



2023:  
mehr als eine Million  
Übernachtungen in Augsburg  
und fast 1.725.000 in der Region.

**Danke**

an alle, die dazu  
beigetragen haben.

# Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus GmbH 2023

Zahlen | Leistungen | Fakten | Perspektiven



Welterbe  
Wassersystem  
Augsburg

Im Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus für das Jahr 2023

Region Augsburg – der Weg zu rund 1.725.000 Übernachtungen ..... 4

Ankünfte und Übernachtungen auf Höchstniveau – und ein Plus weit über dem Bayertrend ..... 5

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für die Stadt Augsburg ..... 6

    Mit Bertolt Brecht, Elias Holl und Bischof Ulrich bei drei Messen ..... 8

    Neue Studie: Tourismus in Bayern wichtiger als Produktionsbetriebe ..... 8

    Regio Augsburg Tourismus GmbH betreibt weitere Museumsshops ..... 8

    Die Regio betreut künftig auch die Augsburger Kahnfahrt ..... 8

    Handwerkerweg: 2024 neu – und mit Blick auf das UNESCO-Welterbe ..... 8

    Jubiläumsprogramm im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ ..... 8

    „Europäische Fuggerstraße“: Prominenz und ein neuer Partner ..... 8

    Tourismusdirektor Götz Beck erneut in DTV-Vorstand gewählt ..... 8

    Eine Million Übernachtungen: die „Schallmauer“ ist durchbrochen ..... 9

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Aichach-Friedberg ..... 10

    Tourismusexperte lobt die Regio für gute stadregionale Kooperation ..... 12

    Zum Thema Römer in das „Wittelsbacher Schloss Friedberg“ ..... 12

    Ulrichsjubiläum: Regio bewirbt Stationen im „Wittelsbacher Land“ ..... 12

    „Huckepack-Marketing“ bei vielen tourismusrelevanten Segmenten ..... 12

    Viel Werbung für Ausstellungen in Friedberg und Aichach ..... 12

    Regio unterstützt neue Ausstellung im „Feuerhaus“ in Aichach ..... 12

    Regio wirbt für die Radrouten im und ins „Wittelsbacher Land“ ..... 12

    Landkreis Aichach-Friedberg: vorerst noch langsame Erholung von der Pandemie-Delle ..... 13

Die Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH für den Landkreis Augsburg ..... 14

    Herzlichst: die Regio unterstützt das Jubiläum des Naturparks ..... 16

    Regio führt zum UNESCO-Welterbe im „Augsburger Land“ ..... 16

    Stadt-Land-Kooperation der Region im Fachmagazin hervorgehoben ..... 16

    Zur Lechfeldschlacht und zu Römern ins „Augsburger Land“ ..... 16

    Großes Interesse an einer Studie zum Thema Mountainbiken ..... 16

    Aktualisierte Ausgabe: attraktive Radrouten im „Augsburger Land“ ..... 16

    Landkreis Augsburg – 2023 bei Ankünften und Übernachtungen weiter im Aufwärtstrend ..... 16

Augsburg: höhere Bettenzahl – und bessere Bettenauslastung ..... 18

Divergierende Entwicklung in den beiden Landkreisen ..... 19

Der Kommunikationsmix: Internet und Social Media ..... 20

    Der Kommunikationsmix im Marketing für die Region ..... 20

    Internet: die Führungen und das Welterbe sind gefragteste Themen ..... 20

    Social Media: täglich Beiträge und hohe Steigerungsraten ..... 20

    Digital und Druck: ein sich jeweils selbst verstärkender Medienmix ..... 21

    Messen – der direkteste Weg zum Kundenkontakt ..... 22

    Lokale und regionale Pressearbeit und Journalistenbetreuung ..... 22

    Anzeigen, Plakatwerbung, Printprodukte ..... 24

Führungen – virtuell und real ..... 28

Betreuungsaufgaben: Tourist-Info, Museen und Shops ..... 30

Tourismusfaktoren MICE, Kongresse, Tagungen ..... 31

Marketing weltweit – das Augsburger UNESCO-Welterbe ..... 32

Marketing in sechs Ländern Europas: die „Europäische Fuggerstraße“ ..... 33

Ökologie – Regionalität – Nachhaltigkeit – Klimaschutz ..... 34

Leistungen der Regio für Mitglieder der Verkehrsvereins Region Augsburg e.V. .... 35

Strategische Ziele für die Region Augsburg ..... 36

Gremien ..... 38

    Regio Augsburg Tourismus GmbH ..... 38

    Verkehrsverein Region Augsburg e.V. .... 39

Impressum

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

Text/Produktion:  
context verlag Augsburg Nürnberg,  
www.context-mv.de

Titel:  
Hannah Kluger (Composing),  
Martin Kluger (Fotos/2)

Fotos Inhalt:  
Siegfried Kerpf, S. 38 (5)  
Wolfgang B. Kleiner, S. 6/7. 16 (1),  
23 (2)  
Martin Kluger, S. 8 (1), 10/11, 12 (1),  
14/15,16 (3), 22 (1), 28 (1), 30 (6),  
32 (3), 33 (2), 34 (4), 39 (1), 40 (8)  
LIQUID | Agentur für Gestaltung,  
S. 29 (1)  
Petra Kluger, S. 23 (1)  
Christian Menkel, 30 (1)  
Museum im Wittelsbacher Schloss  
Friedberg, S. 12 (1)  
Marko Petz, S. 38 (1)  
Privat, S. 3 (4), 38 (5)  
Regio Augsburg Tourismus GmbH/  
Partner der Regio, S. 8 (1), 12 (1),  
22 (1), 28 (1), 31 (2), 32 (1), 40 (1)  
Ullrich Styra, S. 12 (1)

Weitere Abbildungen (Diagramme,  
Grafiken, Screenshots, Comosings):  
Regio Augsburg Tourismus GmbH

Alle Angaben ohne Gewähr  
Stand 05/2024

2023 und 2024 nur zwei spannende Zahlen für den Tourismus in der Region: 50 – und 1.000.000

„Nichts ist erfolgreicher als der Erfolg“ – so lautet eine Redewendung, die wir dem Geschäftsbericht für das Jahr 2023 – in Verbindung mit dem Ausblick auf das Jahr 2024 – voranstellen dürfen. Erfolg wird gern in Zahlen gemessen, aber meistens steckt doch noch einiges mehr hinter einer Erfolgsgeschichte.

Eine dieser Erfolgsgeschichten wird im Jahr 2024 gefeiert: 1974, vor 50 Jahren, wurde der Verein „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder e. V.“ gegründet. Damit war der Grundstein für eine Erfolgsgeschichte gelegt, die letztlich weit über den Tourismus hinausgeht. Dass dieser Naturpark nicht allein als Naherholungsraum zwischen den Ballungsräumen Augsburg und Ulm, sondern auch als touristisches Zugpferd „funktioniert“, ist den Leistungen vieler Akteure, an vorderster Stelle dem Bezirk Schwaben und dem Landkreis Augsburg, zu verdanken.

Auch die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat diesen Naturpark seit der Aufnahme ihres Geschäftsbetriebs im Januar 1998 stets gern sowie aktiv agierend unterstützt und die dortigen Potenziale durch Projekte und Publikationen gefördert, nicht zuletzt auch durch die Konzeption und Aufstellung von Kultur- und Info-Installationen entlang des Radwanderwegs durch den „Schwäbischen Mozartwinkel“, der zu den Wurzeln der Familie in den Stauden führt. Mit der „Ganghofer-Stätte Welden“, dem „Ludwig Ganghofer Lausbubenweg“ und nicht zuletzt mit ihrem Engagement für den „LandArt Kunstpfad Bonstetten“ hat die Regio zur Attraktivierung des Holz winkels beitragen dürfen. Viele touristisch relevante Themen, seien es nun die Mozarts, die Fugger, die Römer und andere, sind ohnehin nicht in den Grenzen der heutigen Gebietskörperschaften zu fassen und daher eine gute Basis für die in der Region Augsburg praktizierte Stadt-Land-Kooperation.

Der „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“ ist einer der Faktoren, welche die Tourismusregion Augsburg in ihrer Gesamtheit stärken. Auch das „Wittelsbacher Land“ hat sich gut etabliert. Nicht zuletzt aber macht der touristische Markenbildungsprozess der Stadt Augsburg seit 1998 erkennbare Fortschritte. Fortschritte, die auch in Zahlen durchaus messbar sind. 2023 wurde in der Stadt Augsburg erstmals die Zahl von einer Million Übernachtungen übertroffen. Man darf an dieser Stelle an den Ausgangspunkt dieser Entwicklung erinnern: 1997, im Jahr, bevor die Regio Augsburg Tourismus GmbH den Geschäftsbetrieb aufgenommen hatte, war die Anzahl der Übernachtungen bei 423.658 gelegen. Die Zahl der Gästeankünfte lag bei exakt 234.024. Im Jahr 2023 wurden fast 605.000 Ankünfte registriert. Und nein, das ist zwar auch ein Erfolg der Regio Augsburg Tourismus GmbH, aber jedenfalls ganz bestimmt nicht einer der Regio allein. Denn das Erreichen solcher 1998 wohl noch für utopisch gehaltener Werte ist ein Erfolg vieler weiterer „Player“ im Augsburg-



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

Tourismus – der Politik ebenso wie der Behörden, von Kulturträgern und Institutionen, ortsansässigen Firmen und auch Privatleuten sowie – last but not least – von Leistungsträgern in der Übernachtungsbranche. Ihnen allen gebührt der Dank für diese gute Entwicklung. Am Rande bemerkt: Auch das Kongress- und Tagungsgeschäft macht sich aktuell recht positiv bemerkbar.

Doch es ist im Laufe der Jahre wohl auch gelungen, die „Marke Augsburg“ besser als in der Zeit vor der Gründung der Regio Augsburg Tourismus GmbH im touristischen Markt zu platzieren. Damals ergaben Umfragen, dass Gäste von außerhalb vielleicht gerade mal die Augsburger Puppenkiste kannten, ab und zu hatten sie auch etwas vom Dom oder von der Fuggerei gehört. Der Bekanntheitsgrad des Reiseziels Augsburg insgesamt war aber eher überschaubar.

2023/24 stellt sich das doch etwas anders dar: nicht zuletzt seit 2019 wegen des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“, an dessen Entstehung – daran sei in aller Bescheidenheit erinnert – die Regio Augsburg Tourismus GmbH vom ersten Tag an nicht unmaßgeblich beteiligt war. Im Markenbildungsprozess auf nationaler wie internationaler Ebene spielt die Renaissancestadt eine wesentliche Rolle. Initiativen wie das 2014 eröffnete „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ und die von der Regio Augsburg Tourismus GmbH initiierte „Europäische Fuggerstraße“ stärken die Vermarktung der nördlichsten Stadt Italiens im Städte-, Kultur- und Bildungstourismus nicht unwesentlich – auch über Deutschland hinaus.

Für anderes kann die Regio zwar nichts, nimmt es aber gern hin: Danke, FC Augsburg. Dass der Bundesligist den Namen der Stadt höchst medienwirksam verbreitet, ist ein unschätzbar wertvoller Support. Dass das Augsburger Hohe Friedensfest mittlerweile zum immateriellen Kulturerbe der UNESCO zählt, oder dass mit aktuellen Themen wie etwa dem Ulrichsjahr 2023/24 Besucher Augsburgs angezogen werden, stärkt die insgesamt positive Entwicklung ebenfalls. An Themen mangelt es dem so geschichtsträchtigen, von den Römern gegründeten Augsburg und seinem Umland ohnehin so gut wie nie. Bereits 2025 stehen hier erneut zwei Gedenkjahre an. Gut für die Schlüsselbranche Tourismus – und damit hoffentlich auch für Sie.

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

Region Augsburg – der Weg zu rund 1.725.000 Übernachtungen

Für diesen Geschäftsbericht musste ein Diagramm überarbeitet werden, das seit 1998 gute Dienste leistete. Das Säulendiagramm, das die Zahl der Übernachtungen in Augsburg zeigt, musste nach 25 Jahren erweitert werden. Denn die y-Achse hatte 1998 – als die Regio Augsburg Tourismus GmbH den Geschäftsbetrieb aufnahm – in überbordend scheinendem Optimismus bis zur Zahl von einer Million gereicht. Die Realität war damals davon weit entfernt: Man zählte rund 431.000 Übernachtungen. Die y-Achse aus dieser Zeit reicht für den Geschäftsbericht von 2023 nicht mehr aus. Das Bayerische Landesamt für Statistik meldete 1.133.421 Übernachtungen allein in der Stadt Augsburg. 1998 war das eine kaum vorstellbare Zahl gewesen. In der gesamten Region Augsburg wurden 2023 rund 1.725.000 Übernachtungen gezählt. Zum Vergleich: 1998 waren es gerade mal knapp 811.000.

Dass sich die Zahl der Übernachtungen in Augsburg seit 1998 mehr als verzweieinhalbfachte, ist ein Erfolg vieler Player. Insbesondere hat die stark gewachsene Bettenzahl dieses Ergebnis erst ermöglicht. Doch auch die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat – neben den touristischen Leistungsträgern, insbesondere in Kooperation mit der Augsburger Hotellerie und Gastronomie – nicht zuletzt wegen ihrer konsequent verfolgten langfristigen Strategie wohl Anteil am Erfolg. So wurde etwa sehr bewusst an der „Marke Augsburg“ festgehalten, statt sie im Marketing durch Einzelaktionen zu verwässern. Die Vielfalt Augsburger Themen wurde a) häufig



sichtbarer als zuvor gemacht und b) teils zudem attraktiviert. Zusätzlich zum Narrativ der Renaissancestadt kam 2019 das UNESCO-Welterbe hinzu, das die „Marke Augsburg“ im internationalen Wettbewerb stärkt. Netzwerkarbeit, forcierte Digitalisierung sowie die zuletzt 2023 hochgelobte Stadt-Land-Kooperation wirken sich positiv aus. Auch die Arbeit für den attraktiveren Tagungs- und Kongressstandort Region Augsburg hat sich messbar ausgezahlt. Die 2023 durchbrochenen Schallmauern bei den Übernachtungen sind mehr als nur ein Erfolg. Sie sind Benchmarks für die Zukunft – und damit ein Arbeitsauftrag.

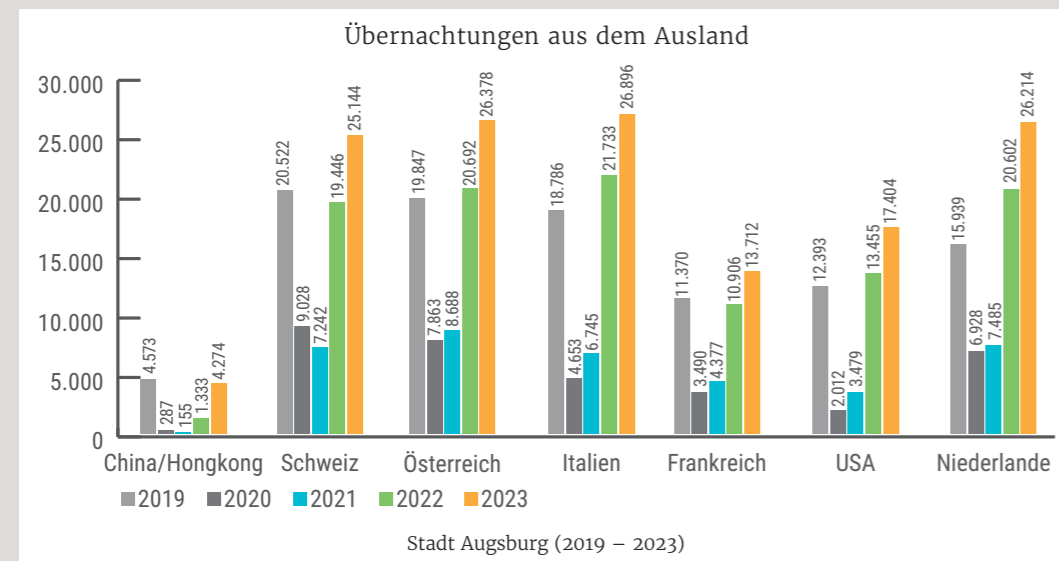
Augsburg: Übernachtungsgäste aus dem Ausland kommen nach Corona wieder verstärkt

Das Corona-Tief als Folge der Pandemie war bereits im Berichtsjahr 2022 weitgehend kein

Die Infografik zeigt Faktoren, mit denen die Regio Augsburg Tourismus GmbH strategisch langfristig auf das steigende Gästeaufkommen hinarbeitet. Sie zeigt zudem die positiven Auswirkungen der Schlüsselbranche Tourismus auf die Region.

Thema mehr. Doch im Jahr 2023 lagen die Werte aller Auslandsmärkte noch einmal deutlich höher als schon im relativ guten Jahr 2022. Erneut nahmen Italiener, Österreicher, Schweizer und Niederländer beim Gästeaufkommen bei durchwegs kräftigen Zuwächsen in der Statistik die vordersten Plätze ein.

Größter Auslandsmarkt war 2023 Italien mit 26.896 Übernachtungen (+23,8 % gegenüber 2022). In nur sehr geringem Abstand folgten die Gäste aus Österreich (26.378, +27,5 %), den Niederlanden (26.214, +27,2 %) und der Schweiz (25.144, +29,3 %). Das Segment der Touristen aus Fernost näherte sich (mit Ausnahme Japans) wieder dem Niveau von 2019.



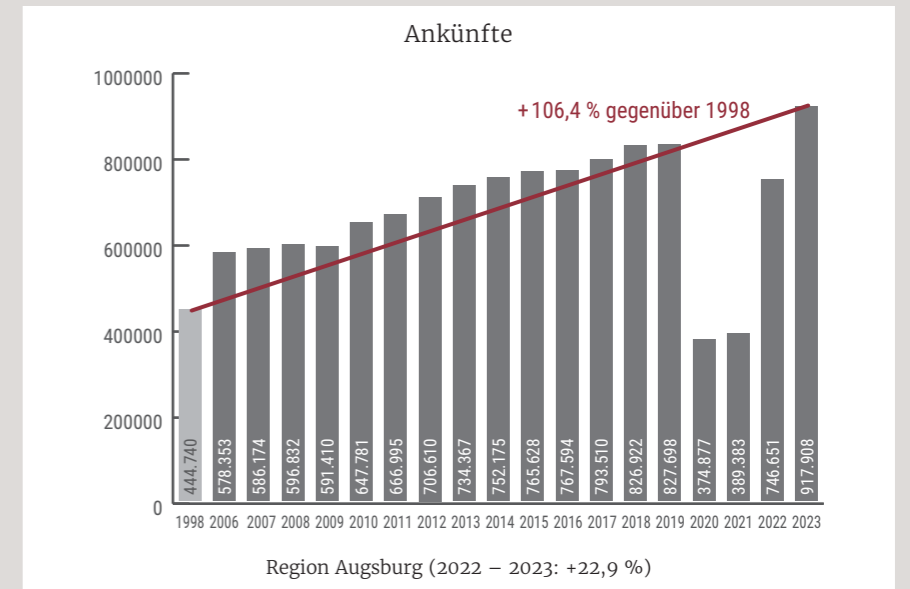
Die Zahl der Übernachtungsgäste aus mehreren europäischen Nachbarländern erreichte 2023 neue Rekordwerte. Auch der Markt in Fernost (China und Hongkong) hat sich nach Corona stabilisiert. Der japanische Markt leidet aktuell unter der Schwäche des Yen. Insgesamt jeder vierte Übernachtungsgast in Augsburg kam aus dem Ausland.

Ankünfte und Übernachtungen auf Höchstniveau – und ein Plus weit über dem Bayerntrend

An dieser Stelle des Geschäftsberichts war 2023 noch eine vorsichtig optimistische Prognose zu lesen, die auf der schon im Vorjahr deutlich erkennbar ausgeprägten Resilienz der Tourismuswirtschaft in der Region Augsburg gegen negative Außeneinflüsse wie die Corona-Pandemie und die Ukraine-Krise basierte. Die statistischen Werte von 2023 haben diesen Optimismus nicht nur bestätigt, sondern die positivsten Erwartungen getoppt. Die Tourismusregion hat die Werte des Rekordjahrs 2019 sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen ganz erheblich übertroffen. Die Pandemie-Delle ist damit Vergangenheit.

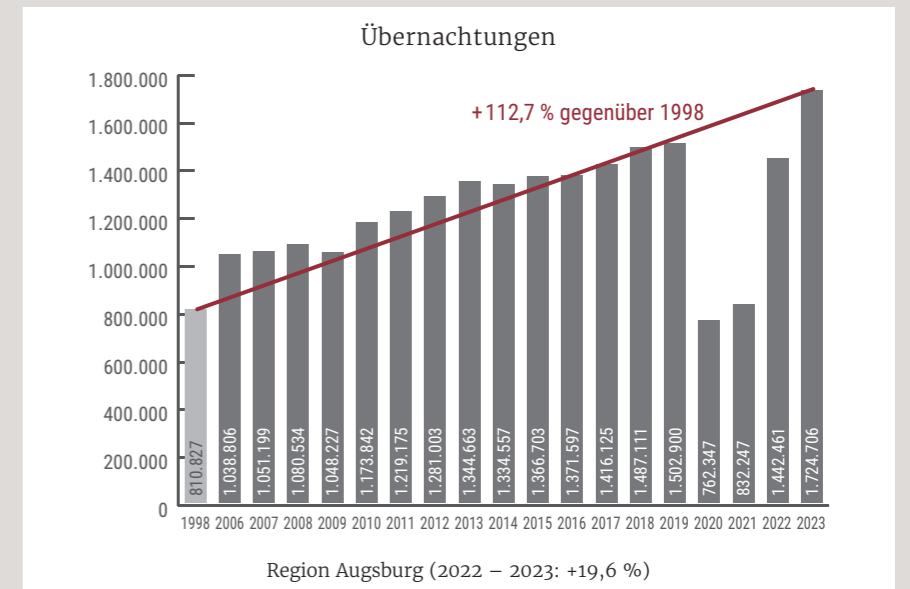
Noch stärker als im Jahr 2022 prognostiziert, stiegen die Zahlen sowohl bei den Gästeankünften (917.908, das ist ein deutliches Plus von 22,9 %) als auch bei den Übernachtungen (1.724.706, somit +19,6 %) einmal mehr auf neue absolute Höchstwerte. Zwischen 1998, als die Regio Augsburg Tourismus ihre Arbeit begann, und dem Jahr 2023 hat sich damit die Zahl sowohl der Ankünfte als auch die der Übernachtungen mehr als verdoppelt. Das verdeutlicht einerseits die bereits angesprochene Widerstandsfähigkeit der Tourismuswirtschaft in einer Phase der negativen Außeneinflüsse. Und andererseits unterstreicht der Anstieg dieser Zahlen auch die wirtschaftlichen Chancen, die sich in der Tourismuswirtschaft als „Leitökonomie der Zukunft“ (Dr. Horst Opaschowski) ergeben.

Dass das Corona-Tief sowohl in Augsburg als auch in den beiden Nachbarlandkreisen überwunden sein dürfte, ist auch daraus zu ersehen, dass der (Kurven-)Verlauf der „Ups and Downs“ in der Statistik in etwa korreliert. Sichtbar wird aber auch die Bedeutung der Großstadt Augsburg als „Lokomotive“ für den Tourismus in der Region. Denn dort sind die Steigerungsraten signifikant höher, was teils mit der gut funktionierenden Tagungs- und Kongresswirtschaft, teils mit der Attraktivität des Städte- und Kulturtourismus zusammenhängen könnte. In Augsburg lag die Wachstumsrate bei den Ankünften (+27,2 %) und Übernachtungen (+24,2 %) nennenswert über denen im Landkreis Aichach-Friedberg (+16,3 % bzw. +8,0 %) sowie im Landkreis Augsburg (+15,1 % sowie +13,4 %). Für das



Gesamtergebnis der Region Augsburg gilt: Ihr Zuwachs liegt massiv über dem bayerischen Durchschnitt. Der statistische Mittelwert für Bayern weist im Vergleich der Jahre 2022 und 2023 bei den Gästeankünften einen Wert von +13,6 % auf. Bei Übernachtungen sind es +8,7 % (<https://tourismus.bayern/unsere-angebote/statistiken-und-studien/>).

2023 wurden in der gesamten Region Augsburg 917.908 Gästeankünfte statistisch erfasst. Damit hat sich die Zahl der registrierten Gästeankünfte seit dem Jahr 1998 mehr als verdoppelt. Mittelfristig könnte die Anzahl der Gästeankünfte die Schwelle von einer Million überschreiten.



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 Tagesgeschäftsreisen).  
2) Erfasst werden Betriebe mit mindestens zehn Betten seit 1. Januar 2012 (vorher waren es Betriebe ab neun Betten). Dies bedeutet, dass die meisten Ferienwohnungen nicht in der Statistik enthalten sind.

Mit 1.724.706 Übernachtungen im Berichtsjahr 2023 konnte das Übernachtungsgewerbe in der Region Augsburg einen absoluten Höchstwert – bei einem daraus resultierenden Plus von 19,6 % in der Statistik – verbuchen. Dass sich die Zahl der Übernachtungen seit dem Jahr 1998 mehr als verdoppelt hat, zeigt auch die Möglichkeiten und das ökonomische Potenzial der Leitökonomie Tourismuswirtschaft für Augsburg und seine beiden Nachbarlandkreise.



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

#### Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- jährlich erscheinendes 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 und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Website
- Web-Portale für Wander- und Radwandererinnen
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)

### Medien- und Pressearbeit

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

### Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und externe Tourismusverbände

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

### 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

**Mit Bertolt Brecht, Elias Holl und Bischof Ulrich bei drei Messen**

Große Ereignisse im Jahr 2023 „warfen ihre Medien voraus“: Die Regio Augsburg Tourismus GmbH war bei der Urlaubsmesse CMT in Stuttgart, der Freizeitmesse f.re.e in München und der internationalen Tourismusmesse ITB in Berlin mit Bertolt Brecht, Elias Holl und Bischof Ulrich über jeweils eigene Printprodukte vertreten. Damit wurden die Jubiläen des Dichters und Dramaturgen Brecht, des Augsburger Heiligen und Bistumspatrons Bischof Ulrich sowie des Renaissancebau-meisters Elias Holl beworben. Dazu sowie zum 75. Geburtstag der Augsburger Puppenkiste informierte die Regio bei den Tourismus-messen auch mit ihrem 100-seitigen Reise-magazin „AUGSBURG. Wittelsbacher Land | Augsburger Land“. Mit diesem Magazin warb die Regio auch für das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ sowie für das Thema Römer in und bei Augs-burg. Vor allem das Römische an Augsburg begeisterte auf dem Stand bei der ITB in Berlin Riccardo Celani, den Italienrepräsentanten der Regio Augsburg Tourismus GmbH.



**Neue Studie: Tourismus in Bayern wichtiger als Produktionsbetriebe**

Dr. Wolfgang Hübschle, Wirtschaftsreferent der Stadt Augsburg, boten die Erkenntnisse aus einer 2023 publik gewordenen Studie des Bayerischen Wirtschaftsministeriums mit dem Titel „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ eine wichtige Information: Die Studie hatte nämlich ergeben, dass die Tourismuswirtschaft in Bayern ökonomisch größere Bedeutung hat als jede Branche des verarbeitenden Gewerbes. „Für die Stadtentwicklung ist der Tourismus von zentraler Bedeutung“, betonte Dr. Hübschle deshalb in einer Pressemeldung vom August 2023. Bedingt durch die gewachsenen Bettenkapazitäten werde sich – so Dr. Wolfgang Hübschle – „die Tourismus-wirtschaft in Augsburg weiter entwickeln“.



**Regio Augsburg Tourismus GmbH betreibt weitere Museumsshops**

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat über das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“, das Mozart-, das Brechthaus sowie das „Römerlager“ schon etliche Erfahrungen als Betreiberin von Museumsshops gewinnen können. Seit 2023 betreut die Regio nun auch die Museumscafés und Museumsshops im Maximilianmuseum, im Schaezlerpalais und im H2 – Zentrum für Gegenwartskunst, jeweils Häuser der Kunstsammlungen und Museen Augsburg. Beim Angebot der Shops und Cafés setzt die Regio Augsburg Tourismus GmbH auf lokale Produzenten, darunter 20 Augsburger Firmen und Einrichtungen.

**Die Regio betreut künftig auch die Augsburger Kahnfahrt**

Das man mit Tourismus Stadtviertel beleben kann, zeigen Beispiele wie die von der Regio betreuten Museen – das Brechthaus, das Mozarthaus und das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“: ein Ansatz, der jetzt auch über eine neue Tour entlang der Stadtmauer zwischen Vogeltor und Augsburger Kahnfahrt greifen soll. Die Regio bewirbt diesen Stadtspaziergang am Rand der Jakobervorstadt mit einer Broschüre, eine Videoanimation ergänzt das Angebot. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH wird regelmäßig Führungen anbieten, den Betrieb der Kahnfahrt übernehmen und dort für die Attraktivierung des Oblatterwalls, etwa durch Info-Stelen am Rand des Äußeren Stadtgrabens, sorgen.

**Handwerkerweg: 2024 neu – und mit Blick auf das UNESCO-Welterbe**

Mit mehr als 30 Stationen legt die Regio den Augsburger „Handwerkerweg“ 2024 neu auf. Mit einem Flyer und einer Führungs-App wird die Besichtigung von Handwerksbetrieben, des Brechthauses, von Lechkanälen und des Wasserwerks am Roten Tor beworben.

**Jubiläumsprogramm im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“**

Mit einem breitgefächerten Programm wird 2024 die Eröffnung des „Fugger und Welser Erlebnismuseums“ vor genau zehn Jahren gefeiert. In diesen zehn Jahren hat sich das Museum im Wieselhaus zum führenden Haus in Sachen Barrierefreiheit und Inklusion in der Region Augsburg entwickelt. Zum Jubiläum lädt Museumsleiterin Wiebke Schreier zu einer Museumsnacht mit einem Geburtstags-programm samt Führungen und musikalischen Beiträgen. Ganzjährig ergänzt ein Jubiläumsprogramm mit wechselnden Themenführungen an jedem zweiten Sonntag im Monat das reguläre Angebot an Themen- und Familienführungen.

**„Europäische Fuggerstraße“: Prominenz und ein neuer Partner**

Die von der Regio initiierte Kulturreiseroute der „Europäischen Fuggerstraße“ leitet mittlerweile in fünf Länder Europas – demnächst vielleicht sogar in ein sechstes. Der Weg zu Spuren des Montankonzerns der Augsburger Fugger führte 2023 hochrangige Vertreter der Slowakischen Republik ins „Fugger und Welser Erlebnismuseum“. Ingrid Brocková, aus Bratislava angereiste Staatssekretärin im Auswärtigen Amt, wurde vom Botschafter der Slowakischen Republik in Berlin – Marián Jakubócy – und von Jozef Korček, Generalkonsul der Slowakei in München, begleitet.

Dass die touristische Innovation aus Augsburg mit ihren geschichtsträchtigen Reisezielen zwischen der Slowakei und Spanien auch für „Hochkaräter“ der Branche attraktiv ist, belegt der jüngste Neuzugang der „Europäischen Fuggerstraße“. 2023 konnte Bad Gastein im Salzburger Land als weiterer Kooperationspartner gewonnen werden.

**Tourismusdirektor Götz Beck erneut in DTV-Vorstand gewählt**

Götz Beck – Tourismusdirektor der Regio Augsburg Tourismus GmbH und in Personalunion Geschäftsführer der Kongress am Park Betriebs GmbH – vertritt auch künftig die Interessen der Tourismusregion Augsburg im Vorstand des Deutschen Tourismusverbands (DTV). Bei der Mitgliederversammlung des DTV wurde er Ende 2023 zum zweiten Mal in die Vorstandschaft gewählt.

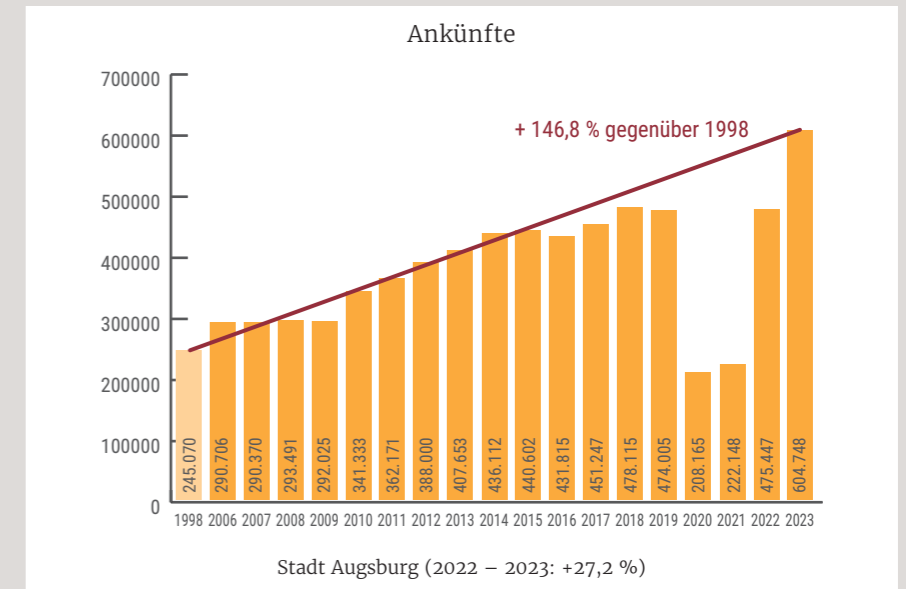
**Eine Million Übernachtungen: die „Schallmauer“ ist durchbrochen**

Selbst bei aller gebotenen Zurückhaltung lässt es sich kaum anders formulieren: Der Augsburg-Tourismus befindet sich eindeutig auf der Erfolgsspur. Schon 2022 – noch leicht von der Corona-Delle beeinträchtigt – waren 475.447 Ankünfte in der Statistik nur noch von dem sehr guten Jahr 2018 übertroffen worden. Für das Berichtsjahr 2023 wurden dann bereits 604.748 Ankünfte statistisch erfasst, was einem Zuwachs von 27,2 % entspricht. Das ist a) ein neuer Rekordwert und b) ein Zuwachs, der doppelt so hoch ausfällt wie der gesamt-bayerische Durchschnitt bei den Zuwächsen sämtlicher Tourismusdestinationen (+13,6 %).

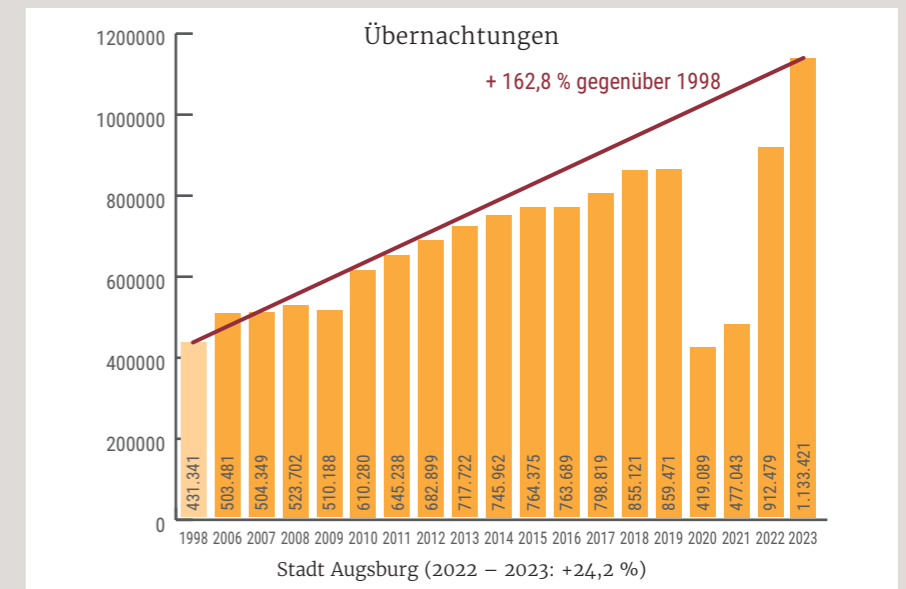
Ein ähnliches Bild ergibt sich beim Blick auf die Übernachtungszahlen. Schon 2022 hatte sich bei den Übernachtungen in Augsburg ein neuer Rekordwert ergeben: 912.479 Übernachtung waren in diesem Berichtsjahr von der Statistik erfasst worden. 1.133.421 Übernachtungen in 2023 toppten sogar dieses Ergebnis: Gegenüber 2022 war in 2023 die exorbitant hohe Zuwachsrate von 24,2 % zu verzeichnen. (Zum Vergleich: Bayernweit lag die Steigerungsrate von 2023 gegenüber 2022 im Mittel bei 8,7 %.)

1.133.421 Übernachtungen bedeuten aber auch, dass in Augsburg erstmals die Schallmauer von einer Million Übernachtungen binnen eines Kalenderjahrs durchbrochen wurde. Um diesen Wert richtig einordnen zu können, muss man sich vor Augen halten, wie hoch die Zahl der Übernachtungen im Jahr 1998, beim Start der Regio Augsburg Tourismus GmbH, gewesen war: Seinerzeit wurden 431.341 Übernachtungen gezählt. Die belebenden Nebenwirkungen der guten Entwicklung des Tourismus auf die lokale Wirtschaft – seien es nun die Gastronomie, touristische Dienstleister jedweder Art, der innerstädtische Handel, die Kulturwirtschaft oder der ÖPNV – liegen auf der Hand.

Der internationale Übernachtungsanteil\* in der Großstadt Augsburg beträgt im Übrigen 24,9 % – in Relation signifikant mehr als im Nachbarlandkreis Aichach-Friedberg (20,1 %) und im Nachbarlandkreis Augsburg (18,0 %). In absolute Werte umgerechnet fiel dieser Unterschied zwischen der Großstadt und den Landkreisen noch deutlich markanter aus.



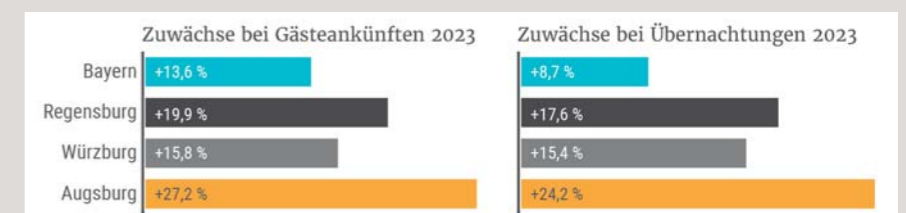
Die Zahl der Gästeankünfte im Jahr 2023 stieg auf 604.748. Das ist ein neues Allzeithoch und bedeutet einen Zuwachs von mehr als 27 % – ein Ergebnis weit über dem Landesdurchschnitt.



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

Schon die 912.479 Übernachtungen des Berichtsjahrs 2022 hatten bei den Übernachtungen in der Stadt Augsburg ein Rekordergebnis bedeutet. Im Berichtsjahr 2023 wurde dieses Ergebnis mit 1.133.421 Übernachtungen noch einmal mit einem Zuwachs von beinahe 25 Prozentpunkten getoppt.

Ein Vergleich der Augsburger Steigerungsraten von 2022 zu 2023 mit denen Gesamt-Bayerns und vergleichbarer deutscher Tourismusziele verdeutlicht die extrem positive Entwicklung in der Stadt.



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



## Dienstleistungen

- Tourist-Information
- Telefon- und Bestellservice, Zimmervermittlung, Vermittlung von Tagungsstätten
- Prospektversand und Prospektverteilung vor Ort, an Leistungsträger und externe Tourist-Informationen
- Produktion und Betreuung gemeinsamer Werbemittel
- Medien- und Pressearbeit
- Betreuung und Pflege 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
- Sales-Guide für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Sales-Guide für Führungen, Fahrten und Rahmenprogramme der MICE-Branche und anderer Veranstalter
- Themenbroschüren (Wandern, Radwandern, Römer, Kirchen und Klöster, Mozart etc.)
- jahreszeitlich oder anlassspezifische Broschüren (Weihnachtsmärkte, „Urlaub daheim“, Ausstellungen etc. – teilweise in Fremdsprachen)
- Anzeigenwerbung (Fachmedien, Tageszeitungen, Publikums-magazine, Gegengeschäftsanzeigen, Anzeigenkooperationen, Reiseliteratur)
- Plakatwerbung
- Mailings
- jährlicher Geschäftsbericht

### Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- Reiseführer für den Landkreis Aichach-Friedberg
- jährlich erscheinendes 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 und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Website
- Web-Portale für Wander- und Radwandererrouten
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)

## Medien- und Pressearbeit

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

## Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und Tourismusverbände

- Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben
- Bayern Tourismus Marketing
- Arge Romantische Straße
- Sisi-Straße
- Via 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
- Bayerischer Hiasl
- Jesuitenweg
- Oxenweg
- Spezialitätenwirte
- Altstadtfest Friedberger Zeit

**Tourismusexperte lobt die Regio für gute stadregionale Kooperation**

Prof. Dr. Harald Pechlaner ist Inhaber des Lehrstuhls Tourismus sowie der Leiter des Zentrums für Entrepreneurship an der Universität Eichstätt-Ingolstadt. Die Forschungsschwerpunkte dieses Wirtschaftswissenschaftlers und Tourismusexperten sind Destinationsentwicklung und -management, Destinationsdesign, Entrepreneurship und Leadership. Im „BayTM-Magazin“ der Bayern Tourismus Marketing GmbH hat Prof. Dr. Harald Pechlaner 2023 die Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH in einem Interview zum „Ökosystem der Gastlichkeit“ hervorgehoben. Auf die Frage „Gibt es Best Practices für die Zusammenführung von Stadt- und Tourismusmarketing?“ antwortet Pechlaner wörtlich: „Ich habe den Eindruck, dass Städte, die neben dem urbanen Aspekt auch das Umland mitbetreuen oder gar eine eigene Organisation geschaffen haben, die Stadt und Land stärker zusammenführt, sensibel sind für die Zusammenführung von Stadt- und Tourismusmarketing. Beispiele sind in Bayern in meiner Wahrnehmung die Regio Augsburg Tourismus GmbH oder in Sachsen die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH.“ Weitere Beispiele nannte der Wissenschaftler expressis verbis nicht.



**Zum Thema Römer in das „Wittelsbacher Schloss Friedberg“**

Römer im „Wittelsbacher Land“? Die gibt es durchaus. Auf dieses wenig bekannte Kapitel in der Geschichte des heutigen Landkreises Aichach-Friedberg macht die Regio Augsburg Tourismus GmbH in der seit 2022 distribuierten Broschüre „Die Römer in und um Augsburg. Cäsaren, Feldherren und Legionäre: Antike, Renaissance, UNESCO-Welterbe“ aufmerksam. Antike Relikte findet man nämlich auch im „Wittelsbacher Schloss Friedberg“. Damit wird der Museumsbesuch in Friedberg in hoher Druckauflage und digital beworben.

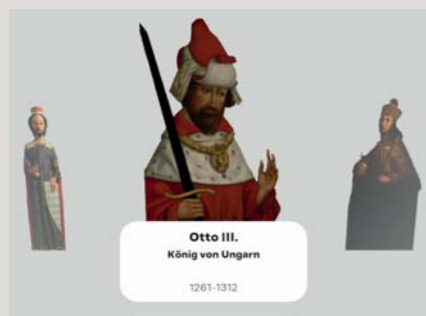
**Ulrichsjubiläum: Regio bewirbt Stationen im „Wittelsbacher Land“**

Vor dem Kissinger Rathaus steht seit August 2023 die Gruppe von farbig folierten Figuren einer Installation, die an die Schlacht auf dem Lechfeld erinnert. Diese Figurengruppe weist auch auf das Fresko im Rathausfoyer hin, das außerhalb der Geschäftszeiten nicht zu besichtigen ist. Es handelt sich um eine neue Installation des von der Regio Augsburg Tourismus GmbH konzipierten „Geschichtspfad 955“ auf den Spuren der Schlacht auf dem Lechfeld. Zur Ungarnschlacht und zu mehreren damit verbundenen Stationen im „Wittelsbacher Land“ – zum Kunstwerk im Kissinger Rathaus, zur Ungarnfliehbürg bei Todtenweis oder auch zur Untertwittelsbacher Schlosskapelle St. Ulrich und Afra – informierte die Regio außerdem in ihren Publikationen zum Ulrichsjubiläum 2023/24.



**„Huckepack-Marketing“ bei vielen tourismusrelevanten Segmenten**

Was für die Römer und das „Wittelsbacher Schloss Friedberg“ gilt, gilt für etliche der tourismusrelevanten Themen im Landkreis Aichach-Friedberg, die von der Regio auf Messen, im Internet und über Printprodukte kommuniziert werden. Neben „Standards“ – den Katalogen zu Übernachtung, Gastronomie und Gruppenreisen – wird das „Wittelsbacher Land“ bei Themen von Mozart bis zu Weihnachtsmärkten 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 Regio-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 Untertwittelsbach (bis Oktober 2024) wurden dadurch sowohl regional als auch – nicht zuletzt auch über die Messen CMT und ITB und über die Version des Regio-Magazins im Internet – bundesweit beworben.

**Regio unterstützt neue Ausstellung im „Feuerhaus“ in Aichach**

Das Thema Wittelsbacher ist für das „Wittelsbacher Land“ im Tourismus naturgemäß ein ganz zentrales Thema. Deshalb unterstützte die Regio Augsburg Tourismus GmbH 2023 die Entstehung einer neuen multimedialen Installation für das „Feuerhaus“ in Aichach. Mit modernster Museumstechnik können Besucher der Ausstellung einen Zeitabschnitt auswählen und sich nachfolgend auf einer großen Wandkarte zu Herrschaftsgebieten der Wittelsbacher informieren. Denn auch in Ungarn, Schweden, Dänemark, Norwegen, Italien, Böhmen und Griechenland haben zeitweilig Wittelsbacher geherrscht.

**Regio wirbt für die Radrouten im und ins „Wittelsbacher Land“**

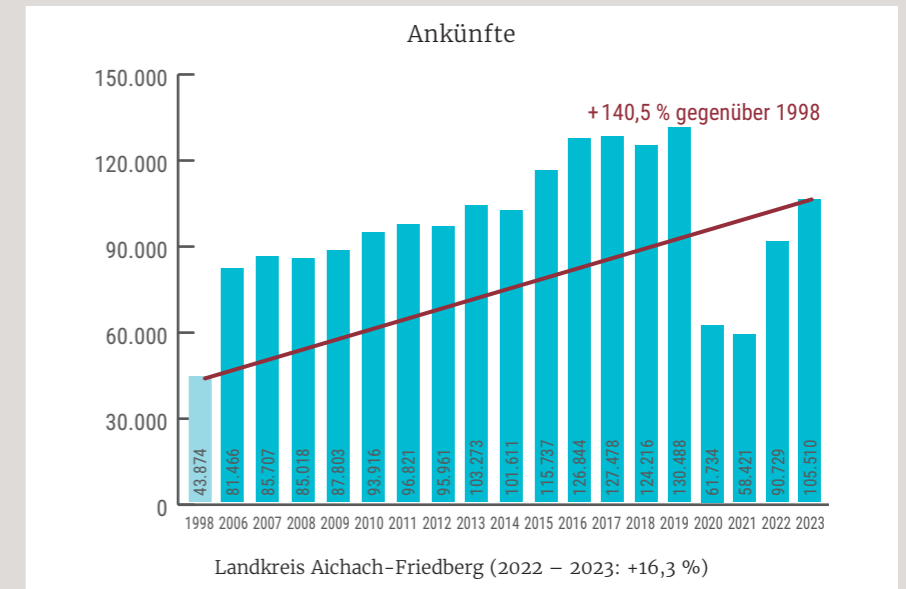
Mit einer 2023 neu aufgelegten Broschüre und einer interaktiven Rad- und Wanderkarte in ihrem Geoportal wirbt die Regio Augsburg Tourismus GmbH für das Radwandern im und ins „Wittelsbacher Land“. Neben bestehenden Routen kamen zuletzt der Lechradweg und der München-Augsburg-Radweg (MA) neu hinzu.

**Landkreis Aichach-Friedberg: vorerst noch langsame Erholung von der Pandemie-Delle**

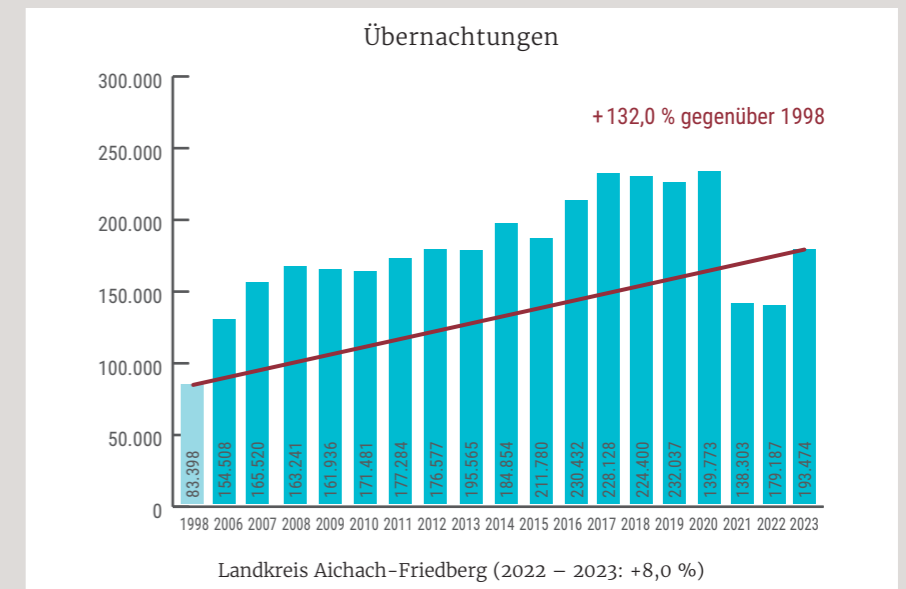
Im Vergleich zur Großstadt Augsburg und zum Landkreis Augsburg hinkt der Aufwärtstrend im Landkreis Aichach-Friedberg – dem „Wittelsbacher Land“ – nach dem pandemiebedingten Tief in den Jahren zwischen 2020 und 2022 noch signifikant hinterher. Von den 130.488 Gästeankünften im Rekordjahr 2019 war die Anzahl der registrierten Ankünfte im Berichtsjahr 2023 (105.510) trotz einer Steigerung von 16,3 % im Vergleich zu 2022 noch immer recht deutlich entfernt.

Bei den Übernachtungszahlen zeigt sich in Korrelation dazu ein vergleichbares Bild. Zwar stieg hier der Wert um 8,0 % auf immerhin 193.474 Übernachtungen, doch waren es 2019 noch 232.037 gewesen. Die insgesamt im Vergleich zur Stadt und zum Landkreis Augsburg etwas langsamere Erholung bei den Ankunfts- und Übernachtungszahlen im „Wittelsbacher Land“ machte sich bereits 2021 erstmals bemerkbar.

Allerdings liegt der Landkreis Aichach-Friedberg mit seinen aktuellen Zuwächsen sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen durchaus noch annähernd im gesamt-bayerischen Durchschnitt: Mit +16,3 % bei den Gästeankünften liegt der Landkreis Aichach-Friedberg gegenüber dem bayernweiten Mittelwert von +13,6 % sogar noch über dem Landesdurchschnitt. Bei den Übernachtungen stehen +8,0 % im Landkreis allerdings einem bayernweiten Zuwachs von 8,7 % gegenüber. Hier hat sich die Situation im Landkreis Aichach-Friedberg folglich nur leicht unterdurchschnittlich entwickelt. Das liegt wesentlich daran, dass die Zahl der Betriebe und Betten in den letzten Jahren aufgrund von Schließungen leicht zurückging.



Im Landkreis Aichach-Friedberg lag die Zahl der Gästeankünfte (105.510) im Berichtsjahr 2023 um 16,3 % über dem Vorjahresergebnis von 90.729 Ankünften. Hier liegen die Zuwächse über dem gesamt-bayerischen Durchschnitt.



193.474 Übernachtungen im „Wittelsbacher Land“ im Berichtsjahr 2023 ergeben gegenüber dem Vorjahr ein Plus von exakt acht Prozentpunkten. Hier liegt das Ergebnis im Landkreis Aichach-Friedberg – allerdings nur leicht – unter dem bayernweiten Mittelwert.



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

#### Reiseliteratur und Reisemagazin

- Museumsführer für die Region
- Wander- und Radwanderführer für die Region
- Reiseführer Mozart (für Augsburg und die Region)
- Reiseführer für den Landkreis 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 und sechs weitere Sprachen)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Website
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouten
- Betreuung der Sozialen Medien (Facebook, Instagram)

### Medien- und Pressearbeit

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

### Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und Tourismusverbände

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

### Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

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

### Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

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

### Vermarktung der Alleinstellung des Landkreises Augsburg bei thematischen Profilen

- Naturpark Augsburg – Westliche Wälder
- Ganghofer in Welden
- LandArt-Kunstpfad Bonstetten
- Ballonfahrt und Ballonmuseum Gersthofen
- Erlebnisbad Titania Neusäß
- Roy Black
- Kulturzentrum Kloster Oberschönenfeld
- Schäfflertanz Dinkelscherben





**Herzlichst: die Regio unterstützt das Jubiläum des Naturparks**

Für die Regio Augsburg Tourismus GmbH ist der „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“, der zu großen Teilen im Landkreis Augsburg, im „Augsburger Land“, liegt, ein essentieller Faktor im Wander- und Radtourismus, bei Themen wie Mozart und Fugger, Barock und Wallfahrten. 2024 besteht der Naturpark im Süden, Westen und Norden der Großstadt Augsburg seit 50 Jahren: Dazu erscheint das 144-seitige Taschenbuch „Kulturpark Naturpark. Landschaften, Ziele und Geschichte im Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat die Rolle des kofinanzierenden Herausgebers übernommen, der dabei vom Bezirk Schwaben und vom Landkreis Augsburg unterstützt wird. Das neue Buch weist mit mehr als 70 Ausflugs- und Reisetipps darauf hin, dass im Naturpark – nicht zuletzt im „Augsburger Land“ – neben viel Wald, Wasser und Wegen an frischer Luft spannende Kulturdenkmäler zu finden sind. Das von der Regio herausgegebene Buch erscheint im context verlag Augsburg | Nürnberg und ist bundesweit im Buchhandel zu haben. Die Regio gratuliert dem Naturpark herzlichst.

**Regio führt zum UNESCO-Welterbe im „Augsburger Land“**

Auch der Landkreis Augsburg „hat“ Welterbe. Sowohl in den Broschüren zum UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ als auch über die Präsentation des neu konzipierten Lechradwegs – in den Radwanderbroschüren der Regio wie über ihr Tourismusmagazin mit seinen jährlich rund 100.000 Leserinnen und Lesern (das alles zusätzlich digital) – weist die Regio auf die drei Welterbe-Objekte in Gersthofen, Langweid und Meitingen hin. Darüber hinaus führt die Regio bei dieser Thematik zu weiteren Zielen wie dem Klostermühlenmuseum Thierhaupten, an den Lechkanal sowie in die Lechauen im nördlichen Landkreis Augsburg.

**Stadt-Land-Kooperation der Region im Fachmagazin hervorgehoben**

Was für das „Wittelsbacher Land“ gilt (siehe dazu den Beitrag auf Seite 12), gilt auch für das „Augsburger Land“. Tourismusexperte Prof. Dr. Harald Pechlaner hat im „BayTM-Magazin“ der Bayern Tourismus Marketing GmbH 2023 die Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH in Bezug auf die sehr gute stadtrregionale Kooperation hervorgehoben. Der Inhaber des Lehrstuhls Tourismus und Leiter des Zentrums für Entrepreneurship an der Universität Eichstätt-Ingolstadt hatte die Regio Augsburg Tourismus GmbH mit Blick auf herausragende Praxisbeispiele für Stadt-Land-Kooperationen im Tourismus (bezogen auf Augsburg und seine beiden Nachbarlandkreise) als einzige Tourismusorganisation in ganz Bayern explizit genannt.



**Zur Lechfeldschlacht und zu Römern ins „Augsburger Land“**

Die Geschichte Augsburgs lässt sich ohne das „Augsburger Land“ kaum erzählen, und die touristische Vermarktung der jeweiligen Gebietskörperschaft setzt den Blick auf die jeweils andere voraus. Das zeigte sich auch bei von der Regio Augsburg Tourismus GmbH 2023 herausgegebenen Broschüren zu den Römern und zum Ulrichsjubiläum, die als hochauflage Printprodukte verteilt werden und die auf der Regio-Website digital verfügbar sind. In die Faltbroschüre „Die Römer in und um Augsburg“ konnten Ziele in Königsbrunn und Schwabmünchen, Gersthofen und Gablingen, Langweid und Zusmarshausen eingebunden werden. Das Prinzip „Augsburg plus Umland“ bietet sich bei anderen Themen an, wie bei der zum Ulrichsjubiläum 2023/24 herausgegebenen Broschüre „Bischof Ulrich von Augsburg“. Das „Augsburger Land“ ist dort mit Stationen in Graben und Königsbrunn vertreten. Der „955 Informations- und Präsentationspavillon“ konnte so ebenso beworben werden wie der digitale „Geschichtspfad 955“, der auch zum Fischacher Buschelberg führt.



**Großes Interesse an einer Studie zum Thema Mountainbiken**

Annähernd hundert Interessierte kamen zur Auftaktveranstaltung in „Kongress am Park“: Es war der Beginn der Arbeit an einer von der Regio Augsburg Tourismus GmbH in Auftrag gegebenen Machbarkeitsstudie. Die Stadt Augsburg und die beiden Nachbarlandkreise Aichach-Friedberg und Augsburg hatten die Regio damit beauftragt, diese Machbarkeitsstudie auszuschreiben. Sie soll die Chancen aufzeigen, die der Massensport Mountainbiken nicht zuletzt auch für das „Augsburger Land“ bietet. Die wirtschaftliche Bedeutung des Mountainbikens zeigt sich darin, dass dieser Breitensport längst ein Massenphänomen ist. Fast 17 Millionen Deutsche nutzten 2022 in ihrer Freizeit ein Mountainbike. Das „Augsburger Land“, darin war man sich einig, bietet für Mountainbiker gute Bedingungen.

**Aktualisierte Ausgabe: attraktive Radrouten im „Augsburger Land“**

Wegen der großen Nachfrage legte die Regio Augsburg Tourismus GmbH ihre Broschüren mit Radwandertipps zu Routen in Augsburg und in der Region 2023 neu auf: Die Broschüre „Radel Touren in der Region Augsburg“ wurde aktualisiert. Die Prospekte werden mit einer interaktiven Rad- und Wanderkarte im Geoportal der Regio begleitet: Digital- und Printangebot ergänzen sich. Neben sieben Radtouren speziell im „Augsburger Land“ werden Fernradwanderwege präsentiert, die durch das „Augsburger Land“ führen, wie der neue Lechradweg, der neue München-Augsburg-Radweg oder die Route an der Romantischen Straße.



**Landkreis Augsburg – 2023 bei Ankünften und Übernachtungen weiter im Aufwärtstrend**

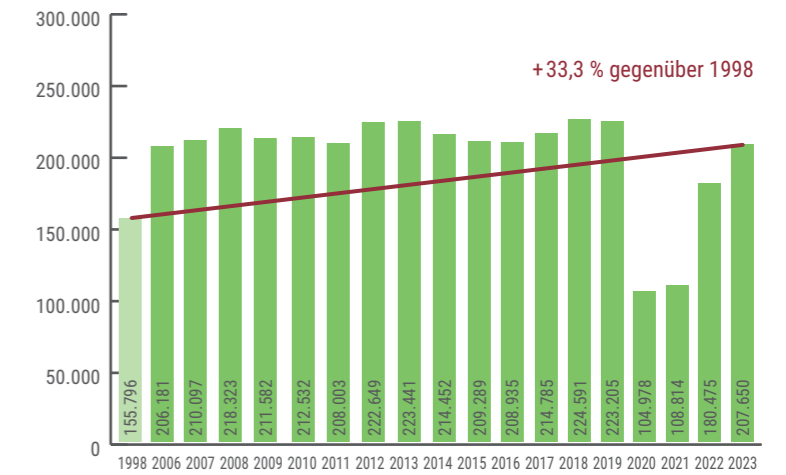
Im Landkreis Augsburg haben sich die statistischen Werte sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen wieder den sehr guten Ergebnissen der Jahre 2018 und 2019, den Zahlen vor dem Beginn der Corona-Pandemie, angenähert. Insgesamt 207.650 Gästeankünfte im Jahr 2023 bedeuten gegenüber dem vorausgegangenen Berichtsjahr den hohen Zuwachs von 15,1 %. Damit weitgehend korrelierend lag die Zahl der Übernachtungen bei 397.811, was in der Statistik eine ebenfalls signifikante Verbesserung (+13,4 %) nach sich zog.

Während sich die zuletzt aufgestockten Bettenkapazitäten im Landkreis Augsburg gerade in Großstadtnähe aufgrund der pandemiebedingten Einschränkungen im Messe-, Tagungs- und Kongressgeschäft in den zwei Kalenderjahren 2020 und 2021 bei den statistischen Werten relativ schwach niedergeschlagen hatten, hat sich das Blatt mit dem Ende der Corona-Delle signifikant gewendet. Nach dem noch immer unbefriedigenden Ergebnis im Berichtsjahr 2022 wurden 2023 sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen wieder passable Werte erzielt, die allerdings noch immer unter den Zahlen der Jahre 2018 und 2019 liegen.

Um die Steigerungsraten des Jahres 2023 für den Landkreis Augsburg in Relation zu anderen Tourismusdestinationen einordnen zu können, lohnt sich aber ein Blick auf den bayernweiten Trend. Dort lag das Plus bei den Ankünften bei 13,6 %, bei den Übernachtungen bei 8,7 %. Die Erholungsphase des Tourismus im „Augsburger Land“ (dort mit +15,1 % respektive +13,4 %) schlug sich folglich bei den Ankünften leicht überdurchschnittlich sowie bei den Übernachtungszahlen sogar signifikant mit Werten über dem gesamt-bayerischen Level nieder.

Bei den statistisch erfassten Übernachtungen zeigt sich das Ergebnis im Landkreis Augsburg im Berichtsjahr 2023 folglich sogar weit überdurchschnittlich verbessert. Das hängt wohl nicht zuletzt mit der nennenswerten Erweiterung der Bettenkapazitäten am Rand der Großstadt Augsburg (in Gersthofen und Neusäß) zusammen.

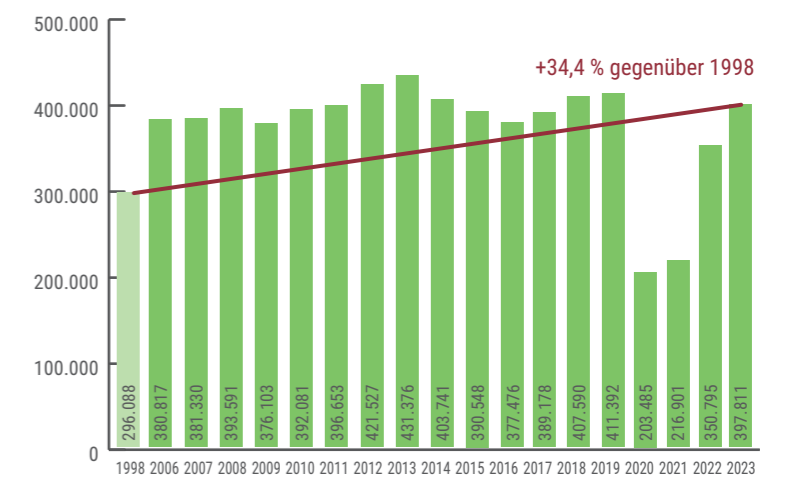
**Ankünfte**



Landkreis Augsburg (2022 – 2023: +15,1 %)

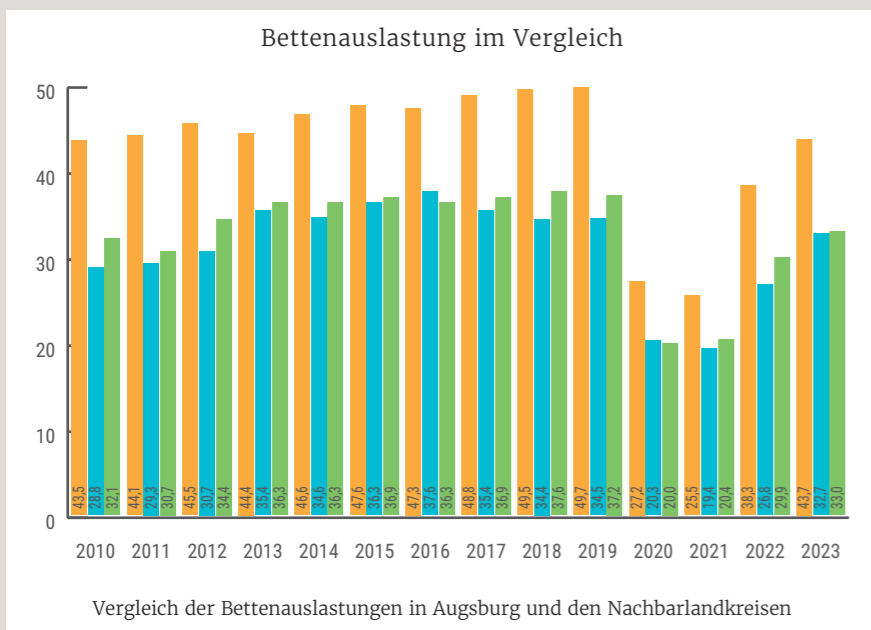
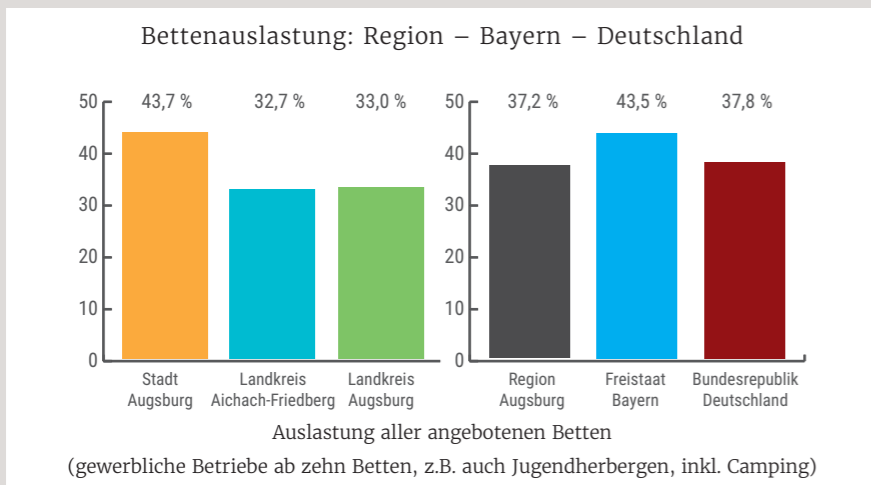
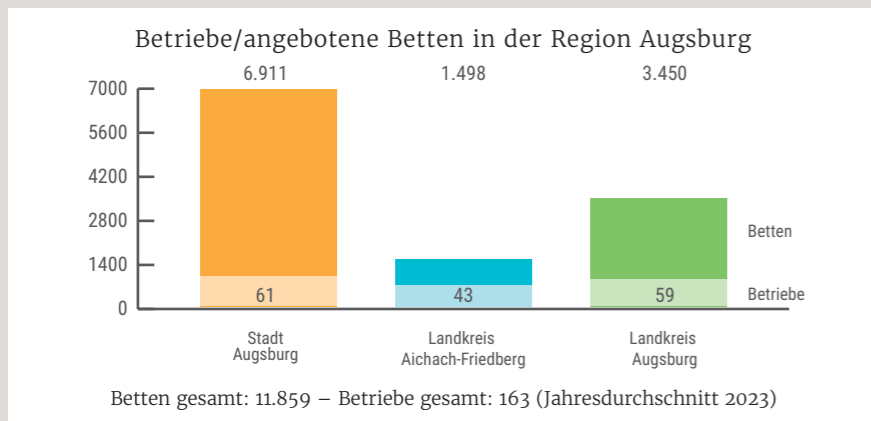
Mit der Steigerungsrate von mehr als 15 Prozentpunkten näherte sich der Zahl der Gästeankünfte im Landkreis Augsburg im Jahr 2023 wieder den guten Werten der Berichtsjahre vor der Corona-Delle an. Das Wachstum lag sogar noch leicht über dem bayerischen Durchschnitt (+13,6 %).

**Übernachtungen**



Landkreis Augsburg (2022 – 2023: +13,4 %)

Die Wachstumsrate bei den Übernachtungen im Landkreis Augsburg lag mit einem Plus von 13,4 % beim Anderthalbfachen des Mittelwerts aller bayerischer Destinationen (dort insgesamt +8,7 %). Die Entwicklung im Landkreis Augsburg darf folglich als deutlich überdurchschnittlich gesehen werden.



Trotz einer erneut höheren Zahl sowohl bei den Übernachtungsbetrieben als auch bei den Hotelbetten ist die Bettenauslastung in der Region im zweiten Jahr nach der Corona-Delle signifikant gestiegen. Am deutlichsten zeigt sich der Anstieg der Auslastung in der Stadt Augsburg, obwohl es dort die größten Zuwächse beim Bettenangebot gab. Dies erklärt sich auch damit, dass größere Veranstaltungen mit einem höheren Bedarf an Betten, etwa bei Kongressen, erst auf Basis einer ausreichenden Bettenzahl stattfinden können.

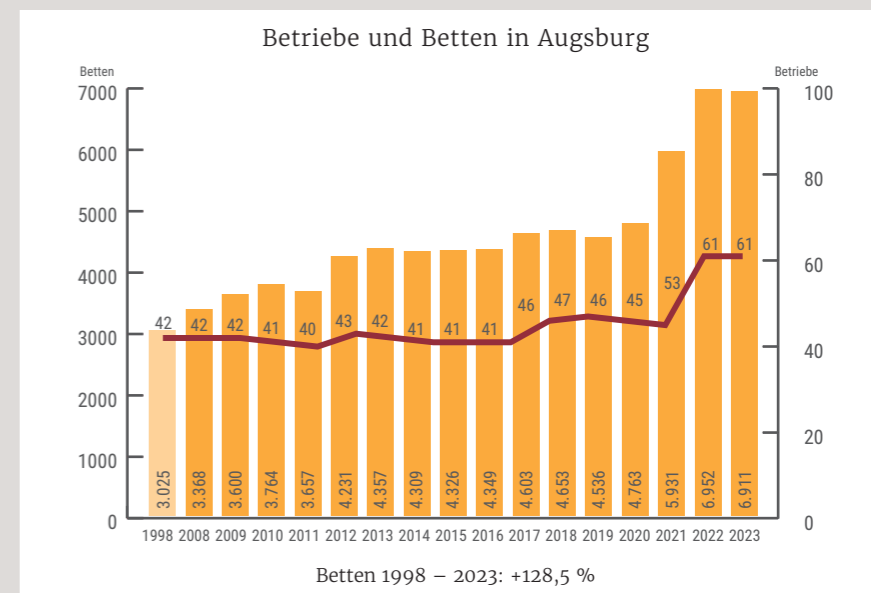
\* Hinweis: Bei der Bewertung der Bettenauslastung kommt es des Öfteren zu fehlerhaften Interpretationen. Eine Bettenauslastung von rund 50 % bedeutet zum Beispiel nicht, dass nur rund 50 % der Hotelzimmer belegt sind. Da sehr viele als Einzelzimmer gebuchte Hotelzimmer mit zwei Betten ausgestattet sind, 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: höhere Bettenzahl – und bessere Bettenauslastung

Trotz der vorübergehend schwierigen Lage haben in Augsburg seit Ende 2020 mehrere Hotelbetreiber in neu entstehende Gästebetten investiert. Nicht zuletzt die Investoren größerer Übernachtungsbetriebe haben ganz offensichtlich nach wie vor volles Vertrauen in die Rentabilität von neuen Übernachtungsangeboten am Standort Augsburg. Ein Beispiel für diese Entwicklung ist das Hotel Leonardo Augsburg, durch das Ende 2022 insgesamt 235 Zimmer mit 510 Betten das gesamte Angebot erweiterten.

Die Summe der Hotelbetten in Augsburg ist 2023 weiter gestiegen. Bei gleicher Anzahl Augsburger Übernachtungsbetriebe (2022 wie 2023 jeweils 61) ist die Zahl der Betten von 6.297 im Jahr 2022 auf 6.911 im Jahr 2023 angewachsen.

Dass trotz einer signifikanten Zunahme bei Hotelbetten in der Stadt Augsburg zwischen 2019 (4.536 Betten) und 2023 (6.911 Betten, das ist ein Zuwachs von 52,4 %) die Bettenauslastung mit fast 44 % im Berichtsjahr relativ hoch ausfiel, basiert auf zwei Faktoren. Ein Faktor ist die Überwindung der Corona-Krise, die (auch strukturell) den Tourismus in Großstädten besonders hart getroffen hatte. Der zweite Faktor bestätigt die touristische Binsenweisheit, dass dort, wo viel ist, viel hinkommt: Die Veranstalter legen Wert darauf, dass die Teilnehmer ihrer Firmentreffen und Seminare, Tagungen und Kongresse oder auch nur Betriebsausflüge möglichst in einem Haus mit entsprechenden Kapazitäten oder wenigstens in Hotels ohne größere Entfernungen voneinander untergebracht werden. Sind solche Kapazitäten nicht vorhanden, führt das dazu, dass ein Standort ausgerechnet bei Veranstaltungen mit hoher Teilnehmerzahl nicht zum Zug kommt: So entsteht ein sich selbst verstärkender negativer Effekt. In der Vergangenheit hatte dies auch in Augsburg wiederholt dazu geführt, dass diese Stadt gerade bei Veranstaltungen mit hoher Teilnehmerzahl durchs Raster fiel. Bei der Analyse der statistischen Daten zu den Übernachtungsbetrieben in der Region erscheint die Konstellation, dass ausgerechnet in Augsburg, wo bis 2022 besonders viele neue Gästebetten entstanden sind, die Bettenauslastung trotzdem relativ hoch ist, also nur auf den ersten Blick paradox.



Mit einer Auslastung von 43,7 % liegt die Stadt Augsburg nicht nur über dem Durchschnitt der Gesamtregion Augsburg (37,2 %), sondern sogar über dem Durchschnitt des Tourismuslandes Bayern (43,5 %) sowie auch erheblich über dem bundesweiten Mittelwert bei der Bettenauslastung (37,8 %). Dass die Augsburger Hotellerie mit weiterem Wachstum rechnet, vermittelte ein Beitrag in der „Augsburger Allgemeinen“ am 6. März 2024. Denn die Schlagzeile im Lokalteil der Zeitung lautete: „Maximilian's investiert Millionen“. Dass die erweiterten Bettenkapazitäten sehr wahrscheinlich nicht zu einem Überangebot und zu einem Verdrängungswettbewerb am Standort führen werden, unterstreicht ein Vergleich der Anzahl der Gästebetten in der Stadt Augsburg mit der Anzahl der Betten in vergleichbaren Städten Deutschlands.

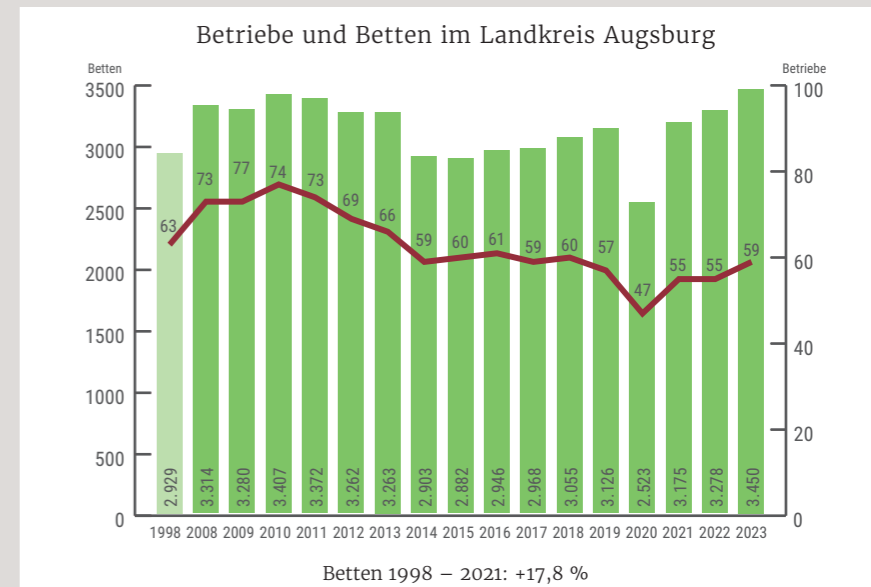
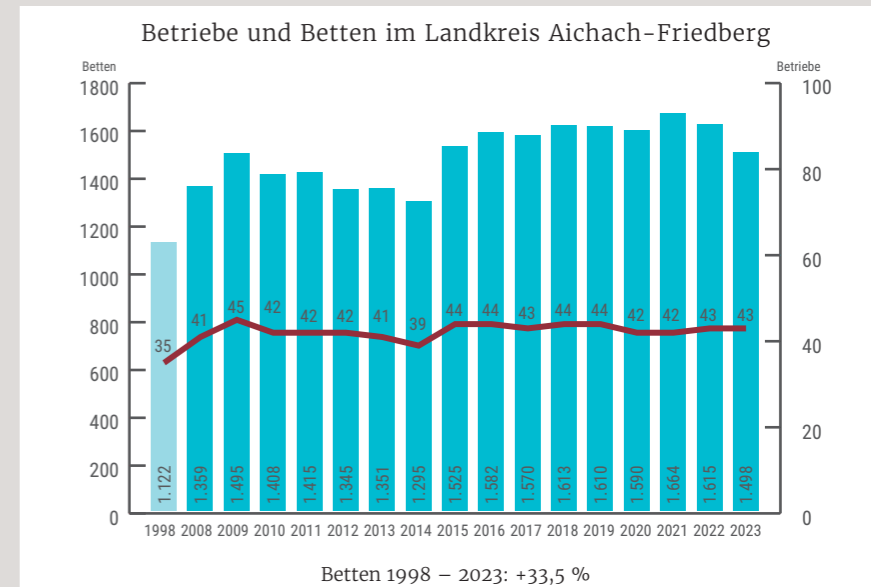
Stadt	Betten	Einwohner	Bettenintensität*
Freiburg	12.401	244.000	508
Würzburg	5.619	130.671	430
Nürnberg	22.667	550.000	412
Regensburg	8.871	175.371	505
Mannheim	9.621	315.554	304
Augsburg	6.863	306.000	224

(\*Anzahl Betten pro 10.000 Einwohner)

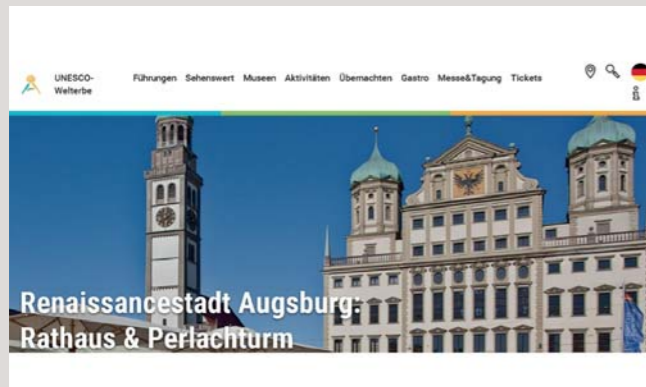
### Divergierende Entwicklung in den beiden Landkreisen

Im Landkreis Aichach-Friedberg hat sich die Anzahl der Übernachtungsbetriebe seit 2015 (damals 44) nur unwesentlich verändert. Die Zahl der Betriebe blieb in den Jahren 2022 und 2023 (je 43) gleich. Allerdings sank im „Wittelsbacher Land“ die Zahl der Betten von 1.615 im Jahr 2022 auf 1.498 im Jahr 2023. Zusammen mit dem Plus bei den Übernachtungen (8,0 %) führte dies immerhin zu einer höheren Bettenauslastung (2023: 32,7 %).

Im Landkreis Augsburg stieg dagegen die Anzahl der Betriebe gegenüber dem Vorjahr nochmals weiter an (59 Betriebe im Berichtsjahr gegenüber 55 im Jahr 2022). Das führte im „Augsburger Land“ zu einer Erhöhung des Angebots von 3.278 Betten auf 3.450 Betten im Berichtsjahr. Trotz des um 5,2 % erweiterten Bettenangebots verbesserte sich aber die Bettenauslastung von 29,9 % im Jahr 2022 auf zuletzt 33,0 %. Basis dafür war das Plus von 13,4 % bei den Übernachtungen in 2023.



Die Bettenzahl in den Landkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg hat sich in den letzten Jahren divergierend entwickelt. Im Landkreis Augsburg ist das Bettenangebot 2023 erneut gewachsen.

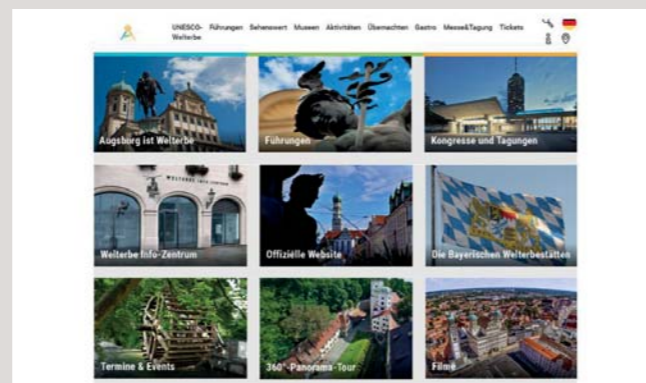
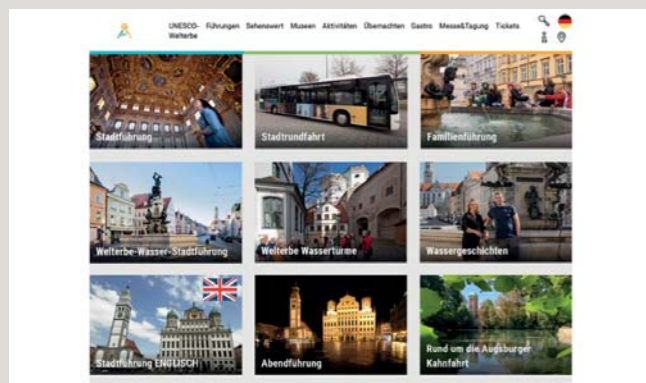


**Der Kommunikationsmix im Marketing für die Region**

- Die Regio Augsburg Tourismus GmbH betreut die Tourismusregion Augsburg mit einem umfassenden Kommunikationsmix. Genutzt werden dabei regionale, nationale und transnationale touristische Netzwerke:
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
  - Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM)
  - Historic Highlights of Germany (HHOG)
  - Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben (TVABS)
  - Romantische Straße
  - Sisi-Straße
  - Europäische Fuggerstraße
  - Augsburg Marketing
  - Kongresszentrum Augsburg

- Die Maßnahmen im Marketingmix sind
- Internet
  - Social Media
  - Verkaufsförderung über Messen
  - Pressearbeit
  - Printproduktionen
  - Werbung (Anzeigen, Plakate)

Auf der Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH in deutscher Sprache waren 2023 die Führungen (unten links) mit 87.174 Aufrufen die meistfrequentierte Seite. Auf Platz zwei lag die Seite zum UNESCO-Welterbe (unten rechts) mit 70.256 Aufrufen.



**Internet: die Führungen und das Welterbe sind gefragteste Themen**

Die Auswertung der Nutzung der Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH ergibt nachfolgende Informationen, die über die Relevanz von Themen sowie über die Bedürfnisse der User Auskunft geben:

- Seitenansichten (DE): 354.297
- Seitenansichten (EN): 25.191
- Seitenansichten (IT): 3.097
- Seitenansichten (JAP): 1.091

Statistische Daten:

- Klicks gesamt: 262.061
- Impressions gesamt: ca. 13,9 Mio.
- Klick-Rate CTR 62,67 %

Die Top-Themen der Website (DE) sind – mit deutlichem Abstand zu allen anderen Themen – Führungen (87.174 Aufrufe) und das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ (70.256). Mehr als 30.000 User informierten sich über die Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH zu den Sehenswürdigkeiten.

Neben der Website für die Tourismusregion Augsburg betreut die Regio – teils auch in Geschäftsbesorgung – Partner von Tourismus-Kooperationen (Sisi-Straße, Europäische Fuggerstraße) bei gemeinsamen Internetauftritten (Konzeption, Texte, Fotografie und

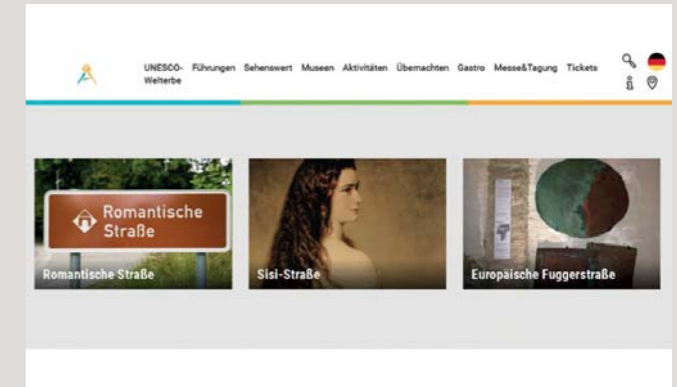
Design). Mit diesen Kooperationen erweitert die Regio Augsburg Tourismus GmbH die Streubreite der Bewerbung der Region Augsburg und ihrer Themen sukzessive auch in den relevanten Fremdsprachen.

**Social Media: täglich Beiträge und hohe Steigerungsraten**

Die Kommunikation über Soziale Netzwerke wie Instagram und Facebook erreicht zum einen zusätzliche Zielgruppen. Zum anderen ermöglicht sie es, auch kurzfristig – sogar tagesaktuell – zu kommunizieren und interaktiv mit potenziellen Gästen in Austausch zu treten.

Bei Instagram konnte die Anzahl der Follower – jener Personen, die die Nachrichten der Regio regelmäÙig verfolgen, weil sie diese quasi abonniert haben – 2023 von 4.240 auf 5.507 gesteigert werden (+30 %). Erzielt wurde eine Reichweite von 522.332 Usern, welche die Beiträge der Regio wahrgenommen haben.

Die Reichweite auf Facebook konnte die Regio Augsburg Tourismus GmbH in 2023 um 265 % auf 98.416 steigern, die Content-Interaktionen (Handlungen, die Menschen im Zusammenhang mit Postings und Anzeigen vornehmen – zum Beispiel das Teilen oder Kommentieren von Beiträgen) um 70,3 %



auf 4.468. Mit bezahlten Kampagnen erreichte die Regio etwa zum Thema Augsburg Calling bei Facebook 78.237 User und 87.271 Impressionen – viele Personen haben diesen Beitrag also mehr als einmal angesehen. Beim Thema UNESCO-Welterbe wurden 17.887 Personen und 21.244 Impressionen registriert, und beim Thema „RENAISSANCE start again“ waren es 5.922 Personen (6.167 Impressionen). Ende 2023 hatte die Regio auf Facebook 8.401 Follower.

Stärkste Monate im Social-Media-Marketing waren der November und der Dezember: Auf Instagram erreichte die Regio 229.144 Konten. Dies ist vor allem auf den Instagram-Adventskalender zurückzuführen. Dank attraktiver Preise erzielte die Regio überdurchschnittlich hohe Engagementraten (ER: die Anzahl der Personen, die auf einen Beitrag mit Likes, Kommentaren oder Shares reagieren) von bis zu 15,18 % je Post. Mit der wöchentlichen Aktion „Rätselhafter Montag“ erreicht die Regio auf Instagram durchschnittliche Engagementraten (ER) von 8,0 %/Post. Verlosungen zu verschiedenen Veranstaltungen in der Region Augsburg und in der Stadt erzielen Aufmerksamkeit und gewinnen neue Follower. Einige Beispiele:

- Rätselhafter Montag/Beitrag Kathanhaus, 01.02.2023: ER 11,64 %
- Rätselhafter Montag/Beitrag Wasserwerk Langweid, 03.07.2023: ER 7,1 %

- Beitrag Radel- und Wandertouren in der Region, 26.08.2023: ER 13,28 %
- Gewinnspiel Christmas-Garden-Tickets, 9. November: ER 10,15 %
- Beitrag Fronhof „Was für ein schöner Wintertag“, 12.12.2023: ER 11,37 %

Durchschnittlich veröffentlichte die Regio einen Beitrag pro Tag auf Facebook und Instagram, als Post (Text-/Bildbeitrag), Reel (Kurzvideo, zum Beispiel zur Ausstellung „Unheimlich“ im Wittelsbacher Schloss in Friedberg, ER: 4,05 %, Impressions: 3.130, Reichweite: 2.563) oder Story (Beiträge, die nach 24 Stunden wieder verschwinden, zum Beispiel zur Christkindlestram im Dezember, Reichweite: 509, oder zum Kunstwerk Open Air auf dem Gaswerksgelände im Juli, Reichweite: 621). Dabei werden auch die Landkreise Aichach-Friedberg und Augsburg wöchentlich berücksichtigt.

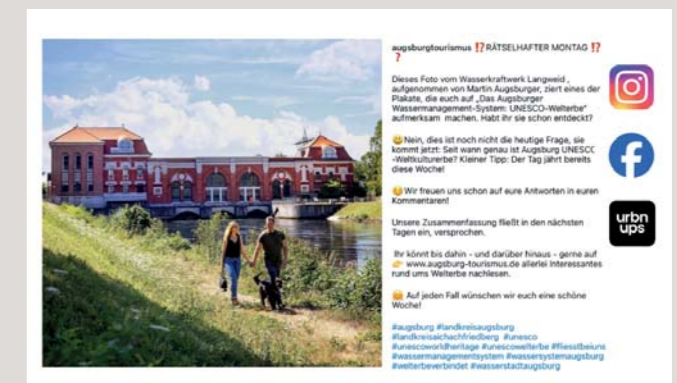
**Digital und Druck: ein sich jeweils selbst verstärkender Medienmix**

Im Zuge zunehmender Digitalisierung werden virtuelle Inhalte immer wichtiger, ohne dass dabei gedruckte Werbemittel vernachlässigt werden sollten. Das hängt zum einen mit der Interessenlage der für Augsburg und die Region erwartbaren Klientel speziell im für Augsburg und die Region wesentlichen Städte- und Kulturtourismus, aber auch mit

Wie die Stadt Augsburg sind die Landkreise Augsburg und Aichach Friedberg sowie die Ferienstraßen auf der Website der Regio ebenso vertreten wie in den Social-Media-Posts (Bilder unten).

der demografischen Schichtung dieser Zielgruppe zusammen. Das Zusammenspiel von Digital und Druck funktioniert insbesondere durch gegenseitige Verstärkung: Schnelle und überall erreichbare Information sucht der Gast in der Regel überwiegend im Internet. Die sachliche wie emotionalisierende Vertiefung von Inhalten wird üblicherweise eher über Printprodukte erreicht.

Redaktionelle Inhalte werden für alle Medien und Kanäle in der Regel über Printprodukte generiert und als Zusatznutzen für die Website auf- und vorbereitet. Ein optimierendes Zusammenspiel erhöht die Erfolgchancen bei der Bewerbung der Gäste mit ihren individuellen Bedürfnissen, Gewohnheiten und Präferenzen bei der Mediennutzung. Die Querverweise im Internet auf Printprodukte und vice versa optimieren also die Chancen für die erfolgreiche Ansprache des gesamten Spektrums der Zielgruppen.





Tourismussessen sind mehr als „nur“ Verkaufsförderung. Sie sind auch eine Kontaktbörse bis hinein in die Landespolitik: Bei der ITB des Jahres 2024 etwa überreichte Tourismusdirektor Götz Beck der Bayerischen Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus, Michaela Kaniber, MdL, eine Jim-Knopf-Mariette, die sie an die Augsburger Puppenkiste und damit an Augsburg erinnern soll.

### Messen – der direkteste Weg zum Kundenkontakt

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

- CMT, Stuttgart (Caravan Motor Touristik Messe, 14.–22.01.2023)
- f.re.e, München (Bayerns größte Reise- und Freizeitmesse, 22.–26.02.2023)
- ITB, Berlin (Internationale Tourismus-Börse Berlin, weltweite Leitmesse der Tourismusbranche, gemeinsam mit dem Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben; Mitaussteller Alpen Air, 07.–09.03.2023)
- interlift, Augsburg (Weltleitmesse für Aufzugtechnik, 17.–20.10.2023)
- Airtec, Augsburg (internationale Fachmesse für Zulieferer aus der Luft- und Raumfahrt, 25.–27.10.2023)
- SuperStay Live, Augsburg (Messe für Ferienimmobilien, 10.–12.11.2023)

### Lokale und regionale Pressearbeit und Journalistenbetreuung

Pressearbeit und Medienbetreuung für lokale, regionale, nationale und auch nicht-deutsche



wurden Medien (z.B. Augsburg Allgemeine, a3kultur, top schwaben oder auch die Mitgliederzeitschrift des Deutschen Alpenvereins) individuell beliefert. Die Themen reichten von der Bedeutung des Tourismus über den Hinweis auf Themenbroschüren (etwa zum Ulrichsjubiläum 2023/24) und den neuen Lechradweg bis hin zur Augsburger „Märchenstraße“ oder zu Veranstaltungen des „Fugger und Welser Erlebnismuseums“.

Presseveranstaltungen wurden 2023 zum Thema „Mountainbiken“ in „Kongress am Park“ sowie zum Thema „Märchenstraße“ in der Tourist-Info am Rathausplatz organisiert. Über den Presseservice des context verlags übernimmt die Regio in Geschäftsbesorgung fallweise Maßnahmen der Pressearbeit für die transnationalen Tourismuskoooperationen im gesamten deutschsprachigen Raum. Das gilt für die „Sisi-Straße“ ebenso wie für die „Europäische Fuggerstraße“.

Immer wieder überschneiden sich bei der Pressearbeit die Interessenlagen der Regio Augsburg Tourismus GmbH und die des Kongresszentrums „Kongress am Park“. Hier werden bei der Pressearbeit organisatorische Synergien genutzt, wo dies den Kosten- und Zeitaufwand reduzieren hilft.

Marián Jakubócy, Botschafter der Slowakischen Republik in Deutschland, informierte sich im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ zur „Europäischen Fuggerstraße“. Begleitet und geführt wurde der Diplomat von Tourismusdirektor Götz Beck und dem Administrator der Fuggerschen Stiftungen, Wolf-Dietrich Graf von Hundt.



An der Pressekonferenz zur „Kunsthalle UG“ nahmen Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle (Aufsichtsratsvorsitzender der Kongress am Park Betriebs GmbH), die Augsburger Stadträtin Lisa McQueen (als Vorsitzende des Vereins Schöne Felder), Kulturreferent Jürgen Enninger und Götz Beck – Geschäftsführer der Kongress am Park Betriebs GmbH und Tourismusdirektor – teil.

### Journalistenbetreuung in Kooperation mit der DZT

In Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) betreute die Regio 2023 in Augsburg Journalisten aus Frankreich, Italien, Spanien und Slowenien. Aus dem englischsprachigen Raum kamen jeweils Journalisten aus Großbritannien, den USA und Kanada. Betreut wurde 2023 außerdem eine „DZT Avantgarde Studienreise“ mit Journalisten aus Dänemark und den Niederlanden, aus Norwegen, Irland, Italien und der



Slowakei sowie aus den USA, Kanada, Kuwait, Israel, Japan und Deutschland.

### Journalistenbetreuung in Kooperation mit weiteren Partnern

In Zusammenarbeit mit den Historic Highlights of Germany (HHoG) betreute die Regio 2023 Journalisten aus den USA sowie aus Südamerika. Weitere Medienbeiträge konnten über den Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben (TVABS) sowie über die Arge Romantische Straße lanciert werden, wobei die Regio auch in diesen Fällen die Betreuung von Journalisten in Augsburg übernahm.

### IJP International Journalists' Programmes

Im Rahmen der „IJP International Journalists' Programmes“ wurden Journalisten aus dem Vereinigten Königreich (UK), aus Italien,

Schweden, Finnland und Island, aus Südamerika und aus deutschen Medienhäusern (BR, NDR, Bild, taz etc.) in Augsburg betreut.

### Journalistenbetreuung im Quellmarkt Italien

Die Betreuung von Journalisten und Medien in dem für die Region Augsburg besonders wichtigen Quellmarkt Italien übernahm auch 2023 Riccardo Celani (RC MARKETING & KOMMUNIKATION) mit Sitz in Legnano in der Lombardei als PR-Agent für die Regio Augsburg Tourismus. Celani versorgt italienische Medien monatlich mit Pressemeldungen zur Region Augsburg sowie zur „Sisi-Straße“.

Neben zahlreichen Online-Beiträgen und kleineren Zeitungs- und Zeitschriftenartikeln über Augsburg erschien im August 2023 in der Mailänder Reisezeitschrift „Stampa“ ein sechsstufiger Beitrag zu Augsburg – unter anderem mit den Themen UNESCO-Welterbe, Renaissancestadt, Brechthaus und Botanischer Garten sowie mit Tipps zu Übernachtung, Gastronomie und Einkauf.

2023 konnte die Regio Augsburg Tourismus GmbH zwei Presseterminen zu neuen, für den Tourismus in der Region besonders relevanten Kulturreiseführern für den Verweis auf eigene touristische Angebote nutzen – im Augsburger Bischofsgarten anlässlich der Neuerscheinung eines Kulturreiseführers zum heiligen Ulrich (mit Bischof Dr. Bertram Meier) sowie im Augsburger Zeughaus zum Thema „Römer“ (mit Oberbürgermeisterin Eva Weber und Kulturreferent Jürgen Enninger). Johannes Hintersberger und Götz Beck vertraten die Regio Augsburg Tourismus GmbH.



### Anzeigenwerbung

Anzeigenschaltungen und PR-Anzeigen sind für die Regio Augsburg Tourismus GmbH nur im Einzelfall und zu bestimmten Anlässen (nicht zuletzt zur Unterstützung von Partner-Aktivitäten wie 2023 das Brecht-Festival und die Ausstellung der Kunstsammlungen und Museen Augsburg zum 450. Geburtstag von Elias Holl) möglich und sinnvoll. 2023 wurden Anzeigen in den nachfolgend aufgeführten Medien sowie zu den genannten Anlässen beziehungsweise Themen beauftragt sowie zumeist auch gestaltet.

- Aichacher Zeitung: 1 Seite, Veranstaltungsübersicht 2023
- Augsburg Journal: 1/2 Seite, Brecht-Geburtstag
- Augsburg Journal Reporter: 6-Spalten, 220 mm, Brecht-Festival
- bikeline Radführer Lechradweg: 1 Seite, UNESCO-Welterbe
- DZT Wien: Beteiligung Kampagne UNESCO, Online-Content-Placement und Social Media
- Reiseguide in „DIE WELT“: Sisi-Straße
- DAV-Magazin Alpenblick, 1/3 Seite, AUGSBURGMagazin der Regio
- Lichtblicke, Magazin Elterninitiative krebskranker Kinder: 1/4 Seite, Fugger und Welser Erlebnismuseum
- Ferienmagazin: 1/4 Seite, UNESCO-Welterbe
- Immonova Magazin: 3 Seiten, Veranstaltungshighlights
- Junge Welt: 99 x 100 mm, 125 Jahre Brecht
- Supplement Manager Seminare: 1/2 Seite PR, Tagen in Augsburg
- Protector Magazin: Advertorial gemeinsam mit „Kongress am Park“, 4 Seiten
- Katholische Sonntagszeitung: 3 Spalten, 100 mm, Ulrichsjubiläum
- Schlossmagazin: 1/2 Seite, Elias Holl
- top schwaben: 1/2 Seite, Elias Holl
- a3kultur: Anzeigenschaltung Holl-Jubiläum

### Plakatwerbung

Plakatwerbung ist für die Regio Augsburg Tourismus GmbH nur in Einzelfällen möglich. 2023 gestaltete die Regio fünf Plakatt motive zum Thema UNESCO-Welterbe. Eingesetzt wurden die Plakate im Innenmarketing (etwa in der Stadtverwaltung Augsburg, zum Beispiel aber auch in der Hotellerie).

Die Einzelplakatierung für die Tourist-Information am Rathausplatz verweist auf die Führungsangebote der Regio.

### 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 25 bis 27). Diese Publikationen kommunizieren zum einen aktuelle, einmalige Anlässe, zum anderen aperiodisch beworbene Dauerthemen. 2023 betraf dies etwa Broschüren zum Thema Römer in und um Augsburg, zum Ulrichsjubiläum 2023/24 sowie zum Thema Fugger in Augsburg und – aus Anlass des neuesten Partners an dieser Kulturreiseroute, des spanischen Almadén – zur „Europäischen Fuggerstraße“. Während in der Regel das Erscheinungsbild der Regio Augsburg Tourismus GmbH durchgängig zum Tragen kommt, ist diese für alle Partner dieser Kulturreiseroute übernommene Produktion außerhalb des üblichen Rahmens entstanden. Außerhalb des in der Regel vorgegebenen Design-Rahmens werden auch Broschüren für das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ gestaltet.

Daneben wurden auch 2023 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 Brecht-Haus-Programm neu aufgelegt. Gemessen an der Abnahme waren Broschüren zum UNESCO-Welterbe und nicht zuletzt zu den Themen Stadtpaziergänge, Wandern und Radwandern 2023 besonders stark nachgefragt. Allgemein interessierende Themen ohne ständigen Aktualisierungsbedarf werden teilweise über längere Zeiträume hinweg distribuiert und – jeweils aktualisiert – nach Bedarf nachgedruckt.

2024 werden Broschüren zu den Führungen der Regio entlang der Stadtmauer zur Kahnfahrt sowie zum Kunstmuseum Walter und zur geplanten Holbein-Ausstellung konzipiert.

Mit dem zentralen Printwerbemittel der Regio Augsburg Tourismus GmbH, dem 100-seitigen Reisemagazin „AUGSBURG. Wittelsbacher Land & Augsburg Land“, erreichen touristische Themen der Region Augsburg jährlich circa 100.000 Leser. Dabei bestätigt sich generell, dass emotionalisierende, durch Inhalt und Bebilderung ansprechende Print-

produkte mit professioneller Redaktion vom Internet weder teilersetzt noch gar verdrängt werden. Das zeigt sich unter anderem am gleichbleibend starken Interesse der Werbepartner an diesem nach den redaktionellen Grundsätzen einer Kiosk-Zeitschrift ausgerichteten, trotz der hohen Qualität kostenlos verteilten Tourismusmagazin. (Belegexemplare dieses Magazins gehen jeweils auch an die Deutsche Nationalbibliothek sowie an die Bayerische Staatsbibliothek.)

Die „klassischen“ Katalog- und Angebotsproduktionen, für die keine professionellen Redaktionsleistungen nötig sind, stoßen dagegen auf starke Konkurrenz gewerblicher Internet-Plattformen bei der 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 redaktionelle Arbeit an Printproduktionen wird insbesondere durch einen weiteren – meist unterschätzten – Nebennutzen noch sinnvoller: Denn durch ihre Inhalte wird zugleich seriös recherchiertes und lektoriertes Material zur Zweitverwendung auch bei der Pressearbeit sowie für Einträge im Internet, diverse Werbemaßnahmen und teils auch für Führungsangebote erstellt.

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

Fallweise fördert die Regio Augsburg Tourismus GmbH aber auch Publikationen, die von Verlagen im überregionalen Buch- und Zeitschriftenhandel vertrieben werden. 2023 galt dies – in Kooperation mit den Kunstsammlungen und Museen Augsburg – unter anderem für eine Sonderausgabe der Fachzeitschrift „MUSEUM AKTUELL“ mit dem Titel „Augsburger Renaissance“.

2024 wird die Regio Augsburg Tourismus GmbH in Kooperation mit dem Landkreis Augsburg als Herausgeberin eines bundesweit im Handel vertriebenen Taschenbuchs (Titel „Kulturpark Naturpark. Landschaften, Ziele und Geschichte im Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“) fungieren.

### Deutschsprachige Broschüren: Print – und jeweils auch digital

Den größten Teil ihrer Printwerbemittel lässt die Regio im einheitlichen Erscheinungsbild gestalten. Ausnahmen sind das jährliche „AUGSBURGMagazin“, 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 2023 gestalteten und aktuell gedruckt verfügbaren Publikationen. Alle Printprodukte sind auch als PDF zum Download auf der Website der Regio verfügbar. Vergriffene Prospekte stehen also in der digitalen Version weiterhin zur Verfügung.



**RegioMagazin 2023: AUGSBURG Wittelsbacher Land & Augsburg Land**

100-seitiges Jahresmagazin als Hauptwerbemittel 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 Distribution bei Anfragen, für Messen, zum Auslegen (erschienen Dezember 2023 für 2024)  
Auflage: 4.000 Exemplare

PDF im Web



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

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

PDF im Web



**Stadtführungen in Augsburg 2023**

Broschüre mit Kalendarium zum Führungsangebot für Individualgäste. Mit Stadtrundgängen, Stadtrundfahrten, Themenführungen und Angeboten für Kinder/Familien  
Auflage: 10.000 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



**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-Jubiläumjahr 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





PDF  
im Web

**125 Jahre Bert Brecht und Augsburg**

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



PDF  
im Web

**Veranstaltungen im Brechtthaus Augsburg**

Jahresprogramm 2023, Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen  
Auflage: 5.000 Exemplare



PDF  
im Web

**Die Römer in und um Augsburg**

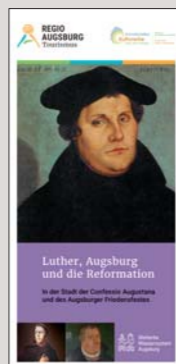
Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen  
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF  
im Web

**Mozartstadt Augsburg**

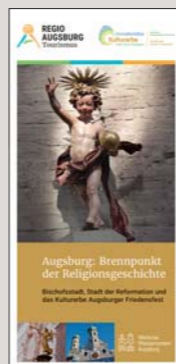
Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen  
Auflage: 10.000 Exemplare



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

**Welden feiert Ludwig Ganghofer**

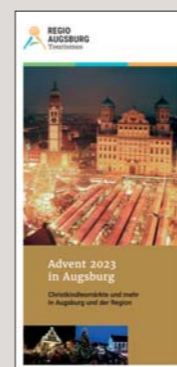
Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen  
Auflage: 10.000 Exemplare



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 2023 in Augsburg**

Broschüre für Weihnachtsmärkte in der Region Augsburg für nationale und internationale Distribution über die DZT und bei Anfragen  
Auflage: 10.000 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

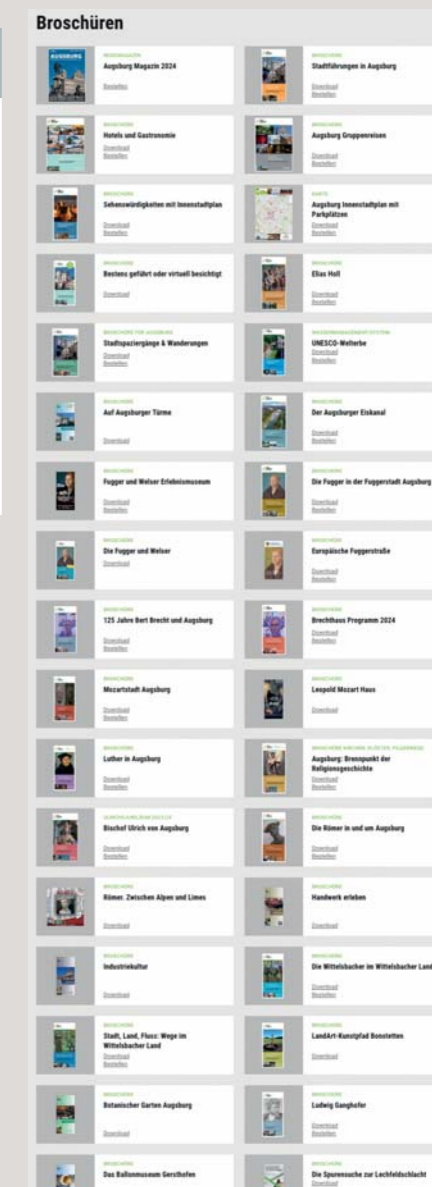


PDF  
im Web

**Radel Touren in der Region Augsburg**

Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen  
Auflage: 15.000 Exemplare

Die Website der Regio (hier nur ein Ausschnitt) erlaubt den Zugriff auf die aktuell distribuierten wie auf als Printprodukt vergriffenen Broschüren.



**Fremdsprachige Broschüren: Print, aber vor allem im Internet**

Im internationalen Tourismusgeschäft ist die Bereitstellung von Informationsmaterial in touristisch relevanten Sprachen Standard. Diese Aufgabe löst die Regio insbesondere über ihre fremdsprachigen Internetseiten und die ihrer Partner. Nur der Basisprospekt zu Sehenswürdigkeiten in Augsburg (deutsche Version siehe Seite 25) wird (in Englisch, Italienisch, Französisch) neben Broschüren zur „Europäischen Fuggerstraße“ und zum „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ in gedruckter Form produziert. Der weitaus größte Teil der fremdsprachigen Info-Broschüren ist zum Download im Internet zu finden.

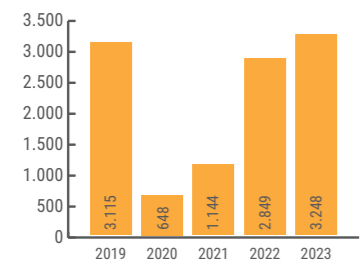


PDF  
im Web

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

jeweils ständiger Nachdruck bzw. Restauflagen, teilweise im Internet

Gebuchte Führungen in Augsburg



Die „Corona-Delle“ hatte sich bei den gebuchten Stadtführungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH deutlich bemerkbar gemacht. 2023 aber konnte sogar das sehr gute Ergebnis des touristischen Rekordjahres 2019 übertroffen werden.

### Zahl der Gästeführungen lag 2023 weit über dem Vorjahresniveau

2023 konnte die Zahl der Gästeführungen gegenüber den drei Vorjahren signifikant gesteigert werden. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie dürften damit auch in diesem Geschäftsfeld endgültig überwunden sein.

### Individuell gebuchte Führungen

Mit 3.248 bei der Regio Augsburg Tourismus GmbH im Jahr 2023 individuell gebuchten Führungen in Augsburg konnte die Zahl gegenüber dem touristischen Rekordjahr 2019 (damals 3.115 Führungen) um 4,3 % gesteigert werden. Gegenüber dem bereits relativ guten Jahr 2022 (2.849 Führungen) bedeutete dies immer noch ein Plus von 14,0 %. Die individuell buchbaren Führungen werden im Salesguide „Augsburg Gruppenreisen“ beworben. Dieser wurde im Jahr 2023 komplett überarbeitet und zum Jahreswechsel 2023/24 neu aufgelegt.

### Öffentliche Führungen

Einen Großteil der Führungen machten auch 2023 die öffentlichen Stadtrundgänge (1.744) aus. Dabei wurden insgesamt 29.982 Teilnehmer gezählt. Gegenüber 2022 bedeutete dies (2022: 1.054 Rundgänge, 25.482 Teilnehmer) ein Plus von 17,7 % bei der Anzahl der geführten Personen. Diese Zahlen kamen über folgende Angebote zustande: 1.377 öffentliche Stadtführungen (insgesamt 26.772 Teilnehmer), 83 rein englische öffentliche Stadtrundgänge (ein neues Angebot, insgesamt 333 Teilnehmer), 150 Rundgänge zum UNESCO-Welterbe (1.802 Teilnehmer) und 134 Führungen im Wasserwerk am Roten Tor (insgesamt 1.075 Teilnehmer).

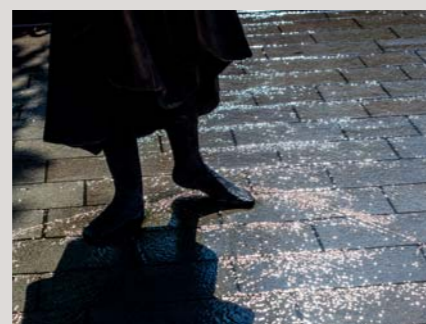
Die weitaus größte Teilnehmerzahl erbrachte also auch 2023 wieder der öffentliche Stadtrundgang (Titel: „Auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht unterwegs in der Welt-erbestadt Augsburg“). Er führt zu den Denkmälern, die an diese prominenten Namen erinnern. Stationen sind das Rathaus und der Goldene Saal, der Augustusbrunnen, die Fuggerhäuser und in die Fuggerei sowie die Lechkanäle im Lechviertel. Die Führung wird inklusive Eintritt in die Fuggerei und in den Goldenen Saal angeboten. Ab August 2024 sind das Brechthaus und das „Römerlager im Zeughaus“ Ersatzstationen für das wegen Renovierung geschlossene Rathaus.

### 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 mal 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.

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 multimaps360.de.

Ungewöhnliche Angebote wie eine Barfuß-Führung ergänzen das klassische Programm rund um Renaissance, Wasser, Fugger, Brecht und Co.



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

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

### 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 Dauer-ausstellung nachvollziehen. Zum von der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreuten



Der Geschichtspfad zur Lechfeldschlacht im Jahr 955 verbindet nicht nur Augsburg und seine beiden Nachbarlandkreise, das „Augsburger Land“ und das „Wittelsbacher Land“, sondern auch virtuelle und reale Angebote und Erlebnisse: Von einem Infopoint in Königsbrunn über Führungen bis hin zu einer Wissensspiel-App und Geocachs.

Brechthaus – dem Geburtshaus des Dichters und Dramatikers Bert Brecht – gibt es auf der Website [www.brechthaus-augsburg.de](http://www.brechthaus-augsburg.de) einen Videoguide, unter anderem mit einer Schauspielerführung und Experten-Beiträgen. 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

2023 wurden zwei neue Digitalangebote vorbereitet, die im Lauf des Jahres 2024 zur Verfügung stehen sollen: Die Regio hat den „Augsburger Handwerkerweg“ überarbeitet. Neben einem neuen Faltprospekt wird eine App – erstellt in Kooperation mit dem Anbieter „Future History“ – zu 13 Stationen und zu Augsburgs glanzvoller Epoche als europäisches Zentrum des (Kunst-)Handwerks leiten und zur Bedeutung der Wasserkraft für das Handwerk in der Stadt informieren. Buchbare Führungen ergänzen das Angebot. Auch im

Fall der Augsburger Kahnfahrt werden sich ein Digitalangebot und ein Printangebot ergänzen: Die Regio wird ab 2024 auch den Betrieb der Kahnfahrt-Gastronomie betreuen und das Areal durch touristische Angebote aufwerten: Ein Prospekt leitet auf den Wegen entlang der Stadtmauer vom Vogeltor bis zur Kahnfahrt. Das begleitende Video bereitet Infos zum Hafenausbau des Architekten Karl Albert Gollwitzer auf.

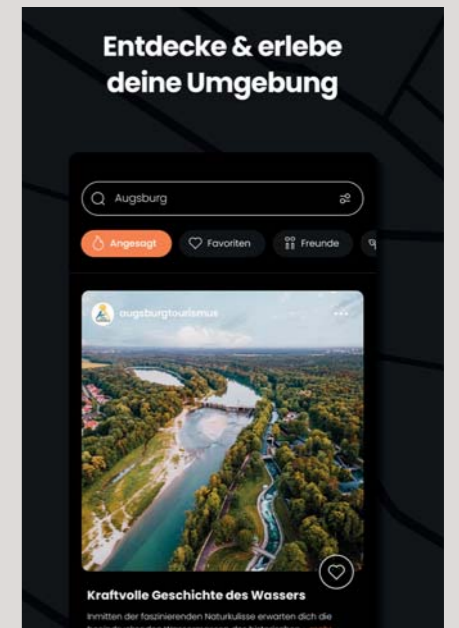
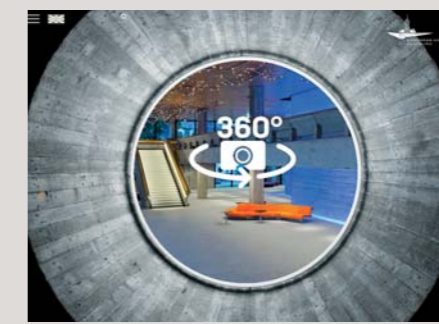
### Die Regio ermöglicht Gästen eine schnelle Übersicht

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) 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 (digitale) Geschichtspfad

Mit einer kostenlosen Wissensspiel-App – „955 Spurensuche Lechfeldschlacht“ – erlebt 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 Quedlinburg) gilt es, QR-Codes aufzuspüren, hinter denen sich knifflige Quizfragen und interaktive Spiele verbergen. Die Haldenburg

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“.



Im Jahr 2023 lancierte die Regio Augsburg Tourismus GmbH eine neue Kooperation mit der jungen Online-Plattform „urnups“.

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

### Kooperation mit „urnups“ – das Smartphone wird zur individuellen Augsburg-Map

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat 2023 eine Kooperation mit der 2022 gegründeten Erlebnisplattform „urnups“ in die Wege geleitet. 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. Ab dem Jahr 2024 ist auch Augsburg über die Kooperation mit der Regio Augsburg Tourismus GmbH eine von mehr als hundert auf der Plattform vertretenen Destinationen. „urnups“ erlaubt mit mehr als 15.000 authentischen Momenten (automatisch in 29 Sprachen übersetzt) fast grenzenloses Entdecken: mittels Feed- und Kartenansichten und relevanter Filter wie „Kultur“, „Natur“, „Aktiv“ oder „Yummy“ (Kulinarisches). In Augsburg entdeckt man auf dieser Plattform unter anderem Orte am Wasser, kulturelle Erlebnisse oder auch die FCA-Faninitiative „Augsburg Calling“.



**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 2023 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 Kassensbereichs 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:

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



Außerdem betreute das Team der Regio Augsburg Tourismus GmbH im Jahr 2023 über die Museumsshops hinaus auch das Jahresprogramm im Leopold-Mozart-Haus und im Brechthaus.

Zusätzlich zum Kassensbereich 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 2023 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 bewirbt 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 Kassensbereich, 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 2022 der Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) bei 251 Euro pro Tag und Person. Auf die Anreise entfallen 12 %, auf Mobilität vor Ort 8 %, auf Übernachtungen 46 %, auf Arbeitsessen 18 %, auf Eintritte und Teilnahmegebühren 14 %. Ein hochwertiges touristisches Umfeld macht den Kongress- und Tagungsstandort Augsburg für die Veranstalter attraktiv.

**Erfolgreiche „Fam Trips“**

2023 fanden als Kooperation zwischen der Regio Augsburg Tourismus GmbH und „Kongress am Park“ drei sogenannte Fam Trips mit insgesamt 55 Teilnehmern statt: Der Begriff kommt vom englischen Verb „to familiarise“ (sich bekannt/vertraut machen) und bezeichnet eine Erkundungstour, bei der die Veranstalter – Verbände, Eventmanager und Kongressagenturen – die Angebote vor Ort besichtigen, darunter



Das Fachmagazin „CIM Magazin“ berichtete über den Fam Trip der MICE-Business-Plattform Illerhaus Marketing in Augsburg.

Hotels, Kongresszentren und kulturelle Einrichtungen. Anbieter von Fam Trips waren 2023 Illerhaus Marketing, der Meet Germany Summit und die Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM). Aufgrund der positiven Resonanz veranstaltet die Regio 2024 gemeinsam mit Kongress am Park und dem Hotel Maximilian's das Event „Break the Ice“, bei dem sich Anfang Mai jeweils 45 Veranstalter und Anbieter von Locations begegnen.

**Mailings und ein Imagefilm**

Eine Kooperation mit der Regio Augsburg Tourismus GmbH stellen auch die Mailings der Kongress am Park Betriebs GmbH dar: 2023 wurden Mailings zum Themenkomplex „Konfessionelles Tagen“ (mit den Schwerpunkten Luther und heiliger Ulrich) an circa



Ein Mailing informierte kirchliche Tagungsveranstalter über thematisch passendes touristisches Rahmenprogramm in Augsburg.

250 relevante Adressen – darunter katholische wie evangelische Verbände, Organisationen und Einrichtungen – verschickt. Mit dem Hinweis auf thematisch passende touristische Rahmenprogramme wurde um konfessionelle Veranstaltungen am Kongress- und Tagungsort Region Augsburg geworben. Ein weiteres Kooperationsprojekt war 2023 die Erstellung eines neuen Imagefilms (in Englisch und Deutsch), der die Vorteile und die Vielfalt des Tagungsstandorts Augsburg präsentiert und der vor allem, beispielsweise bei Anfragen, an (potenzielle) Veranstalter weitergegeben wird.

Die Teilnehmenden des Fam Trips von Illerhaus Marketing (links) und von Meet Germany (rechts) haben ungewöhnliche Tagungs- und Eventlocations kennengelernt – wie das Gaswerksgelände.







### 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 künftig (statt wie bisher die Namen von Sponsoren) die Namen welterbe-relevanter Augsburger Gewässer und Monumentalbrunnen (jeweils bebilderte Kurzporträts), ergänzt durch eine thematisch einführende Beschilderung im Foyer. Zum Aushang in der Stadtverwaltung und bei Übernachtungsbetrieben und an anderer Stelle hat die Regio eine kleine Plakaterie produziert.

Generell transportieren die Werbemittel der Regio, soweit sie welterbe-relevante Themen beinhalten, in Abstimmung mit dem Welterbe-Büro der Stadt Augsburg das offizielle Logo mit dem Text „Welterbe Wassermanagement 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-Info-Zentrum“ 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 „AUGSBURGMagazin“ 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“

Über das eigene Marketing hinausgehend hat die Regio Augsburg Tourismus GmbH maßgeblich diesen neuen Lechradweg initiiert, mit dem nicht zuletzt auch das Augsburger

Wo Tourismusarbeit das Augsburger Welterbe vermittelt: Führungen im Wasserwerk am Roten Tor betreut die Regio seit Langem. Neue Möglichkeiten der Wissensvermittlung ergeben sich aus dem von der Regio angestoßenen Lechradweg und aus der Konzeption des „Handwerkerwegs“.

Welterbe, darunter drei Welterbe-Objekte im Landkreis Augsburg, beworben werden: die Wasserkraftwerke in Gersthofen, Langweid und Meitingen.

Das Team der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreut ab Mai 2024 die „Augsburger Kahnfahrt“. Außer um Gastronomie und Bootsverleih wird es dort auch um Informationen zum Welterbe gehen. Zielgruppen sind Touristen und Einheimische.

Darüber hinaus wird das Themenspektrum des Augsburger Welterbes auch bei anderen Maßnahmen und Konzeptionen in den Fokus gerückt, die allgemein in der Wahrnehmung nicht auf den ersten Blick mit historischer Wasserwirtschaft in Verbindung gebracht werden. So hat die Regio schon 2023 damit begonnen, das Welterbe beziehungsweise die Bedeutung der Wasserkraftnutzung über ihren neu konzipierten „Augsburger Handwerkerweg“ zu kommunizieren.

Auch im Rahmen der Betreuung der „Augsburger Kahnfahrt“ als touristisches Ziel wird die Thematik der Lechkanäle und ihrer Nutzung verdeutlicht und vertieft werden.

### Mehr als nur Tourismus – die „Europäische Fuggerstraße“

Nach der „Sisi-Straße“, die 2001/02 von der Regio Augsburg Tourismus GmbH initiiert wurde, und die zu Stationen im Leben der Kaiserin Elisabeth in Bayern, Österreich und Italien, der Schweiz und auf der Insel Korfu führt, hat die Regio 2019 eine zweite transnationale Kulturreisroute ins Leben gerufen. Die „Europäische Fuggerstraße“ trägt den Namen Augsburgs sowie die touristischen Angebote der Renaissancestadt in nunmehr fünf Ländern Europas. Bei dieser Kulturroute, die schon zuvor in Bergbauorte der Fugger in Bayern, Österreich, Italien und der Slowakei geführt hat, kooperiert die Regio Augsburg Tourismus GmbH seit 2023 auch mit Bad Gastein im Salzburger Land sowie mit dem spanischen Almadén, dessen Quecksilbergruben zum UNESCO-Welterbe gehören.

2023 wurde die Aufnahme der polnischen Stadt Krakau vorbereitet. Im Mai 2024 folgte ein erster offizieller Besuch in der Stadt an der Weichsel. Dort wurde die Augsburger Delegation – darunter Tourismusdirektor Götz Beck, Wiebke Schreier und Katharina Dehner vom „Fugger und Welser Erlebnismuseum“, Heike Peller und Sophie Dost als Vertreterinnen der Fürstlich und Gräfllich Fuggerschen Stiftungs-Administration sowie



etliche Mitglieder der Augsburger Gruppierung von Skäl International (ein weltweit agierender Berufsverband der Tourismusindustrie) – empfangen. Das gastgebende Krakau repräsentierten Katarzyna Gądek (sie ist die Stellvertretende Tourismusdirektorin), Dr. Michał Niezabitowski (der Direktor der städtischen Museen Krakaus), Anna Stasiak (die Leiterin der Abteilung für internationale Kooperationen der städtischen Museen), Beata Wilk-Woderska (Leiterin des städtischen Marketings), Mateusz Drożdż (leitender Auftraggeber des städtischen Tourismus) und Monika Jagiełło (Tourismus-Marketing). Auch Krakaus Altstadt ist UNESCO-Welterbe.

Nach ersten Vorbereitungen im Jahr 2023 fand Ende April 2024 das erste offizielle Treffen mit Vertretern der Stadt Krakau im Rahmen der „Europäischen Fuggerstraße“ statt: Die stellvertretende Tourismusdirektorin Katarzyna Gądek und Dr. Michał Niezabitowski – der Direktor der städtischen Museen von Krakau – nahmen das Gastgeschenk von Tourismusdirektor Götz Beck sowie von Wiebke Schreier, der Leiterin des „Fugger und Welser Erlebnismuseums“, und ihrer Stellvertreterin Katharina Dehner entgegen.

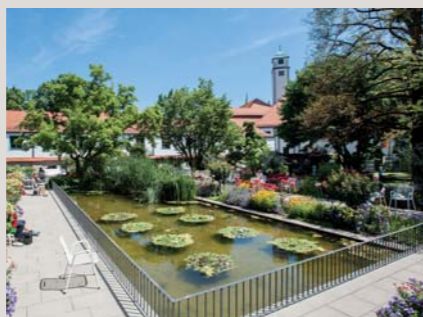
### Im Austausch mit Banská Bystrica

Die Rückreise nach Augsburg führte die Tourismus-Delegation nach Banská Bystrica, wo sie Ján Nosko – der Bürgermeister der mittelslowakischen Stadt – empfing. (Sogar der öffentlich-rechtliche Fernsehsender der Slowakei berichtete.) Zwischen den Slowaken und Augsburg findet ein intensiver Wissensaustausch statt, nicht zuletzt in Sachen der Museen in beiden Städten. Sowohl in Krakau als auch in Banská Bystrica wurde deutlich, wie sehr den Verantwortlichen dieser Städte der mit der Kulturreisroute verbundene Europagedanke und die europäischen Werte weit über den Tourismus hinaus wichtig sind.

Im Rahmen der „Europäischen Fuggerstraße“ betreut die Regio Augsburg Tourismus GmbH den zentralen Internetauftritt dieser Kulturreisroute, die Printmedien und außerdem die Medienarbeit im deutschsprachigen Raum.

Fototermin mit Bürgermeister Ján Nosko nach dem Empfang in Banská Bystrica. Das Rathausportal zierten die Flaggen der Slowakei, der Stadt und der EU. Sogar das slowakische Fernsehen berichtete über die „Europäischen Fuggerstraße“.





### 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.

### Fokus bei Führungsangeboten

Als Ende 2023 der neue Salesguide „Augsburg Gruppenreisen“ überarbeitet wurde, wurden dem Themenkomplex Nachhaltigkeit/Ökologie/Regionalität drei Seiten eingeräumt – also genauso viel wie den Führungen zum UNESCO-Welterbe „Augsburger Wasser-Management-System“ und zur Fuggerei. Diese Führungen beleuchten die nach wie vor aktuelle soziale Bedeutung der Fuggerei und die ökologische Rolle von Stadtgrün. Bei anderen Angeboten können die Teilnehmer Augsburg mit allen Sinnen erfahren, sich in Achtsamkeit üben und so bislang unbekannte Facetten der Stadt entdecken.

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 sind Schwerpunkte eines Besuchs bei Betrieben und Initiativen, die Plastikabfall vermeiden, Verpackungsmüll reduzieren, eine Kultur der Reparatur pflegen oder Kleidung fair produzieren. Der „Genießerrundgang Welterbe“ verdeutlicht den Zusammenhang zwischen der historischen Augsburger Wasserwirtschaft und heutigen Anforderungen an einen nachhaltigen Lebensstil. Führungen, die ökologische Themen in den Fokus neh-

men, können aber nicht nur individuell gebucht werden. In das Jahresprogramm öffentlicher Führungen wurden etwa auch eine Barfuß-Führung und eine Führung zum „Grünen Gold“ aufgenommen.

### Museumsshops: regional und fair

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH 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 nachhaltige Sortimentsgestaltung. Souvenirs und andere Produkte werden möglichst von Betrieben aus Augsburg und der Region bezogen: 2023 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 Schächlerbach-Werkstätten. Beim Einkauf für Museums-Cafés 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,

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. Beim „Genießerrundgang zum Welterbe“ geht es um die Ressource Trinkwasser.

der Kaffee wird von lokalen Händlern bezogen. So werden Partner vor Ort gestärkt und Gäste erhalten authentische statt beliebig austauschbarer Produkte.

### Angebote für den „Urlaub daheim“

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 sind lokale und regionale Partner und Betroffene eingebunden.

Die Regio warb 2023 auch für „Green Meetings“ – bei einer Pressekonferenz mit Fahrradständern vor „Kongress am Park“ und unterstützt von Augsburgs Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle.



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

Ende 2023 zählte der Verkehrsverein Region Augsburg insgesamt 296 Mitglieder. Das Team der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreut die Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V. in zahlreichen touristischen Belangen und vertritt deren Interessen in einem breiten Tätigkeitsbereich. Zu den Angeboten der Regio für ihre Mitglieder gehörten zweimal jährlich stattfindende Besuche in Mitgliedsbetrieben zum gegenseitigen Kennenlernen: Im März sowie im Juli 2023 wurden zwei Mitgliedertreffen am Augsburger Flughafen und im Hotel Leonardo organisiert. Veranstaltungsort war somit jeweils ein Mitgliedsbetrieb, der sich dadurch bei diesem Anlass bei potenziellen Partnern im touristischen Netzwerk vorstellen konnte.

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 10. bis 12. November 2023 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. Dreimal 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 der Region Augsburg e.V. ins-

### 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 die Tourismuswirtschaft der gesamten Region zu stärken.
- + Gemeinsam sind wir stark.



Prominente und Experten zur Tourismuswirtschaft

Kontakt & Infos

besondere 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 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 Einrichtungen – vom ADAC

Die Website 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 Website potenzielle Gäste und Kunden zu den Internetauftritten aller Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg.

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 25–27)
- 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 11-seitigen 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 Achtsamkeit einfach umsetzen. Ein Beispiel: Das Augsburger Kongress- und Tagungszentrum „Kongress am Park“ bezieht den Strom von Energieunternehmen in der Region, die klimaneutral Strom aus Wasserkraft generieren. Getränke und Lebensmittel für das Buffet der Veranstaltungen werden zum Beispiel aus der Region geordert. Das alles sind jeweils nur kleine Schritte, aber sie alle stärken die Region und damit ihre Resilienz. Resilienzsteigernd wirken sich zudem starke Netzwerke und gesunde Beziehungen zu Partnern aus. Die weitere Stärkung von Netzwerken stellt daher einen Schwerpunkt für die Arbeit der Regio dar:

#### 1.1 Stadt-Land-Kooperation

Die Tourismusregion Augsburg profitiert schon heute von der seit 1998 – nach der Gründung der Regio Augsburg Tourismus GmbH – auch formal praktizierten Stadt-Land-Kooperation. Zunächst erleichtert die 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 erzielbarer 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 waren in den Jahren 2021 und 2022 Angebote und Publikationen für Stadtpaziergänge und Wanderungen, aber auch



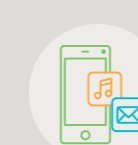
die Mozart-App für den individuellen Rundgang in der Mozartstadt Augsburg und die Lauschtour für den Land- Art-Park im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“. Auch die Tourentipps zu Denkmälern der Wittelsbacher im Landkreis Aichach-Friedberg, zu den Spuren der Römer in der Region, zu Kirchen und Wallfahrtsstätten sowie zu Objekten des UNESCO-Welterbes auch am Nördlichen Lechkanal im Landkreis Augsburg (in Verbindung mit einem weiterführenden

Verweis auf das Klostermühlenmuseum in Thierhaupten) sind unter diesem Gesichtspunkt entstanden.

#### 3. Digitalisierung im Tourismus

Die Digitalisierung ist auch in der Tagungs- und Kongresswirtschaft die Zukunft. Die Anzahl der Hybridveranstaltungen nimmt zu. Doch auch der „klassische“ Tourismus verändert sich rasant – sowohl in der Darstellung des 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 Welsler



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.

#### 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 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



Dr. Wolfgang Hübschle



Dr. Klaus Metzger



Leo Dietz



Tatjana Dörfler



Jürgen Enninger



Margarete Heinrich



Johannes Hatzold



Heinz Liebert



Franz Bossek



Anton Rittel

- 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),  
Tourismudirektor Regio Augsburg Tourismus GmbH

## 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
- Lorenz A. Rau,  
Geschäftsführer Augsburger Schwabenhallen  
Messe- und Veranstaltungsgesellschaft mbH (ASMV)
- Michael Ströll,  
Geschäftsführer FC Augsburg 1907 GmbH & Co. KG aA
- Benjamin Walther,  
ReAL West e.V.
- Dagmar Witty

**Geborene Mitglieder des Vorstandes***Stadt Augsburg vertreten durch:*

- Eva Weber,  
Oberbürgermeisterin der Stadt Augsburg

*Landkreis Aichach-Friedberg vertreten durch:*

- Dr. Klaus Metzger, Landrat

*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 überwacht und berät die Geschäftsleitung.



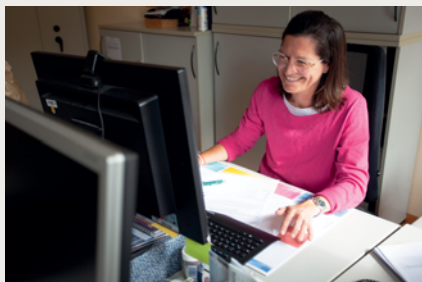
**Gremien: Aufsichtsrat,  
Beirat und Verkehrsverein**

[www.augsburg-tourismus.de/wir-ueber-uns](http://www.augsburg-tourismus.de/wir-ueber-uns)



**Mitarbeiter der Regio  
Augsburg Tourismus GmbH**

[www.augsburg-tourismus.de/kontakt](http://www.augsburg-tourismus.de/kontakt)



**Stadtführungen  
und Gruppenführungen**

[www.augsburg-tourismus.de/fuehrungen](http://www.augsburg-tourismus.de/fuehrungen)



**Broschüren und  
weitere Publikationen**

[www.augsburg-tourismus.de/broschueren](http://www.augsburg-tourismus.de/broschueren)



**Messe, Tagung und Kongress**

[www.augsburg-tourismus.de/messe-tagung-kongress](http://www.augsburg-tourismus.de/messe-tagung-kongress)



**Hotellerie und Gastronomie**

[www.augsburg-tourismus.de/uebernachten](http://www.augsburg-tourismus.de/uebernachten)  
[www.augsburg-tourismus.de/essen-trinken](http://www.augsburg-tourismus.de/essen-trinken)



**Strategiepapier der Regio  
Augsburg Tourismus GmbH**

[www.augsburg-tourismus.de/strategien](http://www.augsburg-tourismus.de/strategien)



**Leistungen für Mitglieder**

[www.augsburg-tourismus.de/leistungen-fuer-mitglieder](http://www.augsburg-tourismus.de/leistungen-fuer-mitglieder)



**Welterbe Wasser**

[www.augsburg-tourismus.de/unesco-welterbe](http://www.augsburg-tourismus.de/unesco-welterbe)

