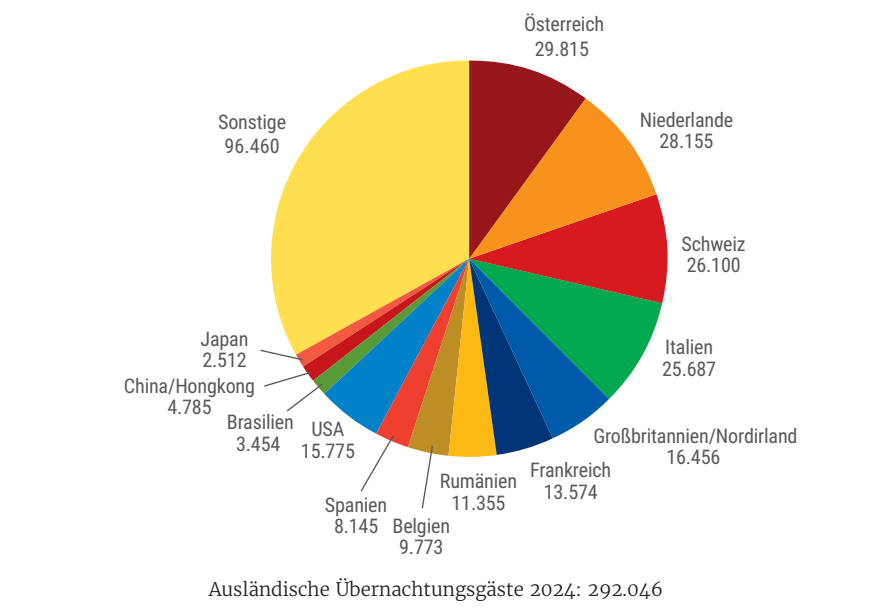
2024 nahmen Österreicher, Niederländer, Schweizer und Italiener in der Statistik wie im Vorjahr die vordersten Plätze ein. Nur die Reihenfolge hat sich geändert. Italien war 2023 mit 26.896 Übernachtungen der größte Auslandsmarkt gewesen, dicht gefolgt von Österreich (26.378). Im Berichtsjahr hat sich die Reihenfolge geändert: 29.815 Übernachtungen gingen auf das Konto der Gäste aus Österreich. Danach folgten Gäste aus den Niederlanden (28.155), aus der Schweiz (26.100) und aus Italien (25.687).

Die Anzahl der Gäste aus Österreich, den Niederlanden und der Schweiz ist 2024 gegenüber 2023 moderat gewachsen, bei Gästen aus Italien war (wohl konjunkturell bedingt) ein leichter Rückgang zu verzeichnen. Bei den Übernachtungen ausländischer Gästegruppen lagen auch Großbritannien/Nordirland (16.456 Übernachtungen), Frankreich (13.574) und Rumänien (11.355) noch im fünfstelligen Bereich. Bei den Gästegruppen aus der EU waren aber auch noch Gäste aus Belgien (9.773 Übernachtungen) und Spanien (8.145) besonders erwähnenswert.

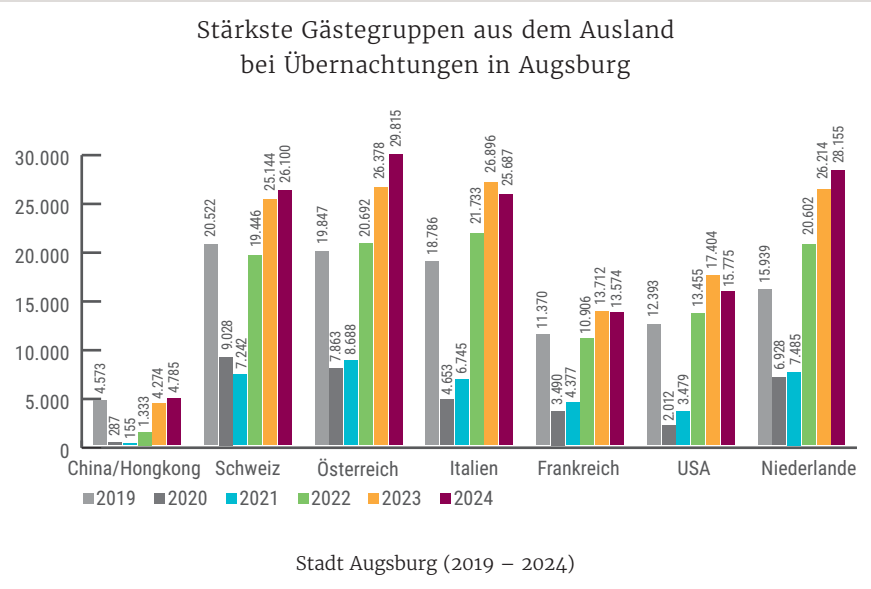
Bei den Übernachtungsgästen aus Übersee lagen Besucher aus den USA (15.775), aus China/Hongkong (4.785), Japan (2.512) und Brasilien (3.454) im Ranking ganz vorn. Die Zahl der Gäste aus China und Hongkong blieb zuletzt – wenn auch auf relativ niedrigem Niveau – stabil. Bei den zwei letztgenannten Gruppen scheint sich wachstumshemmend auszuwirken, dass Individualreisende kein Visum ausgestellt bekommen.

Die hohe Zahl von Gästen aus Österreich und der Schweiz wird auch durch den großen

Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland in Augsburg 2024



Ungefähr jeder vierte Übernachtungsgast in Augsburg war im Jahr 2024 aus dem Ausland angereist. Österreicher, Niederländer, Schweizer und Italiener bilden traditionell die stärksten ausländischen Gästegruppen.



Anteil von Teilnehmern aus diesen Ländern an öffentlichen und individuell gebuchten Führungen sichtbar. Bei diesen beiden Gästegruppen scheinen auch Tagungen und Kongresse am Standort Augsburg ein relevanter Komm-Grund zu sein. Bei der Betreuung des schweizerischen und österreichischen sowie des italienischen Markts arbeitet die Regio kontinuierlich gut mit der DZT zusammen. Der leichte Rückgang beim Aufkommen von Gästen aus Italien macht sich jedoch im Gruppengeschäft der Regio und in den Wochen des Christkindlesmarktes bemerkbar. Das zuletzt gestiegene Gästeaufkommen bei

Das Säulendiagramm lässt erkennen, dass – unabhängig von allen Schwankungen bei den Übernachtungsgästen aus dem Ausland – stets (neben der Schweiz) dieselben drei Nationen die zahlenmäßig größte Gruppe bildeten: Österreich, die Niederlande und Italien lösten sich in den letzten Jahren immer wieder mal als jeweils größter Quellmarkt ab.

den Besuchern aus Brasilien schlug sich spürbar in vermehrten Anfragen nach Führungen in portugiesischer Sprache nieder.

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 Website 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, für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Themenbroschüren (Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc.)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, Ausstellungen etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

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

Internet und Social Media

- Website für die gesamte Region
- Website mehrsprachig (E, I, JAP)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Website
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouen
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)
- Webportal für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives

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, TV)
- 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/BayernCloud
- Arge Romantische Straße
- „Sisi-Straße“
- 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
- München-Augsburg-Radweg
- Lechradweg

Vermarktung der Alleinstellung des Landkreises Aichach-Friedberg bei thematischen Profilen

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

„Wittelsbacher Land“: über ein Magazin hunderttausend Kontakte

2023 hatte der Wirtschaftswissenschaftler und Tourismusexperte Prof. Dr. Harald Pechlaner, Inhaber des Lehrstuhls Tourismus sowie Leiter des Zentrums für Entrepreneurship an der Universität Eichstätt-Ingolstadt, die sehr gute Stadt-Land-Kooperation in der Region Augsburg – und das im bundesweiten Vergleich – hervorgehoben. Ein Praxisbeispiel für eine solche Kooperation sind die Magazine der Regio Augsburg Tourismus GmbH, die jährlich allein über die Printversion etwas mehr als hunderttausend Leserkontakte erzielen. Im „RegioMagazin“ stellte in der Ausgabe 2024 der siebenseitige Beitrag „Die Wittelsbacher, immer und überall?“ Spuren der namensgebenden Dynastie sowie der Kaiserin und Königin „Sisi“ im Landkreis vor. Und in der Ausgabe 2025 war der Beitrag „Vom ‚Sisi-Schloss‘ zum Fürstenschloss“ ein Schwerpunktthema des Jahresmagazins. Natürlich ging es dabei auch um die neu geschaffene Installation vor dem Rathaus in Kissing, die dort an die Schlacht auf dem Lechfeld von 955 und an den heiligen Ulrich erinnert. All diese Beiträge stehen ganzjährig auf der Website der Regio zum Nachlesen bereit.



Römer in Friedberg – jetzt per Römer-App

Auf das wenig bekannte Kapitel römischer Vergangenheit in der Geschichte des heutigen Landkreises Aichach-Friedberg macht die Regio Augsburg Tourismus GmbH im seit 2022 distribuierten (und 2025 überarbeiteten) Prospekt „Die Römer in und um Augsburg“ aufmerksam. Antike Relikte findet man nämlich auch im „Wittelsbacher Schloss Friedberg“. Damit wird der Museumsbesuch in Friedberg in hoher Druckauflage sowie im Web (PDF-Download) beworben. In der neuen App „Augusta Vindelicum“ ist der Friedberger „Gutshof“ eine von elf Stationen.

Ulrichsjubiläum: Regio bewirbt Stationen im „Wittelsbacher Land“

Vor dem Kissingener Rathaus wurde 2024 eine Infostation zum von der Regio Augsburg Tourismus GmbH konzipierten „Geschichtspfad 955“ auf den Spuren der Schlacht auf dem Lechfeld eingeweiht. Sie weist auch auf das Fresko im Rathaus hin, das nur zu den Geschäftszeiten zu besichtigen ist. Zur Ungarnschlacht und zu mehreren damit verbundenen Stationen im „Wittelsbacher Land“ – zum Kunstwerk im Kissingener Rathaus, zur Ungarnfliehbürg bei Todtenweis oder auch zur Unterwittelsbacher Schlosskapelle St. Ulrich und Afra – informierte die Regio zudem in ihren Publikationen zum Ulrichsjubiläum 2023/24. Mit den Stationen in Kissing und Todtenweis wurde 2024 ein Projekt von europäischer Dimension abgeschlossen.



Huckepack-Marketing von Mozart bis Mountainbike

Neben den Römern und dem „Wittelsbacher Schloss“ in Friedberg werden etliche der für den Landkreis Aichach-Friedberg tourismusrelevanten Themen durch die Regio auf Messen, im Internet und über Printprodukte kommuniziert. Neben „Standards“ – den Katalogen zu Übernachtung, Gastronomie und Gruppenreisen – wird das „Wittelsbacher Land“ bei Themen von Mozart bis hin zu Mountainbike im „Paket“ der Region Augsburg beworben. Speziellere Angebote gibt es für Ziele in und um Aichach und Friedberg.



Viel Werbung für Ausstellungen in Friedberg und Aichach

Mit der Ausgabe 2024 ihres Magazins „AUGSBURG. Wittelsbacher Land & Augsburger Land“ bewarb die Regio Augsburg Tourismus GmbH hochauflagig zwei der Ausstellungen im Landkreis Aichach-Friedberg. Die Ausstellung „Zwischen Baiern und Schwaben. Das Lechtal im frühen Mittelalter“ (bis März 2024) im Friedberger Schloss sowie die Sonderausstellung „Kaiserin Elisabeth – Ode an die Mode“ im „Sisi-Schloss“ in Unterwittelsbach (bis Oktober 2024) wurden dadurch sowohl regional als auch – nicht zuletzt auch über die Messen CMT und ITB und über die Version des „RegioMagazins“ im Internet – bundesweit beworben.

Die „Sisi-Straße“ wirbt zwischen Schweiz und Japan für Aichach

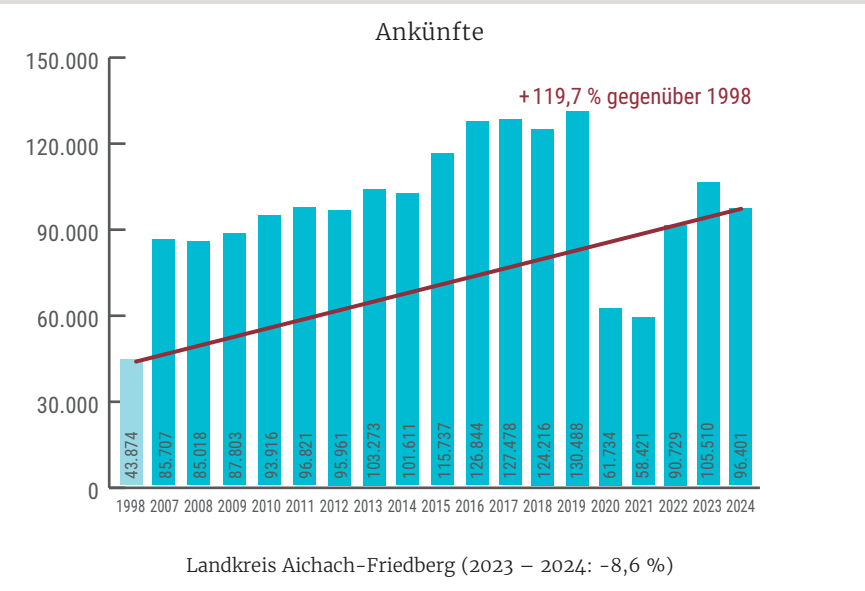
Das Thema Wittelsbacher ist für das „Wittelsbacher Land“ im Tourismus naturgemäß ein zentrales Thema. Deshalb bewarb die Regio das „Sisi-Schloss“ im Aichacher Stadtteil Unterwittelsbach über zahlreiche Schienen, und zwar teils sogar international. So wurden italienische Journalisten durch den Medien-Repräsentanten der Regio in Mailand betreut, und dies wurde die „Sisi-Straße“ mittels einer Verlosung beim großen Journalistentreffen in Mailand und Rom Ende 2024 kommuniziert. Weitere Betreuung von Journalisten erfolgte in Kooperation mit der DZT Slowakei. In der Schweiz wurde die „Sisi-Straße“ im Rahmen eines Workshops der Starnberger Illerhaus Marketing beworben, zudem in Kooperation mit dem „Rail Tour Swiss Katalog“. Selbst die DZT Japan thematisierte die „Sisi-Straße“. Beworben wurde diese Kulturreisroute auch über das Web-Portal „Ferienstraßen Info“, mit einer Kampagne bei Münchener Hotels, über eine Kooperation mit dem Hersbrucker Bahnreiseanbieter „IGE Erlebnisreisen GmbH“, mit einer MICE-Kampagne und nicht zuletzt über die Messen CMT, Free, ITB und GTM.

Landkreis Aichach-Friedberg: zwei Betriebsschließungen bremsen 2024 das Wachstum

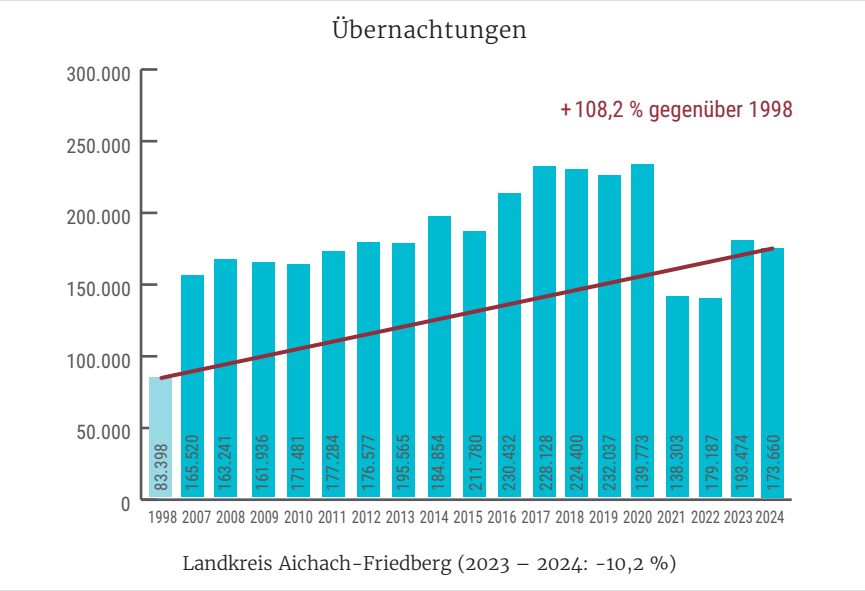
Während in der benachbarten Großstadt Augsburg im Jahr 2024 jeweils nennenswerte Steigerungsraten sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen verzeichnet werden konnten, stellte sich die Situation im Landkreis Aichach-Friedberg in beiden Statistiken weit weniger günstig dar. Dass sich die Anzahl der Ankünfte wie die der Übernachtungen im „Wittelsbacher Land“ atypisch stark verringerte, hat zunächst einmal einen „natürlichen“ Grund: Nach zwei Betriebschließungen im Jahr 2024 standen 41 Betriebe den 2023 noch insgesamt 43 Übernachtungsbetrieben gegenüber. Dadurch stagnierte freilich die Anzahl der angebotenen Betten. (Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Zahl der Gästebetten zwischen 1998 und 2024 massiv – und zwar um 26,2 %, also erheblich stärker als etwa im Landkreis Augsburg – gewachsen war.)

Neben der seit dem Jahr 2022 stagnierenden beziehungsweise sogar rückläufigen Anzahl an Gästebetten dürften auch weitere „hausgemachte“ Faktoren dazu beigetragen haben, dass sich die Ankunfts- und Übernachtungszahlen im „Wittelsbacher Land“ in der Folge der Corona-Pandemie signifikant schlechter erholten als in etlichen anderen Destinationen in Bayern. Abgesehen vom bayernweit zu beobachtenden allgemeinen Trend zur Übernachtung in der Großstadt spielen sicherlich Faktoren wie etwa ein zu geringes gastronomisches Angebot mit zu sehr eingeschränkten Öffnungszeiten, ein zu kleines Bettenangebot sowie ein gewisser Mangel an sonstiger touristischer Infrastruktur sowie an attraktiven kulturellen Angeboten eine maßgebliche Rolle. Das Ende der Western-City in Dasing war sicher solch ein negativer Faktor. Mit der Schließung der „Erlebniswelt Bayerischer Hias!“ auf Gut Mergenthou war schon im Jahr 2017 ein Ausflugsziel weggebrochen.

Eine positive Entwicklung deutet sich derzeit allerdings in Dasing an: Auf dem Gelände der Western-City in Dasing nahe der Autobahn zwischen München und Stuttgart plant der Unternehmer Thomas Hofreiter derzeit einen Erlebnispark mit 30 Attraktionen für die gesamte Familie: „Hofis Erlebnispark“ wird



Es ist eine einfache Gleichung: Die gesunkene Zahl der Übernachtungsbetriebe im Landkreis Aichach-Friedberg schlug sich im Berichtsjahr 2024 – neben anderen Faktoren – in der zurückgehenden Zahl der Gästeankünfte nieder.



als Familien-Freizeitpark konzipiert, in den bis zur Eröffnung laut Presseberichten rund 25 Millionen Euro investiert werden sollen. Nach der Eröffnung – absehbar noch im Jahr 2025 – werden hier bis zu 400.000 Besucher im Jahr erwartet. Die günstige Lage zwischen den Ballungsräumen München, Nürnberg und Stuttgart ergibt für dieses Unternehmen gute Perspektiven.

Eine generell gute Nachricht ist aber auch: Trotz wirtschaftlich allgemein schwierigerer Rahmenbedingungen liegt die Zahl der Gästeankünfte und Übernachtungen im

Nach dem starken Plus bei den Übernachtungen im „Wittelsbacher Land“ im Berichtsjahr 2023 ergab sich 2024 gegenüber dem Vorjahr ein Minus von rund zehn Prozentpunkten. Auch hier schlugen sich die beiden Betriebschließungen negativ in der Statistik nieder.

Landkreis Aichach-Friedberg noch immer um jeweils mehr als hundert Prozent über den Zahlen des Jahres 1998.



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 Website 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
- Unterstützung bei der Werbung für den Naturpark Augsburg – Westliche Wälder

Gemeinsame Kommunikation für die Gebietskörperschaften

Printproduktionen

- Sales-Guide für Übernachtungsbetriebe und Gastronomie, für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Themenbroschüren (Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc.)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, Ausstellungen etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

Reiseliteratur und Reisemagazin

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

Internet und Social Media

- Website für die gesamte Region
- Website mehrsprachig (E, I, JAP)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Website
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouen
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)
- Webportal für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives

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 (Nachrichten-dienste, Zeitungen, Anzeigenblätter, Zeitschriften, Rundfunk, TV)
- 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/BayernCloud
- Arge Romantische Straße
- Via Claudia Augusta
- 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
- Lechradweg

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



„Augusta Vindelicum“ – digitaler Besuch im Landkreis Augsburg

Die neue App „Augusta Vindelicum“ ermöglicht es, spielerisch und interaktiv in die römische Vergangenheit Augsburgs und der beiden Nachbarlandkreise einzutauchen. Drei von elf Stationen der App liegen im „Augsburger Land“: Im Mithraeum in Königsbrunn – dem einzigen am Originalstandort erhaltenen Mithrastempel Bayerns – erhält man einen Einblick in die geheimen Riten des Mithraskultes. Nur wenige Schritte vom Mithraeum entfernt lernt man mehr über die Wasserversorgung von Augusta Vindelicum durch eine offene Wasserleitung: Das Wasser stammte aus einem Anstich der Singold. Weiter südlich, in Schwabmünchen, findet man die zwischen 230 und 250 n. Chr. aufgegebene Töpfersiedlung Rapis und erfährt Details zur Herstellung hochwertiger Töpferwaren. Alle drei Stationen werden im neuen Regio-Prospekt „Die Römer in und um Augsburg“ porträtiert, ihre Lage ist darin auf einer Karte eingezeichnet. Außerdem führt der Prospekt im Landkreis Augsburg zu sechs weiteren Orten, die an die römische Vergangenheit in der Region erinnern.

Im Landkreis Augsburg werden 2025 rund 30 Plakate angebracht, die für die kostenlose App „Augusta Vindelicum“ werben. Das neue digitale Angebot, das auch in englischer Sprache zur Verfügung steht, ist ein Gemeinschaftsprojekt der Stabsstelle Stadtgeschichte der Stadt Augsburg, der Kunstsammlungen & Museen Augsburg/Stadtarchäologie Augsburg und der Regio Augsburg Tourismus in Zusammenarbeit mit der Agentur 2av GmbH. Finanziert wurde dieses innovative Projekt durch Mittel des Referats für Kultur, Welterbe und Sport der Stadt Augsburg sowie der Regio Augsburg Tourismus GmbH. Der Hauptteil der Finanzierung stammte jedoch aus der Förderung „Heimat Digital Regional“ des Bayerischen Staatsministeriums der Finanzen und für Heimat.

Zum 50-jährigen Jubiläum: ein neuer Führer durch den Naturpark

Zum 50-jährigen Jubiläum des „Naturparkvereins Augsburg – Westliche Wälder“ erschien 2024 das 144-seitige Taschenbuch „Kulturpark Naturpark. Landschaften, Ziele und Geschichte im Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“, herausgegeben von der Regio Augsburg Tourismus GmbH im context verlag Augsburg | Nürnberg. Der Großteil der 81 reich bebilderten Kapitel widmet sich Zielen im Landkreis Augsburg. Das Buch porträtiert die Orte im Naturpark und vermittelt dabei Wissenswertes zu Kunst, Kirchen und Klöstern, Königen und Kaisern, Katastrophen und Kriegen. Autor Martin Kluger führt zu Spuren von Römern, Rittern, Habsburgern, Wittelsbachern, von Fuggern, Mozarts und Heiligen. Kein zweiter deutscher Naturpark verfügt wohl über einen derartigen Führer in Buchform. Über seine Präsenz im Buchhandel und dessen Plattformen wirbt dieses Taschenbuch bundesweit für den Landkreis.



Das „Augsburger Land“ erlesen: Themen im „RegioMagazin“

In jeder Ausgabe des „RegioMagazins“ der Regio Augsburg Tourismus GmbH werden die Themen und die Ziele im Landkreis Augsburg transportiert und mit vielen Bildern präsentiert: 2024 zum Beispiel mit Beiträgen über den Naturpark Augsburg – Westliche Wälder, die Römer, den heiligen Ulrich, die UNESCO-Welterbestätten im Landkreis oder das Eukitea-Theater in Diedorf. 2025 widmet sich ein mehrseitiger Beitrag der epochalen Schlacht auf dem Lechfeld und ihren Spuren im „Augsburger Land“. Der „Geschichtspfad 955“ ermöglicht es, diese Spuren – digital oder live vor Ort – zu erkunden. Auch bei den Veranstaltungstipps durften Highlights aus dem Landkreis Augsburg nicht fehlen. Mit diesem breit gestreuten Jahresmagazin der Regio werden weit mehr als 100.000 Leserkontakte generiert.



Neuer Prospekt für den größten Land-Art-Park Deutschlands

Im Berichtsjahr hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH den 8-seitigen Prospekt „LandArt-Kunstpfad Bonstetten. Hama Lohrmanns Werke im Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“ überarbeitet und neu aufgelegt. Der „LandArt-Kunstpfad Bonstetten“ ist wohl deutschlandweit der größte seiner Art: Auf 5,6 Kilometern Länge hat der international arbeitende, mehrfach ausgezeichnete Künstler Hama Lohrmann neun Kunstwerke aus Naturmaterial geschaffen, die nun der Witterung ausgesetzt sind und sich daher stetig verändern. Die Neuauflage des Prospekts zum „LandArt-Kunstpfad Bonstetten“ stellt auch die Lauschtour „Kunst trifft Natur – nachhaltig & inspirierend“ vor: Die Audio-Tour gibt Einblicke in das Schaffen Lohrmanns und die Gedankenwelt des Künstlers.

„Roadshow“ im Kloster Holzen zu Tourismus und Naherholung

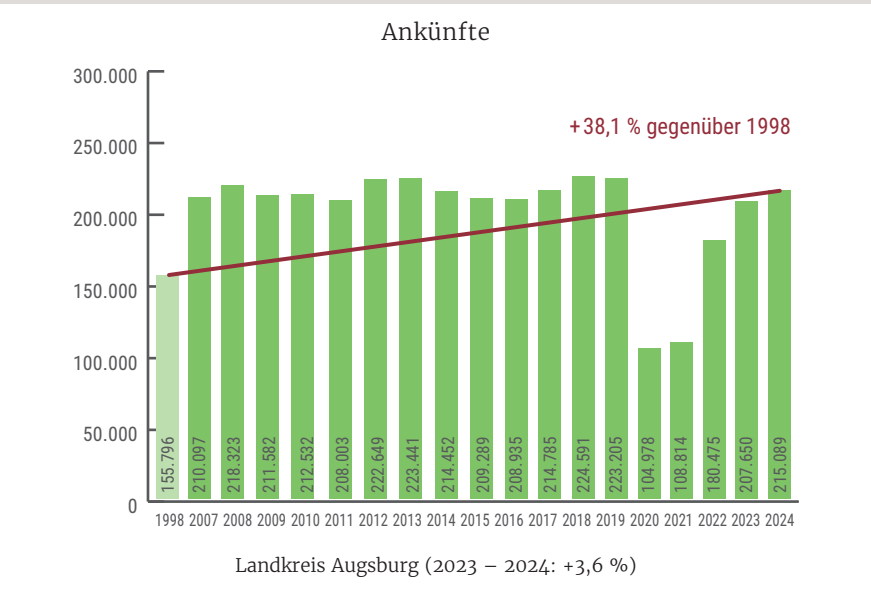
Zur „Roadshow“ zu Fragen des Tourismus und der Naherholung im „Augsburger Land“ hatten der Landkreis Augsburg und die Regio Augsburg Tourismus GmbH am 13. November 2024 in das Kloster Holzen bei Allmannshofen geladen. Nach der Begrüßung der Tagungsteilnehmer durch Landrat Martin Sailer referierte Tourismusdirektor Götz Beck zum Thema „Transformation im Tourismus – Perspektiven für einen nachhaltigen Lebens- und Freizeitraum“. Weitere Kurzvorträge und eine Saaldebatte versuchten, die Wege der Transformation zu vermitteln, nicht zuletzt auch mithilfe enger Stadt-Land-Kooperation. Fragen bei der Podiumsdiskussion stellten sich neben Landrat Martin Sailer und Götz Beck auch Dr. Wolfgang Hübschle, Aufsichtsratsvorsitzender der Regio Augsburg Tourismus GmbH, PD Dr. Markus Hilpert (Universität Augsburg, Institut für Geographie) sowie der Gastgeber – Philipp Flamm, Geschäftsführer der Kloster Holzen Hotel GmbH.

Trotz Betriebsschließungen: 2024 blieben die Zahlen relativ stabil

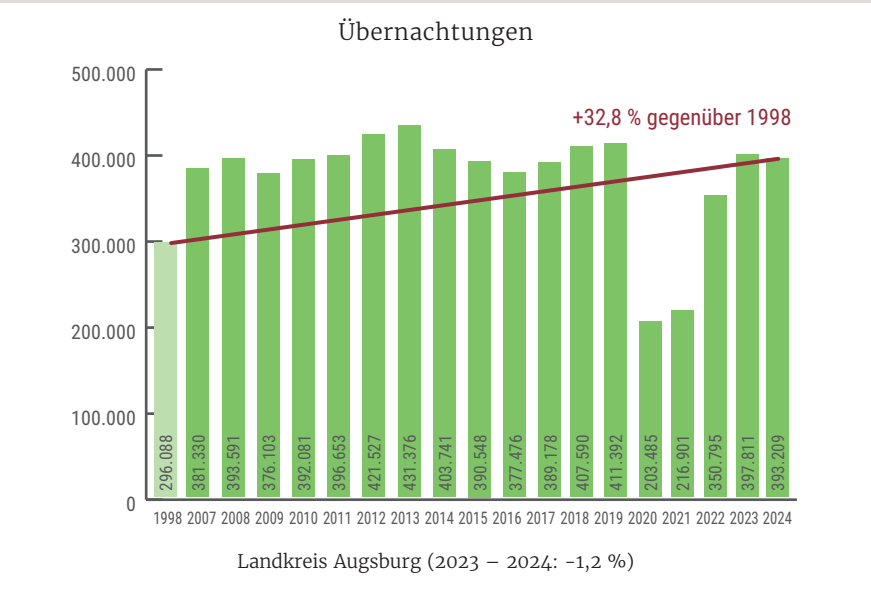
Im Landkreis Augsburg haben sich die statistischen Werte sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen wie schon im Vorjahr aufs Neue den guten Ergebnissen der Jahre 2018 und 2019 angenähert, die aufgrund der „Corona-Delle“ vorübergehend signifikant zurückgegangen waren. Insgesamt 215.089 Gästeankünfte im Jahr 2024 bedeuteten gegenüber dem Berichtsjahr 2023 einen moderaten Zuwachs von 3,6 %. Mit insgesamt 393.209 Übernachtungen im Berichtsjahr 2024 zeigt die Statistik allerdings ein leichtes Minus von 1,2 % gegenüber den 397.811 erfassten Übernachtungen im Vorjahr.

Diese Entwicklung verlief konträr zu den zuletzt (im Bayern-Vergleich) sogar leicht überdurchschnittlichen Wachstumszahlen im Landkreis. Im Jahr 2023 hing die positive Entwicklung sicherlich mit einer erheblichen Ausweitung der Bettenkapazitäten am Rand von Augsburg (in den zwei Nachbarstädten Gersthofen und Neusäß) zusammen. Dass im Berichtsjahr 2024 bei den Ankünften ein weniger ausgeprägtes Wachstum und bei der Anzahl der Übernachtungen sogar ein (sehr geringes) Minus zu registrieren waren, ist das unvermeidliche Resultat des Rückgangs der Anzahl der oft familiengeführten Betriebe im „Augsburger Land“. Dort war nämlich die Anzahl der Übernachtungsbetriebe von 59 Anbietern im Jahr 2023 auf nur noch 52 Anbieter im Berichtsjahr 2024 zurückgegangen. Hier dürfte sich die des Öfteren zu beobachtende Nachfolgeproblematik familiengeführter Unternehmen bemerkbar gemacht haben.

Im Landkreis Augsburg war die Gesamtzahl der angebotenen Betten von 3.450 im Jahr 2023 als Folgeerscheinung der sieben Betriebschließungen auf mittlerweile 3.142 zur Verfügung stehende Betten im aktuellen Berichtsjahr 2024 zurückgegangen. Obwohl sich die Anzahl der Übernachtungsanbieter um diese sieben Betriebe reduziert hat, resultierte daraus in der Übernachtungsstatistik nur ein geringes Minus von 1,2 %. Die Auswirkung durch die geringere Anzahl der Betriebe auf die Übernachtungsstatistik (im Berichtsjahr waren es schließlich rund 4.500 Übernachtungen weniger als im Jahr 2023) wurde wohl insbesondere durch ver-

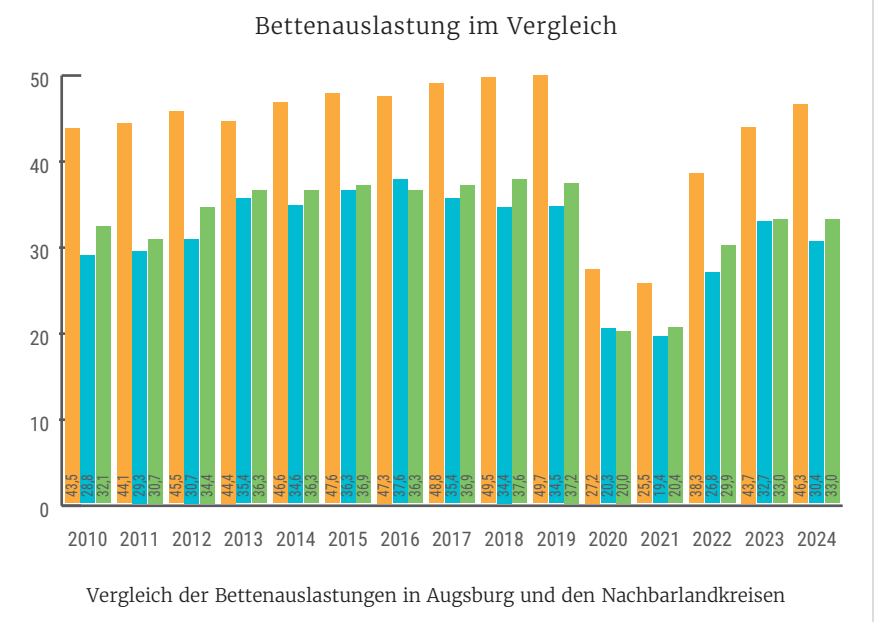
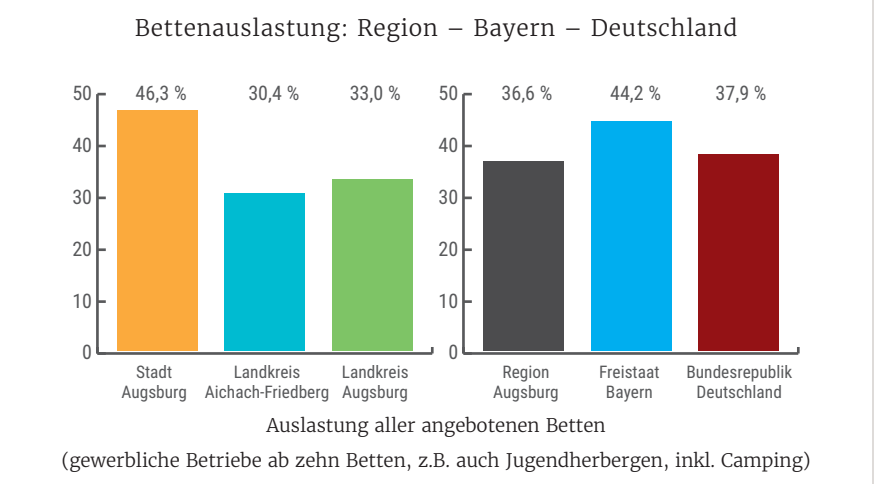
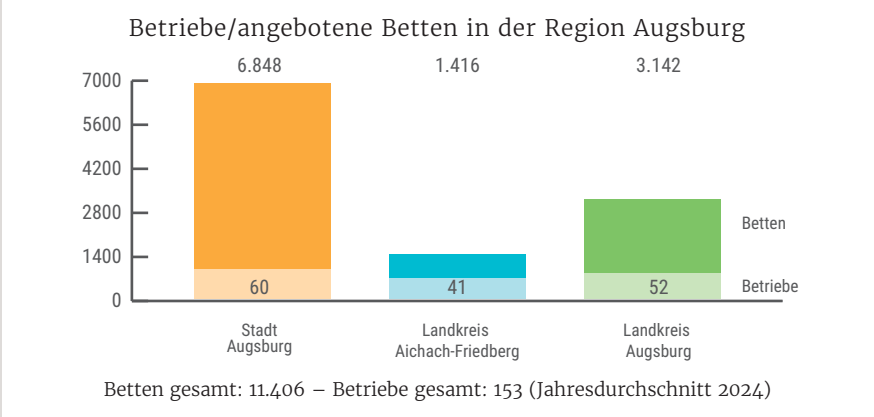


Nach der statistischen „Delle“ aufgrund der Corona-Pandemie in den Jahren 2020 und 2021 nähert sich die Zahl der Gästeankünfte im Landkreis Augsburg auch 2024 wieder den sehr guten Zahlen aus den Jahren 2018 und 2019 an.



mehrte Bettenbuchungen in großstadtnahen Betrieben – in Neusäß, Gersthofen oder Königsbrunn – weitestgehend abgedeckt und der erwartbare Rückgang dadurch abgeschwächt.

Die Anzahl der Übernachtungen im Landkreis Augsburg lag 2024 geringfügig unter dem Wert des Vorjahres. Dass hier keine weitere Steigerung erzielt wurde, liegt wohl darin begründet, dass die Anzahl der Übernachtungsbetriebe im Landkreis wegen sieben Betriebschließungen im Jahr 2024 (52 Betriebe) gegenüber 2023 (59 Betriebe) zurückgegangen ist.



Der Vergleich der Statistiken zwischen der Dichte des Bettenangebots – wie sie etwa in der Großstadt Augsburg gegeben ist – und der Kennzahl der Bettenauslastung deutet auf eine stärkere Nachfrage nach Betten in der Großstadt oder wenigstens in Großstadtnähe hin. Eine Erklärung dafür dürften Veranstaltungen mit einem höheren Bedarf an Betten sein, nicht zuletzt Kongresse und Messen. Auch bei Reisegruppen bedarf es mitunter höherer Bettenkapazitäten, die an einem einzigen Standort gedeckt werden sollen.

* 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.

Augsburg: Wachstumsdynamik weit über Bayerns Durchschnitt

Nahezu unbemerkt hat sich die Situation des Übernachtungsgewerbes in Augsburg in den vergangenen zehn Jahren erheblich über dem gesamt-bayerischen Durchschnitt entwickelt. Während in Bayern die Gesamtzahl aller Gästeankünfte von 2014 bis 2024 um 25,1 % stieg, wuchs die Anzahl der Gästeankünfte in der Stadt Augsburg um 48,1 %, also nahezu doppelt so stark. Noch stärker divergierte die Wachstumsdynamik bei der Anzahl der statistisch erfassten Übernachtungen in der Dekade bis 2024: Denn bayernweit waren es + 20,6 %. In Augsburg hingegen wuchs die Anzahl der Übernachtungen in den vergangenen zehn Jahren um 60,5 %, also ziemlich exakt um das Dreifache (Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus nach Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik).

Augsburg: etwas weniger Betten, etwas bessere Bettenauslastung

Die Zahl der Übernachtungsanbieter in der Stadt Augsburg ging im Berichtsjahr 2024 von 61 auf 60 zurück. Waren es 2023 noch 6.911 erfasste Betten gewesen, sank die Zahl buchbarer Betten 2024 geringfügig auf 6.848. Im Gegenzug stieg die Bettenauslastung leicht an – von 43,7 % im Jahr 2023 auf 46,3 % im Berichtsjahr. Der in mehreren Statistiken erkennbare Trend zur Übernachtung in respektive nahe der Großstädte zeigt sich sowohl in diesen Zahlen als auch im gesamt-bayerischen Durchschnitt: Die Großstadt Augsburg liegt bei der Bettenauslastung mit 46,3 % über dem Wert des Reiseziels Bayern (44,2 %) und auch deutlich über den Zahlen der gesamten Region Augsburg und denen der Bundesrepublik. Die größere Nachfrage nach Betten in Augsburg korrespondiert erkennbar mit der Zunahme der Betten im Zeitraum von 1998 bis 2024, in dem das Bettenangebot um 126,4 % gewachsen ist. Hier besteht offensichtlich eine gewisse Korrelation zwischen dem Angebot an Betten und der Nachfrage.

Es scheint sich also erneut bestätigt zu haben, dass es die Veranstalter schätzen, wenn alle Teilnehmer von Firmentreffen, Seminaren, Tagungen und Kongressen oder auch Reisegruppen nach Möglichkeit gemeinsam in einem Haus mit der entsprechenden

Kapazität oder wenigstens in Hotels ohne größere Entfernung voneinander untergebracht werden können. Von dieser Bedürfnislage profitiert Augsburg, wo bis zum Jahr 2022 viele neue Gästebetten entstanden sind, also besonders stark. Das scheint eine der Erklärungen dafür zu sein, warum die Bettenauslastung in der Großstadt markant über der in beiden Nachbarlandkreisen liegt. In der gesamten Region Augsburg ging die Bettenauslastung sogar leicht von 37,2 % im Jahr 2023 auf 36,6 % in 2024 zurück.

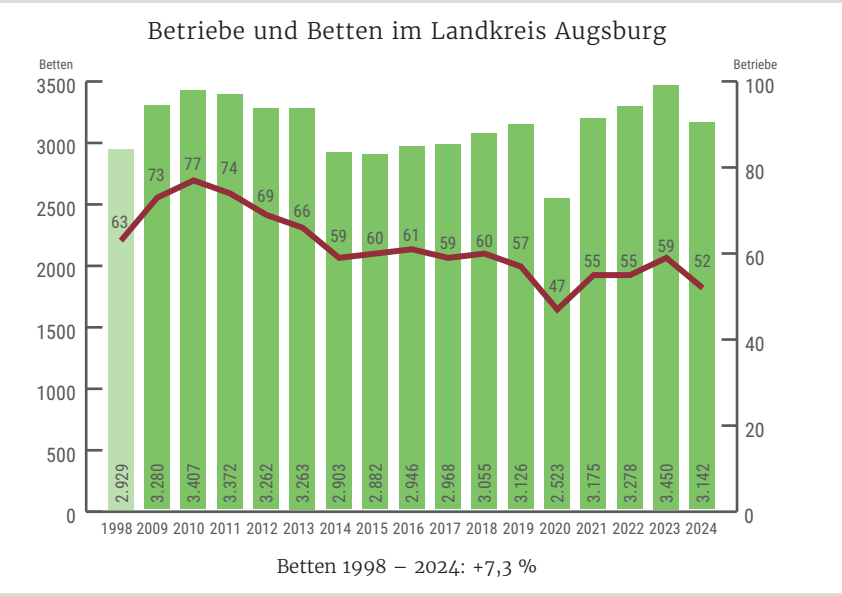
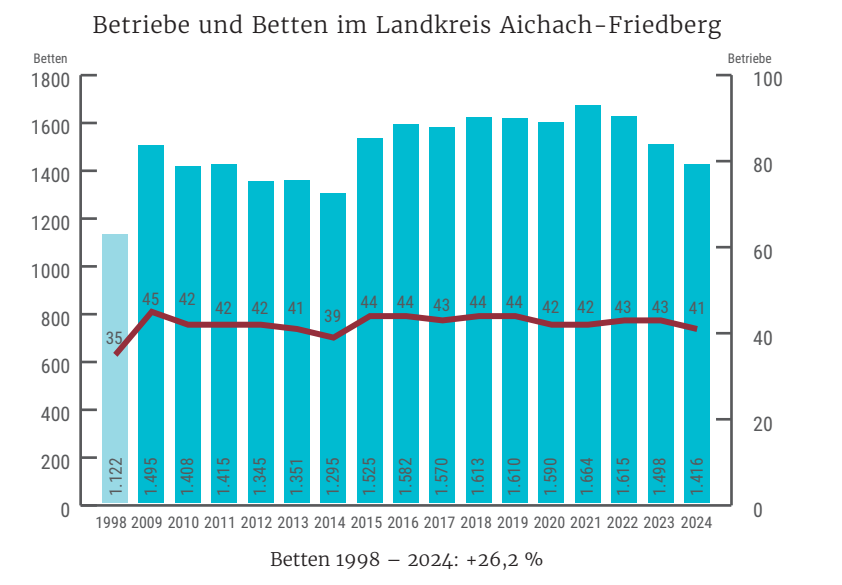
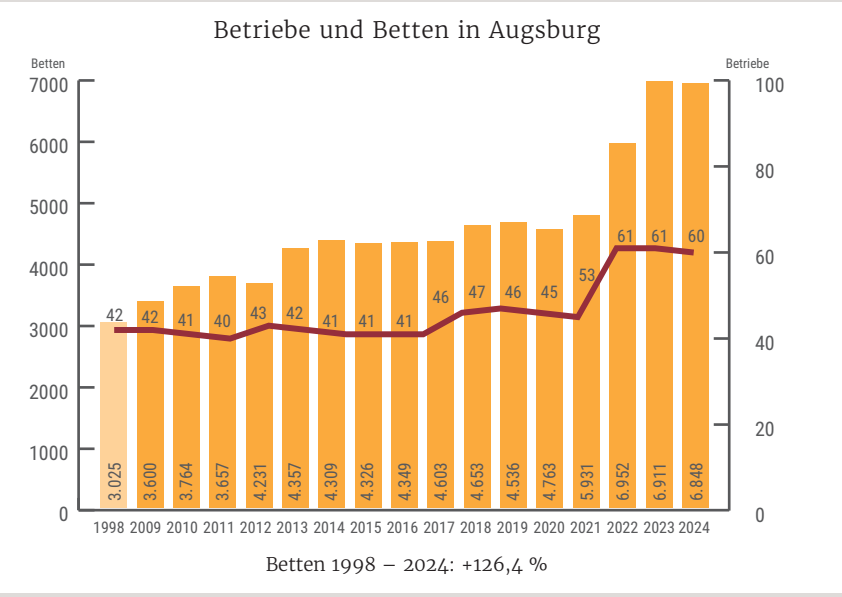
Den Trend zur Großstadt spiegelte auch ein Beitrag in der „Augsburger Allgemeinen“ vom 6. März 2024 wider. Die Schlagzeile in der Zeitung hieß damals „Maximilian's investiert Millionen“. Doch auch diese Erweiterung der Bettenkapazität hat offenbar nicht zu einem Überangebot geführt, sondern im Gegenteil statistisch sogar zu einer höheren Bettenauslastung in der Großstadt. Ginge es allein nach der statistischen Kennzahl der Bettenintensität, böte Augsburg sogar noch Marktchancen für ein größeres Bettenangebot.

Stadt	Betten	Einwohner	Bettenintensität*
Freiburg	12.021	237244	507
Würzburg	5.998	128.246	468
Nürnberg	21.169	526.091	403
Regensburg	8.852	159.46	555
Mannheim	9.000	316.877	284
Augsburg	6.911	303.150	228

(*Anzahl Betten pro 10.000 Einwohner)

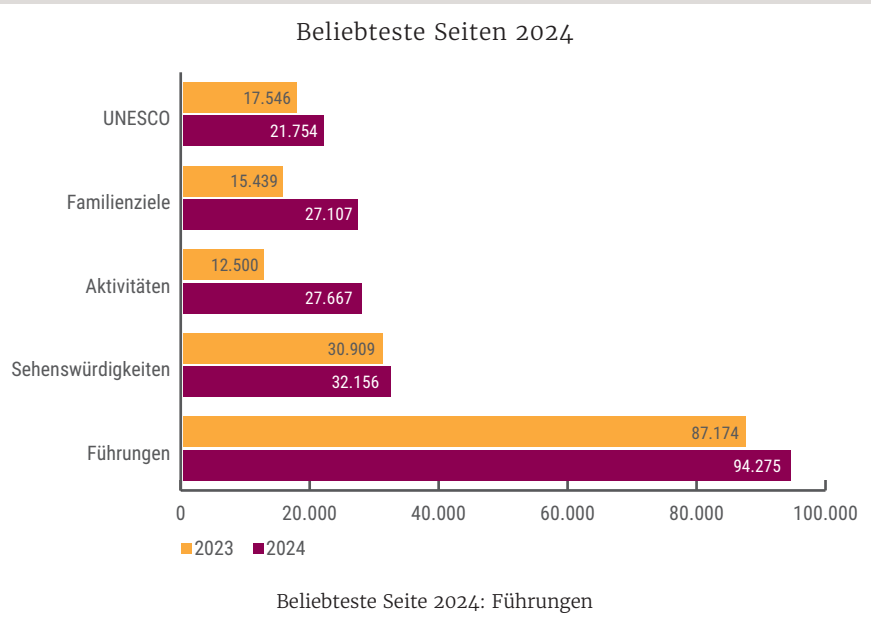
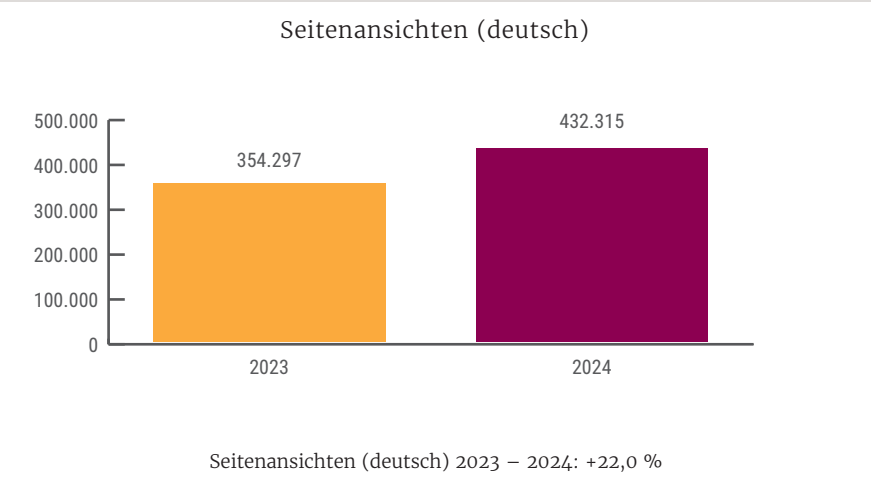
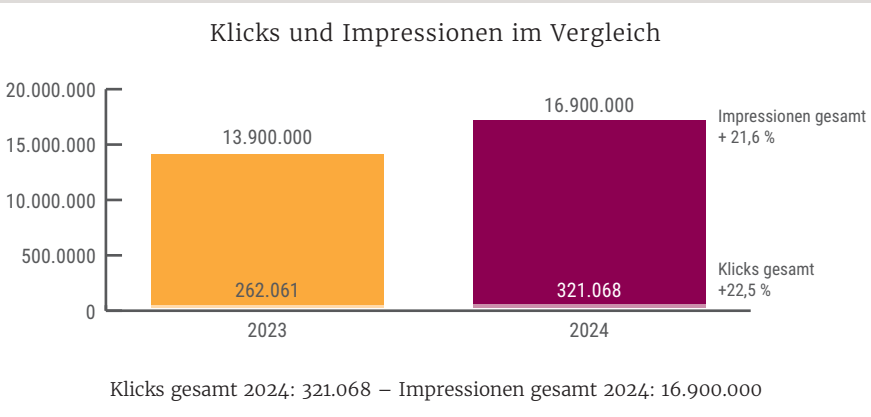
Landkreise: weniger Betten, geringere Bettenauslastung

Den vorstehend kurz erläuterten Kausalzusammenhang zwischen Bettenangebot und Bettenauslastung scheint die etwas verhaltenere Entwicklung in den Landkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg zu bestätigen. Denn obwohl in beiden Landkreisen die Zahl der Übernachtungsbetriebe zurückging, kam es nicht (wie durch diese Ausdünnung möglich wäre) zur höheren Auslastung der verbliebenen Betten, sondern zum Gegenteil. Die Bettenauslastung sank im Landkreis Aichach-Friedberg von 32,7 % im Jahr 2023 auf 30,4 % im Berichtsjahr. Im Landkreis Augsburg blieb die Bettenauslastung stabil bei 33,0 %. Die Anzahl der Übernachtungsanbieter hat sich zwar von 59 im Jahr 2023 auf 52 Betriebe im Berichtsjahr reduziert. Ein daraus resultierendes leichtes Minus in



der Statistik der Übernachtungen wurde wohl durch großstadtnahe Betriebe in Gersthofen, Neusäß und Königsbrunn „abgedeckt“.

Die Zahl der Übernachtungsbetriebe ist in den Landkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg im Jahr 2024 zurückgegangen. Die Bettenauslastung stieg dadurch allerdings nicht.



Bei Klicks, Impressionen und Seitenansichten gab es von 2023 auf 2024 Zuwächse. Bei den Seitenansichten konnte die Website der Regio nicht nur die Werte bei der deutschsprachigen Version verbessern: Die englische Version wurde 27.509-mal gesehen (2023: 25.191 Seitenansichten), die italienische 5.335-mal (2023: 3.097) und die japanische 1.696-mal (2023: 1.091). Insgesamt wurden im Berichtsjahr 466.855 Seitenansichten registriert. Die beliebteste Seite war die, welche zum Führungsangebot informiert.

Der Kommunikationsmix im Marketing für die Region

Die Regio betreut die Tourismusregion Augsburg mit einem umfassenden Kommunikationsmix in regionalen, nationalen und transnationalen touristischen Netzwerken:

- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
- Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM)
- Historic Highlights of Germany (HHOG)
- Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben (TVABS)
- Arge Romantische Straße
- „Sisi-Straße“
- „Europäische Fuggerstraße“
- Augsburg Marketing
- Kongresszentrum Augsburg

Die Maßnahmen im Marketingmix sind

- Internet
- Social Media
- Verkaufsförderung über Messen
- Pressearbeit
- Printproduktionen (Broschüren, Plakate)
- Medienschaltungen (Anzeigen, Plakate)

Website: Sehenswürdigkeiten und Führungen sind Top-Themen

Die touristische Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH, die bevorzugt als Informations- und Inspirationsplattform herangezogen wird, konnte 2024 rund eine halbe Million Seitenzugriffe verzeichnen. Die Seite www.augsburg-tourismus.de ist ein konstant wichtiger Faktor im Bereich Online-Marketing – diese Tendenz wird anhand der Steigerungsrate von rund 21,6 % für die Seitenansichten für alle Sprachversionen der Website deutlich. Die Seite wurde im Google-Suchergebnis rund 16,9 Millionen Mal („Impressionen“) gesehen und 321.068-mal auch angeklickt („Klicks“). Die Startseite liefert einen ersten Überblick über die wichtigsten Themen und zudem eine Auswahl aktueller Veranstaltungstipps aus den Bereichen Kunst, Kultur, Musik und Sport. Eine interaktive Karte auf der Startseite erleichtert die Suchfunktion. Weiterführende Rubriken zu den spannenden Profiltiteln Augsburgs und der Region geben einen umfassenden Einblick in das vielfältige Angebot.

Neben der Startseite wurde die Seite der Stadtführungen (94.275 Aufrufe) am häufigsten aufgerufen. Hier spiegeln sich das attraktive Angebot und die zahlreichen



Die Website der Regio ist – in den Sprachen Deutsch, Englisch, Italienisch und Japanisch – ein zentrales Instrument der Gästearsprache.

Führungen zum Thema UNESCO-Welterbe wider. 32.156 User informierten sich gezielt über die Seite „Sehenswürdigkeiten“ und 27.107 User nutzten gezielt die Infos auf der Seite „Familienziele“. 27.667 Personen holten sich Tipps auf der Seite „Aktivitäten“, die das Angebot für Freizeitgestaltungsmöglichkeiten bündelt. Um Zugriffszahlen zu steigern, wurden die unter „Aktivitäten: Events, Veranstaltungen & Highlights“ ausgespielten Veranstaltungstipps inhaltlich und zeitlich weitestgehend mit der Social-Media-Bewerbung abgestimmt.

Social Media: tägliche Posts und gute Engagement-Raten

Die Kommunikation über soziale Netzwerke erreicht zusätzliche Zielgruppen und ermöglicht es, tagesaktuell zu kommunizieren und interaktiv mit potenziellen Gästen in Austausch zu treten. Weiterführende Links zu den entsprechenden Sites in den Beiträgen führen dort zudem zu zusätzlichem Traffic.

Tägliche Posts in sozialen Netzwerken wie Instagram (links) oder urbnups (rechts) schaffen Aufmerksamkeit für aktuelle Veranstaltungen und transportieren thematische Schwerpunkte.



Bei Instagram konnte die Zahl der Follower 2024 von 5.507 auf 7.406 gesteigert werden (+34,5 %). Erzielt wurde eine Reichweite von rund 250.000 Usern, welche die Beiträge der Regio wahrgenommen haben.

Auf Facebook konnte die Regio Augsburg Tourismus die Reichweite in 2024 um 81 % (174.723) steigern, die Content-Interaktionen (Handlungen, die Menschen im Zusammenhang mit Postings und Anzeigen vornehmen, zum Beispiel das Teilen oder Kommentieren von Beiträgen) um 37 % im Vergleich zu 2023.

Mit bezahlten Kampagnen auf Facebook und Instagram erreichte die Regio zum Thema „Augsburg Calling“ 110.000 Personen, mit der Kampagne zur Romantischen Straße rund 60.000 Personen.

Die Engagement-Rate (ER) misst die Interaktionen mit Inhalten relativ zur Anzahl der Follower oder zur Reichweite. Sie gibt an, wie aktiv und interessiert das Publikum ist. Die Benchmark für eine gute Engagement-Rate liegt bei 3 %. Beispiele für die ER:

- Beitrag zur Augsburger Kahnfahrt, 26.05.2024: ER 4,0 % (10.246 Personen)
- Rätselhafter Montag/Beitrag zum Ulrichsfest, 01.07.2024: ER 9,2 % (5.847 Personen)
- Beitrag „Herbstzeit – Wanderzeit“ zu Wanderrouen in Augsburg, im „Augsburger



Land“ und im „Wittelsbacher Land“, 12.10.2024: ER 6,3 %

- Rätselhafter Montag/„Light Nights“, 14.10.2024: ER 8,3 %
- Friedberger Advent, 30.11.2024: ER 4,2 %

Ein Highlight zum Jahresende war wieder der gut angenommene Adventskalender: Die tägliche Verlosung attraktiver Preise – zum Beispiel Stadtführungen, Tickets für Ausstellungen wie „Teddy erobert Friedberg“ oder begehrte Konzertkarten wie für „Das Phantom der Oper“ in „Kongress am Park“ oder für die „Traumfabrik“ in der Stadthalle Gersthofen – erreichten zum Start am 1. Dezember eine ER von 12,2 % und im Durchschnitt von 10,1 %.

Durchschnittlich wird jeweils ein Beitrag pro Tag auf Facebook und Instagram veröffentlicht: als Post (Text-/Bildbeitrag), Reel (Kurzvideo) oder Story (Storys können auf Instagram in den Highlights dauerhaft sichtbar und abrufbar bleiben). Ein Beispiel: Der Beitrag zum Regionalmarkt Kloster Holzen im September erreichte 1.295 User, die Story dazu nochmals 831.

Zusätzlich reagierte die Regio kurzfristig und pushte Veranstaltungen, auch in den Landkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg.

urbnups – das Smartphone wird zur individuellen Augsburg-Map

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH kooperiert mit der Erlebnisplattform urbnups. Erlebnisse, Entdeckungen und Empfehlungen in und für Augsburg können Gäste wie Einheimische dort als sogenannte Momente speichern – ganz privat, für Freunde oder öffentlich für alle. Wer wissen will, welche Erfahrungen und Orte andere empfehlen, kann dort anfangen zu stöbern.

Seit 2024 ist Augsburg über die Kooperation mit der Regio eine von mehr als hundert auf dieser Plattform vertretenen Destinationen. urbnups erlaubt mit mehr als 15.000 authentischen Momenten (automatisch übersetzt in 29 Sprachen) fast grenzenloses Entdecken: mittels Feed- und Kartenansichten und mit Filtern wie „Kultur“, „Natur“, „Aktiv“ oder „Yummy“ (Kulinarisches). In Augsburg entdeckt man auf urbnups unter anderem Orte am Wasser, kulturelle Erlebnisse oder auch die FCA-Fan-Initiative „Augsburg Calling“.



Messen – der direkteste Weg zum Kundenkontakt

Für die Regio Augsburg Tourismus GmbH sind Messen der direkteste Weg der Verkaufsförderung. Diese Schiene zum Kontakt mit dem Kunden nutzte die Regio 2024 bei den nachfolgenden Messeterminen:

- CMT, Stuttgart (Caravan Motor Touristik Messe, weltweit größte Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit, 13.–21.01.2024)
- ITB, Berlin (weltweite Leitmesse der Tourismusbranche, 05.–07.03.2024)
- f.re.e, München (Bayerns größte Reise- und Freizeitmesse, 14.–18.02.2024)
- Airtec, Augsburg (internationale Fachmesse für Zulieferer aus der Luft- und Raumfahrt, 08.–10.10.2024)
- SuperStay Live, Augsburg (Messe für Ferienwohnungen und -häuser, 18.–20.10.2024)

Die bedeutende Rolle der ITB als Treffpunkt für touristische Netzwerkpflege und Lobbyarbeit kam zum Beispiel im Gespräch mit Michaela Kaniber zum Tragen: Götz Beck gratulierte der Bayerischen Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus zum neu aufgelegten Bayerischen Kongressfonds, der den Freistaat mit einem Fördervolumen von rund 25 Millionen Euro als Standort für Kongresse und Tagungen weltweit zukunfts- und konkurrenzfähig positionieren soll.

Mit Staatsministerin Kaniber sprach der Tourismusdirektor auch über das wichtige Thema der Tourismusfinanzierung und über die Notwendigkeit der Einführung einer Tourismusabgabe (siehe hierzu auch die Seite 42 in diesem Geschäftsbericht).

Lokale und regionale Pressearbeit und Journalistenbetreuung

Pressearbeit und Medienbetreuung für lokale, regionale, nationale und auch nicht-deutsche Medien betreibt die Regio selbst, über externe Pressebüros und im wichtigen Quellmarkt Italien über den Presseagenten Riccardo Celani, der 15 Pressemitteilungen für die Regio versendete. 2024 wurden über den Regio-eigenen Verteiler 30 Pressemeldungen zum Brechthaus und zu dortigen Veranstaltungen versandt. 44 Meldungen informierten zu Region Rundgängen, Rundfahrten und Themenführungen. Zwei Pressemitteilungen thematisierten Konzerte der Musikerin Stephanie Knauer im Mozarthaus. Das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ versendete 21 Meldungen.

Als externes Pressebüro wurde der Service des context verlags Augsburg genutzt. Dort wurden 2024 insgesamt mehr als 20 redaktionell aufwendigere Pressemeldungen verfasst und danach regional, bundesweit sowie an Fach- und Tourismuszeitschriften versandt. Für diese Aussendungen wurden bei Bedarf auch spezielle Verteiler (z.B. Sport) zielgruppen- und streugebietsgenau aktualisiert. Im Einzelfall wurden Medien individuell beliefert. Die Themen reichten von der FCA-Fan-Initiative „Augsburg Calling“ über die neu konzipierten Kahnfahrtführungen und die Kooperation mit der neuen Online-Plattform urbnups bis hin zur Holbein-Ausstellung in Frankfurt und Wien, das Jubiläum des „Fugger und Welser Erlebnismuseums“ oder zum Besuch des Botschafters der Bundesrepublik Deutschland in Österreich, Vito Cecere, in Augsburg. Über den Presseservice des context verlags übernimmt die Regio in



Michaela Kaniber, Bayerns Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus, erhielt auf der Tourismusleitmesse ITB zur Begrüßung von Tourismusdirektor Götz Beck eine Jim-Knopf-Marionette der Augsburger Puppenkiste. Mit dem Gründer des preisgekrönten Start-Ups „avanera“ – dem Augsburger Max Döres – besprach Götz Beck auf der ITB 2024, wie das Augsburger Kongresszentrum „Kongress am Park“ durch eine Energiemonitoring-Software ökologisch weiter optimiert werden könnte.

Geschäftsbesorgung fallweise Maßnahmen der Pressearbeit für die transnationalen Tourismusk Kooperationen – 2024 etwa für die „Sisi-Straße“ mit einem Pressebeitrag im österreichischen „REISEN-Magazin“.

Presseveranstaltungen wurden 2024 zum neu konzipierten und um eine Digitalführung erweiterten „Handwerkerweg“, zum neu erschienenen, von der Regio herausgegebenen Naturparkführer, zur neuen Dauerausstellung über die Via Claudia Augusta in der Ausstellung „Römerlager“ im Augsburger Zeughaus sowie zur „Märchenstraße“ organisiert.

Journalistenbetreuung bei Famtrips und Bloggerreisen

Der Begriff Famtrip leitet sich vom englischen Wort „familiarization“ ab. Es bedeutet so viel wie sich vertraut beziehungsweise bekannt-

Der Besuch von Vito Cecere, dem deutschen Botschafter in Österreich, nach einer Einladung durch Götz Beck war im April 2024 Anlass für eine Pressemitteilung der Regio.



Ein Team des italienischen öffentlich-rechtlichen Senders RAI 3 drehte für eine Fernsendung über Augsburg auch im historischen Wasserwerk am Roten Tor, im Welterbe-Infozentrum sowie auf dem Augsburger Rathausplatz (Fotos von links nach rechts).

machen. Bei solchen Famtrips besuchten 2024 Journalisten aus Deutschland, aber auch China, Slowenien oder den USA Augsburg und die Region und besuchten zum Beispiel den Augsburger Christkindlesmarkt. Organisiert wurden die Famtrips in Kooperation mit der DZT, mit der BayTM oder mit dem Hotel Maximilian's. Ebenfalls international war der Teilnehmerkreis bei zwei Bloggerreisen: Blogger aus Deutschland und Spanien wurden mit dem Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben beziehungsweise den Historic Highlights of Germany (HHOG) gemeinsam betreut.

Journalistenbetreuung für den Quellmarkt Italien

Journalisten und touristische Multiplikatoren aus dem für die Region Augsburg wichtigen Quellmarkt Italien wurden zum Beispiel bei einer Veranstaltung in Kooperation mit der DZT für den italienischen Tourismusverein Touring Club Italiano empfangen. Ebenfalls gemeinsam mit der DZT wurde eine Journalistin zum Schwerpunktthema Familienreisen begleitet. Der italienische Fernsehsender RAI 3 wird 2025 einen Film über Augsburg in der Reisesendung „Kilimangiaro“ ausstrahlen. In die Vorbereitung und Begleitung war die Regio Augsburg Tourismus GmbH 2024 eingebunden. Das Team des TV-Senders drehte unter anderem auf dem Augsburger Rathausplatz vor der Kulisse von Renaissance Rathaus und Perlachturm, im Welterbe-Infozentrum und im UNESCO-Welterbe-Objekt Wasserwerk am Roten Tor. Auch das Online-Magazin „planettravel“ wurde bei der Erstellung eines italienischsprachigen Beitrags über die „Sisi-Straße“ und zur Ausstellung im „Sisi-Schloss“ Unterwittelsbach von der Regio betreut.



Breites Themenspektrum bei Pressereisen

Weitere Themen, bei denen Journalisten und Multiplikatoren 2024 mit Unterstützung durch die Regio Augsburg Tourismus GmbH recherchierten und veröffentlichten, waren unter anderem Outdoor-Aktivitäten, das Holbein-Jahr, die Romantische Straße (ein Pressteam aus Südamerika) sowie die Fußball-Europameisterschaft, anlässlich derer gleich mehrere Pressereisen stattfanden.

Empfänge als Möglichkeit für Kontakte und Kommunikation

Auch die Netzwerkarbeit bei Empfängen spielt – ähnlich wie auf Messen und bei Tagungen – eine wichtige Rolle in der Kommunikation mit Multiplikatoren aus den Bereichen Politik, Medien, Organisationen und Verbände.

Am 13. April 2024 organisierte die Regio Augsburg Tourismus GmbH gemeinsam mit der Stadt Augsburg sowie mit Vertretern der Fußballvereine 1. FC Union Berlin und FC Augsburg einen Empfang für die Gäste der Fußball-Fan-Initiative „Augsburg Calling“. Anlass war eine Feier zum 15-jährigen Bestehen dieses Projekts. Bereits bei ihrem ersten Besuch in Augsburg in der Saison 2009/10 waren die Fans des Berliner Clubs im Rathaus willkommen geheißen worden. 2024 wurden sie dort von Oberbürgermeisterin Eva Weber und Tourismusdirektor Götz Beck begrüßt. Nach diesem Empfang bot die



Regio Führungen – zum Beispiel eine Führung für Gäste mit Handicap durchs Rathaus und eine Führung zum UNESCO-Welterbe – an. Ein gemeinsames Abendessen und eine Fan-Party rundeten das Programm ab.

Das Fan-Projekt „Augsburg Calling“ bietet kontinuierlich die Möglichkeit, einerseits eine friedliche, freundschaftlich geprägte Fußball-Fan-Kultur zu fördern und andererseits die touristische Themenvielfalt der Stadt bei der Zielgruppe auswärtiger Fans im Rahmen attraktiver Kultur- und Gastroangebote zu kommunizieren.

Am 27. April fand – ebenfalls im Rathaus – der Neubürgerempfang der Stadt Augsburg statt. Bei dieser Gelegenheit konnte sich die Regio Augsburg Tourismus GmbH mit einem Stand präsentieren. Der Stand transportierte das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ sowie das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ und bot Gelegenheit zur Auslage von Prospektmaterial. Dadurch erhielten Personen, die neu in der Stadt zugezogen waren, vielfältige Informationen zum Kultur- und Führungsangebot in Augsburg.

Bei Veranstaltungen wie zum Beispiel dem Empfang im Rahmen des Fußball-Fan-Projekts „Augsburg Calling“ mit Augsburgs Oberbürgermeisterin Eva Weber (links) oder dem Neubürgerempfang der Stadt Augsburg im Rathaus konnte die Regio Augsburg Tourismus GmbH den Kreis der Zielgruppen erweitern, bei denen auch die touristische Themenvielfalt der Region Augsburg kommuniziert werden konnte.







Mehr als 500 Jahre Tradition:
Der Augsburger Christkindlesmarkt

Musik, duftende Fichtenzweige, goldene Lichter, Glühwein und Bratwürste, Lebkuchen, Maroni, Krippenfiguren, Weihnachtsschmuck und Kinderspielzeug locken in die glitzernde Budenstadt. Die romantische Kulisse des Renaissancerathauses und des Perlachturms sowie die Giebel vorweihnachtlich geschmückter Bürgerhäuser – überragt vom leuchtenden Weihnachtsbaum und einer acht Meter hohen Engelespyramide – bilden den einzigartigen Rahmen.

Erleben Sie den Augsburger Christkindlesmarkt vom 25. November bis zum 24. Dezember 2024 mit dem „Engelesspiel“, der „Augsburger Märchenstraße“ und weiteren stimmungsvollen Programmpunkten.

www.augsburg-tourismus.de

Regio Augsburg Tourismus GmbH
Tourist-Information | Rathausplatz 1 | 86150 Augsburg
Telefon: 0821 50207-0
tourismus@regio-augsburg.de

Der Christkindlesmarkt wurde 2024 durch Anzeigen in Busmagazinen mit variierenden Motiven in verschiedenen Formaten beworben.

Anzeigenwerbung

Anzeigenschaltungen und PR-Anzeigen sind für die Regio Augsburg Tourismus GmbH nur im Einzelfall und bei bestimmten Anlässen (nicht zuletzt zur Unterstützung von Partner-Aktivitäten) möglich und sinnvoll. Im Jahr 2024 wurden Anzeigen in den nachfolgend aufgeführten Medien sowie zu den nachfolgenden Anlässen beziehungsweise Themen beauftragt sowie zumeist neu gestaltet.

- Augsburg Journal, 1/2 Seite, Rund um die Augsburger Kahnfahrt
- Bike Line Radführer Lechradweg, 1 Seite UNESCO-Welterbe
- Bus Blickpunkt: 1/4 Seite, Weihnachten
- Magazin Elterninitiative krebskranker Kinder: 1/4 Seite, „Fugger und Welser Erlebnismuseum“
- Eurobus: 1/2 Seite, Reisetipps Weihnachtsmärkte





Mehr als 500 Jahre Tradition:
Der Augsburger Christkindlesmarkt

Erleben Sie den Augsburger Christkindlesmarkt vom 25. November bis zum 24. Dezember 2024 mit dem „Engelesspiel“, einer acht Meter hohen Engelespyramide, der „Augsburger Märchenstraße“ und weiteren stimmungsvollen Programmpunkten.

www.augsburg-tourismus.de

Regio Augsburg Tourismus GmbH
Tourist-Information
Rathausplatz 1 | 86150 Augsburg
Telefon 0821 50207-0 | tourismus@regio-augsburg.de

- Ferienmagazin: 1/4 Seite, UNESCO-Welterbe
- Immonova Magazin: 3 Seiten, City-Trip-Angebote
- Omnibusrevue: 1/4 Seite, Weihnachten
- Supplement Manager Seminare: 1/2 Seite, PR Tagen in Augsburg
- Schlossmagazin: 2x 1/4 Seite, Rund um die Augsburger Kahnfahrt
- Top Magazin: 1/2 Seite, Die Augsburger Kahnfahrt
- Top Magazin: 1/2 Seite, Bewerbung „RegioMagazin“

Plakatwerbung

Die Einzelplakatierung bei der Tourist-Information am Rathausplatz sowie am Rathaus verweist – zum Teil tagesaktuell – auf die Führungsangebote der Regio Augsburg Tourismus GmbH, zum Beispiel auf den öffentlichen Stadtrundgang „Auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht – in der Welterbestadt Augsburg“ oder auf die Stadtrundfahrt per Bus.

Plakate an der Tourist-Info und am Rathaus weisen tagesaktuell auf Führungsangebote hin.

Heute:
Öffentliche Stadtführung
11 und 14 Uhr
mit einem Fuggeri
Sonderführung
16,30 Uhr
Abendlicher Stadtrundgang
20 Uhr

STADTRUNDGANG



Auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht – in der Welterbestadt Augsburg
Der öffentliche Stadtrundgang führt auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht, zum Augustusbrunnen auf dem Rathausplatz, in die Fuggerhäuser und entlang der Lechkanäle (in Abschnitten Denkmäler des UNESCO-Welterbes) im Lechviertel bis in die Fuggerei.

• Inkl. Eintritte „Römerlager“ im Zeughaus (Di. – Fr.) beziehungsweise Brechtthaus (Sa./So.) und Fuggerei
• Tickets hier in der Tourist-Info oder online (QR-Code)







Sehnsuchtsort in Augsburg – neue Stadtführung
Rund um die Augsburger Kahnfahrt

Die neue Stadtführung „Rund um die Augsburger Kahnfahrt“ führt zu UNESCO-Welterbe, vorbei an Stadttoren, Stadtmauern und Stadtgräben, Wehrtürmen, Wällen und Wasser. Alle Führungen enden in der Stadt – bei Brotzeit und Bier am Wasser oder bei einer Bootsfahrt auf dem Äußeren Stadtgraben vor malerischer Kulisse.

• Führungen: Juni bis September, jeden Sonntag, 14 Uhr
• Dauer: 2 Stunden
• Treffpunkt: Vogeltor

Mehr Infos:
• **www.augsburg-tourismus.de/kahnfahrt**
• Tourist-Info am Rathausplatz



Regio Augsburg Tourismus GmbH | Tourist-Information | Rathausplatz 1 | 86150 Augsburg
Telefon 0821 50207-0 | tourismus@regio-augsburg.de | www.augsburg-tourismus.de

Printprodukte der Regio: Themen, Intentionen und Distributionswege

Die Vielfalt der Printprodukte der Regio Augsburg Tourismus GmbH spiegelt das breit gefächerte Aufgaben- und Themenspektrum dieser Tourismuseinrichtung wider (aktuelles Sortiment siehe Seite 28 bis 31). Diese Publikationen kommunizieren zum einen aktuelle, einmalige Anlässe, zum anderen aperiodisch beworbene Dauerthemen. Außerhalb des Erscheinungsbildes der Regio werden die Broschüren für das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ gestaltet.

Daneben wurden auch 2024 die alljährlich wiederkehrenden Broschüren (Hotel- und Gastroliste, Flyer zu Weihnachtsmärkten in Augsburg und in der Region sowie der stark nachgefragte Augsburg-Stadtplan, aber auch das jährliche Brechtthaus-Programm) neu aufgelegt. Gemessen an der Abnahme waren Broschüren zum UNESCO-Welterbe und nicht zuletzt zu den Themen Stadtpaziergänge, Wandern und Radwandern 2024 besonders stark nachgefragt. Allgemein interessierende Themen ohne ständigen Aktualisierungsbedarf werden teilweise über längere Zeiträume hinweg distribuiert und – jeweils aktualisiert – nach Bedarf nachgedruckt.

Zur neu eröffneten Kahnfahrt wurde 2024 der Prospekt „Rund um die Augsburger Kahnfahrt. Wege und Welterbe, Führungen und Erlebnisse an der Stadtmauer“ (16 Seiten) herausgegeben. Neu konzipiert und aktualisiert aufgelegt wurde auch der Faltprospekt zum „Augsburger Handwerkerweg“. Beide

Publikationen verweisen auf ergänzende digitale Angebote.

Mit einem zentralen Printwerbemittel der Regio Augsburg Tourismus GmbH, dem 2024 100 Seiten starken Magazin „AUGSBURG. Wittelsbacher Land & Augsburger Land“, erreichen touristische Themen der Region Augsburg jährlich ungefähr 100.000 Leser. Dabei bestätigt sich generell, dass emotionalisierende, durch Inhalte und Bebilderung ansprechend gestaltete Printprodukte mit professioneller Redaktion vom Internet weder teilersetzt noch gar verdrängt werden. Das zeigt sich unter anderem am Interesse der Werbepartner an diesem vom context verlag Augsburg | Nürnberg nach den redaktionellen Grundsätzen einer Kiosk-Zeitschrift ausgerichteten, trotz der hohen Qualität aber kostenlos abgegebenen Tourismusmagazin. (Belegexemplare dieses Magazins werden wegen ihrer inhaltlichen Relevanz jeweils von der Deutschen Nationalbibliothek sowie der Bayerischen Staatsbibliothek angefordert.)

Die „klassischen“ Katalog- und Angebotsproduktionen, für die keine professionellen Redaktionsleistungen nötig sind, stoßen dagegen auf starke Konkurrenz gewerblicher Internet-Plattformen für Hotellerie und Gastronomie. Das bedingt einen Rückgang der Druckauflagen in diesem Segment. All diese Printprodukte der Regio Augsburg Tourismus GmbH werden auf der Internetseite der Regio zum Download eingestellt. Die seriöse redaktionelle Arbeit an Printproduktionen wird insbesondere durch einen weiteren – meist unterschätzten – Neben-





**Wassertürme, Wasserkraftwerke, Kanäle und Brunnenkunst
Augsburgs Wasser: UNESCO-Welterbe**

„Das Augsburger Wassermanagement-System“ ist UNESCO-Welterbe. Drei Wassertürme, zwei Brunnenmeisterhäuser und ein Aquädukt machen das Wassermanagement am Roten Tor zum europaweit einzigartigen Ensemble der Trinkwasserversorgung. Drei figürliche Monumentalbrunnen sind weltweit ohne Parallele. Lechkanäle rauschen durch das idyllische Lechviertel – das „Venedig des Nordens“. Viele Museen informieren zu Themen von Brunnenkunst bis Industriekultur.

www.augsburg-tourismus.de

Regio Augsburg Tourismus GmbH
Tourist-Information
Rathausplatz 1 | 86150 Augsburg
Tel. 0821 50207-0 | www.augsburg-tourismus.de



Auch die neu eröffnete Kahnfahrt und das Dauerbrenner-Thema UNESCO-Welterbe wurden durch Anzeigen im Jahr 2024 beworben.

nutzen noch sinnvoller: Denn durch ihre Inhalte wird zugleich seriös recherchiertes und lektoriertes Material zur Zweitverwendung für die Pressearbeit sowie für Einträge im Internet, diverse Werbemaßnahmen und teils auch Führungsangebote erstellt.

Die Distribution der von der Regio herausgegebenen Printprodukte erfolgt über die Zusendung nach Anfragen, über die Tourist-Info am Rathausplatz, in „Kongress am Park“, an Messeständen sowie über kostenlose Verteilstellen und bezahlte Verteildienste.

Fallweise fördert die Regio Augsburg Tourismus GmbH Publikationen, die von Verlagen im überregionalen Buch- und Zeitschriftenhandel vertrieben werden. 2024 fungierte die Regio in Kooperation mit dem Landkreis Augsburg als Herausgeberin des bundesweit im Handel vertriebenen Taschenbuches „Kulturpark Naturpark. Landschaften, Ziele und Geschichte im Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“ (context verlag Augsburg | Nürnberg).

Die Regio ist Herausgeberin eines neuen Buches zum Naturpark Augsburg – Westliche Wälder.

Kulturpark Naturpark

Landschaften, Ziele und Geschichte im Naturpark Augsburg – Westliche Wälder



Herz. | Regio Augsburg Tourismus GmbH

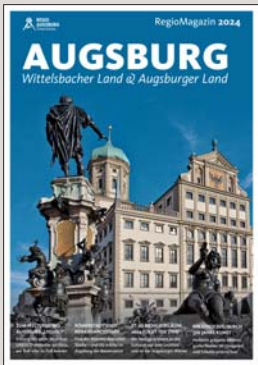


26 Medien und Werbung

Medien und Werbung 27

Deutschsprachige Broschüren:
Print – und jeweils auch digital

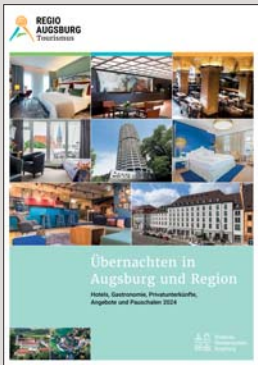
Den größten Teil ihrer Printwerbemittel lässt die Regio im einheitlichen Erscheinungsbild gestalten. Ausnahmen sind das jährliche „RegioMagazin“, Broschüren für das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ sowie für Kooperationsprojekte wie die „Sisi-Straße“ und die „Europäische Fuggerstraße“. Die folgenden Seiten zeigen die Cover der bis 2024 gestalteten und aktuell verfügbaren Publikationen. Alle Printprodukte sind auch als PDF zum Download auf der Website der Regio eingestellt. Vergriffene Prospekte stehen also in der digitalen Version weiterhin bereit.



PDF
im Web

**RegioMagazin 2024: AUGSBURG
Wittelsbacher Land & Augsburg Land**

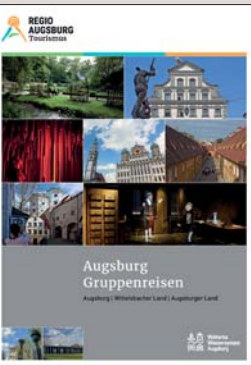
100-seitiges Jahresmagazin als Hauptwerbe-
mittel zur breiten Streuung, zum Versand bei
Anfragen sowie zur Verteilung auf Messen
Auflage: ca. 65.000 Exemplare | jährlich



PDF
im Web

**Hotels, Gastronomie, Privatunterkünfte,
Angebote und Pauschalen 2024**

48-seitige Broschüre zur bundesweiten Distri-
bution bei Anfragen, für Messen, zum Aus-
legen (erschienen Dezember 2023 für 2024)
Auflage: 4.000 Exemplare



PDF
im Web

**Augsburg Gruppenreisen. Augsburg |
Wittelsbacher Land | Augsburger Land**

64-seitiger Verkaufskatalog für Reise-,
Tagungs- und Messeveranstalter, Gruppen
und Individualgäste
Auflage: 5.000 Exemplare



PDF
im Web

Stadtführungen in Augsburg 2024

Broschüre mit Kalendarium zum Führungs-
angebot für Individualgäste. Mit Stadtrund-
gängen, Stadtrundfahrten, Themenführungen
und Angeboten für Kinder/Familien
Auflage: 15.000 Exemplare | jährlich



PDF
im Web

**Sehenswürdigkeiten in Augsburg.
Mit Innenstadtplan, Museen und Gastrotipps**

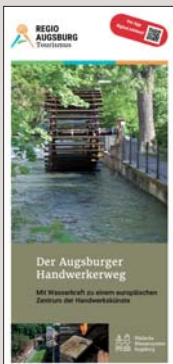
Broschüre mit Innenstadtplan zum Auslegen
und Versand bei Anfragen sowie als Vorlage
zur Übersetzung in weitere Sprachen
Auflage: 40.000 Exemplare



PDF
im Web

Rund um die Augsburger Kahnfahrt

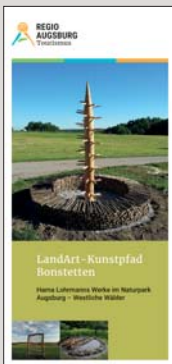
16-seitige Broschüre zur bundesweiten
Distribution, mit Führungsangebot zum
UNESCO-Welterbe und den Wehrtürmen
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

Der Augsburger Handwerkerweg

Broschüre zur bundesweiten Distribution, mit
Hinweis auf die neue „Handwerkerweg“-App
(Schwerpunkt UNESCO-Welterbe) und weitere
Handwerksbetriebe
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

LandArt-Kunstpfad Bonstetten

Broschüre zur bundesweiten Distribution,
zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 7.500 Exemplare



PDF
im Web

**Wasser. Welterbe. Augsburg.
Das UNESCO-Welterbe „Augsburger
Wassermanagement-System“**

Broschüre zur bundesweiten Distribution,
zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

**Elias Holl – Baumeister
der Renaissancestadt**

Broschüre im Holl-Jubiläumsjahr 2023 zur
bundesweiten Distribution, zum Versand bei
Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

**Die Fugger in der
Fuggerstadt Augsburg**

Broschüre zur bundesweiten Distribution,
zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

**125 Jahre Bert Brecht
und Augsburg**

Broschüre aus dem Brecht-Jubiläumsjahr
zur bundesweiten Distribution, zum Versand
bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 7.500



PDF
im Web

**Veranstaltungen
im Brechthaus Augsburg**

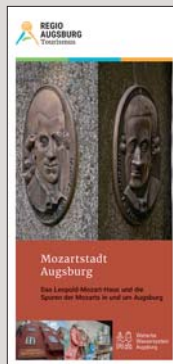
Jahresprogramm 2024,
Broschüre zur bundesweiten Distribution,
zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 5.000 Exemplare



PDF
im Web

**Die Römer
in und um Augsburg**

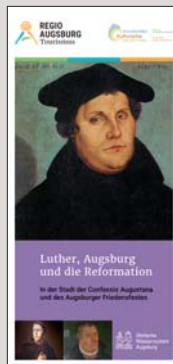
Broschüre zur bundesweiten Distribution,
zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

Mozartstadt Augsburg

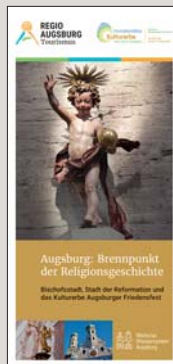
Broschüre zur bundesweiten Distribution,
zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

**Luther, Augsburg
und die Reformation**

Broschüre zur bundesweiten Distribution,
zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

**Augsburg. Brennpunkt
der Religionsgeschichte**

Broschüre zur bundesweiten Distribution,
zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 10.000 Exemplare

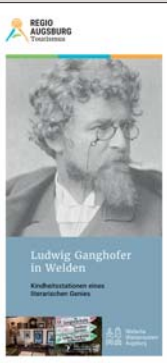


PDF
im Web

Bischof Ulrich von Augsburg

Broschüre im Ulrichs-Jubiläumsjahr 2023 zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen

Auflage: 20.000 Exemplare



PDF
im Web

Ludwig Ganghofer in Welden

Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen

Auflage: 10.000 Exemplare

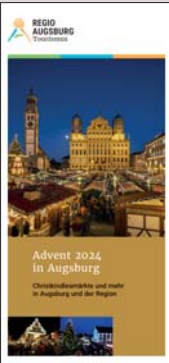


PDF
im Web

Der Augsburger Eiskanal

Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen

Auflage: 7.500 Exemplare



PDF
im Web

Advent 2024 in Augsburg

Broschüre für Weihnachtsmärkte in der Region Augsburg für nationale und internationale Distribution über die DZT und bei Anfragen

Auflage: 5.000 Exemplare



PDF
im Web

Die Wittelsbacher im Wittelsbacher Land

Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen

Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

Stadtspaziergänge und Wanderungen in Augsburg

Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen

Auflage: 10.000 Exemplare

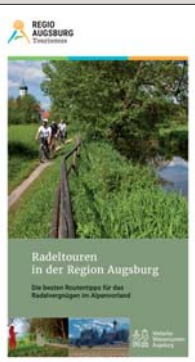


PDF
im Web

Stadt, Land, Fluss: Wege im Wittelsbacher Land

Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen

Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

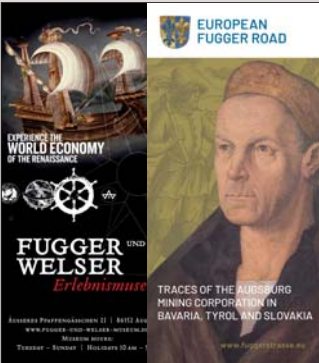
Radel Touren in der Region Augsburg

Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen

Auflage: 15.000 Exemplare

Fremdsprachige Broschüren:
Print, aber vor allem im Internet

Im internationalen Tourismusgeschäft ist die Bereitstellung von Informationsmaterial in Fremdsprachen Standard. Bei der Regio geschieht dies insbesondere über ihre fremdsprachigen Websites und die ihrer Partner. Nur der Basisprospekt zu Sehenswürdigkeiten in Augsburg (deutsche Version siehe Seite 28) wird (in Englisch, Italienisch, Französisch) neben Prospekten zur „Europäischen Fuggerstraße“ und zum „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ gedruckt. Der größte Teil der fremdsprachigen Broschüren ist zum Download im Internet zu finden – sowie auch die Fülle an Material in deutscher Sprache (rechts ein Ausschnitt aus diesem Angebot).



PDF
im Web

**Fugger und Welser Erlebnismuseum EN
Die Europäische Fuggerstraße EN**

jeweils ständiger Nachdruck bzw. Restauflagen, online als PDF



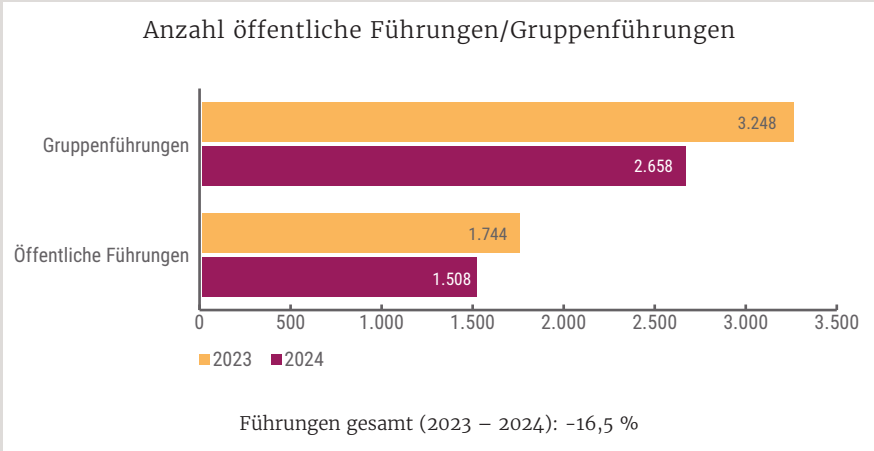
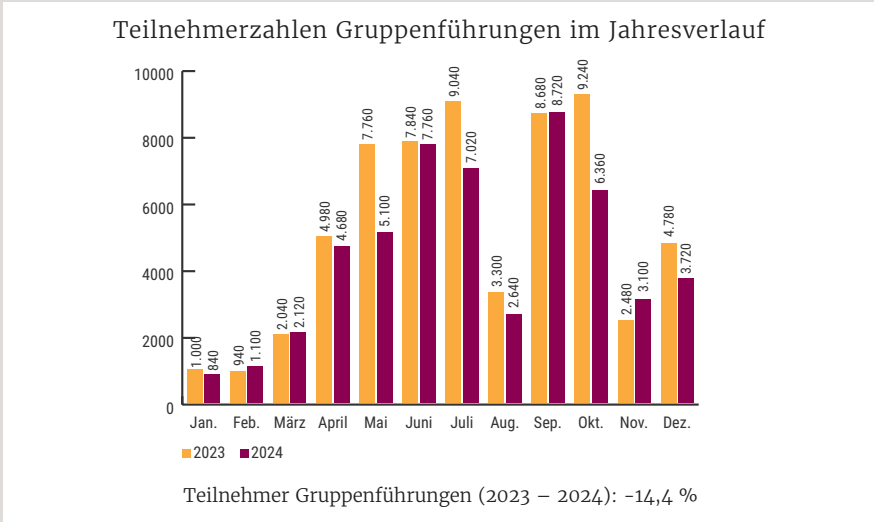
PDF
im Web

**Sehenswürdigkeiten mit Innenstadtplan EN
Sehenswürdigkeiten mit Innenstadtplan JAP**

jeweils ständiger Nachdruck bzw. Restauflagen, online als PDF

Broschüren

	REISEMAGAZIN Augsburg Magazin 2025 Bestellen		BROSCHÜRE Stadtführungen in Augsburg Download Bestellen
	BROSCHÜRE Hotels und Gastronomie Download Bestellen		BROSCHÜRE Augsburg Gruppenreisen Download Bestellen
	BROSCHÜRE Sehenswürdigkeiten mit Innenstadtplan Download Bestellen		KARTE Augsburg Innenstadtplan mit Parkplätzen Download Bestellen
	BROSCHÜRE Bestens geführt oder virtuell besichtigt Download		BROSCHÜRE Elias Holl Download
	BROSCHÜRE FÜR AUGSBURG Stadtpaziergänge & Wanderungen Download		WASSERMANAGEMENT-SYSTEM UNESCO-Welterbe Download Bestellen
	BROSCHÜRE Auf Augsburger Türme Download		BROSCHÜRE Der Augsburger Eiskanal Download Bestellen
	BROSCHÜRE Fugger und Welser Erlebnismuseum Download Bestellen		BROSCHÜRE Die Fugger in der Fuggerstadt Augsburg Download Bestellen
	BROSCHÜRE Die Fugger und Welser Download		BROSCHÜRE Europäische Fuggerstraße Download Bestellen



Sowohl bei der Anzahl der Teilnehmer an öffentlichen als auch an individuell gebuchten Führungen musste die Regio 2024 Rückgänge verzeichnen. Dies galt auch für die Anzahl der Führungen in beiden Kategorien. Die Gründe für diese Entwicklung sind multikausal.

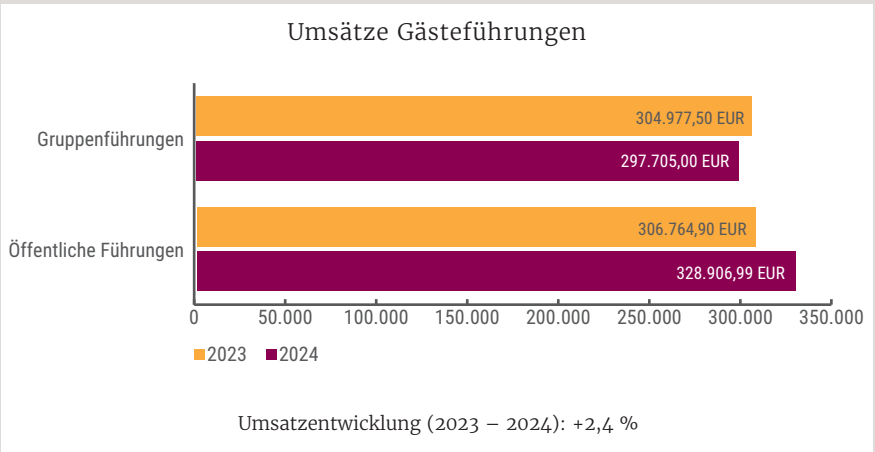
Weniger Teilnehmer– aber höhere Einnahmen bei Gästeführungen

2024 konnte – anders als noch im Vorjahr – keine weitere Steigerung bei der Anzahl der Gästeführungen erzielt werden. Die positiven Entwicklungen bei den Ankünften und bei den Übernachtungen in der Stadt Augsburg lassen also nicht ohne Weiteres auf das Gästeverhalten vor Ort schließen. Bei den Gästeführungen musste 2024 ein Minus in Höhe von 16,5 % verzeichnet werden.

Der Rückgang bei den Gästeführungen ist multikausal zu erklären. Zum einem hat die Regio die Preise erstmals seit der Corona-Pandemie erhöht. Die Preise waren damals nicht erhöht worden – um den Re-Start zu erleichtern sowie den Mittelstand und den Bustourismus zu stärken –, mussten nun aber auch wegen erhöhter (Steuer-)Abgaben aufseiten der Guides angepasst werden. Der Nachholbedarf der Gäste nach der Corona-Pandemie ist gedeckt, gleichzeitig nimmt die Konkurrenz durch weitere Anbieter zu, auch wenn sich diese noch in überschaubaren Grenzen hält. Gruppen buchen verstärkt über das Onlineportal „Get your Guide“, das mit inkludierten Eintrittten attraktive Konditionen bietet. Nicht zuletzt haben die Guides in den Sozialen Medien die Möglichkeit der Direktvermarktung: Viele Führungen werden deshalb nicht über der Regio, sondern direkt bei den Guides gebucht. Auch die Schließung des Goldenen Saals ab Mitte 2024 wirkt sich negativ auf das Führungsgeschäft aus.

Individuell gebuchte Führungen – Gruppenführungen

Während 2023 noch 3.248 Führungen mit 62.080 Teilnehmern gebucht wurden, waren es 2024 lediglich 2.658 Führungen mit 53.160 Teilnehmern. Dies entspricht einem Rückgang von 14,4 %. Den weitaus größten Anteil machten hier die klassischen Stadtführungen (1.785 Führungen, insgesamt 35.700 Teilnehmer) aus. Auf Platz zwei lagen die Führungen zum UNESCO-Welterbe (562 Führungen, 11.240 Teilnehmer). Der Rest entfiel auf sonstige Sonderführungen (311 Führungen, 6.220 Teilnehmer). Die individuell buchbaren Führungen werden im Sales-Guide „Augsburg Gruppenreisen“ beworben, der zum Jahreswechsel 2023/2024 in überarbeiteter Form neu aufgelegt wurde.



Insgesamt konnten die Umsätze im Geschäftsfeld Gästeführungen 2024 leicht gesteigert werden. Das Plus von 2,4 % ist auf eine Erhöhung der Buchungspreise zurückzuführen.

Öffentliche Führungen

An 1.508 öffentlichen Führungen im Jahr 2024 nahmen 25.929 Personen teil (2023: 1.744 Führungen, 29.982 Teilnehmer). Dies bedeutet einen Rückgang von 13,5 % bei der Anzahl der Führungen. Die beliebteste öffentliche Führung war der Stadtrundgang (1.190 Führungen, 21.561 Teilnehmer), gefolgt auch hier von Führungen zum UNESCO-Welterbe (120 Führungen, 1.783 Teilnehmer). Ins Wasserwerk am Roten Tor wurde 74-mal geführt (836 Teilnehmer). 54 Führungen informierten 595 Teilnehmer zu sonstigen Themen. Bei 70 englischsprachigen Stadtführungen wurden 1.154 Teilnehmer gezählt.

Die öffentlichen Führungen bewirbt die Regio in einem jährlich erscheinenden Prospekt mit Kalendarium. Diese Broschüre erschien im Jahr 2024 in zwei Ausgaben (mit einer Auflage von insgesamt 15.000 Exemplaren).

Neu im Programm waren 2024 die Führungen „Rund um die Augsburger Kahnfahrt“. Sonderführungen gab es etwa zum zehnjährigen Jubiläum des „Fugger und Welser Erlebnismuseums“ (Mitte). Im „Römerlager“ im Augsburger Zeughaus fand 2025 eine Fortbildung für die Guides statt.



Umsatzplus trotz Rückgang bei der Anzahl der Führungen

Trotz der gesunkenen Anzahl an öffentlichen und individuell gebuchten Führungen konnte die Regio Augsburg Tourismus GmbH 2024 in diesem Geschäftszweig ein Umsatzplus verbuchen. Die Einnahmen durch öffentliche Führungen beliefen sich im Berichtsjahr auf 328.906,99 Euro. 2023 hatten sie noch bei 306.764,90 Euro gelegen. Das Plus von 7,2 % ist auf angehobene Preise für die Führungen zurückzuführen. Der durch Gruppenführungen erwirtschaftete Umsatz ging zwar leicht zurück: 2023 waren noch 304.977,50 Euro erwirtschaftet worden, im Jahr 2024 waren es 297.705,00 Euro. Dies entspricht einem leichten Rückgang von 2,4 %. Zählt man allerdings beide Bereiche zusammen, so konnte über Gästeführungen im Berichtsjahr insgesamt ein 2,4 % höherer Umsatz erzielt werden als noch im Vorjahr (2024: 626.611,99 Euro, 2023: 611.742,40 Euro).

Neue Gruppenführung: Handwerk und UNESCO-Welterbe

Passend zur Neukonzeption des „Augsburger Handwerkerwegs“ wurde eine neue Gruppenführung mit dem Titel „Der Handwerkerweg und das UNESCO-Welterbe“ konzipiert: Diese Führung leitet in der Altstadt zu etlichen Objekten des „Augsburger Wassermanagement-

Systems“. Die Stationen vermitteln die enge Verbindung zwischen dem Augsburger Handwerk und der historischen Wasserwirtschaft. Dieses neue Angebot ergänzt mit der bereits bestehenden Führung „Der Handwerkerweg“ und einem neu konzipierten Digitalangebot für Individualgäste (siehe Seite 34) die Aktivitäten rund um den „Handwerkerweg“.

Neu entwickelte Angebote bei den öffentlichen Führungen

Das Angebot der öffentlichen Stadtführungen spiegelt einerseits den Facettenreichtum von Themen aus der Stadtgeschichte wider. Es greift andererseits auch jeweils aktuelle Anlässe auf. 2024 wurde beispielsweise eine öffentliche Führung an vier Terminen zum Holbein-Jubiläum in das Programm der Regio Augsburg Tourismus GmbH aufgenommen. Auch das zehnjährige Jubiläum des „Fugger und Welser Erlebnismuseums“ schlug sich nieder: An jedem zweiten Sonntag im Monat fanden wechselnde Themenführungen statt, außerdem am 21. September – am internationalen Museumstag – kostenlose Führungen und eine Museumsnacht mit einem Geburtstagsprogramm. Eine weitere neue Führung hat die Regio anlässlich der Wiedereröffnung der Augsburger Kahnfahrt als Teil der kontinuierlichen Fortentwicklung des dortigen touristischen Angebots konzipiert: Die zweistündige Themenführung (Titel: „Rund um die Augsburger Kahnfahrt“) fand an den Sonntagen von Juni bis September statt.

Regelmäßige Fortbildungen für die Guides der Regio

Die Regio bietet den Guides regelmäßig Fortbildungsmöglichkeiten an – im April 2025 beispielsweise im „Römerlager“ im Zeughaus, wo im Jahr 2024 eine Ausstellung zur Via Claudia Augusta installiert worden war. Dadurch werden die Gästeführer der Regio Augsburg Tourismus GmbH stets auf den aktuellen Wissensstand gebracht.



Digitale Erlebnisse und Apps erweitern das Führungsangebot

Das konventionelle Führungsangebot erweitert die Regio Augsburg Tourismus GmbH kontinuierlich durch ihre digitalen Angebote und Apps. Viele Gäste können sich so schon vorab im eigenen Tempo einen Eindruck verschaffen oder das live Erlebte später noch einmal nachklingen lassen.

Virtuelle Angebote tragen zudem zur Barrierefreiheit bei: Bereiche, die für manche Personen mit Handicap nur schwer oder überhaupt nicht zugänglich sind, können digital, zum Beispiel mittels einer App, auf einem anderen Weg erlebbar gemacht werden.

Live-Walks, 360°-Panoramen und Lauschtouren

Mit „Live-Walks“ können Gäste, die nicht persönlich an einer Führung teilnehmen können, sich von Guides der Regio Augsburg Tourismus GmbH an einem individuell vereinbarten Wunschtermin virtuell und live etwa eine Stunde lang durch die Augsburger Innenstadt führen lassen. Virtuelles Sightseeing ohne Guide aus der Vogelperspektive erlauben die 360°-Panoramen des Regio-Kooperationspartners multimap360.de.

Fast schon Klassiker sind die Bayerisch-Schwaben-Lauschtouren: Für Augsburg und die Region gibt es Hörerlebnisse zu den Themen UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“, Luther, Ludwig Ganghofer, Land-Art, Uhrmacherstadt Friedberg, Kloster Holzen und „Sisi-Schloss“.

Bei einer Pressekonferenz im Wasserwerk am Roten Tor wurden der neue Prospekt und die virtuelle Führung zum „Handwerkerweg“ präsentiert. Eine Video-Animation lässt Karl Albert Gollwitzers nie verwirklichte Pläne für einen Hafen bei der Augsburger Kahnfahrt lebendig werden.



Augsburger Prominente virtuell besuchen

Auch einige der Museen in Augsburg sind im Internet erlebbar: Das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ bietet eine virtuelle Entdeckungstour durchs Wieselhaus an, ergänzt durch Videos und spannende Podcasts, zum Beispiel zum Thema „Denkmäler und Statuen in Lateinamerika – wem gehört die Geschichte?“. Auf dem Museumsblog können Interessierte zudem die Umgestaltung der Dauerausstellung nachvollziehen. Zum von der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreuten Brechthaus – dem Geburtshaus des Dichters und Dramatikers Bert Brecht – gibt es auf der Website www.brechthaus-augsburg.de einen Video-Guide, unter anderem mit einer Schauspielerführung und Expertenbeiträgen. Wer die Vaterstadt Wolfgang Amadé Mozarts digital unterstützt kennenlernen möchte, greift zur App „Mozart in Augsburg“. In Kooperation mit der Stiftung „Deutsche Mozartstadt Augsburg“ hat die Regio eine virtuelle Führung durch die Geburtsstadt Leopold Mozarts konzipiert: 17 Stationen werden durch Hörtexte, Bilder, Videos und Augmented-Reality-Elemente erlebbar.

Handwerk und Wasser: Digital- und Printmedien ergänzen sich

Seit 2024 gibt es zwei neue Digitalangebote: Die Regio hat den vor 40 Jahren konzipierten „Augsburger Handwerkerweg“ erneut überarbeitet. Neben einem neuen 24-seitigen Faltprospekt leitet eine App – erstellt in Kooperation mit dem Anbieter „Future History“ – zu 13 Stationen sowie zu Augsburgs glanzvoller Epoche als europäisches Zentrum des (Kunst-)Handwerks und informiert zur Bedeutung der Wasserkraft für das Handwerk in der Stadt. Begleitet von einer Gästeführerin der Regio kann man den „Augsburger Handwerkerweg“ nun individuell per Video erleben. Buchbare Führungen ergänzen das Angebot. Der Prospekt und die App wurden bei einer gut



Augsburger prominente Persönlichkeiten wie die Fugger und Welser, Bert Brecht und Mozart kann man live in ihren Museen beziehungsweise Gedenkstätten oder auch digital am Bildschirm besuchen.

besuchten Pressekonferenz im Juli 2024 im Wasserwerk am Roten Tor präsentiert. Auch bei der Augsburger Kahnfahrt ergänzen sich ein Digital- und ein Printangebot. Seit 2024 betreut die Regio den Betrieb der Kahnfahrt-Gastronomie und wertet das Areal touristisch auf: Ein neuer Prospekt leitet auf den Wegen entlang der Stadtmauer vom Vogeltor bis zur Kahnfahrt. Eine begleitende Video-Animation – abrufbar auf der Kahnfahrt-Webseite der Regio und bei Youtube – bereitet Infos zum Hafenbauprojekt des Architekten Karl Albert Gollwitzer auf.

Ein Prospekt für den schnellen Überblick über Digitalangebote

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH bietet in ihrer Broschüre „Bestens geführt oder virtuell besichtigt“ (PDF zum Download auf der Regio-Website) sowie auf ihrer Website (→ Führungen → Mobil, individuell & virtuell)

man in den Landkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg eine Zeitreise: Mittels „Zeit-generator“ und mit dem eigenen Smartphone landet man im Jahr 955. An den „Geschichtspfadstationen“ (Kissing, Todtenweis, Pöttmes, der Haldenburg bei Schwabegg und sogar in den Partnerstädten Magdeburg und Quedlinburg) gilt es, QR-Codes aufzuspüren, hinter denen sich kleine Quizfragen und interaktive Spiele verbergen.

Die Haldenburg wartet noch mit einer weiteren Attraktion auf: Das GPS-Abenteuer „Die Lechfeldschlacht – Spurensuche. Aufgaben für Zeitreisende“ ist eine spannende Geocaching-Tour mit geschichtlichem Hintergrund.

Seit 2024: Stadtführungen live aufs Ohr – per Handy mit elysium®

Für die Stadtführungen „Auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht“, „UNESCO-Welterbe – das Augsburger Wassermanagement-System“ und „Renaissance und UNESCO-Welterbe“ bietet die Regio teilnehmenden Personen jetzt optional und kostenlos das Tonverstärkersystem elysium® an.

Die Stimme des Guides wird live auf das Smartphone übertragen – die Gäste benutzen ihre eigenen Kopfhörer. Das Ganze funktioniert ohne App, ohne Registrierung und ohne Downloads, indem einfach vor Ort ein QR-Code gescannt wird. Das System ist für Führungen großer Gruppen oder in lauter Umgebung sowie für Menschen mit Hörproblemen vorteilhaft.

2025: Römer und Bert Brecht – Vorbereitungen für neue Apps

2025 starteten zwei neue digitale Angebote, deren Launch bereits 2024 vorbereitet wurde: Ein Gemeinschaftsprojekt der Stabsstelle Stadtgeschichte der Stadt Augsburg, der Kunstsammlungen & Museen Augsburg/



Die neue App „Augusta Vindelicum“ ermöglicht eine digitale Zeitreise zurück ins römische Augsburg – und in die beiden Nachbarlandkreise Augsburg und Aichach-Friedberg. Das Königsbrunner Mithraeum ist eine von elf Stationen der neuen App.

Stadtarchäologie Augsburg und der Regio Augsburg Tourismus GmbH in Zusammenarbeit mit der Agentur 2av GmbH ist die neue App „Augusta Vindelicum“. Mit ihr taucht man spielerisch und interaktiv ein in die römische Vergangenheit Augsburgs und der Region: Elf Stationen bieten Zugang zum damaligen Alltag. User lernen unterschiedliche Lebenswelten kennen und kommen mit fiktiven wie historisch belegten Figuren ins Gespräch. Dank Augmented Reality kann man zudem die antike Welt im heutigen Umgebungsraum erleben. Ist man nicht vor Ort, steht ein virtueller 3D-Modus zur Verfügung.

Die App – die auch in englischer Sprache zur Verfügung steht – wurde finanziert durch Mittel des Referats für Kultur, Welterbe und Sport der Stadt Augsburg sowie der Regio Augsburg Tourismus GmbH. Der Hauptteil der Finanzierung stammte jedoch aus der Förderung „Heimat Digital Regional“ des Bayerischen Staatsministeriums der Finanzen und für Heimat.

Zu acht Stationen in Augsburg wird die neue App „Der Brecht-Weg“ leiten: Mit ihr folgt man den Spuren Bert Brechts in seiner Geburtsstadt. Zu jeder Station gibt es ein kurzweiliges Video: Bert Brecht „höchstpersönlich“ – dargestellt von einem Schauspieler, gekleidet in den ikonischen Ledermantel und mit Zigarre im Mund – schwelgt in Erinnerungen an seine Augsburger Zeit.

Beide Angebote sind kostenlos und werden durch neu aufgelegte Printprodukte – jeweils Faltprospekte mit Übersichtskarte und Infotexten – zu einem attraktiven Gesamtangebot ergänzt.



Der Geschichtspfad zur Lechfeldschlacht im Jahr 955 verbindet nicht nur Augsburg und seine beiden Nachbarlandkreise Augsburg und Aichach-Friedberg, sondern auch virtuelle und reale Angebote und Erlebnisse: Von einem Infopoint in Königsbrunn über Führungen bis hin zu einer Wissensspiel-App und einem GPS-Abenteuer an der Haldenburg.

einen Überblick über ihre digitalen Angebote sowie die von Partnern wie dem Augsburger Kongresszentrum „Kongress am Park“ oder der Stadt Augsburg, die es ermöglichen, die Region bequem von daheim aus oder unterwegs mit dem Smartphone zu erkunden.

Crossmedia in den Landkreisen: der 955-Geschichtspfad

Mit der kostenlosen Wissensspiel-App – „955 Spurensuche Lechfeldschlacht“ – erlebt

Die Regio vermittelt über ihre Medien den Überblick über ihre digitalen Angebote sowie die von Partnern. Ein virtueller Rundgang verschafft zum Beispiel einen ersten Eindruck vom Augsburger Kongresszentrum „Kongress am Park“. Das Tonverstärkersystem elysium® ermöglicht es bei Gästeführungen den teilnehmenden Personen, die Stimme des Guides über ihr eigenes Smartphone live durch ihre eigenen Kopfhörer zu hören.





Von der Tourist-Info bis zu den Museen – das Regio-Team ist für Besucher oft die erste Anlaufstelle

Für telefonische sowie schriftliche Anfragen sowie für Beratungs- und Buchungswünsche von potenziellen Besuchern der Stadt Augsburg und ihrer beiden Nachbarlandkreise sind zwei Mitarbeiterinnen der Regio Augsburg Tourismus GmbH im Büro an der Augsburger Schießgrabenstraße oft die erste Anlaufstelle.

Knapp 100.000 Gäste der Stadt Augsburg aus aller Welt nahmen außerdem 2024 die Tourist-Information am Rathausplatz bei Beratungswünschen und bei Bedarf an gedruckten Informationen oder auch für den Kauf von Souvenirs und Augsburg-Literatur am dortigen Counter in Anspruch.

Als Anlaufstation für Gäste fungieren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Regio Augsburg Tourismus GmbH außerdem bei der Betreuung des Kassenbereichs in einigen Augsburger Museen. Neben dem inhaltlich von der Regio betreuten „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ verantwortet die Regio (hier in Geschäftsbesorgung) zudem inzwischen die Museumsshops in sechs Häusern der Kunstsammlungen und Museen Augsburg:

- im Maximilianmuseum
- im Schaezlerpalais
- im Leopold-Mozart-Haus
- im Brechthaus
- im „Römerlager“ im Zeughaus
- im H2 – Zentrum für Gegenwartskunst



Außerdem betreute das Team der Regio Augsburg Tourismus GmbH im Jahr 2024 über die Museumsshops hinaus auch das Jahresprogramm im Leopold-Mozart-Haus und im Brechthaus.

Zusätzlich zum Kassenbereich und zu den dortigen Museumsshops organisierte die Regio Augsburg Tourismus GmbH auch die gastronomische Betreuung in drei der sieben Museen. Getränke und Gebäck werden den



Museumsbesuchern im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ sowie außerdem in zwei Häusern der Kunstsammlungen und Museen Augsburg – im Maximilianmuseum und im Schaezlerpalais – angeboten.

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH organisiert in allen Fällen jeweils den Einkauf der angebotenen Produkte sowie die Sortiments-



Die Tourist-Information am Augsburger Rathausplatz war 2024 Anlaufstation für rund 100.000 Gäste – Touristen wie Einheimische (Bilder links und Mitte). Augsburg-Literatur und Souvenirs finden Besucher außerdem im Museumsshop im Schaezlerpalais – wo sie auch bewirtet werden.

pflge. Dabei wird nach Möglichkeit bei ortsansässigen Anbietern geordert. Bei allen Einkäufen wird besonderes Augenmerk auf die Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit der Produkte gelegt.

Das Team der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreut den Kassenbereich, den Museumsshop sowie die Gastronomie in mehreren Augsburger Museen – etwa im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ (großes Bild). Die Regio betreut aber auch die Kasse und den Shop im Leopold-Mozart-Haus (Bild unten links) und im Maximilianmuseum (Mitte). Im letzteren Haus sorgt die Regio außerdem für den gastronomischen Service, auch im angrenzenden überdachten Viermetzhof.



Das Kongresswesen: eine tragende Säule im Augsburg-Tourismus

In Augsburg ist das Kongresswesen eine tragende Säule des Tourismus: Teilnehmer von Tagungen und Kongressen nutzen die touristische Infrastruktur und Angebote in der Stadt. Die positiven Ergebnisse bei den Ankunfts- und Übernachtungszahlen in der Region Augsburg sind nicht zuletzt auch auf die Attraktivität der Tagungs- und Kongressdestination zurückzuführen. Veranstaltungen aus diesem Segment stärken dank ihrer zahlreichen Teilnehmer auch die lokalen Strukturen – vom Einzelhandel über die Kulturwirtschaft bis hin zum öffentlichen Nahverkehr: Die durchschnittlichen geschäftlichen Ausgaben von Tagungsgästen in Bayern liegen gemäß der Reiseanalyse Business 2024 der Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) bei 264 Euro pro Tag und Person. Auf die Übernachtungen entfallen 49 %, auf Gastronomie 16 %, auf Anreise 11 %, auf Eintritte und Teilnahmegebühren 11 % sowie auf Mobilität vor Ort 8 %.

Ein hochwertiges touristisches Umfeld macht den Kongress- und Tagungsstandort Augsburg für die Veranstalter attraktiv. Von den 4,8 Mio. Inlandsübernachtungsgeschäftsreisen, die zwischen Mai 2023 und April 2024 in Bayern getätigt wurden, kann Augsburg erstmalig mit einem Marktanteil von 1,4 % punkten und belegt so den dritten Platz der bayerischen Städte nach München (7,4 %) und Nürnberg (2 %), weit vor Würzburg und Ingolstadt (jeweils 0,6 %) sowie Regensburg (0,5%).

Erfolgreiche „Fam Trips“

Der Begriff Fam Trip kommt vom englischen Verb „to familiarize“ (sich bekannt/vertraut machen) und bezeichnet eine Erkundungstour, bei der die Veranstalter – Verbände, Eventmanager und Kongressagenturen – die Angebote vor Ort besichtigen, darunter Hotels, Kongresszentren und kulturelle Einrichtungen. Die Regio Augsburg Tourismus und „Kongress am Park“ unterstützen gemeinsam mit dem Hotel Maximilian's die Organisation des im Mai 2024 erstmals in Augsburg durchgeführten Events „Break the Ice“, bei dem sich 90 Veranstalter und Anbieter von Locations aus ganz Europa begegneten. Das Programm stellte die Vielfalt der Kongressdestination vor: Abendessen

im Hotel Maximilian's, ein dreistündiges 1:1-Speed-Dating, Gespräche zwischen Veranstaltern und Anbietern in der Teehalle, Rahmenprogramm mit Rafting am Eiskanal, Stadtführungen zu den Themen UNESCO-Welterbe, Mozart oder Fugger sowie abschließende Abendveranstaltung im Ofenhaus auf dem Gaswerk-Areal.

Messen und Netzwerktreffen

Gemeinsam mit „Kongress am Park“ nahm die Regio 2024 an folgenden Messen und Netzwerkevents teil:

- Im März 2024 mit einem Stand auf dem FORUM beim MEET GERMANY SUMMIT BAYERN im smartvillage Bogenhausen in München. Hier trafen 40 Aussteller auf 40 Veranstaltungsplaner zu Speed-Pitching, Vorträgen und Austausch.
- Im April 2024 bei einem MICE-Netzwerkevent für Verbände der Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) in Nürnberg. Zehn bayerische Partner konnten ihre Destination in einem je 5-minütigen Speed-Pitch vor 25 Vertretern von Verbänden präsentieren. Ein gemeinsames Kochevent rundete die Veranstaltung ab.
- Am Vorabend der IMEX im Mai 2024 als bayerischer Partner bei der MICE Impact Lounge in Frankfurt mit rund 50 exklusiv eingeladenen Hosted Buyern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz – darunter Planer aus Agenturen wie Interplan oder Conventus, Corporates oder top Freelancer. Der Fokus lag auf den Themen Nachhaltigkeit und Impact.
- Im Juli 2024 mit einem Stand auf dem Branchentreff von Illerhaus Marketing am Starnberger See: Vor Ort waren circa 120 Kongress- und Tagungsveranstaltende, Eventplanende von Firmen, Agenturen, Institutionen und Verbänden.
- Beim jährlichen MICE-Netzwerktreffen der BayTM im September 2024 mit 50 Teilnehmenden aus ganz Bayern im Westhouse Augsburg. Diese Veranstaltung diente primär zum Austausch zwischen den Kongress- und Tagungsanbietern und nicht zur Kundenakquise.

Zweimal jährlich organisiert die Regio Augsburg Tourismus MICE-Netzwerktreffen für die Tagungs- und Kongresspartner aus Augsburg und Umgebung. 2024 fanden diese im Kanu-Organisationszentrum am Eiskanal und im Depot 29 im Mazda Museum statt.

Messen und Netzwerktreffen

Der Freistaat Bayern unterstützt mit einer Förderinitiative in Höhe von 25 Millionen Euro aktiv die Kongresswirtschaft bei der Akquisition von Veranstaltungen, die bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Diese Information hat die Regio an Veranstalter, Verbände und Kongressagenturen bundesweit weitergegeben, um den Standort Bayern auch für deutschlandweite Veranstaltungen in den Fokus zu rücken und um Augsburg als potenziellen Austragungsort zu stärken.

Werbung für das Welterbe

2024 erhielten die Räume in „Kongress am Park“ neue Namen – sie sind nun nach den Namen der Gewässer Lech, Wertach, Singold und Brunnenbach sowie der Bronzefiguren auf den Pfeilern der Augsburger Monumentalbrunnen benannt. Neben den neuen Raumbeschilderungen informieren Tafeln im Foyer über das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“.

Neue MICE-Partner

Als neue MICE-Partner konnten im Jahr 2024 folgende Betriebe gewonnen werden:

- Wittelsbacher Schloss Friedberg
- argon{lounge}
- Seminarwerkstatt Bobingen

2024 ging Renate Zedler, seit 2009 Prokuristin bei „Kongress am Park“, in den Ruhestand. Die Aufgabenbereiche MICE-Beratung sowie Locationsuche wird künftig Thomas Sirch betreuen. Er ist zudem zuständig für Vermietung und Organisation bei „Kongress am Park“ sowie die Koordination der Eventstätten in Augsburg und der Umgebung.

Das Netzwerkevent der Agentur „Break the Ice“ – unter anderem mit einem 1:1-Speed-Dating für Veranstalter und Anbieter von Locations aus ganz Europa – fand 2024 erstmals in Augsburg statt.





Von Führungen bis zur Kahnfahrt: Augsburgs UNESCO-Welterbe im Marketing-Mix der Regio

Bei der Werbung für den Besuch Augsburgs und der Region Augsburg nimmt seit 2019 das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ eine herausragende Stellung ein. Das UNESCO-Prädikat wird in der Tourismuswerbung international nicht nur als Prädikat, sondern durchaus als eine dezidierte Reiseempfehlung wahrgenommen.

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH kooperiert bei der Werbung für das Augsburger UNESCO-Welterbe auf internationaler Ebene mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), den Historic Highlights of Germany (HHoG) und der Bayern Tourismus Marketing (BayTM). Weitere Partner sind auch hierbei der Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben und die Arge Romantische Straße.

Synergien und Kooperationsmöglichkeiten in Sachen UNESCO-Welterbe werden aber auch vor Ort genutzt. So wurde seit Ende 2023 an der neuen Beschilderung für das Augsburger Kongresszentrum „Kongress am Park“ gearbeitet. Die Säle und Räume im Kongresszentrum tragen seit 2024 (statt wie bisher die Namen von Sponsoren) die Namen weltberberrelevanter Augsburger Gewässer und Monumentalbrunnen (jeweils bebilderte Kurzporträts), ergänzt durch eine thematisch einführende Beschilderung im Foyer. Zum Aushang in der Stadtverwaltung, bei Übernachtungsbetrieben und an anderer Stelle hat die Regio eine Plakatserie produziert.

Generell transportieren die Werbemittel der Regio, soweit sie welterberrelevante Themen beinhalten, in Abstimmung mit dem Welterbe-Büro der Stadt Augsburg das offizielle Logo mit dem Text „Welterbe Wassersystem Augsburg“. Die Broschüre „Wasser. Welterbe. Augsburg.“ und die Website der Regio stellen die Objekte des Welterbes sowie weitere mit

dem Thema Wasser verbundene Sehenswürdigkeiten und das Welterbe-Infozentrum am Rathausplatz vor. In der Medienarbeit nimmt das „Augsburger Wassermanagement-System“ naturgemäß eine zentrale Rolle ein – angefangen bei der Journalistenbetreuung vor Ort über Beiträge in den Sozialen Medien und endend bei jeweils mehrseitigen Artikeln im jährlichen „RegioMagazin“ der Regio Augsburg Tourismus GmbH.

Das UNESCO-Welterbe in der touristischen Produktgestaltung

Insbesondere berücksichtigt die Regio Augsburg Tourismus GmbH das UNESCO-Welterbe bei der Konzeption und Umsetzung touristischer Angebots- und Produktgestaltung:

- bei öffentlichen Rundgängen
- im buchbaren Angebot über das Internet oder im Angebotskatalog (Sales-Guide)
- bei der Betreuung des Wasserwerks am Roten Tor sowie bei den dortigen Führungen
- bei der Neukonzeption des „Augsburger Handwerkerwegs“
- beim Lechradweg

Die Regio hat maßgeblich den Lechradweg initiiert, mit dem auch das Augsburger Welterbe, darunter drei Welterbe-Objekte im Landkreis Augsburg, beworben werden: die Wasserkraftwerke in Gersthofen, Langweid und Meitingen.

Darüber hinaus wird Welterbe auch bei Maßnahmen und Konzeptionen in den Fokus gerückt, die nicht auf den ersten Blick mit historischer Wasserwirtschaft in Verbindung gebracht werden. So hat die Regio 2024 den Prospekt zum „Augsburger Handwerkerweg“ komplett überarbeitet und dabei einen Schwerpunkt auf das Welterbe und die Bedeutung der Wasserkraftnutzung gelegt. Auch im Rahmen der Betreuung der 2024 wiedereröffneten Augsburger Kahnfahrt wird die Thematik der Lechkanäle und ihrer Nutzung in einem

Das Augsburger Welterbe vermittelt die Regio durch Führungen im Wasserwerk am Roten Tor, über den von der Regio angestoßenen Lechradweg und mit dem „Augsburger Handwerkerweg“.

neuen Prospekt sowie bei neu konzipierten Führungen verdeutlicht und vertieft.

Neue Führungen vermitteln das Augsburger UNESCO-Welterbe

Anlässlich von fünf Jahren Welterbe-Ernenennung wurde 2024 eine neue zweistündige Führung ins Programm aufgenommen: Das Angebot „Wassergeschichten mal ganz anders: spritzig, witzig, sinnlich“ spricht alle fünf Sinne der Teilnehmer an. Um fünf Jahre Welterbe-Ernenennung zu feiern, veranstaltete die Regio an einem Wochenende im Juli zudem kostenlose zweistündige Führungen zu Objekten des Augsburger UNESCO-Welterbes, in deren Rahmen die Teilnehmer auch mehr zum 2024 neu konzipierten „Augsburger Handwerkerweg“ erfuhren.

Überlegt wird derzeit, ob die Regio eventuell den Unteren Brunnenturm nach der 2025 begonnenen Sanierung touristisch betreuen wird. Sie führte bereits 2024 an drei Terminen nach der Übergabe des Welterbe-Objekts durch den privaten Mieter an die Stadt im Turm. Ende 2024 erstellte die Regio das Konzept für den Rundgang „Renaissance und UNESCO-Welterbe“, der ab 2025 von April bis Dezember täglich angeboten wird.

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH führte 2024 auch durch den Unteren Brunnenturm.



Zu Montangeschichte – jetzt auf der „Europäischen Fuggerstraße“

Mit dem innovativen „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ hatte die Regio Augsburg Tourismus GmbH die Augsburger Museumslandschaft im Jahr 2014 um ein attraktives Angebot erweitert. Dieses Museum in einem Renaissancebau im Augsburger Domviertel ermöglicht spannende Einblicke in die Welt zweier weltberühmter Familien – der Fugger und der Welser. Im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ führt ein „Bergwerk“ im Untergeschoss seitdem zu den Bergbauorten und zu den Handelswegen des weite Teile von Europa umspannenden Montangeschäfts der Fugger. Sie wurden nicht zuletzt durch den Abbau, die Bearbeitung und den Handel von Silber und Kupfer, Quecksilber und Blei, von Gold und Eisen, Zinn und Galmei reich.

Zehn Jahre nach der Museumseröffnung hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH mit der „Europäischen Fuggerstraße“ ein ebenso weit gespanntes Tourismus-Netzwerk geschaffen: Denn die Kulturreiseroute verbindet – von der Fuggerstadt Augsburg ausgehend – die ehemaligen Fugger'schen Bergbauorte: Sie liegen im nahen Allgäu, vor allem aber in Österreich und in Italien, in der Slowakei und in Spanien. Mit ihrem Imperium, zu dem neben Erzgruben und Hüttenwerken auch auswärtige Firmenniederlassungen – wie etwa die Faktoreien in Nürnberg, Innsbruck, Venedig, Budapest, Madrid und Antwerpen – gehörten, schrieben Jakob Fugger „der Reiche“ und seine Nachfolger ein spannendes Kapitel europäischer Wirtschafts- und Sozialgeschichte.

Fuggerhäuser, Schlösser und Kirchen, Schaubergwerke und Museen lassen die Geschichte des Montankonzerns nachvollziehen. Bad Hindelang und Schwaz, Hall, Bad Gastein und Sterzing, Banská Bystrica und Almadén sind Stationen der „Europäischen Fuggerstraße“, die im Internet in deutscher und englischer Sprache sowie auf Slowakisch präsentiert wird (www.fuggerstrasse.eu). Außerdem bewerben Broschüren in Deutsch, Englisch und Slowakisch diese Kulturreiseroute.

Auch die in Augsburg ansässige „Hörmann Reisen GmbH“ (Firmensitz in der Fuggerstraße 16) bewirbt und beschreibt die „Europäische Fuggerstraße“ mit den Stationen zwischen Breslau und Bratislava per Internet ([www.hoermann-reisen.de/auf-den-](http://www.hoermann-reisen.de/auf-den-spuren-der-fugger/)



spuren-der-fugger/). Sieben Tagesreisen zu Fuggerschen Bergbauorten werden 2025 durch „Hörmann Reisen“ angeboten. Vom Tourismusmarketing in mittlerweile sechs Ländern profitieren indirekt aber immer auch die Fuggerstadt Augsburg und dort speziell Sehenswürdigkeiten wie die Fuggerei oder das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“. Eine Zielsetzung derartiger transnationaler Kulturreiserouten liegt darin, dass diese Form mehrsprachigen „History Marketings“ – nicht zuletzt über das Internet und über Presseberichte – relativ kostengünstig sowie sehr breit gestreut für Augsburg wirbt: Seit den ersten offiziellen Treffen in Krakau und in Banská Bystrica Ende April 2024 geschieht das auch in Polen und in der Slowakei. Dort wurde eine Delegation aus Augsburg – vertreten durch Tourismusdirektor Götz Beck, Wiebke Schreier und Katharina Dehner vom „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ sowie Heike Peller und Sophie Dost von der Fürstlich und Gräfllich Fuggerschen Stiftungs-Administration samt etlicher Mitglieder von Skäl International sowie auch einiger mitgereister Journalisten – in den Rathäusern von Krakau und Banská Bystrica empfangen.

Die Medienresonanz auf die „Europäische Fuggerstraße“ und ihre neuen Partner in Polen sowie der Slowakei war recht erfreu-



Im April 2024 reiste eine Augsburger Delegation „Auf den Spuren der Fugger“ per Bus zu einem ersten offiziellen Treffen mit Vertretern der Städte Krakau und Banská Bystrica. Mathilde und Xaver Hörmann – die Inhaber der Augsburger Hörmann-Reisen GmbH – waren dabei mit von der Partie.

lich. So filmte etwa in Banská Bystrica ein Team des slowakischen Fernsehens. Etliche Magazine berichteten über die Fahrt auf der „Fuggerstraße“ – darunter ein Magazin in Luxemburg. Die „Augsburger Allgemeine“ stellte diese Reiseroute im Reisetitel ihrer Printauflage mit rund einer Viertelmillion Exemplaren sowie zusätzlich online vor.

2001/02 hatte die Regio mit der „Sisi-Straße“ erstmals eine transnationale Kulturreiseroute initiiert. Diese Tourismusstraße zu Stationen auf dem Lebensweg der Kaiserin Elisabeth führt nach Bayern, Österreich und Italien, in die Schweiz und nach Korfu. Geworben wird dafür in sechs Sprachen, sogar auf Japanisch.

In Krakau wurde die Delegation aus Augsburg durch Dr. Michał Niezabitowski, den Direktor der städtischen Museen, empfangen. Mit dabei waren Heike Peller und Sophie Dost von der Fürstlich und Gräfllich Fuggerschen Stiftungs-Administration. Ins Rathaus in Banská Bystrica – ein ehemaliges Fuggerhaus in der Bergbaustadt – kam auch ein Drehteam des slowakischen Fernsehens.





Ökologie und Nachhaltigkeit:
Kriterien für den Tourismus

In den Zeiten des drohenden Klimawandels werden die Themen Nachhaltigkeit, Ökologie und Regionalität immer zentraler. Und auch die Zeit der Corona-Pandemie hat mit dem Fokus auf den „Urlaub daheim“ Impulse gesetzt. In Augsburg wird Nachhaltigkeit – also die verantwortungsvolle Nutzung und Bewahrung von Ressourcen für spätere Generationen – seit Jahrhunderten gelebt: etwa in der Fuggerei oder beim Wasser. 2024 lautete ein zentrales Motto bei der Produktgestaltung „Nachhaltige Destinationsentwicklung: Ein lebendiger Prozess“.

Fokus bei Führungsangeboten:
ökologische und soziale Themen

Im aktuellen Sales-Guide „Augsburg Gruppenreisen“ der Regio sind dem Themenkomplex Nachhaltigkeit/Ökologie/Regionalität drei Seiten eingeräumt – also genauso viele wie den Führungen zum UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ und zur Fuggerstadt. Diese Führungen beleuchten die nach wie vor aktuelle soziale Bedeutung der Fuggerei und die ökologische Rolle von Stadtgrün.

Besonders das Thema Wasser ist jedoch ein Querschnittsthema zwischen den Bereichen Kultur und Nachhaltigkeit. 2024 gab es daher eine Neuerung beim Öffentlichen Stadtrundgang „Auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht – in der Welterbestadt Augsburg“: Zu bestimmten Terminen fand dieser Rundgang mit einem besonderen Schwerpunkt auf dem Augsburger UNESCO-Welterbe statt. Des Weiteren wurde das Führungsangebot zum Thema Wasser weiter ausgebaut und beispielsweise die neue Führung „Wassergeschichten mal ganz anders: spritzig, witzig, sinnlich“ ins Programm aufgenommen. Die Regio bewirbt zudem die swa-Entdeckertour zum Augsburger Wasser: Unter dem Motto



„mit Bus und Tram zum Welterbe“ ermöglicht es dieses Angebot der Stadtwerke Augsburg, 16 der 22 Objekte des „Augsburger Wassermanagement-Systems“ per ÖPNV zu erkunden. Die kostenlose swa-App fungiert als digitaler Reiseführer mit Anfahrsbeschreibungen und Infos zu den Objekten.

Bei einem Rundgang über den Augsburger Stadtmarkt lernt man das vielfältige Angebot und die Spezialitäten regionaler Erzeuger kennen. Tipps für einen nachhaltigeren Alltag und die Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks waren 2024 Schwerpunkte eines Besuchs bei Betrieben und Initiativen, die Plastikabfall vermeiden, Verpackungsmüll reduzieren, eine Kultur der Reparatur pflegen oder Kleidung fair produzieren.

Im Fokus des Führungsprogramms der Regio steht aber nicht nur der ökologische Nachhaltigkeitsgedanke, sondern auch der soziale: Führungen zum Immateriellen Kulturerbe „Augsburger Hohes Friedensfest“ und zur NS-Vergangenheit der Stadt rücken die Frage in den Mittelpunkt, wie Menschen aus Konflikten in der Geschichte lernen können, sodass langfristig ein friedlicheres Miteinander möglich wird.

Trend-Thema Achtsamkeit

Eng verknüpft mit nachhaltigen Fragestellungen sind die Trend-Themen Achtsamkeit und Entschleunigung: Eine Barfuß-Stadtführung sowie ein meditativer Rundgang im Führungsprogramm der Regio Augsburg Tourismus trugen diesem aktuellen Trend Rechnung. 2025 wird dem Bedürfnis nach Achtsamkeit und Stille im urbanen Kontext zudem durch die neue frühmorgendliche beziehungsweise abendliche Führung „Meditativer Rundgang durch die Wassertürme im Roten Tor“ entsprochen. Durch diese Anknüpfung an das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ wird



Ein Rundgang über den Augsburger Stadtmarkt stellt lokale und regionale Erzeuger und Händler vor. Die Führung zum „Grünen Gold“ thematisiert Geschichte und Bedeutung des Augsburger Stadtgrüns. Bei einer Barfuß-Führung steht die achtsame Wahrnehmung der Stadt im Fokus.

eine Verbindung zu Fragen ökologischer Nachhaltigkeit geschaffen: Der verantwortungsvolle Umgang mit der Ressource Wasser ist ein globales Megathema.

Museumsshops: regional und fair

Die Regio betreut die Shops im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“, im Maximilianmuseum, im Schaezlerpalais, im H2 – Zentrum für Gegenwartskunst, im Leopold-Mozart-Haus und im „Römerlager“ im Zeughaus. Das Team der Regio achtet dort jeweils auf die regionale, faire und

Ende 2024 konzipierte die Regio mit einem morgendlichen beziehungsweise abendlichen meditativen Rundgang durch das Wasserwerk am Roten Tor ein Angebot für 2025, das das Trend-Thema Achtsamkeit mit der Frage nach dem verantwortungsvollen Umgang mit Wasser verknüpft.



Dank der Mountainbike-Machbarkeitsstudie können künftig attraktive und nachhaltige Trails gestaltet werden. Beim Nachhaltigkeitsworkshop der BayTM wurden acht Handlungsfelder definiert. Das farbige Fußprint-Logo „Walkable City“ kennzeichnet das entsprechende Tourenangebot auf einer Webseite der Regio Augsburg Tourismus GmbH.

nachhaltige Sortimentsgestaltung. Souvenirs und andere Produkte werden möglichst von Betrieben aus Augsburg und der Region bezogen: 2024 waren fast 20 Unternehmen und Einzelpersonen Kooperationspartner für die von der Regio betreuten Shops – von einer ortsansässigen Töpferei über die Altstadtbuchbinderei und Augsburger Goldschmiede bis hin zum Staatlichen Textil- und Industriemuseum („tim“) und zu den gemeinnützigen Schächflerbach-Werkstätten. Beim Einkauf für Museumscafés präferiert die Regio Lieferanten „um die Ecke“: Bäcker und Brauer sitzen in der Stadt, den Fair-Trade-Tee liefert die Weltladen GmbH im Augsburger Lechviertel, der Kaffee wird von lokalen Händlern bezogen. So werden Partner vor Ort gestärkt und Gäste erhalten authentische statt beliebig austauschbare Produkte.

„Urlaub daheim“: nachhaltige
Mountainbike-Trails

Die Anreise macht einen erheblichen Teil des ökologischen Fußabdrucks bei Urlaub und Ausflügen aus. Daher ist es der Regio ein Anliegen, den Menschen in Augsburg und der Region attraktive Naherholungsziele und spannende Erlebnisse vor der Haustür anzubieten. Das gut ausgebaute Wander- und Radwegenetz stellt die Regio in ihren Broschüren vor.

2023 startete eine Machbarkeitsstudie zur Attraktivierung der Mountainbike-Region Augsburg. In diesen Prozess waren bis zum Projektabschluss Anfang 2025 Partner



und Betroffene aus der Stadt Augsburg und den beiden Nachbarlandkreisen eingebunden. Besonders die intensive Zusammenarbeit mit dem Mountainbike-Verein und den Bayerischen Staatsforsten war ein zentraler Erfolgsfaktor: Die Fachkenntnis und das Engagement dieser beiden Akteure ermöglichen es, künftige Angebote gleichzeitig attraktiv und nachhaltig zu gestalten. Die Ergebnisse der Studie bieten eine Grundlage, um den Freizeit- und Erholungswert der Region zu steigern und eine moderne Mountainbike-Infrastruktur zu schaffen. Gleichzeitig sollen Umweltbildung und Sensibilisierung stärker in die Freizeitgestaltung einfließen, um das Bewusstsein für den Schutz der Natur zu fördern. Die Machbarkeitsstudie hat gezeigt, wie eine enge und partnerschaftliche Kooperation von engagierten Akteuren lenkende und nachhaltige Infrastrukturen schaffen kann.

Walkable City

Gemeinsam mit dem Online-Magazin „Lifeguide“ – einem Nachhaltigkeitsmagazin für Augsburg und die Region – wurde ein Konzept entwickelt, das gezielt die Vorzüge von Augsburg als Walkable City beziehungsweise von Stadterkundungen zu Fuß oder per Fahrrad in den Fokus rückt. Ein farbiger Fußprint kennzeichnet als Logo nun die entsprechenden Touren im „Lifeguide“, die dazu einladen, die Stadt autofrei kennenzulernen. Das Logo wird auch auf der neuen Seite www.augsburg-tourismus.de/walkable-city eingesetzt.

„Kongress am Park“ nachhaltig
entwickeln: Green Meetings

Auch der MICE-Bereich wird zunehmend unter nachhaltigen Gesichtspunkten weiterentwickelt. Für „Kongress am Park“ wurde ein ganzheitliches Konzept entwor-



fen, um Augsburg und die Region konsequent als Tagungsort und Destination nachhaltiger aufzustellen. Entsprechend der sich verändernden Rahmenbedingungen sowie der neuen Kundenanforderungen und der Einhaltung gesetzlicher Regelungen gehen im Rahmen von Green Meetings alle Maßnahmen – von der energetischen Sanierung des Tagungszentrums „Kongress am Park“ über regionales Catering bis hin zum Leitfaden für Sustainable Events – Hand in Hand. Für das Jahr 2025 sind die Ausschilderung des Fußwegs vom Hauptbahnhof zu „Kongress am Park“ sowie die Einführung eines ÖPNV-Kongress-Tickets geplant.

Workshop der BayTM

Im September 2023 gab der gemeinsam mit der BayTM durchgeführte Workshop „Nachhaltige Destinationsentwicklung: Ein lebendiger Prozess“ den Anstoß für die Erarbeitung erster Handlungsfelder. Im April 2024 folgte im Augsburger Medienzentrum ein Strategieworkshop, der diese Handlungsfelder vorstellte: Infrastruktur, Klimafolgenanpassung, Marketing, Mobilität, Nachhaltige Produkt-/Projektentwicklung, Tourismusbewusstsein, Qualität und Vertrieb. Die Handlungsfelder dienen einer grundsätzlichen Orientierung und tragen zur nachhaltigen Destinationsentwicklung bei.

Kooperation mit der Uni Augsburg
und dem TVABS

Die Regio kooperierte 2024 bei einem Projekt von Dr. Niklas Völkening (Uni Augsburg). Untersucht wurden Unterstützungsmöglichkeiten für Beherbergungsbetriebe auf dem Weg zu Klimaneutralität und Klimaanpassung. Durch den Versand eines Nachhaltigkeitsfragebogens beteiligte sich die Regio an einem Projekt des Tourismusverbands Allgäu/Bayerisch-Schwaben.

Tourismuspolitik aktuell – die Forderung nach der Gästeabgabe

Bei der Regio Augsburg Tourismus GmbH setzt man sich schon seit Längerem für eine bessere finanzielle Ausstattung bayerischer Tourismusorganisationen ein, um im harten Wettbewerb mit touristischen Angeboten in europäischen Nachbarländern, aber auch mit denen in anderen Bundesländern innerhalb Deutschlands mit Erfolg bestehen zu können. Daraus resultierend ergibt sich die Forderung nach einer zweckgebundenen Gästeabgabe für den Tourismus oder einer Bettensteuer, die dann aber auch zumindest teilweise dem Tourismus zur Verfügung gestellt wird.

Bei dieser Forderung erhalten die Regio Augsburg Tourismus GmbH und deren Geschäftsführer Götz Beck in Fachkreisen wie durch die Politik eine immer breitere Unterstützung. Anlässlich der ITB in Berlin wurde 2025 eine Pressemitteilung verbreitet, die diese Forderung aufgriff: „Vor allem ein tourismuspolitisches Thema gewinnt zunehmend an Bedeutung: Bei einem Treffen mit Dr. Matthias Egerer vom Referat Grundsatzfragen der Tourismuspolitik, Gastgewerbe sowie dem Referat Tourismusmarketing, Tourismuswirtschaft im Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus erläuterte Beck die immer drängendere Notwendigkeit einer Gästeabgabe in bayerischen Städten und Kommunen. Immer mehr Destinationen in Deutschland erheben eine solche ‚Tourismus-Taxe‘, da die konventionelle Finanzierung des Tourismus künftig nicht mehr ausreichen wird, um wettbewerbsfähig zu bleiben. „Auch Bayern muss unbedingt bald eine solche Abgabe einführen. Alles andere wäre ein großer Nachteil für das wichtigste touristische Bundesland Deutschlands“, betonte Beck.“

Unterstützung erhielt die Regio Augsburg Tourismus GmbH bei ihrer Forderung nach einer besseren finanziellen Ausstattung der Arbeit für die für bayerische Kommunen sowohl wirtschaftlich als auch kulturell relevante Schlüsselbranche Tourismus im November 2024 nun auch durch Eva Weber, Oberbürgermeisterin der Stadt Augsburg, durch Martin Sailer, Landrat des Landkreises Augsburg, sowie Dr. Klaus Metzger, Landrat des Landkreises Aichach-Friedberg. Die Vertreter der drei Gebietskörperschaften wandten sich am 7. November 2024 in ihrem



an die Bayerische Staatskanzlei adressierten Schreiben an Bayerns Ministerpräsidenten Dr. Markus Söder. Eva Weber, Martin Sailer und Dr. Klaus Metzger forderten darin: „[...] die Städte und Regionen stehen aktuell wegen bekannter Entwicklungen vor großen Herausforderungen. Aufgrund von Onlinehandel, Homeoffice, demografischem Wandel, Klimawandel und Nachhaltigkeit müssen wir darauf achten, wie wir die Attraktivität und Frequentierung unserer Städte sichern und entwickeln können. Dabei spielt der Tourismus eine immer wichtigere Rolle. Sowohl was den klassischen Städte-tourismus angeht, als auch die Perspektiven im Tagungs- und Kongressbereich.

Um auch in Zukunft die wichtigen Akzente für den Tourismus in Bayern zu setzen, müssen wir über die Finanzierung nachdenken, da wir feststellen, dass eine rein freiwillige Finanzierung über die Gebietskörperschaften nicht ausreicht und eine Erhöhung dieser Budgets aufgrund der außergewöhnlichen Herausforderungen für die Städte und Landkreise nicht möglich ist. Ein erfolgversprechendes Konzept könnte eine Tourismusabgabe für Übernachtungsgäste sein. Voraussetzung wäre unseres Erachtens allerdings, dass diese erwirtschafteten Mittel zweckgebunden für den Tourismus zur Verfügung gestellt werden.

Das Bundesverfassungsgericht hält eine kommunale Übernachtungssteuer für verfassungsrechtlich unbedenklich. In zahlreichen Städten in Deutschland, etwa Bremen, Freiburg und Hamburg, wird eine solche Abgabe bereits erhoben. Ebenso sind es bayerische Reisende gewohnt, wenn in Italien oder Österreich in einzelnen Orten eine Gebühr auf die Übernachtungen erhoben

Der Tourismus erhöht die Attraktivität der Städte und macht sie lebendig, stärkt die Wirtschaft, die Kultur und die Infrastruktur. Aus diesem Grund wandten sich Augsburgs Oberbürgermeisterin Eva Weber sowie die Landräte Martin Sailer und Dr. Klaus Metzger in Sachen einer stabileren Finanzausstattung der Tourismusarbeit in einem gemeinsamen Schreiben an die Bayerische Staatskanzlei – adressiert an den Bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Markus Söder.

wird. Dies geschieht ohne negative Auswirkungen auf die Auslastungszahlen von Betten in Beherbergungsbetrieben. Ob betroffene Städte auf dieses Finanzierungsinstrument zurückgreifen möchten, sollten die Städte selbst entscheiden können. Damit würden wir die Dachmanagementorganisationen (DMO) in die Lage versetzen, Impulse in den Bereichen Produktgestaltung und Vertrieb zu setzen, aber auch den erweiterten Aufgabenbereichen im Kontext Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Bürgerbeteiligung, Attraktivitätssteigerung, kulturelle Impulse etc. gerecht zu werden.

Eine Erweiterung bzgl. einer Belastung für die am Tourismus profitierenden Unternehmen vor Ort, wie z.B. Bäckereien, Souvenir- und Bekleidungsgeschäfte etc. über eine Fremdenverkehrsabgabe, die von diesen Betrieben zu leisten ist, sehen wir allerdings nicht, da diese Unternehmen in einer außergewöhnlichen Wettbewerbssituation sind und eine Beitragsabwicklung äußerst kompliziert und schwierig wäre. Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie die Möglichkeit einer Tourismusabgabe für Privat- und Geschäftsreisende auch in Bayern prüfen würden, damit wir mittel- und langfristig keinen Wettbewerbsnachteil in Bayern mit anderen Ländern oder Bundesländern bekommen [...].“

Die Regio als Interessenvertretung der Mitglieder im Verkehrsverein Region Augsburg e.V.

Ende 2024 hatte der Verkehrsverein Region Augsburg 299 Mitglieder. Das Team der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreut die Mitglieder in zahlreichen touristischen Belangen und vertritt deren Interessen in einem breiten Tätigkeitsbereich. Zu den Angeboten der Regio für ihre Mitglieder gehören jährlich stattfindende Besuche in Mitgliedsbetrieben zum gegenseitigen Kennenlernen: Im Juli 2024 wurde das Mitgliedertreffen im Hotel Select veranstaltet. Veranstaltungsort ist stets ein Mitgliedsbetrieb, der sich dadurch bei diesem Anlass bei potenziellen Partnern im touristischen Netzwerk vorstellen kann. Im Februar 2024 organisierte die Regio für Hotelbetriebe eine kostenlose Stadtführung.

- Die Mitgliedsbetriebe des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V. profitieren von der Kooperation mit den touristischen Partnern der Region Augsburg:
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
 - Bayern Tourismus Marketing (BayTM)
 - Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben (TVABS)
 - Historic Highlights of Germany (HHoG)
 - Arge Romantische Straße
 - Via Claudia Augusta

Über ihre Werbemittel wie über persönliche Gespräche auf Tourismus-, Reise- und Freizeitmessen werden die Angebote der Mitglieder des Verkehrsvereins Augsburg e.V. beworben. Vom 18. bis 20. Oktober 2024 war die Regio auch bei der neuen Messe „SuperStay Live“ (eine Messe zum Thema Sanieren und Renovieren, Betreiben und Vermarkten von Ferienhäusern und -wohnungen) als Ansprechpartner vor Ort. Die Mitglieder des Verkehrsvereins erhielten eine Einladung zum Besuch der Messe. Zweimal jährlich werden Mitgliedsbetriebe im Rahmen von Verteilaktionen gratis mit aktuellen Werbemitteln der Regio Augsburg Tourismus GmbH sowie von Partnerinstitutionen zur Ausgabe an Gäste, Kunden oder Partner beliefert.

Wirtschaftliche Vorteile für die Mitglieder des Verkehrsvereins

Konkrete wirtschaftliche Vorteile genießen die Mitglieder des Verkehrsvereins Region

Leistungen für Mitglieder



Warum Mitglied im Verkehrsverein Region Augsburg werden?

- + Sie profitieren von einem starken touristischen Netzwerk.
- + Partner und Know-how-Vielfalt: Wissen ist unser größter Schatz.
- + Ihre Interessen sind unsere Interessen.
- + Wir helfen dabei, Ihre Angebote in Printmedien und im Web zu kommunizieren.
- + Tragen Sie dazu bei, die Tourismuswirtschaft der gesamten Region zu stärken.
- + Gemeinsam sind wir stark.

Prominente und Experten zur Tourismuswirtschaft

Kontakt & Infos

Augsburg e.V. insbesondere aus der Einbindung in das Paket der Marketingmaßnahmen der Regio Augsburg Tourismus GmbH sowie aus der Vermittlung ihres Angebots an Touristen vor Ort.

- Ganzjährig setzt sich die Regio mit einer breiten Palette von Werbemitteln für wirtschaftliche Belange der Mitgliedsbetriebe des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V. ein, und zwar durch
- die Aufnahme von Übernachtungsbetrieben in das Unterkunftsverzeichnis
 - die Aufnahme von Gastronomiebetrieben in das Gastronomieverzeichnis
 - die Aufnahme in Profil-Broschüren sowie in Stadt- und Reiseführern
 - die Aufnahme in die Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH.

Über die Mitgliedschaft bei der Regio Augsburg Tourismus GmbH sind Betriebe in die Reservierungssysteme Tomas und Reservix eingebunden und können diese mitnutzen beziehungsweise werden über diese beworben.

Auf der Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH stellt eine Rubrik sämtliche Mitglieder des Verkehrsvereins Augsburg vor. Neben zahlreichen Betrieben aus der Gastronomie- und Übernachtungsbranche findet man dort außerdem Reiseveranstalter, Busunternehmen und Eventagenturen, Druckereien sowie eine lange Liste diverser

Eine Webseite der Regio Augsburg Tourismus GmbH informiert ausführlich über alle Leistungen, von denen Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V. profitieren können. Vor allem aber verlinkt diese Webseite potenzielle Gäste und Kunden zu den Internetauftritten aller Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg.

Einrichtungen – vom ADAC bis zum Bundesligisten FC Augsburg. Neue Mitglieder des Verkehrsvereins werden in einer eigenen Rubrik vorgestellt.

Die Betreuung von Mitgliedern durch die Regio vor Ort

- Die Regio Augsburg Tourismus wirbt für Mitglieder des Verkehrsvereins vor Ort durch
- die kostenlose Ausgabe des breit gefächerten Prospektmaterials der Regio Augsburg Tourismus GmbH (siehe Seiten 28–31)
 - bei der Repräsentation und Vermittlung der Mitgliedsbetriebe bei Beratungsgesprächen mit Gästen und Kunden
 - die Vermittlung der Hotelabteilung der Regio per Telefon und E-Mail sowie die kostenlose Beratung von potenziellen Gästen

Mehr zu den Vorteilen einer Mitgliedschaft im Verkehrsverein

Die Regio bietet allen Interessenten eine telefonische Beratung zur Mitgliedschaft im Verkehrsverein Region Augsburg e.V. an.

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH und ihre Strategien

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat ihre Strategie in einem Positionspapier, das mit den Mitgliedern abgestimmt ist, auf ihrer Website veröffentlicht. Nachfolgend sind konkrete Überlegungen, die dem Handeln der Regio maßgeblich zugrundeliegen, in Kurzform ausgeführt:

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 Aufmerksamkeit 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 Dach-

marke 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.“



Deutschland 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 zugutekommt.

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 früh 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 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 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 Augsburg Tourismus GmbH sind Angebote und Publikationen für Stadtpaziergänge und Wanderungen, aber auch Apps und digitale Angebote zu Themen wie den Römern, wie Mozart, Brecht oder zum „Augsburger Handwerkerweg“ für den individuellen Rundgang in



Augsburg oder die Lauschtour für den Land-Art-Park im Naturpark Augsburg – Westliche Wälder. 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 ebenfalls 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 Tourismustandorts 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 „Digitale Geschichtspfad“ der Regio Augsburg Tourismus GmbH führt virtuell ins Mittelalter und zur Schlacht auf dem Lechfeld. Den Erfolg solcher Konzepte steigert eine crossmediale Unterstützung durch Pressearbeit und/oder Printwerbung.



Auch die neuesten Entwicklungen auf dem Feld der Künstlichen Intelligenz („KI“ beziehungsweise englisch „AI“) halten für den Tourismus große Chancen bereit – sind aber zugleich eine große Herausforderung für manches etablierte Angebot. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH verfolgt das Thema aufmerksam und denkt über Konzepte und eventuell nötige Anpassungen der Strategie sowie über Finanzierungsmodelle nach.

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 damit 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, MdL, Stadtrat
- Tatjana Dörfler, Stadträtin
- Jürgen K. Enninger,
Kultur-, Welterbe- und Sportreferent Stadt Augsburg
- Margarete Heinrich, Stadträtin

Landkreis Aichach-Friedberg

- Johannes Hatzold, Kreisrat

Landkreis Augsburg

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

Beirat

Beiratsvorsitzender

- Andreas Schmutterer,
Vorsitzender der Geschäftsleitung – 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
- 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.
- Katharina Mitterer,
Wirtschafts-, Tourismus- und Bürgerservice Stadt Friedberg
Tourismusamt der Stadt Friedberg
- Johannes Hintersberger,
Staatssekretär a.D.
- Rebecca Lechner,
Wirtschaftsförderung Landratsamt Augsburg
- Verena Hack,
Wirtschaftsförderung Stadt Augsburg
- Lorenz A. Rau,
Geschäftsführer Augsburger Schwabenhallen
Messe- und Veranstaltungsgesellschaft mbH (ASMV)
- 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



Jürgen K. Enninger



Margarete Heinrich



Johannes Hatzold



Heinz Liebert



Franz Bossek



Anton Rittel

Verkehrsverein Region Augsburg e.V.

Vorstandschafft

1. Vorsitz

- Johannes Hintersberger,
Staatssekretär a.D.

2. Vorsitz

- Karl Bayerle,
Amtsleiter Wirtschaftsförderung Stadt Augsburg – Referat 1

3. Vorsitz

- Andreas Schmutterer,
Vorsitzender der Geschäftsleitung – 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
- Katharina Mitterer,
Wirtschafts-, 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
- Pierre Lemmermeyer,
Mitglied der Geschäftsleitung, FC Augsburg
- Lorenz A. Rau,
Geschäftsführer Augsburger Schwabenhallen
Messe- und Veranstaltungsgesellschaft mbH (ASMV)
- Benjamin Walther,
ReAL West e.V.
- Dagmar Witty

Geborene Mitglieder des Vorstandes als Gesellschafter

Stadt Augsburg vertreten durch:

- Eva Weber,
Oberbürgermeisterin der Stadt Augsburg

Landkreis Aichach-Friedberg vertreten durch:

- Dr. Klaus Metzger, Landrat

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 Wirtschaftsförderung, Landratsamt Augsburg
- Beatrix Böck,
Wirtschaftsförderung, Landratsamt Augsburg
- Rebecca Lechner,
Wirtschaftsförderung, Landratsamt Augsburg

Korporatives Mitglied

- Ulrike Weber,
Industrie- und Handelskammer Schwaben

Der Aufsichtsrat der Regio Augsburg Tourismus GmbH berät die Geschäftsleitung und übernimmt ihr gegenüber eine Kontrollfunktion.



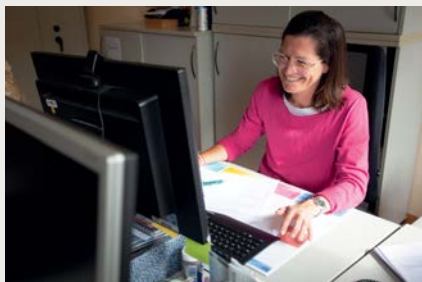
**Gremien: Aufsichtsrat,
Beirat und Verkehrsverein**

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



Leistungen für Mitglieder

www.augsburg-tourismus.de/leistungen-fuer-mitglieder



Welterbe Wasser

www.augsburg-tourismus.de/unesco-welterbe

