



Geschäftsbericht 2025 der Regio Augsburg Tourismus GmbH

Zahlen | Leistungen | Fakten | Perspektiven



...im Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus für das Jahr 2025

dwif-Studie 2025 4

Gästeankünfte/Übernachtungen in der Region Augsburg 5

Stadt Augsburg – Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH 6

Stadt Augsburg: Rückblick und Vorschau – 2025 und 2026 8

Gästeankünfte/Übernachtungen in Augsburg 9

Augsburg: der Auslandsmarkt 11

Landkreis Aichach-Friedberg – Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH 12

Landkreis Aichach-Friedberg: Rückblick und Vorschau – 2025 und 2026 14

Gästeankünfte/Übernachtungen im Landkreis Aichach-Friedberg 15

Landkreis Augsburg: Leistungen der Regio Augsburg Tourismus GmbH 16

Landkreis Augsburg: Rückblick und Vorschau – 2025 und 2026 18

Gästeankünfte/Übernachtungen im Landkreis Augsburg 19

Region Augsburg: Beherbergungsbetriebe/Gästebetten/Bettenauslastung 20

Kommunikationsmix: Internet und Social Media 22

Kommunikationsmix: Messen, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 24

Kommunikationsmix: Anzeigenwerbung, Plakatierung, Printprodukte 26

Kommunikationsmix: Tourismusmagazin und Themenbroschüren 28

Kommunikationsmix: Publikationen – fremdsprachig und im Internet 30

Führungen – öffentliche und individuell buchbare Angebote 32

Virtuelle Führungen und Angebote 34

Betreuungsaufgaben: Tourist-Info, Museen und Shops 36

Werben fürs Welterbe 37

Tourismusstraßen 38

„Augsburg Convention“ – Marketing fürs MICE-Segment 40

Ökologie – Regionalität – Nachhaltigkeit – Klimaschutz 42

Finanzierung der Tourismusarbeit 44

Leistungen der Regio für Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg e. V. 45

Strategien für die Region Augsburg 46

1998 bis 2025 – ein Rechenschaftsbericht 48

Weitere Informationen auf der Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH 52

Impressum

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

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

Bildnachweis

2va GmbH: S. 14 (1), 34 (1)
America in Augsburg e. V.: S. 34 (1)
Architekturbüro Rumstadt: S. 8 (1)
Augsburger Lehmbaugruppe/
Miachael Fessl: S. 40 (1)
Thomas Baumgartner: S. 18 (1), 51 (1)
context verlag Augsburg | Nürnberg/
Archiv: S. 36/1, 49 (1)
DZT/Stefano Pedrelli: S. 39 (1)
Gamble Productions/
Andreas Horvath: Titel (1), S. 34 (2)
Hofis Erlebnispark GmbH: S. 14 (1)
Illerhaus Marketing/
Andreas Schebesta: S. 40 (1)
Siegfried Kerpf: S. 14 (1), 50 (1)
Wolfgang B. Kleiner: S. 6/7 (1)
Martin Kluger: Titel (3), S. 4 (1), 8 (2),
12/13 (1), 14 (1), 16/17 (1), 33 (3),
35 (1), 37/1, 38/1, 42 (3), 44 (1),
48 (2), 50 (1), 51 (1), 52 (8)
Petra Kluger: Titel (1), S. 45 (1)
Kongress am Park Betriebs GmbH/
Katharina Kraus: S. 40 (1)
LIQUID Agentur für Gestaltung:
Titel (1), S. 8 (1), 34 (1)
Nikky Maier: S. 3 (1)
privat: S 3 (3)
Regio Augsburg Tourismus GmbH:
Titel (5: 4/Archiv, 1/Andreas Brücklmair),
S. 14 (1), 18 (1), 24 (3), 25 (4),
35 (1), 36 (2: 1/Andreas Brücklmair,
1/Katharina Dehner), 38/2, 39 (1),
40 (1), 42 (1/Felix Hartmann), 43 (1),
49 (2), 50 (3), 51 (1/Sonja Wolf)
Michael Richter: S. 40 (1)
Christine Roggors; S. 18 (1)
Gabi Theinert: S. 33 (1)
Jost-G. Thorau: S. 40 (1)

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

Alle Angaben ohne Gewähr
Stand 05/2026

Der Tourismus in der Region Augsburg ist zum Milliardengeschäft geworden

Ende des Jahres 2025 hatte eine im Auftrag der Regio Augsburg Tourismus GmbH erstellte Marktanalyse des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif e.V.) wegweisende Eckdaten und Erkenntnisse geliefert: Eine Erkenntnis aus dieser Studie war, dass der Tourismus in Augsburg in den vergangenen zehn Jahren weiter an ökonomischer Relevanz gewonnen hat. So wurden zum Beispiel knapp 15 Millionen Aufenthaltstage von Touristinnen und Touristen allein schon in der Stadt am Lech ermittelt. Dieses Besucheraufkommen im Reiseziel Augsburg hatte im Kalenderjahr 2024 für einen Bruttoumsatz von gut 685 Millionen Euro gesorgt – erwirtschaftet durch die Hotellerie und die Gastronomie, vom Einzelhandel sowie von touristischen Dienstleistern. Gegenüber dem Jahr 2014 bedeutete dies für die Akteure im Augsburg-Tourismus einen Zuwachs von fast 40 %. Addiert man dann noch die auf dem Weg über den Tourismus generierten Einnahmen von Betrieben im „Wittelsbacher Land“ und im „Augsburger Land“ hinzu, beträgt der touristische Bruttoumsatz in der gesamten Region Augsburg rund eine Milliarde Euro.

Die Marktanalyse des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. hatte neben anderen Daten zum Tourismus auch die Bedeutung der diversen touristischen Segmente, die direkten Profiteure des Tourismus sowie das direkt wie indirekt erwirtschaftete Einkommen, die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, aber auch steuerliche Effekte durch den Wirtschaftszweig Tourismus untersucht. Der Tourismus in Bayern – und damit auch in der Region Augsburg – hat sich längst zu einer Leitökonomie entwickelt, die – was viele sehr überraschen dürfte – mehr Arbeitsplätze sichert als zum Beispiel selbst die hier stark positionierte Automobilindustrie. Allein schon aus diesem Grund sollte der Tourismus auch in Bayern durch die – auch Bettensteuer genannte – Gästeabgabe gestärkt werden, die in anderen Bundesländern schon Usance ist. Andernfalls besteht die Gefahr, dass ein unterfinanzierter Tourismus der ökonomischen Bedeutung für das Gemeinwohl nicht mehr Rechnung trägt.

Die Wachstumsraten der Tourismusbranche in der Region Augsburg allein in den vergangenen zehn Jahren konnten sich sehen lassen. 806.000 Gäste registrierte man 2014 in den Übernachtungsbetrieben: Insgesamt 1,28 Millionen waren es im Jahr 2024, was einen Zuwachs von knapp 59 % bedeutet. Allein der Tagestourismus generierte einen Umsatz von 460 Millionen Euro brutto: Das ist ein Plus von fast 22 % gegenüber 378 Millionen Euro im Jahr 2014. Prozentual noch massive Zuwächse haben das Übernachtungsgewerbe und das Gastgewerbe mit jeweils gut 75 % Zuwachs beim Bruttoumsatz zu verzeichnen. Bei den Übernachtungsbetrieben stehen 128 Millionen Euro aus dem Jahr 2014 Einnahmen von insgesamt 225 Millionen Euro im Jahr 2024 gegenüber. Die Bruttoumsätze im Gastgewerbe stiegen von über



J. Hintersberger Dr. Florian Freund A. Schmutterer G. Beck

160 Millionen Euro im Jahr 2014 auf knapp 283 Millionen Euro im Wirtschaftsjahr 2024. Auch wenn diese absoluten Zahlen nicht inflationsbereinigt erfasst sind, zeigt die Arbeit der Touristiker und touristischen Dienstleister in der Region Augsburg angesichts einer Steigerung von fast 39 % bei der gesamten touristischen Wertschöpfung (314,4 Millionen Euro im Jahr 2024 gegenüber insgesamt 226,6 Millionen Euro im Jahr 2014) eine signifikante Wirkung.

Allein schon das nackte Zahlenwerk deutet den Stellenwert der Leitökonomie Tourismus an. Doch die volle Bedeutung dieser gern unterschätzten Leitökonomie für die Transformation der Städte und mancher Gemeinden erschließt sich erst bei genauerem Hinschauen und mitunter erst auf den zweiten Blick. Denn der Tourismus mit all seinen Facetten – mit „klassischen“ Touristen, insbesondere aber auch durch Geschäftsreisende in den Marktsegmenten Tagungen, Kongresse und Messen – sichert nicht „nur“ Arbeitsplätze in der Region. Tourismus belebt und stärkt generell die Kommunen (und nicht zuletzt auch deren kulturelle Einrichtungen) dadurch, dass er auf dem Weg über die Ausgaben der Gäste am Ort lokale und regionale Infrastruktur erhalten und weiterentwickeln hilft. Letztlich nehmen Touristinnen und Touristen dadurch also sogar Einfluss auf die Lebensqualität der Bevölkerung in der Region: Einheimische profitieren also sowohl direkt als auch indirekt vom Gästeaufkommen.

Wichtig ist die Frequentierung durch Besucher schließlich auch für die Städte, deren Angebote für das Shopping in Zeiten des Einkaufs via Internet nicht mehr die überragende Rolle vergangener Jahrzehnte spielt: Dies ist eine massive Veränderung. Dafür, dass die Städte und Gemeinden ihre Funktion als Orte der Begegnung beibehalten können, bedeutet die Frequentierung der Kommunen – und damit des lokalen Handels – durch Tourismus eine essenzielle Stärkung und Belebung: Insbesondere die Innenstädte bleiben lebendige Orte der Begegnung.

Dass dies weiterhin gelingt, liegt an den Menschen, Unternehmen und Institutionen vor Ort. Insbesondere allen Mitgliedern des Verkehrsvereins Region Augsburg, den Partnern in den Kommunen, kulturellen Einrichtungen und Unternehmen gilt daher unser herzlichster Dank. Denn sie alle entscheiden letztlich darüber, ob – und wie sehr – sich die Gäste der Region Augsburg wohlfühlen. Und damit auch darüber, wie lang diese Besucher bleiben – und ob sie wiederkommen. Danke.

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

Florian Freund
Dr. Florian Freund
Oberbürgermeister
Stadt Augsburg

Andreas Schmutterer
Andreas Schmutterer
Beiratsvorsitzender
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Götz Beck
Götz Beck
Tourismusdirektor
Regio Augsburg
Tourismus GmbH

Marktanalyse belegt in Augsburg hohes Umsatzwachstum seit 2014

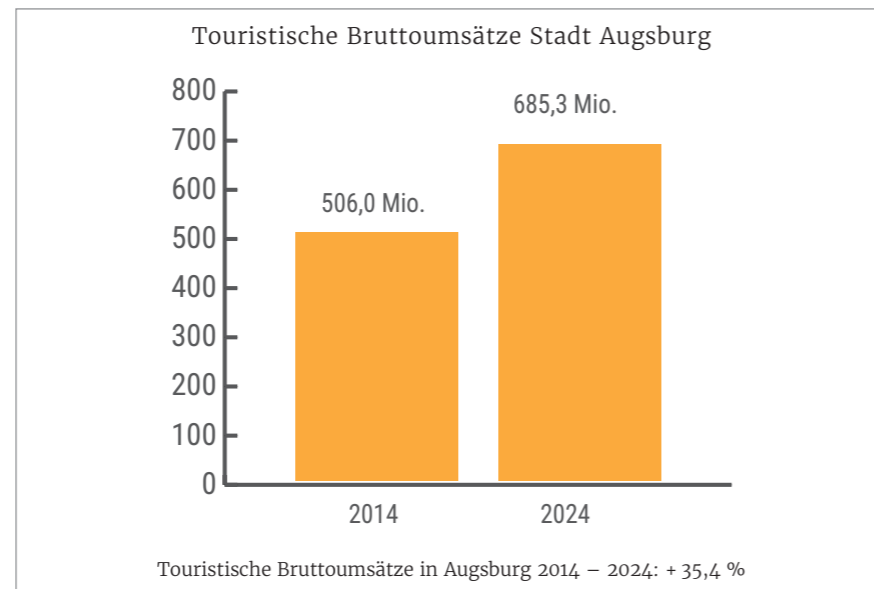
Ende 2025 wurde eine im Auftrag der Regio Augsburg Tourismus GmbH erstellte Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif e. V.) öffentlich. Diese Marktanalyse ergab wichtige Eckdaten und Erkenntnisse zur Entwicklung des Tourismus in Augsburg: Sie bestätigt unter anderem, dass die wirtschaftliche Relevanz des Tourismus für Augsburg in den letzten zehn Jahren weiter zugenommen hat.

Diese Studie ermittelte knapp 15 Millionen Aufenthaltstage von Touristinnen und Touristen in Augsburg. Dieses Gästeaufkommen sorgte im Kalenderjahr 2024 für einen Bruttoumsatz von gut 685 Millionen Euro. Erwirtschaftet wurde dieser Umsatz von Betrieben in der Hotellerie und der Gastronomie, im Einzelhandel und von Dienstleistern. Gegenüber 2014 bedeutete dies für den Augsburg-Tourismus einen satten Zuwachs: Seit 2014 wuchs der Umsatz um rund 35 %. Das dwif geht von Steuereinnahmen für Kommunen in Größenordnungen zwischen einem und weit mehr als drei Prozent des touristischen Nettoumsatzes (für Augsburg 2024 rund 603 Millionen Euro) aus.

Für diese Studie des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. waren neben Eckdaten für den Tourismus in der Fuggerstadt auch die Bedeutung der verschiedenen touristischen Segmente sowie die direkten Profiteure des Tourismus, das direkt wie indirekt durch den Tourismus erwirtschaftete Einkommen, die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt sowie steuerliche Effekte durch den Wirtschaftszweig Tourismus untersucht worden.

Zählt man zum Bruttoumsatz in der Stadt Augsburg die Umsätze der Landkreise Aichach-Friedberg und Augsburg dazu, beträgt der durch den Tourismus in der Region initiierte Bruttoumsatz rund eine Milliarde Euro.

Genauere Erkenntnisse liefert die Statistik für Augsburg nicht zuletzt beim Blick auf Details. Als zahlenmäßig stärkste Zielgruppe weist das Zahlenwerk etwa 13,7 Millionen Tagesreisende aus (2014: 13,5 Millionen). Übernachtungen in Betrieben wurden 2024



insgesamt 1,28 Millionen registriert: 2014 waren es noch rund 806.000 gewesen – was einen Zuwachs von knapp 59 % bedeutet. Der Tagestourismus generierte einen Umsatz von rund 460 Millionen Euro brutto – ein Plus von fast 22 % gegenüber 378 Millionen Euro im Jahr 2014. Prozentual noch deutlichere Zuwächse bei den Bruttoumsätzen haben das Übernachtungsgewerbe sowie das Gastgewerbe mit jeweils rund 75 % Zuwachs zu verzeichnen. Bei den Übernachtungsbetrieben stehen 128 Millionen Euro im Jahr 2014 Einnahmen von 225 Millionen Euro im Jahr 2024 gegenüber. Die Bruttoumsätze im Gastgewerbe (gut 160 Millionen Euro im Jahr 2014) konnten bis zum Jahr 2024 auf knapp 283 Millionen Euro gesteigert werden.

Für Johannes Hintersberger, den Vorstandsvorsitzenden des Verkehrsvereins Region Augsburg e. V., ging die Entwicklung der Tourismuswirtschaft in der Fuggerstadt in der vergangenen Dekade signifikant in die richtige Richtung: Auch wenn die absoluten Zahlenwerte nicht inflationsbereinigt erfasst werden, zeige die Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH sowie der Dienstleister im Tourismus mit einem Plus von annähernd 39 % bei den gesamten touristischen Bruttoumsätzen (2014: 226,6 Millionen Euro gegenüber 2024: 314,4 Millionen Euro) doch eine deutliche Wirkung.

Positive Auswirkungen von Fußball-Bundesliga und Welterbe

Zwei wesentliche Effekte dürften in den letzten Jahren zur Steigerung der Anzahl der „klassischen“ Touristen in Augsburg

In der Stadt Augsburg konnten die Bruttoumsätze aus dem Tourismusgeschäft im Verlauf von zehn Jahren ganz erheblich – um 38,7 % – gesteigert werden.

beigetragen haben. Seit 2019 steht das „Augsburger Wassermanagement-System“ auf der Liste des UNESCO-Welterbes: Das dürfte diese Stadt zum einen für Gäste aus aller Welt und zum anderen speziell für Fachleute aus dem Bereich der Wasserversorgung, der Energiebranche und der Denkmalpflege zusätzlich interessant machen.

Kostenlose Werbung für die Stadt verursacht der Fußball-Bundesligist FC Augsburg im Lauf jeder Saison an allen Spieltagen. Zum einen ergibt sich eine reichweitenstarke Medienresonanz in Presse, Rundfunk- und Internet-Berichterstattung. Zum anderen reisen Gäste fans wegen der Heimspiele des FC Augsburg in der WWK-Arena zigtausendfach in die Stadt am Lech – mit den entsprechenden positiven Auswirkungen auf Augsburgs Wirtschaft.

Die Heimspiele des Bundesligisten FC Augsburg sowie die regelmäßige Erwähnung dieses Fußballvereins in den Medien bedeuten nicht zuletzt auch für den Augsburg-Tourismus Werbung mit extrem hohen Reichweiten.

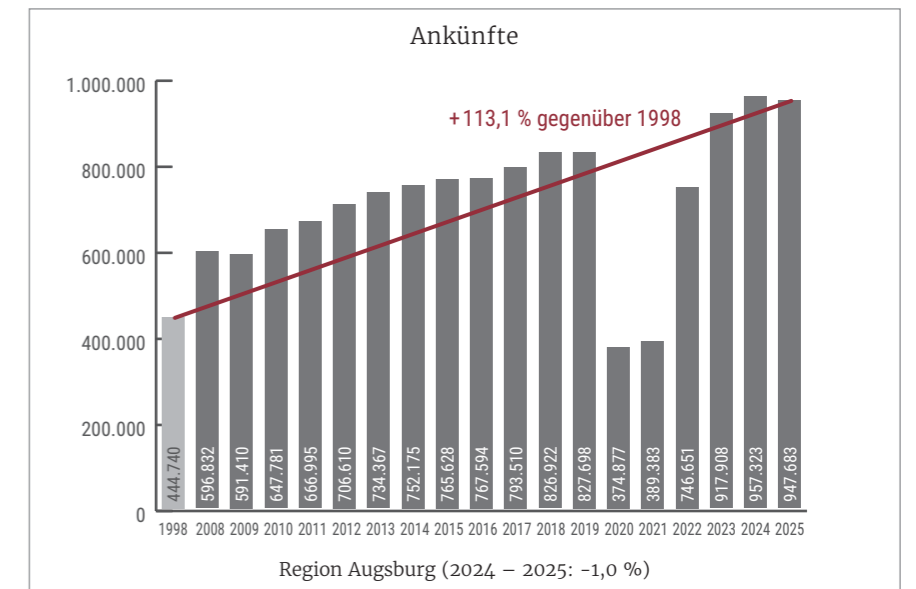


In der Region Augsburg: fast eine Million Gästeankünfte trotz einiger Betriebsschließungen

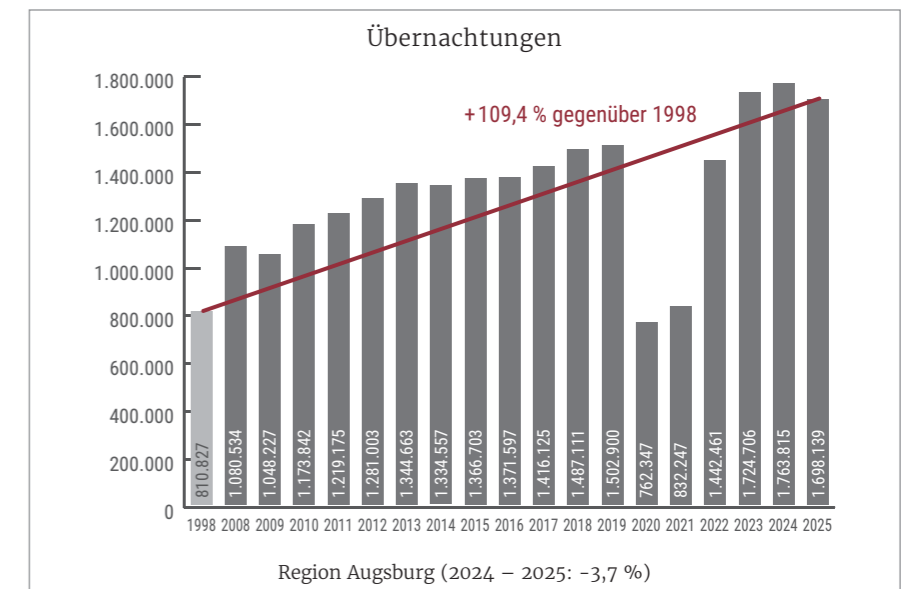
947.683 Gästeankünfte zeigt die Jahresbilanz für 2025. Das ist zwar ein geringes Minus von 1,0 % gegenüber dem Jahr 2024, welches jedoch a) ein Allzeithoch gebracht hatte und b) als Schaltjahr außerdem einen Tag länger gewesen war als das aktuelle Berichtsjahr 2025. Abseits solcher Details bleibt festzuhalten, dass sich der Tourismus in der Region zum Ersten nach der durch die Corona-Pandemie verursachten Delle der Jahre 2020/21 erneut als sehr stabil gezeigt hat und dass sich zum Zweiten die Gästezahlen gegenüber dem Jahr 1998 (in welchem die Regio Augsburg Tourismus GmbH ihre Arbeit aufgenommen hatte) wiederum mehr als verdoppelt haben. 1998 hatte man in der gesamten Region Augsburg 444.740 Gästeankünfte in der Statistik erfasst. Unter dem Strich steht Ende 2025 ein Plus von 113,1 %. Das bedeutet letztendlich, dass die Entwicklung des Tourismus in der Stadt Augsburg und ihren beiden Nachbarlandkreisen langfristig eine Erfolgsgeschichte mit hoher Kontinuität ist.

Mit 1.698.139 Übernachtungen in der gesamten Region Augsburg weist die Statistik zwar einen Rückgang von 3,7 % auf. Doch auch hier fehlt gegenüber dem Vorjahr ein Tag – ein Vorjahr zudem, in dem mit 1.763.815 Übernachtungen die höchste jemals verzeichnete Anzahl an Übernachtungen registriert worden ist. Das Minus von 2025 resultiert aber nicht zuletzt auch aus einem leichten Rückgang der Bettenzahlen in der Region. Dennoch waren die 1.698.139 Übernachtungen noch immer das drittbeste Resultat, das seit 1998 jemals erreicht worden war.

Zum Vergleich: Bei den Beherbergungsbetrieben im gesamten Bundesland Bayern ergab sich im Jahr 2025 gegenüber dem Jahr 2024 nur ein Zuwachs der Gästeankünfte um 0,9 % (auf knapp 41,0 Millionen) – auch hier ist also die Entwicklung gegenüber dem Vorjahr als eher verhalten zu bezeichnen. Ähnlich stabil entwickelten sich auch die Übernachtungen (ungefähr 102,9 Millionen). In Bezug auf die Tendenz korrelierten also die Verläufe in den Statistiken zur Region Augsburg und denen des bayernweiten Tourismus im Berichtsjahr 2025 insgesamt weitgehend.



2025 wurden in der gesamten Region Augsburg 947.683 Gästeankünfte statistisch erfasst. Das ist selbst gegenüber dem Rekordjahr 2024 lediglich ein sehr geringes Minus. Unabhängig davon bleibt die Tatsache unberührt, dass sich die Zahl der Gästeankünfte in der Region in einem Vierteljahrhundert der Arbeit der Regio weit mehr als verdoppelt hat.



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

- 1) „Erhoben wird die Anzahl der Gäste, die im Berichtszeitraum in einem Beherbergungsbetrieb angekommen sind und dort vorübergehend ein Gästebett belegt haben.“ Gästeankünfte beinhalten nicht die weitaus höhere Zahl an Tagestouristen (Tagesreisen und Tagesgeschäftstouristen).
- 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 in der Statistik nicht enthalten sind.

Mit 1.763.815 Übernachtungen hatte das Übernachtungsgewerbe in der Region Augsburg 2024 den Allzeit-Höchstwert erzielt. Bei knapp 1,7 Millionen Übernachtungen im Berichtsjahr 2025 war zuletzt zwar wegen Betriebsschließungen ein leichtes Minus zu verzeichnen, dennoch liegt die Zahl der Übernachtungen in der Region gegenüber dem Jahr 1998 mehr als doppelt so hoch. Der Zuwachs binnen etwas mehr als 25 Jahren beträgt immerhin 109,4 %.



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, Kunsthalle Augsburg im Glaspalast)
- 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

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

Reiseliteratur und Reisemagazin

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

Internet und Social Media

- Website für die gesamte Region
- Website mehrsprachig (E, I, JAP)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Website
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouen

- Betreuung der sozialen Medien (Facebook, Instagram)
- Webportal für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- App „Mozart in Augsburg“
- Brecht-App („Der Brecht-Weg“)
- Multimedia-Führung „Augsburger Handwerkerweg“ in der App „Future History“
- neue App „EPOCI® Augsburg“
- neue Multimedia-Führung „Little America in Augsburg“ (DE, E) in der App „Future History“

Medien- und Pressearbeit

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

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und externe Tourismusverbände

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

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

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

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

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

Vermarktung der Alleinstellung der Stadt Augsburg bei thematischen Profilen

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

Wasser und Welterbe: „Kahnfahrt“ wird weiter aufgewertet

In der „Augsburger Kahnfahrt“ genießen nach Ausbaurbeiten in den Jahren 2025 und 2026 die Gäste Bier und Brotzeit im neuen Kiosk mit Sonnenterrasse direkt neben dem Stadtgraben, in dem man in weißen Booten rudern kann. Das Brechthaus, der Untere St.-Jakobs-Wasserturm von Baumeister Elias Holl und der „Fünffingerle Sturm“ liegen gleich nebenan. Auch zwei Objekte des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“ befinden sich nah an dieser neu belebten urbanen Oase: das Untere Wasserwerk am Mauerberg und die Relikte eines Wasserwerks am Vogeltor. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH bietet an fünf Wochenenden von Juni bis September Führungen (Titel: „Rund um die Augsburger Kahnfahrt“, mit kostenlosen Innenbesichtigungen des Unteren St.-Jakobs-Wasserturms sowie des „Fünffingerle Sturms“) an. Weitere Bauabschnitte im Rahmen der Umgestaltung sind für die Jahre 2027, 2028 und 2029 geplant: 160 Sitzplätze soll die Gastronomie dann bieten, und vor der neu gestalteten Hafenanlage wird ein Ausflugsdampfer von 1910 Freiluftgastronomie und Feiern selbst bei schlechtem Wetter ermöglichen.



270. Geburtstag Mozarts: die Wege zu den Mozarts aktualisiert

2026 hätte W.A. Mozart seinen 270. Geburtstag gefeiert. Daher überarbeitete die Regio ihren Faltprospekt „Mozartstadt Augsburg. Das Leopold-Mozart-Haus und die Spuren der Mozarts in und um Augsburg“: Neben 18 Augsburger Mozartstätten werden mit der Familie Mozart verbundene Ziele im „Augsburger Land“ und im „Wittelsbacher Land“ beschrieben. Beworben werden auch die kostenlose Mozart-App der Regio, ein Mozartweg mit fünf Stationen, je ein Wander- und ein Radwanderweg sowie ein von der Regio herausgegebener Kulturreiseführer.



Mit „EPOCI® Augsburg“ auf eine virtuelle Zeitreise durch Augsburg

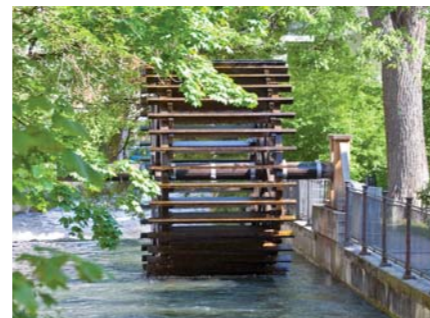
Die neue Gratis-App „EPOCI® Augsburg“ ermöglicht eine Zeitreise durch die erstmals europaweit bedeutende Handels- und Kulturmetropole am Lech. Dank Augmented Reality werden historische Ansichten Augsburgs visualisiert: Durch Abriss oder Kriegszerstörungen verlorene Gebäude und Fassaden werden in 3D jeweils genau an ihrer ursprünglichen Position wieder sichtbar gemacht – ergänzt um Informationen, Fotografien und Audio-Sequenzen. Mit drei Stationen – dem verschwundenen, vormals 35 Meter hohen Barfußertor, dem Gögginger Tor (an der Stelle des heutigen Königsplatzes) und den verlorenen Fresken am Fuggerstadtpalast an der Maximilianstraße, die virtuell auf die 68 Meter lange Fassade projiziert werden – wurde „EPOCI® Augsburg“ (ein Projekt der „LIQUID Agentur für Gestaltung“) im November 2025 gestartet: 2026 werden vier zusätzliche Stationen erlebbar sein.

Im Augsburger „Brechthaus“: eine Ausstellung zum 70. Todestag

2026 jährt sich der Todestag des 1956 in Ost-Berlin verstorbenen Augsburger Bertolt Brecht zum 70. Mal. Dieses denkwürdige Jahr fällt mit einem Jubiläum zusammen: Die von einem Brecht-Freund, dem Augsburger Buchhändler Hein Kohn, im niederländischen Exil gegründete Literaturagentur „Internationaal Literatuur Bureau B.V.“ feiert ihr 75-jähriges Bestehen. Aus diesen Anlässen zeigt das Augsburger „Brechthaus“ eine Sonderausstellung: „Tücher und Bücher. Von Augsburg in die Niederlande: Hein Kohn (1907 – 1979). Brechtfreund, legendärer Exilverleger, Literaturagent und Kulturvermittler“. Begleitet wird die Ausstellung durch vier von der Kuratorin und der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit konzipierte Matineen, die Themen der Ausstellung vertiefen.

Bundesweit einmalig: 40 Jahre „Augsburger Handwerkerweg“

Der von Johannes Hintersberger MdL – dem heutigen Vorsitzenden des Verkehrsvereins Augsburg – in seiner früheren Arbeit bei der Handwerkskammer für Schwaben initiierte „Augsburger Handwerkerweg“ ist der einzige Handwerkerweg Deutschlands. Bis Februar 2026 hat die Regio aus gegebenem Anlass ihren Prospekt „40 Jahre: Augsburger Handwerkerweg. Mit Wasserkraft zu einem europäischen Zentrum der Handwerkskünste“ überarbeitet. Darin werden auch die mit der Geschichte des Augsburger Handwerks ver-



bundenen Objekte des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“ vorgestellt. An insgesamt 33 Stationen des „Handwerkerwegs“ kann man arbeitenden Handwerkern verschiedenster Professionen, vom Bäcker und Gerber bis zum Goldschmied und Geigenbauer, über die Schulter schauen, mit dem Handwerk verbundene Objekte des Augsburger Welterbes entdecken und sogar ein Bierexpertenseminar mit Biersommelier absolvieren. Die Neuauflage führt erstmals auch zu offenen und Mitmach-Werkstätten, die es ermöglichen, unter fachkundiger Anleitung aktiv zu werden, kreativ zu sein und selbst Hand anzulegen: Hier kann man zum Beispiel töpfern, schreineren oder schmieden, Schlossern oder in der Goldschmiede arbeiten. Der Prospekt verweist außerdem auf die kostenlose App „Future History“ mit einer Digitalführung auf dem „Augsburger Handwerkerweg“.

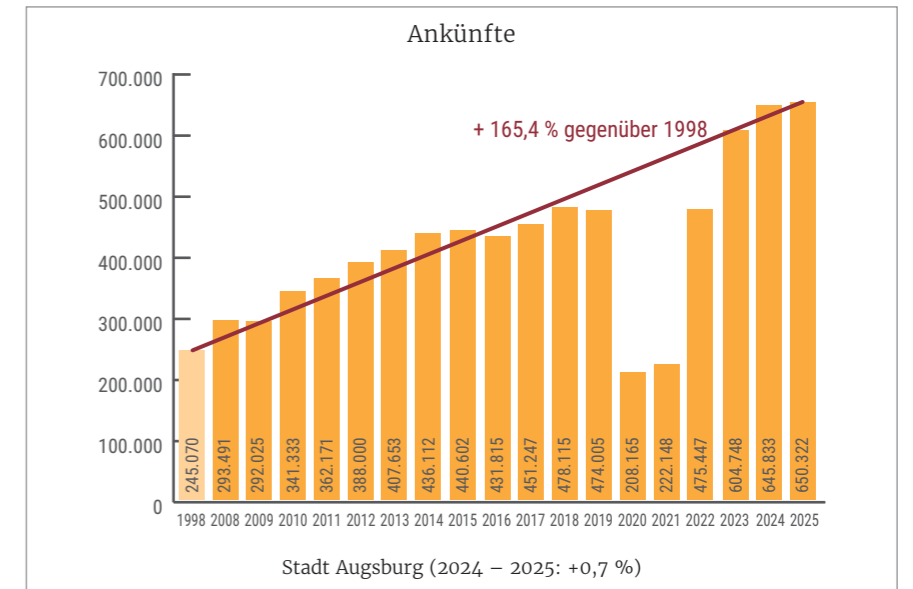


Divergierende Entwicklung bei Ankünften und Übernachtungen

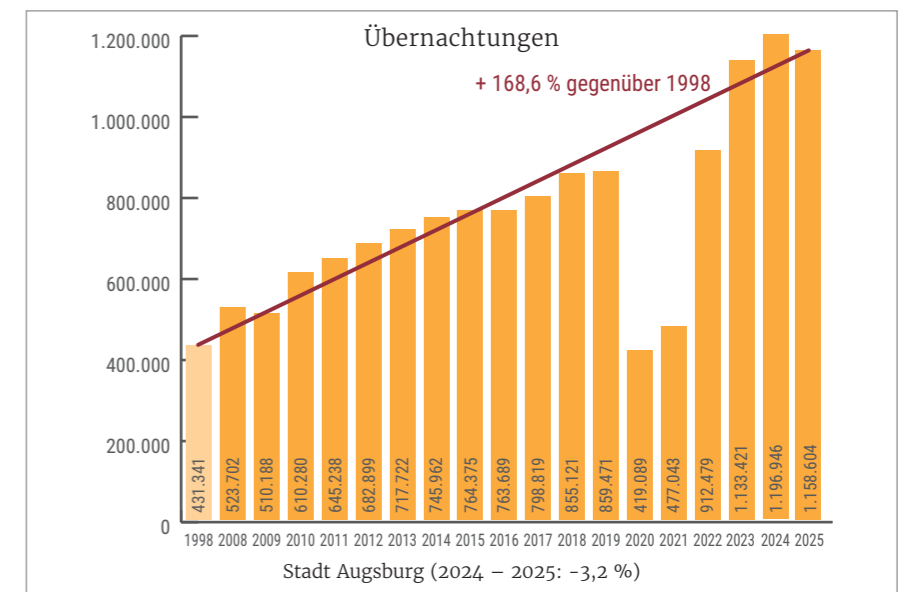
Der Augsburg-Tourismus bewegte sich auch im Berichtsjahr 2025 auf sehr hohem Niveau, wenngleich die Zahl der Übernachtungen leicht zurückging. Bei den Gästeankünften wurde im Jahr 2025 zwar mit insgesamt 650.322 registrierten Gästeankünften ein neuerliches Allzeithoch ermittelt. Die Zahl der Übernachtungen war wohl wegen teils kürzerer Aufenthaltsdauer im Stadtgebiet (was wahrscheinlich auf einen etwas geringeren Geschäftsreiseverkehr zurückgehen dürfte) rückläufig. Gegenüber dem Allzeithoch von 1.196.946 registrierten Übernachtungen in Augsburg im Jahr 2024 lag die Zahl der erfassten Übernachtungen 2025 bei insgesamt 1.158.604: ein Minus von 3,2 %, aber noch immer ein signifikantes Plus von 168,6 % gegenüber dem Jahr 1998, dem ersten Jahr der Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH (und auch der zweitbeste Wert seit dem ersten Jahr dieser Statistik).

Zwei Beherbergungsbetriebe wurden im Berichtsjahr 2025 geschlossen. Dadurch gingen 140 Betten verloren: Das waren ziemlich exakt zwei Prozent des gesamten Bettenangebots in Augsburg – sicherlich ein Grund für diese leichte Delle.

Während Augsburg im Jahr 2024 sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen deutlich über den jeweiligen gesamt-bayerischen Zuwächsen gelegen hatte, fiel das Ergebnis der Stadt aus den oben genannten Gründen ausnahmsweise leicht unterdurchschnittlich aus, bewegte sich jedoch nach wie vor auf einem sehr hohen Niveau.



Dem Allzeithoch bei den Gästeankünften im Jahr 2024 (645.833) folgte 2025 eine Stabilisierung auf sehr hohem Niveau – ein kleines Plus brachte sogar erneut ein Rekordergebnis.



Nachdem 2024 erstmals fast 1,2 Millionen Übernachtungen in der Statistik standen, ergab sich 2025 ein geringer Rückgang: 1.158.604 Übernachtungen bedeuteten aber immer noch den zweitbesten Wert seit 1998 sowie ein Plus von 168,6 % gegenüber dem Ausgangsjahr.

Im gesamt-bayerischen Vergleich verlief die Entwicklung von Ankünften und Übernachtungen in Augsburg leicht unterdurchschnittlich: Das lag an extrem hohen Vorjahresergebnissen.



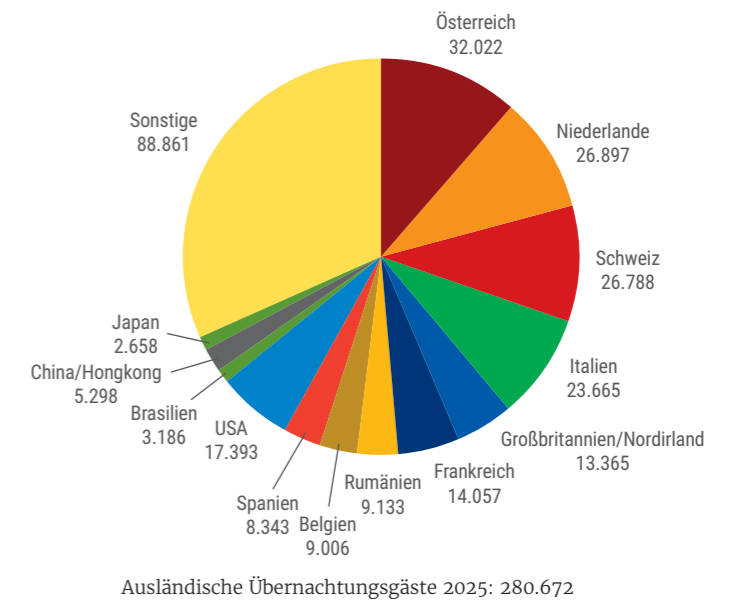
Übernachtungsgäste in Augsburg: fast jeder Vierte aus dem Ausland

Für eine Publikation der Regio Augsburg Tourismus GmbH im Jahr 2025 hatte Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), festgehalten, dass die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste in Augsburg in nur einer Dekade auf annähernd 300.000 angewachsen sei. Damit sei jede vierte Übernachtung auf Reisende aus dem Ausland zurückzuführen. Im bundesweiten Vergleich sei dies ein „ausgezeichneter Wert“. Diese Entwicklung geht wohl nicht unwesentlich auf die Strahlkraft der Marke „UNESCO-Welterbe“ zurück.

Wie schon im Vorjahr nahmen auch 2025 die Gäste aus Österreich, aus den Niederlanden, der Schweiz und Italien in der Statistik der Übernachtungen die Ränge eins bis vier ein. Als stärkster Auslandsmarkt erwies sich im Berichtsjahr erneut Österreich: Die Gäste aus dem Nachbarland buchten 32.022 Übernachtungen (+7,4 % gegenüber 2024). Der Abstand zwischen der zweit- und drittstärksten Gästegruppe war gering: 26.897 Gäste aus den Niederlanden wurden registriert, aus der Schweiz kamen 26.788 Übernachtungsgäste. Die Schweizer legten dabei gegenüber 2024 um 2,6 % zu, bei den Gästen aus den Niederlanden kam ein Minus von 4,5 % zustande. Der italienische Markt schlug mit 23.665 Übernachtungen etwas schwächer zu Buche als noch im Vorjahr (25.687). Im Berichtsjahr 2025 ergab sich so ein Minus von 7,9 %. Bei den Übernachtungen weiterer Gästegruppen aus Europa waren divergierende Entwicklungen zu beobachten: Die Anzahl der Besucher aus Großbritannien/Nordirland (13.365), Rumänien (9.133), Brasilien (3.186) oder Belgien (9.006) ging leicht zurück.

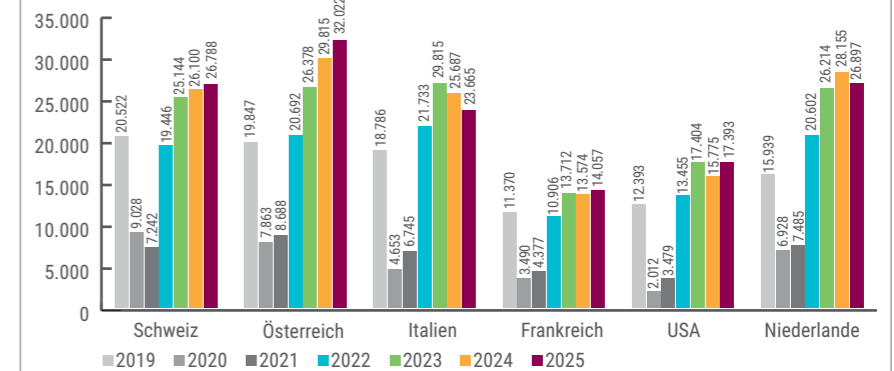
Im Gegenzug stiegen jedoch die Gästezahlen von Besuchern aus Frankreich, Spanien und den USA, China/Hongkong und Japan gegenüber dem Berichtsjahr 2024 jeweils an. Interessant ist, dass gerade die Gästegruppen aus Übersee auffallend stark gewachsen sind. Das gilt etwa für die Besucher aus den USA (17.393 in 2025 gegenüber 15.775 in 2024, das ist ein Plus von 10,3 %). Aus China/Hongkong kamen 5.298 Übernachtungsgäste, das ist gegenüber 2024 (4.785) ein erheblicher Zuwachs von 10,7 %. Als stabil erwies sich der Quellmarkt Japan: 2.512 Übernachtungen im Jahr 2024 standen im Berichtsjahr schließlich 2.658 Übernachtungen gegenüber (+ 5,8 %). In der Summe lag die Zahl der ausländischen Übernachtungsgäste im Berichtsjahr 2025 bei 280.672. Im Vergleich mit dem Vorjahr (292.046) ergab sich insgesamt ein leichter Rückgang von 3,9 % – in der Kategorie „Sonstige“ zählte man fast 8.000 weniger.

Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland in Augsburg 2025



Wie schon im Vorjahr war auch 2025 fast jeder vierte Übernachtungsgast (24,2 %) in Augsburg aus dem Ausland angereist. Österreicher, Niederländer, Schweizer und Italiener bildeten wieder die stärksten Gruppen ausländischer Gäste.

Stärkste Gästegruppen aus dem Ausland bei Übernachtungen in Augsburg



Stadt Augsburg (2019 – 2025)

Auch 2025 bildeten die Gäste aus Österreich, aus den Niederlanden, der Schweiz und Italien (wie schon in den letzten Jahren) die stärksten ausländischen Gästegruppen bei den Übernachtungen. Die positiven Entwicklungen bei ausländischen Gästen sind nicht zuletzt auf die Strahlkraft der Marke „UNESCO-Welterbe“ zurückzuführen: 2019 wurde das „Augsburger Wassermanagement-System“ in die Welterbeliste aufgenommen.

ort Augsburg ein wesentlicher Komm-Grund sein. Die Märkte in der Schweiz, in Österreich und in Italien bewarb die Regio Augsburg Tourismus GmbH auch 2025 jeweils in Kooperation mit der DZT.

ort Augsburg ein wesentlicher Komm-Grund sein. Die Märkte in der Schweiz, in Österreich und in Italien bewarb die Regio Augsburg Tourismus GmbH auch 2025 jeweils in Kooperation mit der DZT.

Zeitreise durch eine europäische Handels- und Kulturmetropole

Mehr Informationen online

gefördert durch

LIQUID Agentur für Gestaltung



Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat



REGIO AUGSBURG
Tourismus



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

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

Reiseliteratur und Reisemagazin

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

Internet und Social Media

- Website für die gesamte Region
- Website mehrsprachig (E, I, JAP)
- ständige inhaltliche redaktionelle Pflege der Website
- Web-Portale für Wander- und Radwanderrouten
- Betreuung der sozialen Medien (Facebook, Instagram)
- Webportal für Messen, Tagungen und Kongresse sowie Incentives
- Augmented-Reality-Anwendung zum Oberwittelsbacher Burgplatz

Medien- und Pressearbeit

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

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und Tourismusverbände

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

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

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

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

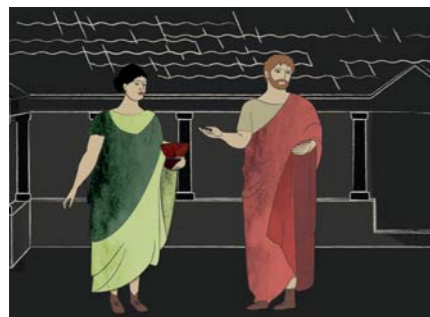
- Stadt-Land-Kooperation Stadtpaziergänge/Wandern/Radwandern
- Stadt-Land-Kooperation Kirchentourismus/spiritueller Tourismus
- Stadt-Land-Kooperation Schlacht auf dem Lechfeld
- München-Augsburg-Radweg
- Lechradweg

Vermarktung der Alleinstellung des Landkreises Aichach-Friedberg bei thematischen Profilen

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

Printmedien der Regio werben für das „Wittelsbacher Land“

In ihren Printmedien kann die Regio Augsburg Tourismus GmbH Jahr für Jahr hochauflagig für die touristischen Angebote des Landkreises Aichach-Friedberg werben: So thematisierte die Ausgabe 2025 die Schlacht auf dem Lechfeld und die Stationen des 955-Geschichtspfads im „Wittelsbacher Land“, die Geschichte der Wittelsbachers, die Romantische Straße, das Fest „Friedberger Zeit“ sowie Veranstaltungen im Landkreis. Die Wittelsbacher – aus diesem bayerischen Herrschergeschlecht stammte die Kaiserin und Königin Elisabeth („Sisi“) – sowie Veranstaltungen – zum Beispiel die Sonderausstellung im Friedberger Schloss – stehen auch 2026 im Zentrum der Berichterstattung über das „Wittelsbacher Land“ im Magazin der Regio. Für eine Neuauflage im Jahr 2026 wurde 2025 der 48-seitige Wanderführer „Stadt, Land, Fluss: Wege im Wittelsbacher Land. Touren zu Wittelsbachern, zu Wallfahrten und zu Spuren der Schlacht auf dem Lechfeld“ aktualisiert. Neu aufgenommen wurde darin die rund drei Kilometer lange Tour „955 Geschichtspfad“ vom Ulrichsmarterl im Todtenweiser Ortsteil Sand zur Pfarrschanze in Todtenweis.



Römer in Friedberg – jetzt per Römer-App

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

„Sisi-Straße“: Bürgermeister pflanzt Baum in Gödöllö

Nach 30 Jahren als Erster Bürgermeister Aichachs kandidierte Klaus Habermann bei der Kommunalwahl 2026 nicht mehr für dieses Amt – und so war auch „Stadt auf Reisen“ im September 2025 eine Abschiedstour für ihn in dieser Funktion: Nach langer Pause konnte die Reise unter dem Motto „Unterwegs auf Sisis Spuren“ wieder stattfinden und führte die Aichacher Reisegruppe – seitens der Regio Augsburg Tourismus GmbH begleitet durch Priska Hassan – nach Budapest sowie Gödöllö: In dieser Partnerstadt Aichachs pflanzten Habermann und sein Gödöllöer Amtskollege György Gemesi im Schlosspark einen Baum als Zeichen der städtischen Verbundenheit. In Budapest besichtigte die Gruppe bei Bustouren und zu Fuß herausragende Sehenswürdigkeiten.



„Hofis Erlebnispark“: Eröffnung 2026 stärkt die Familienregion

2026 wird mit der Eröffnung von „Hofis Erlebnispark“ auf dem Gelände der ehemaligen „Western-City“ in Dasing ein Highlight für Familien im Landkreis Aichach-Friedberg entstehen. Im Vorfeld gab es eine enge Abstimmung mit der Regio Augsburg Tourismus GmbH, etwa beim Besuch touristisch relevanter Messen. Mit dem nahen „Legoland®“ im Westen von Augsburg und „Hofis Erlebnispark“ im Osten kann sich die Region zu einer der Top-Familienregionen in Deutschland und sogar Europa entwickeln.



Oberwittelsbach: Wittelsbacher virtuell – mit Augmented Reality

Der Burgplatz im Aichacher Stadtteil Oberwittelsbach – wo die Wittelsbachers ihre Stammsitze hatten – ist heute eine Station einer 55 Kilometer langen Radtour und eines vier Kilometer langen Geschichtspfads. Künftig soll diese „Wiege der Wittelsbacher“ durch eine Augmented-Reality-Anwendung erlebbar werden. Unter wissenschaftlicher Begleitung wird die virtuelle Rekonstruktion in einem aufwendigen Prozess bis Ende 2026 erstellt. Dieses Projekt leistet einen weiteren Beitrag zum Aufbau der Vermittlungsachse Oberwittelsbach – Unterwittelsbach – Aichach und wird einen starken Impuls für die Markenbildung im „Wittelsbacher Land“ setzen.

„955 Der Geschichtspfad“: Projekt von bundesweiter Tragweite

2025 wurde die Arbeit am Projekt „955 Der Geschichtspfad“ mit einer Präsentation im Rahmen einer Pressekonferenz abgeschlossen. Die Gäste waren bis aus Sachsen-Anhalt und sogar Ungarn angereist (s. S. 24/25). Rad- und Wanderrouten sowie Erlebnisstationen verbinden innovative, teils virtuelle Geschichtsvermittlung zur Lechfeldschlacht mit idyllischen Naturerlebnissen. Das Projekt ist ein Best-Practice-Beispiel für die Stadt-Land-Kooperation, das dank auch überregionaler Netzwerke der Lechfeldschlacht als Markenprofil des „Wittelsbacher Lands“ bundesweite Tragweite verleiht.



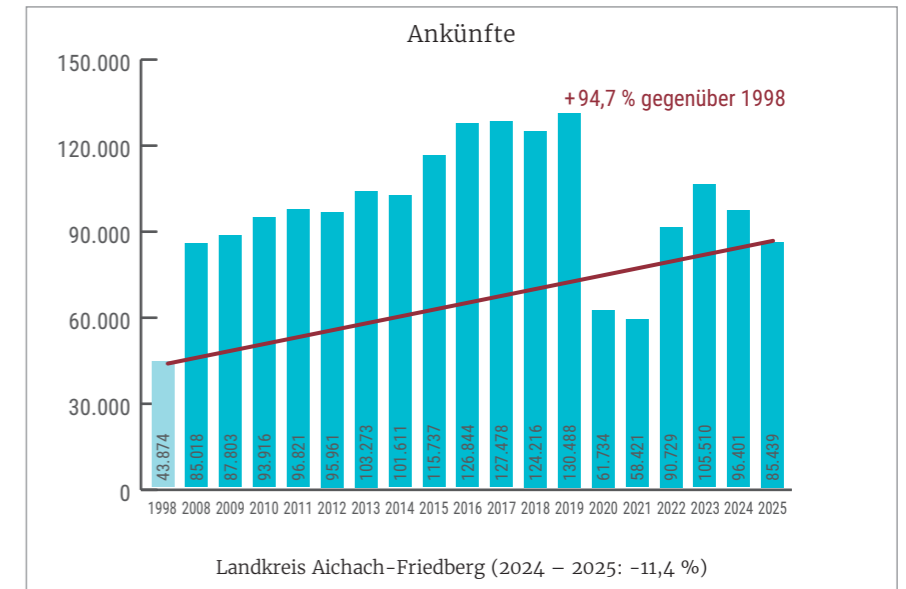
Landkreis Aichach-Friedberg: fehlende Übernachtungskapazität schlägt sich negativ nieder

Während in der benachbarten Großstadt Augsburg im Jahr 2025 sowohl bei Gästeankünften als auch bei Übernachtungen auf hohem Niveau relativ stabile Werte registriert werden konnten, entwickelte sich die Lage im Landkreis Aichach-Friedberg, dem „Wittelsbacher Land“, in beiden Statistiken 2025 weiter unbefriedigend.

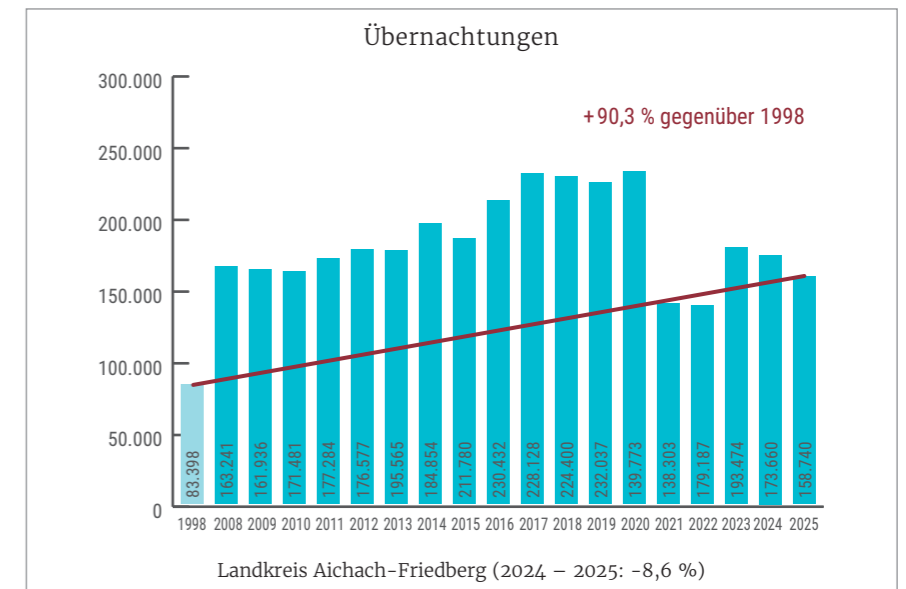
Dass sich die Anzahl der Ankünfte wie die der Übernachtungen im „Wittelsbacher Land“ (für die Region atypisch stark) verringerte, liegt zunächst einmal an der geringeren Anzahl angebotener Betten: Waren es 2021 noch 1.644 Betten gewesen, wurden 2025 noch 1.455 Betten gezählt – das ist ein Rückgang um etwa 12,5 %. Die statistischen Werte im Berichtsjahr spiegeln diesen Rückgang beim Angebot mit einem Minus bei den Gästeankünften (-11,4 %) ziemlich exakt wider, wobei der Rückgang bei den Übernachtungen „nur“ 8,6 % beträgt. Beide Werte liegen übrigens trotzdem noch immer gut 90 Prozentpunkte über der Ausgangslage im Jahr 1998, als die Regio die Arbeit aufnahm.

Das „Wittelsbacher Land“ leidet zum einen unter der für viele Gäste höheren Attraktivität der nahen Großstädte Augsburg sowie (wohl vor allem) München, wo Gäste ein größeres Angebot an Gastronomie und Erlebnissen erwarten. Besuchergruppen, die beispielsweise Impulsgeber wie das Friedberger Schloss anlocken, finden in der Region kaum geeignete Übernachtungsmöglichkeiten. Sie weichen dann auf Betriebe in Augsburg aus.

Das zu geringe gastronomische Angebot mit zu sehr eingeschränkten Öffnungszeiten und ein Mangel an sonstiger touristischer Infrastruktur und kulturellen Angeboten schlägt sich zum anderen in der Statistik nieder. Dass im Landkreis in den vergangenen Jahren durch die Schließung der Western-City in Dasing und der „Erlebniswelt Bayerischer Hiasl“ auf Gut Mergenthau zwei Ausflugsziele wegbrachen, war sicher ein nachteiliger Faktor. Ein weiterer Nachteil könnte die durch ein Hochwasser im Jahr 2023 verursachte temporäre Schließung der Tagungseinrichtung auf Schloss Blumenthal gewesen sein: Erst 2025 standen hier alle Leistungen wieder vollumfänglich zur Verfügung.



Nach der Delle aufgrund der im Jahr 2020 ausgebrochenen Corona-Pandemie hat sich die Zahl der Gästeankünfte im Landkreis Aichach-Friedberg nicht zufriedenstellend erholt. Die vergleichsweise schwache Belegung dürfte aber auch der höheren Attraktivität der nahen Großstädte, insbesondere Münchens, geschuldet sein.



Die Übernachtungszahlen im Landkreis Aichach-Friedberg haben sich in jüngerer Zeit – nach einem lang anhaltenden Aufwärtstrend bis zum Jahr 2020 – unterdurchschnittlich entwickelt.

die sich wohl auch in einer stärkeren Frequenzierung der nahegelegenen Übernachtungsbetriebe niederschlagen dürfte.



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

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

Reiseliteratur und Reisemagazin

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

Internet und Social Media

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

Medien- und Pressearbeit

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

Zulieferung von Text- und Bildmaterial an Kooperationspartner und Tourismusverbände

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

Schaffung bzw. Förderung neuer touristischer Angebote

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

Vermarktung der thematischen Vernetzungen von Stadt und Land

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

Vermarktung der Alleinstellung des Landkreises Augsburg bei thematischen Profilen

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



„Roadshow“ in Schwabmünchen: Erfolgsfaktor Tourismus

Zur „Roadshow Tourismus und Naherholung im Landkreis Augsburg“ am 15. Oktober 2025 hatten der Landkreis Augsburg und die Regio Augsburg Tourismus GmbH geladen. Rund hundert Gäste aus Politik, Wirtschaft, Hotellerie, Gastronomie und Kultur folgten der Einladung in die Stadthalle Schwabmünchen. Diskutiert werden sollten Möglichkeiten zur Stärkung der Resilienz der Region – insbesondere der ländlichen Räume – sowie die Bedeutung von Tourismus, Freizeit und Naherholung als wesentliche Wirtschafts- und Standortfaktoren. Nach der Begrüßung der Gäste durch Landrat Martin Sailer referierte Keynote-Speaker Heiko Rainer, Geschäftsführer der dwif-Consulting GmbH, zum „Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Landkreis Augsburg“. Rainer stellte sich bei einer Podiumsdiskussion gemeinsam mit Landrat Sailer, Gabi Dreisbach (Geschäftsführerin „Zeller’s Quartier“ in Königsbrunn) und Tourismusdirektor Götz Beck den Fragen des Publikums.

Um die Haldenburg Schwabegg: ein Rundweg zur Lechfeldschlacht

Bei einer Pressekonferenz im „955 Informations- und Präsentationspavillon“ wurde unter anderem ein neuer Rundweg bei der Haldenburg Schwabegg – einer ehemaligen Ungarnflieburg im „Augsburger Land“ – vorgestellt. Der rund einen Kilometer lange (Rad-)Wanderweg ist Teil des 955-Geschichtspfads und Zubringer zu einer insgesamt 45 Kilometer langen Radrundtour: Diese kombiniert zeitgemäße Geschichtsvermittlung mit idyllischen Naturerlebnissen. Zur Pressekonferenz in Königsbrunn waren unter anderem Lars-Jörn Zimmer, Vorsitzender des Tourismusverbandes Sachsen-Anhalt e. V. und tourismuspolitischer Sprecher der CDU-Landtagsfraktion, Generalkonsul Gábor Tordai-Lejkó – Doyen des Konsularkorps in Bayern – sowie der ungarische Konsul Péter Lorenz angereist.

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

In jeder Ausgabe des „RegioMagazins“ der Regio Augsburg Tourismus GmbH werden Themen und zahlreiche Ziele im Landkreis Augsburg transportiert und mit vielen Bildern präsentiert: 2025 zum Beispiel mit Beiträgen zu Orten im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“, die dort an den großen Bauernkrieg von 1525 erinnern, zum „LandArt-Kunstpfad Bonstetten“, zum „Eukitea-Theater“ Diedorf sowie zur schwäbischen Kunsthandwerker- und Künstlerfamilie Mozart. Ein mehrseitiger Beitrag widmete sich mit vielen Abbildungen der epochalen Schlacht auf dem Lechfeld im Jahr 955 und ihren Spuren im „Augsburger Land“. Ein multimedialer Geschichtspfad ermöglicht es, diese Spuren – digital oder auch live vor Ort – zu erkunden. Das breit gestreute Tourismusmagazin generiert jährlich weit mehr als 100.000 Leserkontakte.

Der Süden ist blau: Traumquartier im Blätterdach bei Fischach

Das Angebot von „Der Süden ist blau“ bei Fischach reicht von romantischer Zweisamkeit im stilvoll eingerichteten Baumhaus – mit Blick auf den Sternenhimmel – bis hin zum Abenteuerurlaub im Zirkuswagen und zu erlebnisreichen Tagen auf dem Bauernhof für die gesamte Familie. Südländisches Flair verbreitet hier ein Garten mit verschiedenen mediterranen Gehölzen wie Zitronenbäumen, Oleander sowie Aprikosen-, Oliven- und Feigenbäumen. „Der Süden ist blau“ in der Landschaft der sogenannten Stauden im „Augsburger Land“ füllt mit seinen außergewöhnlichen Angeboten eine Marktlücke im Landkreis Augsburg und vereint so Naturerlebnisse mit hochwertiger Servicequalität. Im Rahmen der Mitgliederbetreuung begleitete die Regio Augsburg Tourismus GmbH Gespräche, um die Erteilung von Genehmigungen für den Bau zweier neuer Baumhäuser zu ermöglichen.



Mehr zu Mozart: erneuerte Stelen und ein neuer Prospekt der Regio

Mehrere knallrote Mozart-Silhouetten sind inzwischen zu kulturellen Wahrzeichen des „Augsburger Lands“ geworden. Sie markieren den (Rad-)Wanderweg zu etlichen Spuren der Familie Mozart im Landkreis Augsburg sowie die Standorte von „Kultur&Info-Installationen“: Diese weisen mit Texten und Hörbildern auf die Wurzeln der Familie im Augsburger Umland hin. Im Jahr 2026 ist eine umfassende Erneuerung dieser Stationen geplant. Außerdem wurde der Regio-Prospekt „Mozartstadt Augsburg“ Anfang des Jahres 2026 überarbeitet: Er informiert unter anderem auch ausführlich zu jenen Orten im „Augsburger Land“, die in der Geschichte der Familie Mozart eine Rolle spielen.

Römisches Augsburg digital: neue App „Augusta Vindelicum“

Die App „Augusta Vindelicum“ ermöglicht es seit Ende 2024, spielerisch und interaktiv in die römische Vergangenheit Augsburgs und beider Nachbarlandkreise einzutauchen. Drei von elf Stationen dieser App liegen im „Augsburger Land“: Im „Mithraeum“ Königsbrunn erhält man einen Einblick in die Riten des Mithraskultes. Unweit des „Mithraeums“ lernt man mehr über die Wasserversorgung des römischen Augsburg über eine offene Wasserleitung: Dieses Wasser stammte aus einem Singoldanstich. In Schwabmünchen entdeckt man die Töpfersiedlung Rapis und erfährt Details zur Herstellung hochwertiger Töpferwaren. Diese drei Stationen werden im Regio-Prospekt „Die Römer in und um Augsburg“ vorgestellt, ihre Lage ist darin auf einer Karte eingezeichnet. Außerdem führt der Prospekt zu sechs weiteren Orten im Landkreis Augsburg, die an die römische Vergangenheit erinnern. Im „Augsburger Land“ wurden 2025 zudem rund 30 Plakate angebracht, die dort für die kostenlose App „Augusta Vindelicum“ werben sollen.

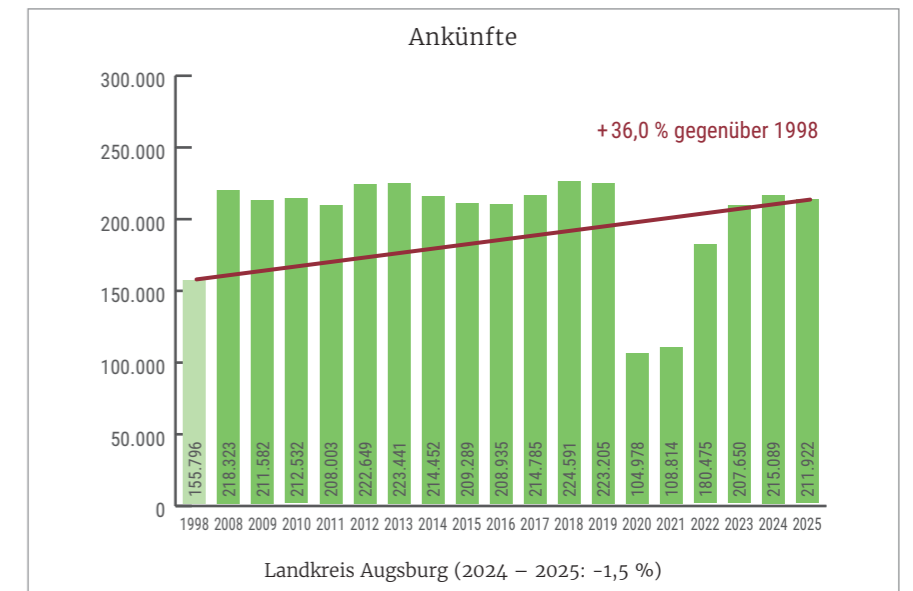
Tourismus sichert im Landkreis Augsburg tausende Arbeitsplätze

Im Landkreis Augsburg bedeuteten im Jahr 2025 insgesamt 211.922 Gästeankünfte sowie 380.795 Übernachtungen jeweils ein leichtes Minus gegenüber den Zahlen in der Vorjahresstatistik. Diese Abschwächung ergab sich aber immer noch auf einem relativ hohen Niveau, und sie spiegelt überdies annähernd auch die generelle Entwicklung der Zahlen in der gesamten Region Augsburg im Berichtsjahr wider.

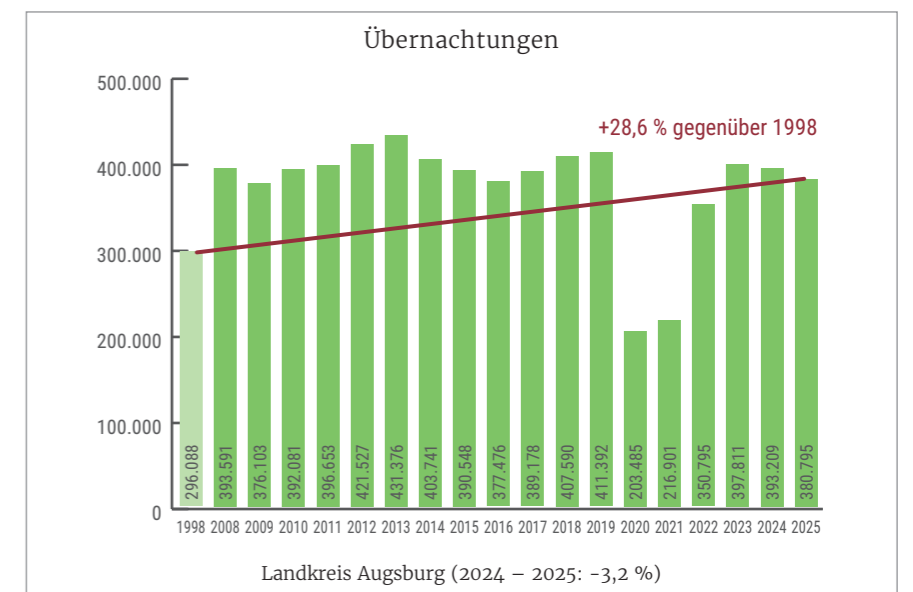
Die vom Landratsamt Augsburg beauftragte dwif-Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Landkreis Augsburg 2024“ (veröffentlicht Oktober 2025) gibt genauere Einblicke in die Bedeutung der Tourismuswirtschaft für das „Augsburger Land“ einschließlich daraus resultierender Arbeitsmarkt- und Steuereffekte im Jahr 2024. Diese Erhebung zeigt die durchaus nennenswerte Bedeutung des Tourismus für den Landkreis auf. Die dortigen touristischen Umsätze, aufgesplittet nach den Marktsegmenten, ergaben doch für manchen wohl unerwartet hohe Zahlen.

Bei fast sieben Millionen Aufenthaltstagen wurden knapp 245 Millionen Euro als Bruttoumsätze aus den vier Marktsegmenten Touristikcamping/Reisemobilitätstourismus, Privatquartiere, gewerbliche Betriebe und Tagesreisen generiert. Den Löwenanteil dieser touristischen Umsätze erwirtschafteten die Tagesreisenden mit einem Anteil von 180,7 Millionen Euro: Sie gaben in der Region täglich pro Kopf knapp 28 Euro aus. Einnahmen in Höhe von 64,2 Millionen Euro entstanden durch die Übernachtungsgäste.

Als „Direkte Profiteure des Tourismus“ weist die dwif-Studie das Gastgewerbe mit einem Umsatz in Höhe von 108,7 Millionen Euro aus, den Einzelhandel mit Umsätzen in Höhe von 92,7 Millionen Euro sowie die diversen Dienstleister mit einem Umsatzvolumen von 43,5 Millionen Euro. Aus dem gesamten Bruttoumsatz in einer Höhe von 244,9 Millionen Euro wurden über die direkte Wertschöpfung (66,0 Millionen Euro) respektive die indirekte Wertschöpfung (44,5 Millionen Euro) eine touristische Wertschöpfung von insgesamt 110,5 Millionen Euro erzielt. Daraus resultierte im Landkreis Augsburg ein Mehrwertsteuer- und Einkommensteuer-Aufkommen von knapp 23 Millionen Euro.

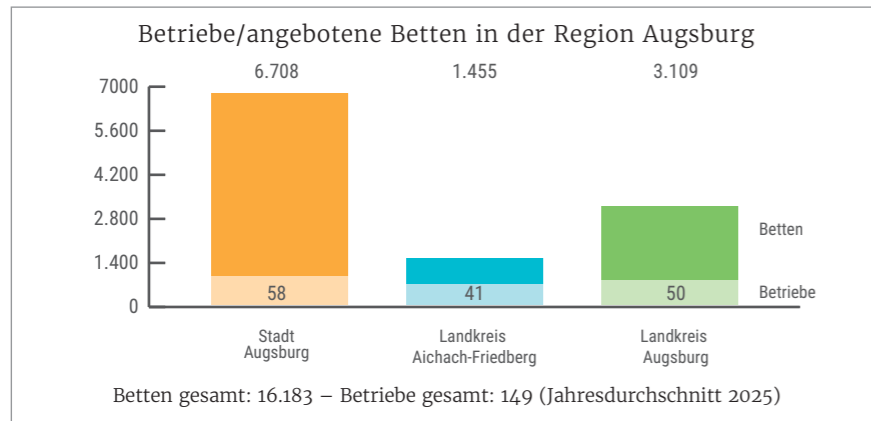


Die Anzahl der Ankünfte im Landkreis Augsburg lag 2025 mit 211.922 erfassten Gästeankünften nur knapp unter den Zahlen von 2024, aber immer noch etwas über den Werten des Jahres 2023.



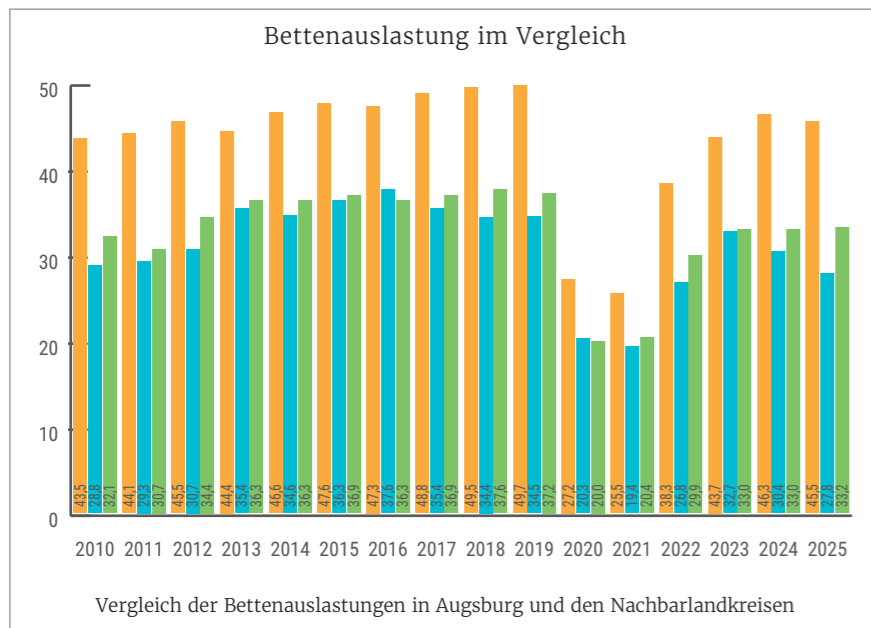
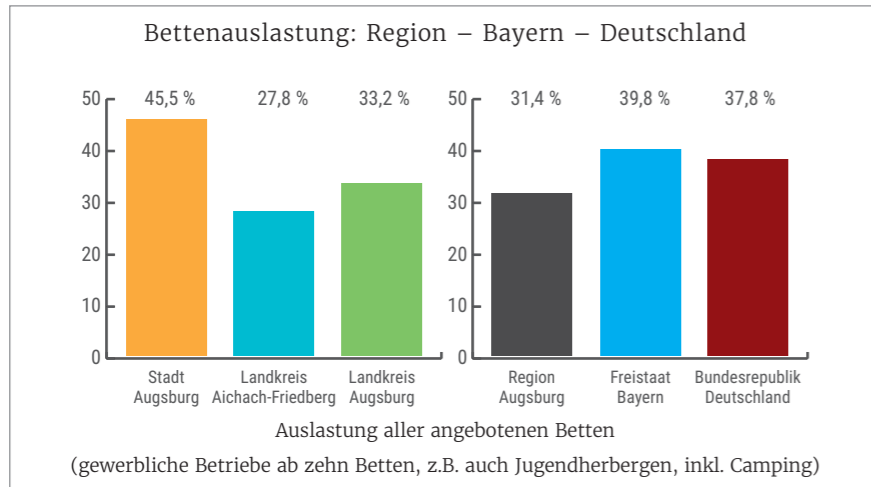
Mit 380.795 in der Statistik erfassten Übernachtungen wurde der Landkreis Augsburg 2025 nur geringfügig schwächer frequentiert als im Vorjahr. Dass hier keine weitere Steigerung erzielt wurde, liegt wohl insbesondere darin begründet, dass die Anzahl der Übernachtungsbetriebe im Landkreis wegen sieben Betriebsschließungen im Jahr 2024 (seitdem 52 Betriebe) gegenüber 2023 (damals noch 59 Betriebe) zurückgegangen war.

Das aus der Statistik ermittelte sogenannte Beschäftigtenäquivalent deutet die Auswirkungen des Tourismus auf den Arbeitsmarkt an. Die touristische Wertschöpfung von 110,5 Millionen Euro entspricht einem Beschäftigtenäquivalent von etwa 3.777 Personen. Dies ist zwar kein exakter Wert, sondern lediglich eine statistische Größe: Diese lässt jedoch trotzdem erkennen, dass die touristische Nachfrage im Landkreis Augsburg unter Berücksichtigung regional- und branchenspezifischer Arbeitnehmerentgelte etlichen tausend Menschen im Landkreis eine berufliche Existenz sichert.



Bettenauslastung in Augsburg war 2025 überdurchschnittlich

Wie schon in den Vorjahren hat sich die Situation des Übernachtungsgewerbes in Augsburg auch 2025 erneut deutlich über dem bundesdeutschen, dem bayerischen sowie dem regionalen Durchschnitt entwickelt. Die Bettenauslastung* in der Stadt Augsburg betrug bei nur minimal geringerem Bettenangebot gegenüber 2024 (6.848 versus 6.708 Betten) 45,5 %. Dieser im Vergleich mit dem Bundesland Bayern und der gesamten Bundesrepublik sehr hohe Wert ist teils auf einen leichten Rückgang angebotener Betten in jüngerer Zeit zurückzuführen, spricht aber auch für die – aus diversen Gründen – höhere Attraktivität der Großstadt. Diese dürfte vermutlich auch auf Messen, Tagungen und Kongresse sowie nicht zuletzt teils international bedeutende Unternehmen am Standort Augsburg zurückzuführen sein, die sich positiv auf den Geschäftsreiseverkehr auswirken. Doch auch das dichtere touristische Angebot der Großstadt Augsburg – von der attraktiven Altstadt über die Gastronomie bis hin zum UNESCO-Welterbe – dürfte manche Entscheidung für den Übernachtungsort beeinflussen.



Das Bettenangebot in der Region veränderte sich gegenüber dem Vorjahr nur geringfügig: In der Großstadt Augsburg ging die Anzahl der Übernachtungsbetriebe von 60 auf 58 zurück. Dadurch reduzierte sich auch die Anzahl der angebotenen Betten um 140. Während die Bettenauslastung in Augsburg wie im Landkreis Aichach-Friedberg 2025 leicht zurückging, wurde sie im Landkreis Augsburg (wo es gegenüber 2024 zwei Betriebe weniger gab) minimal gesteigert.

* 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.

Dessen ungeachtet ging die Zahl der Übernachtungsbetriebe in Augsburg (58 Betriebe gegenüber noch 60 im Vorjahr) aufgrund von Betriebsschließungen etwas zurück. Dies hatte letztendlich auch zu einem leichten Rückgang des Bettenangebots um fast exakt zwei Prozent gegenüber 2024 geführt. Die Statistik bei der Bettenauslastung variierte gegenüber dem Vorjahr (46,3 % im Jahr 2024) in Relation geringer.

Divergierende Entwicklung in den beiden Nachbarlandkreisen

Die Bettenauslastung in den Landkreisen Aichach-Friedberg (27,8 %) und Augsburg (33,2 %) weist deutlich niedrigere Werte auf als die der Stadt Augsburg und können die bayerischen und bundesdeutschen Werte nicht übertreffen.

Die Großstadt Augsburg liegt bei der Bettenauslastung mit 45,5 % erheblich über dem Wert der gesamten Region Augsburg (31,4 %). Die größere Nachfrage nach Betten in Augsburg korrespondiert erkennbar mit der Zunahme der Bettenzahl im Zeitraum von

1998 bis 2025, in dem das Bettenangebot um 121,8 % gewachsen ist. Hier besteht offensichtlich eine deutliche Korrelation zwischen dem Angebot an Betten und der Nachfrage.

Es scheint sich also erneut zu bestätigen, dass es die Veranstalter schätzen, wenn alle Teilnehmer von Firmentreffen, Seminaren, Tagungen und Kongressen oder auch Reisegruppen nach Möglichkeit gemeinsam in einem Haus mit entsprechender Kapazität oder wenigstens in Hotels ohne größere Entfernung voneinander untergebracht werden können. Von dieser Bedürfnislage abgesehen, geht die höhere Bettenauslastung in der Großstadt womöglich auch auf die höhere Attraktivität des Reiseziels zurück. Von einer Überkapazität an Betten kann in Augsburg nicht gesprochen werden.

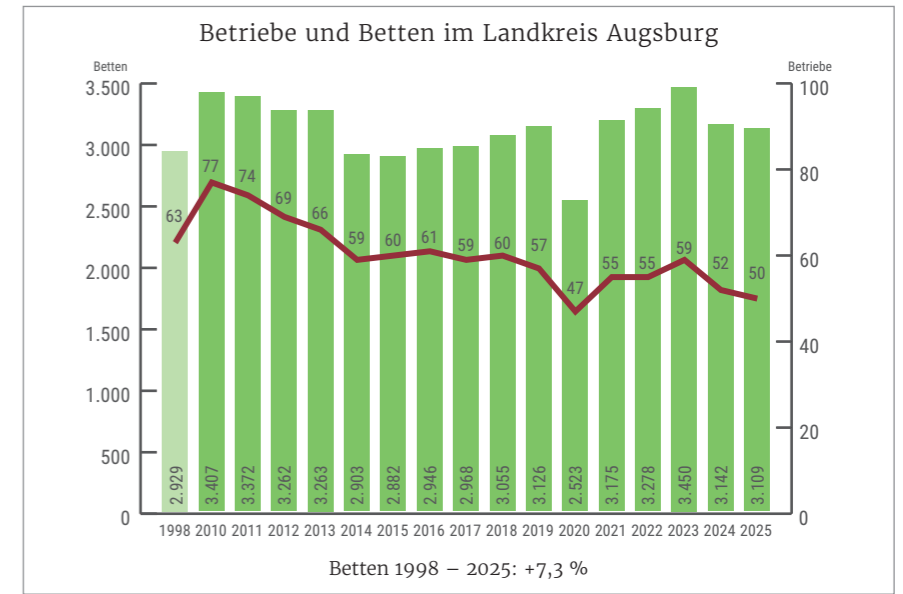
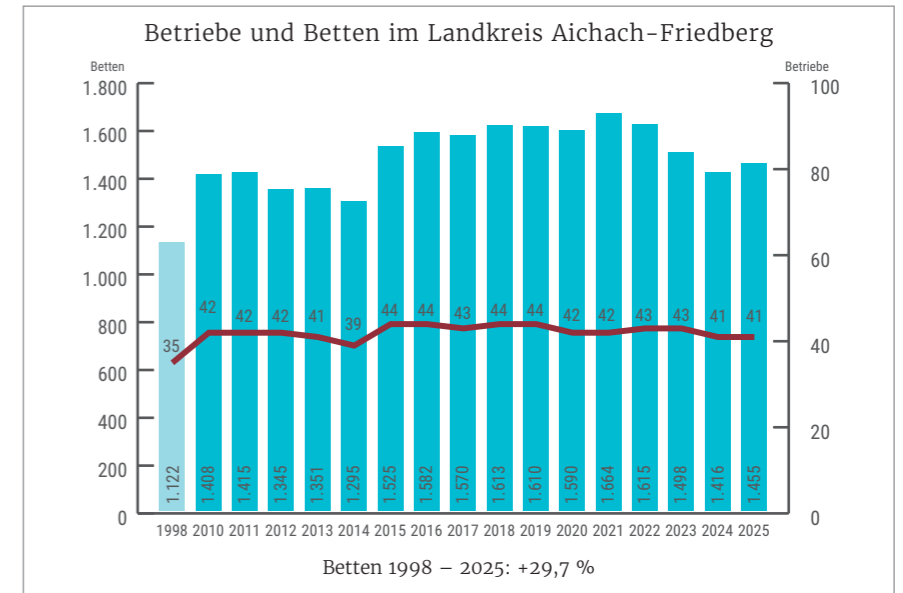
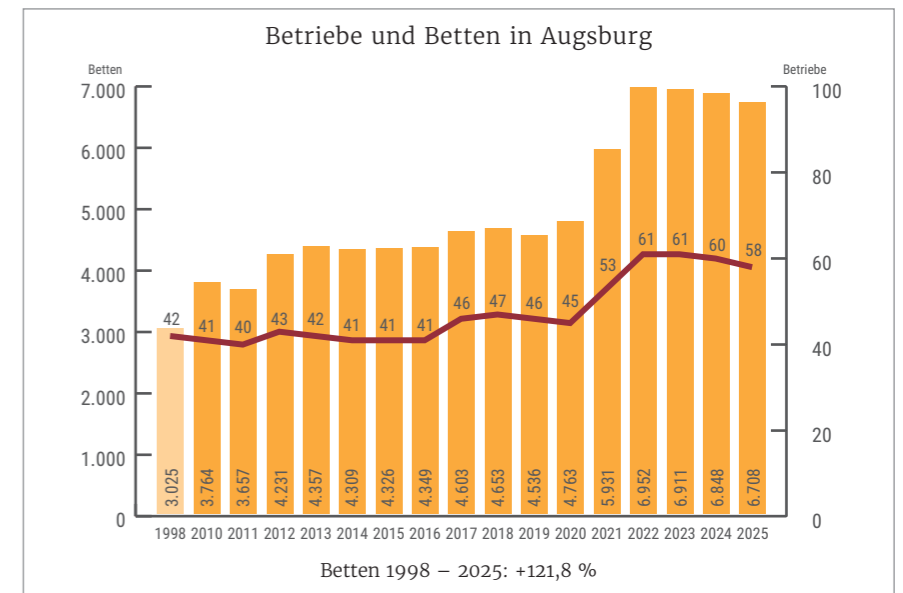
| Stadt | Betten | Einwohner | Bettenintensität* |
|------------|--------|-----------|-------------------|
| Freiburg | 12.021 | 237.244 | 507 |
| Würzburg | 5.998 | 128.246 | 468 |
| Nürnberg | 21.169 | 526.091 | 403 |
| Regensburg | 8.852 | 159.46 | 555 |
| Mannheim | 9.000 | 316.877 | 284 |
| Augsburg | 6.911 | 303.150 | 228 |

(*Anzahl Betten pro 10.000 Einwohner)

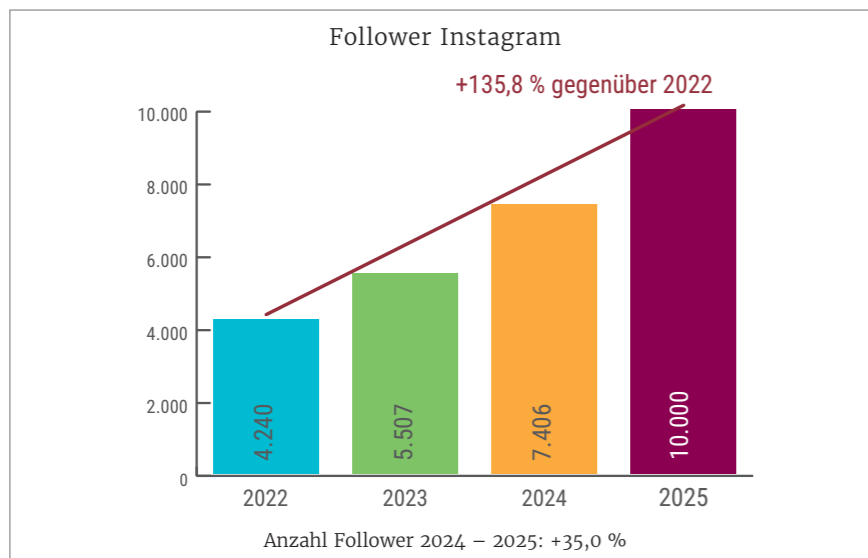
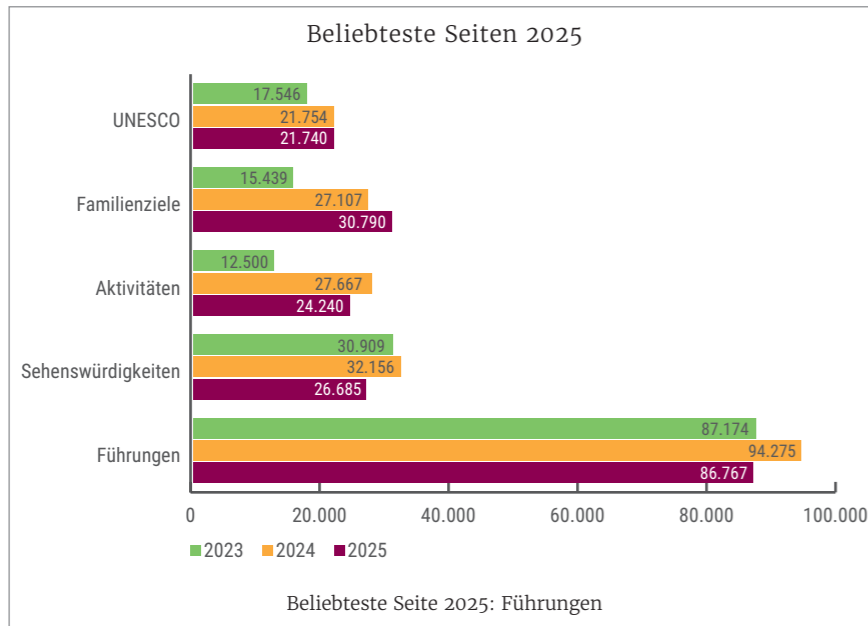
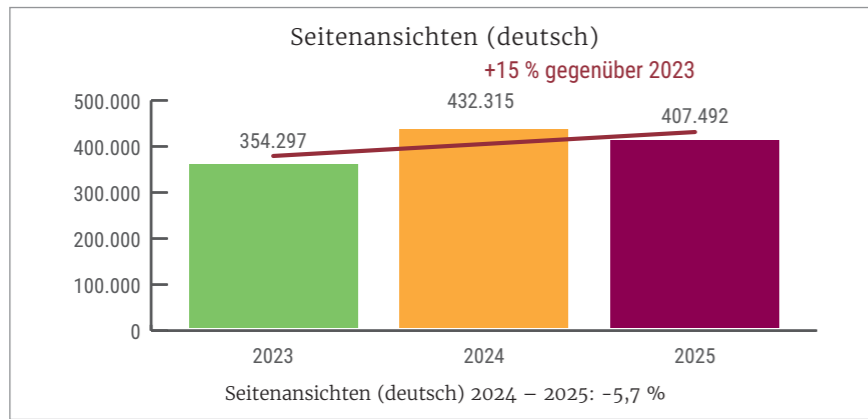
In den Landkreisen: mal mehr Betten – und mal weniger

Spürbar verhaltener verläuft die Entwicklung in den Landkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg. Zwar blieb die Zahl der Übernachtungsbetriebe im Landkreis Aichach-Friedberg (2024 wie 2025 jeweils 41 Betriebe) zuletzt gleich, während die Zahl der Betriebe seit 2019 (seinerzeit 44 Betriebe) zurückgegangen war. Die Bettenauslastung hatte 2024 mit 30,4 % allerdings merklich höher gelegen als im aktuellen Berichtsjahr 2025 (27,8 %). 2023 hatte die Bettenauslastung im Landkreis Aichach-Friedberg sogar noch etwas höher – bei 32,7 % – gelegen.

Im Landkreis Augsburg war die Anzahl der Betriebe zuletzt von 52 auf 50 im Berichtsjahr zurückgegangen. Daraus resultierend ergab sich eine marginal höhere Bettenauslastung (33,2 % gegenüber 33,0 % in 2024).



Gegenläufige Entwicklungen: Während die Anzahl der Betten in Augsburg und im Landkreis Augsburg zuletzt zurückgegangen war, gab es im Landkreis Aichach-Friedberg ein kleines Plus.



Das touristische Rekordergebnis von 2024 spiegelt sich auch in der Auswertung der Zugriffe auf die Regio-Website (deutsche Version) wider: 2025 waren die Zahlen leicht rückläufig, lagen jedoch um 15 % höher als 2023. Die Unterseite zum Führungsangebot ist dabei ungebrochen am beliebtesten. Positiv entwickeln sich auch die Statistiken zu Social Media: Followerzahlen und Reichweite steigern sich kontinuierlich.

Website: Sehenswürdigkeiten und Führungen sind Top-Themen

Die touristische Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH, die bevorzugt als Informations- und Inspirationsplattform herangezogen wird, konnte in der deutschen Sprachversion 2025 etwas mehr als 400.000 Zugriffe verzeichnen, was lediglich einen leichten Rückgang gegenüber dem Rekordjahr 2024 bedeutet. Die fremdsprachigen Versionen (IT/EN/JAP) wurden insgesamt etwas mehr als 30.000-mal besucht. Die Website www.augsburg-tourismus.de wurde im Google-Suchergebnis rund 19,4 Millionen Mal („Impressionen“) gesehen und 349.142-mal auch angeklickt („Klicks“). Die Startseite liefert einen ersten Überblick über die wichtigsten Themen und zudem eine Auswahl aktueller Veranstaltungstipps aus den Bereichen Kunst, Kultur, Musik und Sport. Eine interaktive Karte auf der Startseite erleichtert die Suchfunktion. Weiterführende Rubriken zu den spannenden Profithemen Augsburgs und der Region geben einen umfassenden Einblick in das vielfältige Angebot.

Neben der Startseite wurde auch 2025 die Seite der Stadtführungen am häufigsten aufgerufen (86.767-mal). Hier spiegeln sich das attraktive Angebot und die zahlreichen Führungen zum Thema UNESCO-Welterbe wider. Mit 30.790 Zugriffen lösten die „Familienziele“ die „Sehenswürdigkeiten“ (26.685 Zugriffe) auf Platz zwei der beliebtesten Seiten ab. 24.240 User holten sich Tipps auf der Seite „Aktivitäten“, die das Angebot für Freizeitgestaltungsmöglichkeiten bündelt. Um Zugriffszahlen zu steigern, wurden die unter „Aktivitäten: Events, Veranstaltungen & Highlights“ ausgespielten Veranstaltungstipps inhaltlich und zeitlich weitestgehend mit der Social-Media-Bewerbung abgestimmt.

Social Media: tägliche Posts und gute Engagement-Raten

Soziale Netzwerke erreichen zusätzliche Zielgruppen und ermöglichen tagesaktuelle Kommunikation sowie interaktiven Austausch mit potenziellen Gästen. Links zu weiterführenden, thematisch passenden Sites in Beiträgen führen dort zu zusätzlichem Traffic.

2025 konnte die Regio die Zahl der Follower bei Instagram auf 10.000 steigern (+35,0 %).

Das Profil verzeichnete im Jahresverlauf 656.053 Aufrufe. Auf Facebook konnten ebenfalls Zuwächse verzeichnet werden. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat dort inzwischen 8.956 Follower.

Bezahlte Kampagnen auf Facebook und Instagram steigerten den Bekanntheitsgrad neuer Apps: Die Beiträge zur App „Augusta Vindelicum“ erreichten rund 162.000, die Beiträge zur App „EPOCI® Augsburg“ rund 60.000 Personen

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

- Beitrag mit Wandertipps in den Landkreisen, 06.03.2025: ER 7,8 %
- Rätselhafter Montag/Rätsel zu Gollwitzerhäusern, 11.08.2025: ER 9,4 %
- Reel „Christmas Garden“ im Zoo, 27.11.2025: ER 5,3

Ein Highlight zum Jahresende war wieder der gut angenommene Adventskalender: Die tägliche Verlosung attraktiver Preise – zum Beispiel Stadtführungen, Tickets für Ausstellungen wie „Wundersamer Märchenweg“ im Wittelsbacher Schloss Friedberg oder begehrte Konzertkarten wie für „Die Eiskönigin“ in „Kongress am Park“ oder für die „Traumfabrik“ in der Stadthalle Gersthofen – erreichten zum Start am 1. Dezember eine ER von 22,2 % (+ 82 % gegenüber 2024) und im Durchschnitt von 10,1 %.

Durchschnittlich wird jeweils ein Beitrag pro Tag auf Facebook und Instagram veröffentlicht: als Post (Text-/Bildbeitrag), Repost, Reel (Kurzvideo) oder Story (Stories können auf Instagram in den Highlights dauerhaft sicht- und abrufbar bleiben). Die Regio reagierte bei Bedarf kurzfristig, um Veranstaltungen in der Stadt sowie den Landkreisen Augsburg und Aichach-Friedberg zu pushen.

urnnups – Betrieb der App wurde eingestellt

Bis Ende 2025 kooperierte die Regio mit der Erlebnisplattform urnnups, die Smartphones zu individuellen Augsburg-Maps machte. Der Betreiber stellte jedoch den Betrieb kurzfristig zum Jahresende 2025 ein.



Mit täglichen Social-Media-Posts erreichte die Regio Augsburg Tourismus GmbH gute Engagement-Raten – zum Beispiel mit einem Reel zum „Christmas Garden“ im Zoo und dem Augsburg-Rätsel zu den Gollwitzerhäusern. Beiträge zur App „EPOCI® Augsburg“ erreichten rund 60.000 Personen.



Messen – der direkteste Weg zum Kundenkontakt

- 2025 war die Regio Augsburg Tourismus GmbH auf folgenden Messen vertreten:
- CMT, Stuttgart (Caravan Motor Touristik Messe, weltweit größte Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit, 18.–26.01.2025)
 - f.re.e, München (Bayerns größte Reise- und Freizeitmesse, 19.–23.02.2025)
 - ITB, Berlin (weltweite Leitmesse der Tourismusbranche, 04.–06.03.2025)
 - A\FAIR, Augsburg (Augsburger Erlebnismesse, 07.–09.03.2025)
 - SuperStay Live, Augsburg (Messe für Ferienwohnungen und -häuser, 21.–23.11.2025)

Die Rolle der ITB für die internationale Positionierung der Region Augsburg ist kaum zu unterschätzen: 2025 stellten sich dort 5.800 Unternehmen aus mehr als 170 Ländern rund 100.000 (davon 87 % internationalen) Gästen in Berlin vor. Die Regio präsentierte sich am Stand der BayTM. Gemeinsam mit den Historic Highlights of Germany wurde das Marketing für den amerikanischen und den asiatischen Markt abgestimmt. Ein Fokus lag dabei auf dem 75-jährigen Jubiläum der Romantischen Straße. Götz Beck tauschte sich auch mit politischen Akteuren aus – wie im Gespräch mit der serbischen Botschafterin in Berlin, I.E. Dr. Snežana Janković. Beim Treffen mit Dr. Matthias Egerer vom Referat Grundsatzfragen der Tourismuspolitik, Gastgewerbe sowie dem Referat Tourismusmarketing, Tourismuswirtschaft im Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus erläuterte Beck die immer drängendere Notwendigkeit einer Gästeabgabe in Bayerns Kommunen.

Lokale und regionale Pressearbeit und Journalistenbetreuung

Pressearbeit und Medienbetreuung für lokale, regionale, nationale und ausländische Medien betreibt die Regio selbst sowie über externe Pressebüros – und im wichtigen Quellmarkt Italien über Presseagent Riccardo Celani, der rund 15 Pressemitteilungen für die Regio versendete. 2025 wurden über den Regio-eigenen Verteiler rund 30 Pressemeldungen zum Brechthaus und zu den dortigen Veranstaltungen versandt und rund 45 Meldungen zu Rundgängen und -fahrten sowie Themenführungen. Das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ versendete circa 20 Meldungen.

Für redaktionell aufwendigere Pressemeldungen wurde der Service des context verlags Augsburg | Nürnberg genutzt. Dort wurden auch 2025 insgesamt mehr als 20 Pressemeldungen verfasst und anschließend lokal, regional, bundesweit sowie an Fach- und Tourismuszeitschriften versandt. Für diese Aussendungen wurden bei Bedarf auch spezielle Verteiler (zum Beispiel Sport) zielgruppen- und streugebietsgenau aktualisiert. Im Einzelfall wurden Medien individuell beliefert. Das Themenspektrum war breit: Es reichte von Gedenkjahren und Jubiläen wie dem Fuggerjahr 2025 (500. Todestag Jakob Fuggers „des Reichen“) und dem 100-jährigen Jubiläum der erstmaligen Nennung des Namens „Verkehrsverein Augsburg“ über Statistiken wie die Rekordzahlen bei den Ankünften und Übernachtungen im Jahr 2024, die im bayernweiten touristischen 10-Jahres-Vergleich überdurchschnittlich gute Wachstumsdynamik Augsburgs sowie die guten Ergebnisse Augsburgs im bundesweiten



Tourismusdirektor Götz Beck überreicht I.E. Dr. Snežana Janković, Botschafterin der Republik Serbien in Berlin, auf der ITB ein Exemplar des aktuellen Augsburg-Magazins (links). Anlass zur Freude bot für Beck auch die Auszeichnung der Augsburger Reisejournalistin Lilo Solcher: Ihr Blog „Lilos Reisen“ belegte Platz drei, als auf der Weltleitmesse für Tourismus und Freizeit die bundesweit besten Reiseblogs gekürt wurden.

Städteranking der Hamburger Brandmeyer Markenberatung GmbH & Co. KG bis hin zu – unter anderem – Berichten über die neue Römer-App „Augusta Vindelicum“, die Programme im Brechthaus und an der Kahnfahrt, das Führungsangebot der Regio, verschiedene Fußball-Events (FCA Fan-Initiative „Augsburg Calling“, erstes internationales Augsburg Fußball-Camp), die Ergebnisse der Mountainbike-Machbarkeitsstudie oder die Rolle des Augsburg Eiskanal für die Münchner Olympia-Bewerbung.

Presseveranstaltungen gab es 2025 zu „Augsburg Calling“, zum Brechthaus, zur neuen App „EPOCI® Augsburg“, zum Jubiläum des Verkehrsvereins, zur Kahnfahrt, zur „Märchenstraße“ sowie zum neuen Marketingkonzept für das römische Augsburg. International besucht war eine Pressekonferenz zum

Goals und Goethe, Kicken und Kultur: Ein vom Goethe-Institut unterstütztes internationales Fußball-Camp in Augsburg vermittelte Jugendlichen aus drei Ländern neben Kickertraining auch kulturelle Aktivitäten (beispielsweise zu Bert Brecht). Diese Sportreise kam unter anderem dank dem Fußball-Fanprojekt „Augsburg Calling“ zustande.



Beim Pressetermin (oben: Gruppenfoto bei der Reiterstele an der Station des 955-Geschichtspfad in Todtenweis) trug sich der ungarische Konsul Péter Lorenz (Bild unten, 3. v. l.) in das Goldene Buch der Gemeinde Kissing ein.



955-Geschichtspfad mit anschließender Bustour: Bei der Veranstaltung im „955 Informations- und Präsentationspavillon“ in der Stadt Königsbrunn mit anschließender Bustour zu den Geschichtspfad-Stationen in Kissing und Todtenweis wurde das engagierte Kooperationsprojekt nach jahrelanger Projektarbeit abschließend präsentiert. Angereist waren unter anderem Lars-Jörn Zimmer, Vorsitzender des Tourismusverbands Sachsen-Anhalt und tourismuspolitischer Sprecher der CDU-Landtagsfraktion, Generalkonsul Gábor Tordai-Lejkó (der Doyen des Konsularkorps in Bayern) sowie der ungarische Konsul Péter Lorenz.

Betreuung von Gästen aus Presse, Politik und Tourismusbranche

Die Regio betreute Pressevertreter bei deren Recherchen in Augsburg individuell. Neben deutschen Journalistinnen – zum Beispiel von der „Welt am Sonntag“ und Reiseblogs –, die Augsburg teils regelmäßig besuchen und die sich besonders für das UNESCO-Welterbe interessierten, empfing die Regio spanische Blogger („Chavetas“), einen Redakteur von „The Times UK“ sowie eine freie Journalistin aus den USA. Ebenfalls aus den Vereinigten Staaten reiste der Gewinner einer Verlosung eines US-amerikanischen Presse-Events in Chicago für Reiseveranstalter an. Die Regio organisierte jeweils die Übernachtung, die

Verpflegung und Führungen für die Gäste aus dem Ausland. Ein solches Programm bot die Regio auch Veronika Wand-Danielsson, der schwedischen Botschafterin in Deutschland, an: Auch diplomatische Gäste erfüllen eine Multiplikationsfunktion für die Region Augsburg. Die Themen, zu denen Medienvertreter jeweils vor Ort recherchierten, waren unter anderem das UNESCO-Welterbe, die Romantische Straße und das Fugger-Gedenkjahr. Erstmals in Augsburg fand die groß angelegte Vorstellung des umfangreichen Angebotskatalogs des Münchener Busreiseveranstalters „Geldhauser Linien- und Reiseverkehr GmbH“ im Augsburg Kurhaus statt: Auch zu diesem Anlass organisierte die Regio Führungen für Gäste aus den Medien und der Reisebranche.

Journalistenbetreuung für den Quellmarkt Italien

Italien ist für die Region Augsburg ein wichtiger touristischer Quellmarkt. Zum „Hohen Friedensfest“ war ein Journalist aus Sanremo angereist: Die Regio organisierte für ihn eine Führung zu den Schwerpunkten Reformation, Luther, Augsburg Parität und Friedensstadt. Der italienische öffentlich-rechtliche TV-Sender RAI 3 strahlte 2025 einen Film über Augsburg in der Reisesendung „Kilimangiaro“ aus. Das Team drehte im Vorjahr, betreut durch die Regio, unter anderem auf dem Rathausplatz vor Rathaus und Perlachturm, im Welterbe-Infozentrum und im Wasserwerk am Roten Tor. 2025 produzierte RAI einen Film über die Sisi-Straße in Österreich (s. S. 39) und wurde auch dabei von der Regio betreut.

Empfänge zur Förderung von Kontakten und Kommunikation

Die Netzwerkarbeit bei Empfängen spielt – ähnlich wie auf Messen und bei Tagungen – eine wichtige Rolle in der Kommunikation mit Multiplikatoren aus den Bereichen Politik, Medien, Organisationen und Verbände. Auch 2025 organisierte die Regio gemeinsam mit der Stadt Augsburg sowie mit Vertretern der Fußballvereine 1. FC Union Berlin und FC Augsburg einen Empfang für die Gäste der Fußball-Fan-Initiative „Augsburg Calling“. In diesem Jahr wurden die Gäste feierlich durch Jürgen K. Enninger, Referent der Stadt für Kultur, Welterbe und Sport, im Schaezlerpalais begrüßt. Gefeierte wurde die langjährige Fan-Freundschaft zwischen dem Berliner

und dem Augsburger Fußballverein. Bei der Organisation des Events wurde besonderes Augenmerk auf Inklusion gelegt: Der Empfang und die anschließenden Führungen waren für Personen mit und ohne Handicap ausgelegt. Ein ausführlicher Bericht auf der Website des 1. FC Union Berlin zeigt, wie gut das Konzept angenommen wurde. Bereits seit der Fußballsaison 2006/07 ist die Regio Projektträgerin des Fan-Konzepts „Augsburg Calling“. Unterstützt wird sie durch die Stadt Augsburg und den Kooperationspartner FC Augsburg. An Heimspielterminen organisiert „Augsburg Calling“ regelmäßig Programme für Fans zum gemeinsamen Feiern und Entdecken der Stadt.

Weitere Gelegenheiten, die Regio sowie die Region Augsburg zu präsentieren, boten die Empfänge für neue Studierende (23. Oktober 2025) sowie für Neubürger (15. November 2025) in „Kongress am Park“. Die Regio war bei beiden Anlässen mit einem Stand vertreten, der unter anderem das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ vorstellte sowie Informationsmaterial anbot. So erhielten Personen, die neu in Augsburg zugezogen waren, vielfältige Auskünfte zum Kultur- und Führungsangebot in der Stadt.

Empfänge wie der im Rahmen von „Augsburg Calling“ im Schaezlerpalais (oben) oder der zur Begrüßung neuer Studierender in Augsburg in „Kongress am Park“ (unten) sind gute Gelegenheiten für die Regio Augsburg Tourismus GmbH, Netzwerke zu stärken und dabei für die Stadt Augsburg sowie für das Umland zu werben.



REGIO AUGSBURG Tourismus

Neue Brecht-App für Augsburg
Der Brecht-Weg

Den Spuren des berühmten Dichters und Dramatikers Bert Brecht in seiner Geburtsstadt Augsburg kann man jetzt auch digital folgen: Die neue App „Der Brecht-Weg“ führt zu acht Stationen, die für Brecht während seiner Augsburger Kindheit und Jugend von Bedeutung waren. Zu jeder Station gibt es ein kurzwelliges Video: Bert Brecht „höchstpersönlich“ – dargestellt von Schauspieler Erik Völker, gekleidet in den ikonischen Ledermantel und mit Zigarre im Mund – schwelgt in Erinnerungen an seine Augsburger Zeit. Er philosophiert über Krieg, Frieden und die Liebe, erzählt von Kaiser Augustus, Jakob Fugger und Leopold Mozart – und rezitiert aus seinem Werk.

Mehr Infos: www.augsburg-tourismus.de/brecht

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

Gerüstung: context verlag Augsburg | Nürnberg - Bild: Thomas Horvath/Gamble Productions

REGIO AUGSBURG Tourismus

Digital zurück in die Römerzeit
Antike virtuell erleben

Mit der neuen App „Augusta Vindelicum“ spielerisch und interaktiv eintauchen in die antike Vergangenheit Augsburgs und der Region.
Jetzt gratis herunterladen!

gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat
Stadt Augsburg
Regio Augsburg Tourismus
Kunststiftungen Augsburg

Ein Gemeinschaftsprojekt der Stabsstelle Stadtgeschichte der Stadt Augsburg, der Stadthistorie Augsburg/Kunststiftungen & Museen Augsburg und der Regio Augsburg Tourismus GmbH in Zusammenarbeit mit der Agentur Z&G GmbH.

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

Gerüstung: context verlag Augsburg | Nürnberg - Bild: Z&G GmbH

EPOCH AUGSBURG

Zeitreise durch eine europäische Handels- und Kulturmropole

Gerüstung: Regio Augsburg Tourismus

STADTRUNDGANG

Heute:
Öffentliche Stadtführung
11 und 12 Uhr
inkl. Eintritt Fuggerei

Themenführung:
„UNESCO-Welterbe - das Augsburger Wochensystem“
11-30 Uhr

Auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht - in der Welterbestadt Augsburg

Der öffentliche Stadtrundgang führt auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht, zum Augustusbrunnen auf dem Rathausplatz, in die Fuggereihäuser und entlang der Lechkanäle (in Abschnitten Denkmal der UNESCO-Welterbes) im Lechviertel bis in die Fuggerei.

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

Gerüstung: Regio Augsburg Tourismus

Plakate an der Tourist-Info und am Rathaus weisen tagesaktuell auf Führungsangebote der Regio Augsburg Tourismus GmbH hin.

• DZT-Vertriebskampagne Österreich, (gemeinsam mit der ÖBB), online, PR Kulturland Deutschland

Plakatwerbung vor der Tourist-Info und dem Rathaus

Einzelpublikation bei der Tourist-Information am Rathausplatz sowie am Rathaus verweist – zum Teil tagesaktuell – auf die

Sehnsuchtsort in Augsburg - Stadtführung Zur Augsburger Kahnfahrt

Die Stadtführung „Rund um die Augsburger Kahnfahrt“ führt zu UNESCO-Welterbe, vorbei an Stadttoren, Stadtmauern und Wasser bis zur Augsburger Kahnfahrt: einem der romantischsten Orte der Stadt – mit Brotzeit und Bootsfahrten vor malerischer Kulisse.

Termine

- 18.05., 15.06., 20.07., 17.08., 21.09.
- jeweils 14 – 16 Uhr
- 5 € pro Person
- Kinder bis 12 Jahre frei
- ab Vogeltor

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

Gerüstung: context verlag Augsburg | Nürnberg - Foto: Sonja Wolf

REGIO AUGSBURG Tourismus

Gedenkjahr zum 500. Todestag
Jakob Fugger

Jakob Fugger d. Ä. – genannt „der Reiche“ – ist eine der bekanntesten Persönlichkeiten der Augsburger Stadtgeschichte. 2025 jährt sich sein Todestag zum 500. Mal. Der zwischen etwa 1495 und 1525 bedeutendste Kaufherr, Montanunternehmer und Bankier Europas stand als zentrale Figur im Mittelpunkt wirtschaftlicher, politischer und religiöser Umbrüche: Ein breit gefächertes Programm mit Themenführungen und mit Veranstaltungen im Fugger und Welscher Erlebnismuseum gibt vielschichtige Einblicke in diese brisante Zeit in Augsburg.

• www.augsburg-tourismus.de/fugger

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

Foto: Martin Kluger - Text: Gerüstung: context verlag Augsburg | Nürnberg

Aktuelle Themenschwerpunkte wie die „Augsburger Kahnfahrt“ und das Fugger-Gedenkjahr waren 2025 Anlässe für Anzeigenschaltungen.

Führungsangebote der Regio Augsburg Tourismus GmbH, wie zum Beispiel auf den öffentlichen Stadtrundgang „Auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht – in der Welterbestadt Augsburg“ oder auf die Stadtrundfahrt per Bus.

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 s. S. 28 bis 30). Diese Publikationen kommunizieren zum einen aktuelle, einmalige Anlässe, zum anderen kontinuierlich beworbene Dauer-

themen. Außerhalb des Erscheinungsbilds der Regio Augsburg Tourismus GmbH werden die Broschüren für das „Fugger und Welscher Erlebnismuseum“ gestaltet.

Daneben wurden auch 2025 die alljährlich wiederkehrenden Broschüren (Hotel- und Gastroliste, Flyer zu Weihnachtsmärkten in Augsburg und in der Region sowie der stark nachgefragte Augsburg-Stadtplan, aber auch das jährliche Brechtthaus-Programm) neu aufgelegt. Gemessen an der Abnahme waren Broschüren zum UNESCO-Welterbe und nicht zuletzt zu den Themen Stadtpaziergänge, Wandern und Radwandern 2025 besonders stark nachgefragt. Themen von allgemeinem, dauerhaftem Interesse (wie zu den Fuggern, den Mozarts oder den Sehenswürdigkeiten) werden über einen längeren Zeitraum distribuiert und jeweils bei Bedarf aktualisiert und nachgedruckt.

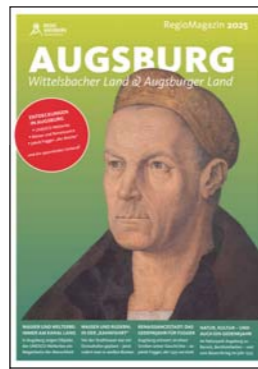
Komplett überarbeitet wurde 2025 der Prospekt „Die Römer in und um Augsburg“: Mit Stationen in Augsburg und den beiden Nachbarlandkreisen ist diese Broschüre neben der neuen App „Augusta Vindelicum“ ein zentrales Marketinginstrument zur Bewerbung des römischen Erbes in der Region. Dieser Prospekt wurde in enger Zusammenarbeit mit der Stadt Augsburg erstellt.

Mit einem zentralen Printwerbemittel der Regio Augsburg Tourismus GmbH, dem (2025 84 Seiten starken) Magazin „AUGSBURG. Wittelsbacher Land & Augsburger Land“, erreichen touristische Themen aus der Region Augsburg jährlich ungefähr 100.000 Leser. Dabei bestätigt sich generell, dass emotionalisierende, durch Inhalte und Bebilderung ansprechend gestaltete Printprodukte mit professioneller Redaktion vom Internet weder teilersetzt noch gar verdrängt werden. Das zeigt sich unter anderem am Interesse der Werbepartner an diesem vom context verlag Augsburg | Nürnberg nach den redaktionellen Grundsätzen einer Kiosk-Zeitschrift hergestellten, trotz hoher inhaltlicher Qualität aber kostenlos abgegebenen Tourismomagazin. (Wegen der inhaltlichen Relevanz werden Belegexemplare dieses Tourismomagazins jeweils sowohl von der Deutschen Nationalbibliothek als auch von der Bayerischen Staatsbibliothek angefordert.) Dagegen stoßen Katalog- und Angebotsproduktionen, für die keine professionelle Redaktionsleistung nötig sind, auf massive Konkurrenz gewerblicher Internet-Plattformen für die Hotellerie und Gastronomie. Das bedingt einen gewissen Rückgang der Druckauflagen in diesem Segment.

All diese Printprodukte der Regio Augsburg Tourismus GmbH werden überdies auf der Webseite der Regio eingestellt. Die seriöse redaktionelle Arbeit an den Printproduktionen wird durch einen weiteren – zumeist unterschätzten – Nebennutzen noch sinnvoller: Durch ihre Inhalte wird seriös recherchiertes und lektoriertes Material zur Zweitverwertung bei der Pressearbeit sowie für Einträge im Internet, für diverse Werbemaßnahmen und teils auch für die Führungsangebote erstellt. Die Distribution dieser von der Regio herausgegebenen Printprodukte erfolgt über die Zusendung nach Anfragen, über die Tourist-Info am Rathausplatz, in „Kongress am Park“ und an Messständen sowie über kostenlose Verteilstellen und bezahlte Verteildienste.

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

Den größten Teil ihrer Printwerbemittel lässt die Regio im einheitlichen Erscheinungsbild gestalten. Ausnahmen sind das jährliche „RegioMagazin“, Broschüren für das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ sowie für Kooperationsprojekte wie die „Sisi-Straße“ und die „Europäische Fuggerstraße“. Die folgenden Seiten zeigen die Cover der bis 2025 gestalteten und aktuell verfügbaren Publikationen. Alle Printprodukte sind auch als PDF zum Download auf der Website der Regio eingestellt. Vergriffene Prospekte stehen also in der digitalen Version weiterhin bereit.



PDF
im Web

**RegioMagazin 2025: AUGSBURG
Wittelsbacher Land & Augsburg Land**

100-seitiges Jahresmagazin als Hauptwerbemittel zur breiten Streuung, zum Versand bei Anfragen sowie zur Verteilung auf Messen
Auflage: ca. 50.000 Exemplare | jährlich



PDF
im Web

**Hotels, Gastronomie, Privatunterkünfte,
Angebote und Pauschalen 2025**

48-seitige Broschüre zur bundesweiten Distribution bei Anfragen, für Messen, zum Auslegen (erschienen Dezember 2024 für 2025)
Auflage: 4.000 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 (Druck: 2026)



PDF
im Web

**125 Jahre Bert Brecht
und Augsburg**

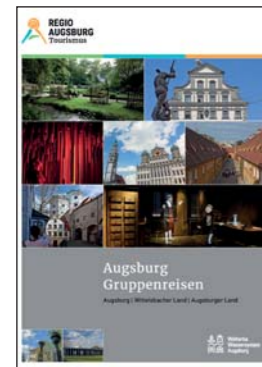
Broschüre aus dem Brecht-Jubiläumsjahr zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: Restbestand



PDF
im Web

**Veranstaltungen
im Brechtthaus Augsburg**

Jahresprogramm 2025, Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 5.000 Exemplare



PDF
im Web

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

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



PDF
im Web

Stadtführungen in Augsburg 2025

Broschüre mit Kalendarium zum Führungsangebot für Individualgäste. Mit Stadtrundgängen, Stadtrundfahrten, Themenführungen und Angeboten für Kinder/Familien
Auflage: 20.000 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

**Die Römer
in und um Augsburg**

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



PDF
im Web

Mozartstadt Augsburg

Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: 10.000 Exemplare (Druck: 2026)



**Bischof Ulrich
von Augsburg**

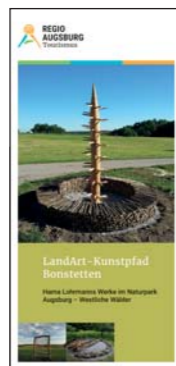
Broschüre im Ulrichs-Jubiläumsjahr 2023 zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: Restbestand



PDF
im Web

Der Augsburger Handwerkerweg

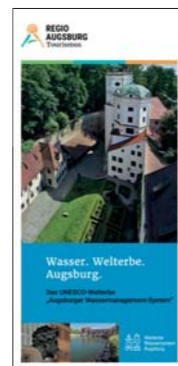
Broschüre zur bundesweiten Distribution, mit Hinweis auf die neue „Handwerkerweg“-App (Schwerpunkt UNESCO-Welterbe) und weitere Handwerksbetriebe
Auflage: 10.000 Exemplare



PDF
im Web

LandArt-Kunstpfad Bonstetten

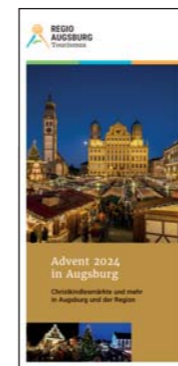
Broschüre zur bundesweiten Distribution, zum Versand bei Anfragen und zum Auslegen
Auflage: Restbestand



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

**Advent 2024
in Augsburg**

Broschüre für Weihnachtsmärkte in der Region Augsburg zur bundesweiten Distribution und bei Anfragen
Auflage: 5.000 Exemplare



PDF
im Web

**Die Wittelsbacher
im Wittelsbacher Land**

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



PDF
im Web

**Stadt, Land, Fluss: Wege
im Wittelsbacher Land**

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



PDF
im Web

**Radeltouren
in der Region Augsburg**

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

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

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



PDF
im Web

**Sehenswürdigkeiten mit Innenstadtplan JAP
Fugger und Welsler Erlebnismuseum EN
Die Europäische Fuggerstraße EN**

jeweils ständiger Nachdruck bzw.
Restauflagen, online als PDF

| Broschüren | |
|--|---|
| Augsburg Magazin 2026 Download Bestellen | Stadtführungen 2026 in Augsburg Download Bestellen |
| Hotels und Gastronomie Download Bestellen | Sehenswürdigkeiten mit Innenstadtplan Download Bestellen |
| Augsburg Innenstadtplan mit Parkplätzen Download Bestellen | Bestens geführt oder virtuell besucht Download |
| Elias Hell Download | Broschüre für Augsburg Download |
| Augsburger Wassermanagement System Download Bestellen | Auf Augsburger Türme Download |
| Der Augsburger Eiskanal Download | Fugger und Welsler Erlebnismuseum Download Bestellen |
| Die Fugger in der Fuggerstadt Augsburg Download | Die Fugger und Welsler Download |
| Europäische Fuggerstraße Download Bestellen | Mit Hilfe zur App 'Der Besuch' Kert Brechtls Spuren in Augsburg Download Bestellen |
| Brechtshaus Programm 2026 Download Bestellen | Mozartstadt Augsburg Download |
| Leopold Mozart Haus Download Bestellen | Luther in Augsburg Download |
| Augsburg: Brennpunkt der Religionsgeschichte Download | Broschüre 1600 Aug 'Tugend's Weibchen' Die Römer in und um Augsburg Download Bestellen |
| Römer. Zwischen Alpen und Limes Download | Broschüre mit Hinweis zur App 40 Jahre Augsburger Handwerkerweg Download |
| Industriekultur Download | Die Wittelsbacher im Wittelsbacher Land Download Bestellen |
| Weg im Wittelsbacher Land Download | LandArt-Kunstpfad Bonstetten Download Bestellen |
| Ludwig Ganhöfer Download Bestellen | Das Ballonmuseum Gersthofen Download |
| Die Spurensuche zur Lechfeldschlacht Download Bestellen | Die Spurensuche zur Lechfeldschlacht. Aufgaben für Zeitspendende Download |
| Naturpark Augsburg- Westliche Wälder Download | Radeltouren in der Region Augsburg Download Bestellen |
| München-Augsburg-Radweg Download Bestellen | LECHRADWEG Download |
| Wittelsbacher Land Broschüren Bestellen | Stadtführungen Friedberg Download |
| Die Sisi-Straße Download Bestellen | Die Sisi-Straße Routenbeschreibung Download |
| Zahlen, Daten, Fakten Geschäftsbericht 2024 Download | 100 Jahre Unabhängigkeit Augsburg im 1920 Chronik: Tourismus in Augsburg Download |

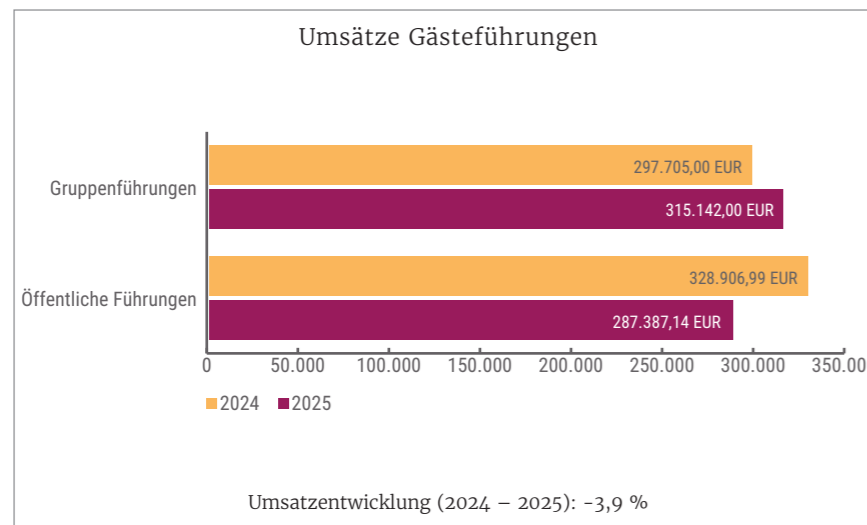
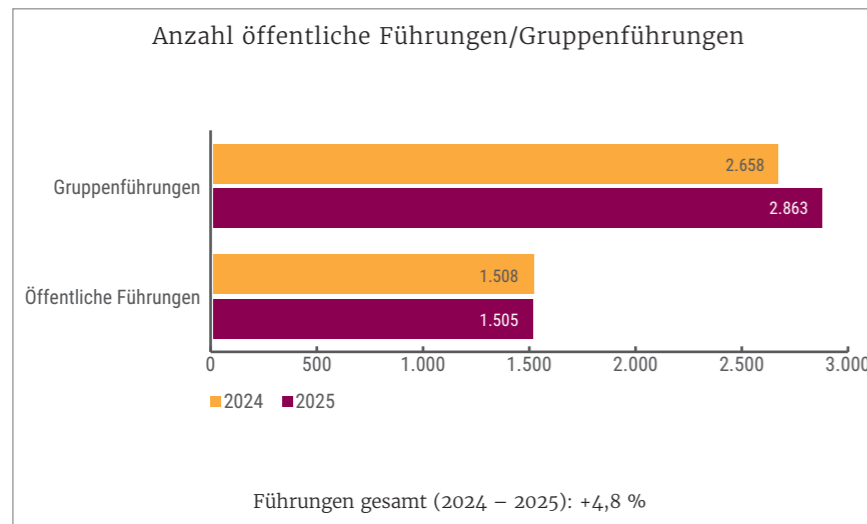
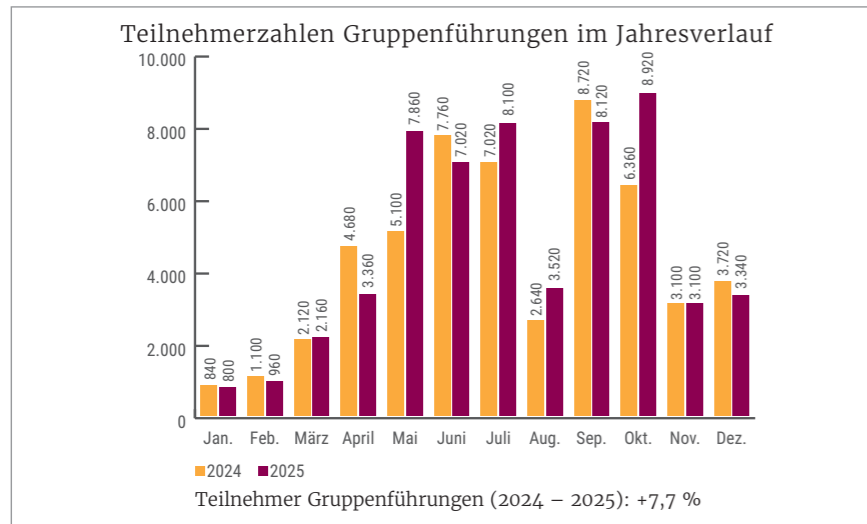


Urbane Oase mit Bootsverleih und Gastronomie Augsburger Kahnfahrt

Aktuelle Infos, Führungen, Erlebnisse und Termine:
 • www.augsburg-tourismus.de/kahnfahrt
 • Tourist-Info am Augsburger Rathausplatz

Das aktuelle Augsburg-Magazin der Regio Augsburg Tourismus GmbH berichtet ausführlich über die Augsburger Kahnfahrt – einfach QR-Code scannen und lesen:





Die Anzahl der Personen, die an den öffentlichen Führungen der Regio teilnahmen, konnte im Vergleich zum touristischen Rekordjahr 2024 um fast 8 % gesteigert werden. Auch die Anzahl der gebuchten Gruppenführungen nahm deutlich zu. Die Zahl der öffentlichen Führungen blieb im Wesentlichen stabil. Die Umsätze im Geschäftsfeld Gästeführungen sind 2025 insgesamt leicht gesunken.

2025 mehr Führungen als im touristischen Rekordjahr 2024

Nachdem die Regio 2024 noch Rückgänge sowohl bei der Zahl der Gruppenführungen als auch bei der Zahl der öffentlichen Führungen verzeichnen musste, konnte 2025 die Zahl der Gruppenführungen wieder gesteigert und die Zahl der öffentlichen Führungen nahezu konstant auf dem Vorjahresniveau gehalten werden. Insgesamt verzeichnete die Statistik ein Plus von 4,8 % (2024: -16,5 %).

Diese Steigerung ist auch deswegen bemerkenswert, da die Regio sich zunehmend gegen die Konkurrenz weiterer Anbieter durchsetzen muss, auch wenn sich dieser Wettbewerb noch im überschaubaren Rahmen bewegt. Gruppen buchen verstärkt über das Onlineportal „GetYourGuide“, das mit inkludierten Eintritten attraktive Konditionen bietet. Nicht zuletzt haben auch die Guides die Möglichkeit der Direktvermarktung über soziale Medien: Deshalb werden viele Führungen nicht mehr über die Regio, sondern direkt bei den Guides gebucht.

Individuell gebuchte Führungen – Gruppenführungen

Während 2024 noch 2.658 Führungen mit 53.160 Teilnehmern gebucht wurden, waren es 2025 schon 2.863 Führungen mit 57.260 Teilnehmern. Dies entspricht einem Plus von 7,7 % bei der Anzahl der geführten Personen. Den weitaus größten Anteil machten hier wie im Vorjahr die klassischen Stadtführungen (1.950 Führungen, insgesamt 39.000 Teilnehmer) aus. Auf Platz zwei lagen Führungen zum UNESCO-Welterbe (612 Führungen und 12.240 Teilnehmer). Der Rest entfiel auf sonstige Sonderführungen (301 Führungen, 6.020 Teilnehmer). Die Gruppenführungen werden im Sales-Guide der Regio („Augsburg Gruppenreisen“) beworben.

Öffentliche Führungen

An 1.505 öffentlichen Führungen im Jahr 2025 nahmen 24.498 Personen teil (2024: 1.508 Führungen, 25.929 Teilnehmer). Dies ist ein minimaler Rückgang von 0,2 % bei der Anzahl der Führungen – also letztlich eine Stabilisierung auf dem Vorjahresniveau. Die beliebteste öffentliche Führung war der Stadtrundgang (1.125 Führungen mit 19.728 Teilnehmern), gefolgt von Führungen zum



Das Führungsangebot zum UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ wurde ausgebaut. Neu war 2025 beispielsweise ein meditativer Rundgang durch das historische Wasserwerk am Roten Tor in den Morgenbeziehungsweise Abendstunden.

zu einem Rückgang des Umsatzes um 12,6 % führte (287.387,14 Euro in 2025 gegenüber 328.906,99 Euro im Vorjahr). Insgesamt beliefen sich die Einnahmen aus den Führungen im Berichtsjahr auf 602.529,14 Euro – ein Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 3,9 %.

UNESCO-Welterbe (86 Führungen, 1.426 Teilnehmer) sowie ins Wasserwerk am Roten Tor (87 Führungen, 993 Teilnehmer). 75 Führungen informierten 769 Teilnehmer zu anderen Themen. Im „Fugger und Welser Erlebnis-museum“ nahmen an insgesamt 22 Führungen 211 Personen teil, 375 Personen nutzten insgesamt 21 kostenlose Führungen. Bei den 89 englischsprachigen Stadtführungen wurden 996 Teilnehmer gezählt.

Die öffentlichen Führungen bewirbt die Regio in einem jährlich erscheinenden Prospekt mit Kalendarium. Diese Broschüre erschien im Jahr 2025 in zwei Ausgaben (mit einer Auflage von insgesamt 20.000 Exemplaren).

Leichter Rückgang beim Umsatz mit den Führungen

Die gestiegene Anzahl an Gruppenführungen sorgte für einen höheren Umsatz in diesem Segment: 2025 wurden 315.142,00 Euro erwirtschaftet (2024: 297.705,00 Euro) – ein Plus in Höhe von 5,9 % gegenüber dem Vorjahr. Der minimale Rückgang bei der Anzahl der Teilnehmer an öffentlichen Führungen bedeutete unter dem Strich aber 1.431 geführte Personen weniger in diesem Bereich – was

der „Romantischen Straße“ wurde ein zwei-stündiger Rundgang konzipiert und an fünf Terminen durchgeführt. Der 300. Geburtstag von Giacomo Casanova gab den Anlass für die Aufnahme einer Schauspielführung in das Programm. Außerdem wurden Führungen durch das Augsburger Textilviertel ausgearbeitet, die wie weitere neue Führungen – etwa eine Führung im Kastenturm des Welterbe-Objektes Wasserwerk am Roten Tor – erstmals 2026 angeboten werden können.

Regelmäßige Fortbildungen für die Guides der Regio

Die Regio bietet den Guides regelmäßig Fortbildungsmöglichkeiten an – im April 2025 beispielsweise im „Römerlager“ im Zeughaus. Dadurch werden die Gästeführer der Regio Augsburg Tourismus GmbH stets auf den aktuellen Wissensstand gebracht.

Jubiläen und Gedenkjahre wie die zu Jakob Fugger „dem Reichen“ (oben) und Casanova (Mitte) waren 2025 Anlässe für Sonderführungen. Im „Römerlager“ im Augsburger Zeughaus (unten) fand eine Fortbildung für die Guides statt.



Digitale Erlebnisse und Apps erweitern das Führungsangebot

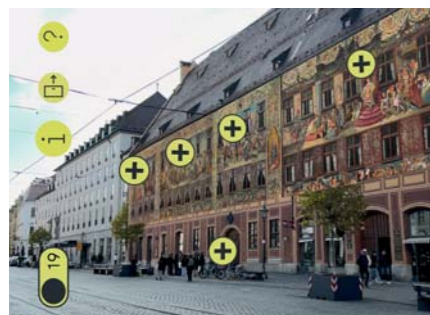
Ihr konventionelles Führungsangebot erweitert die Regio Augsburg Tourismus GmbH kontinuierlich durch ihre digitalen Angebote und Apps. Viele Gäste können sich so schon vorab im eigenen Tempo einen Eindruck verschaffen oder das vor Ort live Erlebte später noch einmal nachklingen lassen.

Virtuelle Angebote tragen zusätzlich 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. Auch die Darstellung historischer Situationen gelingt durch digitale Techniken.

Digital erlebbar: historische Ansichten, Pläne und Gebäude

Ende 2024 startete ein Gemeinschaftsprojekt der Stabsstelle Stadtgeschichte der Stadt Augsburg, der Kunstsammlungen & Museen Augsburg/Stadtarchäologie Augsburg und der Regio Augsburg Tourismus GmbH in Zusammenarbeit mit der Agentur 2av GmbH: die neue App „Augusta Vindelicum“. Mit ihr taucht man spielerisch und interaktiv in die römische Vergangenheit Augsburgs und der Region ein: Elf Stationen bieten Zugang zum Alltag in der Antike. Die User lernen so unterschiedliche Lebenswelten kennen – und sie kommen mit fiktiven wie historisch belegten Figuren ins Gespräch. Dank Augmented

Reality visualisiert in der neuen App „EPOCI® Augsburg“ unter anderem die verlorenen Fassaden der Fuggerhäuser (links). Die kostenlose App „Augusta Vindelicum“ ermöglicht eine digitale Zeitreise zurück ins römische Augsburg – und in die beiden Nachbarlandkreise Augsburg und Aichach-Friedberg (Mitte). Zu Augsburgs US-amerikanischer Vergangenheit informiert die virtuelle Tour „Little America in Augsburg“.



Reality kann man zudem die antike Welt im heutigen Umgebungsraum erleben. Ist man nicht vor Ort, steht ein virtueller 3D-Modus zur Verfügung. Die App ist auch in englischer Sprache verfügbar.

Zu acht Stationen in Augsburg leitet seit 2025 die neue App „Der Brecht-Weg“: Mit ihr folgt man den Spuren Bert Brechts in seiner Geburtsstadt. Zu jeder Station gibt es ein kurzwiliges Video: Bert Brecht „höchstpersönlich“ – dargestellt von einem Schauspieler, gekleidet in den ikonischen Ledermantel und mit Zigarre im Mund – schwelgt in Erinnerungen an seine Augsburger Zeit.

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

Ebenfalls 2025 gelauncht wurde die kostenlose App „EPOCI® Augsburg“: Sie visualisiert nicht erhaltene Gebäude und Fassaden in Form realistischer 3D-Darstellungen als Augmented-Reality-Modelle. Hintergrundinfos stehen als Text oder Audio-Datei zur Verfügung. Erste umgesetzte Stationen sind die Fassade der Augsburger Fuggerhäuser, das 1825/26 abgebrochene Barfußertor sowie das 1860 abgerissene Gögginger Tor am heutigen Königsplatz. Weitere Stationen kommen 2026 hinzu, etwa der Wein- und Salzstadel in der Maximilianstraße, der Obere St.-Jakobs-Wasserturm mit seiner historischen Wassertechnik und die Stadtbefestigung am Fünfgratturm. Eine Karte verzeichnet alle verfügbaren Stationen.

Auch die virtuelle Tour „Little America in Augsburg“ vergleicht historische und aktuelle Ansichten: Der virtuelle Rundgang zur Geschichte der US-Army in Augsburg ist in der App „Future History“ in Deutsch und Englisch abrufbar und leitet zu 17 Stationen auf dem und um das Areal der ehemaligen Sheridan-Kaserne im Stadtteil Pfersee. Herausgeber

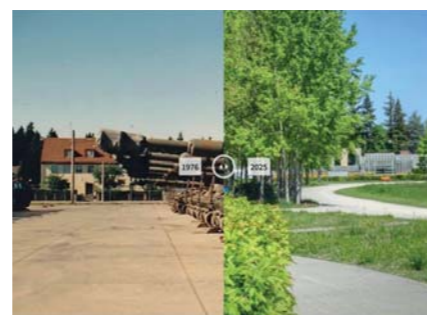


Prominente Augsburger Persönlichkeiten wie Bert Brecht und Mozart kann man live in ihren Museen beziehungsweise Gedenkstätten oder auch digital am Bildschirm kennenlernen.

der Tour sind die Vereine Amerika in Augsburg e. V. und American Car Friends Augsburg e. V. in Partnerschaft mit der Regio. Nicht was war, sondern was hätte sein können, zeigt eine Video-Animation zur „Augsburger Kahnfahrt“, die Infos zum Hafengebäudeprojekt des Architekten Karl Albert Gollwitzer aufbereitet – abrufbar auf der Kahnfahrt-Webseite der Regio und bei YouTube.

Handwerk und Wasser: Digital- und Printmedien ergänzen sich

Neben einem 24-seitigen Faltprospekt zum „Augsburger Handwerkerweg“ leitet auch die kostenlose App „Future History“ zu 13 Stationen sowie zu Augsburgs glanzvoller Epoche als ein europäisches Zentrum des (Kunst-)Handwerks und informiert zur Bedeutung der Wasserkraft für das Handwerk in der Stadt. Von einer Gästeführerin der Regio begleitet erlebt man den „Augsburger



Eine Video-Animation lässt Karl Albert Gollwitzers nie verwirklichte Pläne für einen Hafen bei der „Augsburger Kahnfahrt“ lebendig werden (oben). Und der Geschichtspfad zur Lechfeldschlacht im Jahr 955 verbindet nicht nur Augsburg und seine beiden Nachbarlandkreise Augsburg und Aichach-Friedberg, sondern auch virtuelle und reale Angebote und Erlebnisse – von einem Infopoint in Königsbrunn über Führungen bis hin zu einer Wissensspiel-App und einem GPS-Abenteurer.

Handwerkerweg“ nun individuell per Video. Buchbare Führungen ergänzen das Angebot.

Der 955-Geschichtspfad: Crossmedia in den Landkreisen

Mit der kostenlosen Wissensspiel-App – „955 Spurensuche Lechfeldschlacht“ – erlebt man in den Landkreisen Aichach-Friedberg und Augsburg eine Zeitreise: Mittels „Zeitgenerator“ und mit dem eigenen Smartphone landet man im Jahr 955. An den Geschichtspfadstationen (in Kissing, Todtenweis, Pöttmes, an der Haldenburg bei Schwabegg und sogar in den Partnerstädten Magdeburg und Quedlinburg) gilt es, QR-Codes aufzuspüren, hinter denen sich Quizfragen und interaktive Spiele verbergen. Die Haldenburg wartet noch mit einer weiteren Attraktion auf: Das GPS-Abenteurer „Die Lechfeldschlacht – Spuren-

suche. Aufgaben für Zeitreisende“ ist eine spannende Geocaching-Tour mit geschichtlichem Hintergrund.

Live-Walks, 360°-Panoramen, Lauschtouren und Museum digital

Bei „Live-Walks“ kann man sich von Guides der Regio 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. Beinahe schon Klassiker sind die Bayerisch-Schwaben-Lauschtouren: Für Augsburg und die Nachbarlandkreise gibt es Hörerlebnisse zu den Themen UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“, Martin Luther, Ludwig Ganghofer, „LandArt Kunstpfad Bonstetten“, Uhrmacherstadt Friedberg, Kloster Holzen und „Sisi-Schloss“.

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, beispielsweise zum Thema „Denkmäler und Statuen in Lateinamerika – wem gehört die Geschichte?“. Auf dem Museumsblog können Interessierte zudem die Umgestaltung der Dauerausstellung nachvollziehen.

Zu dem von der Regio betreuten Brecht-Haus, dem Geburtshaus des Dichters und Dramatikers Bertolt Brecht, gibt es im Internet auf der Website www.brecht-haus-augsburg.de einen Video-Guide, unter anderem mit einer Schauspielführung und mit Expertenbeiträgen. Wer die Vaterstadt Wolfgang Amadé Mozarts digital unterstützt kennenlernen will, greift zur App „Mozart in Augsburg“. In Kooperation mit der Stiftung „Deutsche Mozartstadt Augsburg“ hat die Regio eine virtuelle Führung durch die Geburtsstadt von Leopold



Mozart konzipiert: 17 Stationen werden so durch Hörtexte, Bilder, Videos und Augmented-Reality-Elemente erlebbar.

Stadtführungen live aufs Ohr – per Handy mit elysium®

Für die Stadtführungen „Auf den Spuren von Fugger, Mozart und Brecht“ und „UNESCO-Welterbe – das Augsburger Wassermanagement-System“ bietet die Regio teilnehmenden Personen jetzt optional und kostenlos das Tonverstärkersystem elysium® an: Die Stimme des Guides wird live auf das Smartphone übertragen – die Gäste benutzen ihre eigenen Kopfhörer. Das Ganze funktioniert ohne App, ohne Registrierung und ohne Downloads, indem einfach vor Ort ein QR-Code gescannt wird. Das System ist für Führungen großer Gruppen oder auch in lauter Umgebung sowie für Menschen mit Hörproblemen vorteilhaft.

Ein Prospekt für den schnellen Überblick über Digitalangebote

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH bietet über ihre Broschüre „Bestens geführt oder virtuell besichtigt“ (PDF-Datei zum Download auf der Regio-Website) sowie auf ihrer Website (→ Führungen → Mobil, individuell & virtuell) einen Überblick über ihre digitalen Angebote sowie die Angebote von Partnern wie dem Kongresszentrum „Kongress am Park“ oder der Stadt Augsburg, die es ermöglichen, die Region von daheim aus oder unterwegs mit dem Smartphone zu erkunden.

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



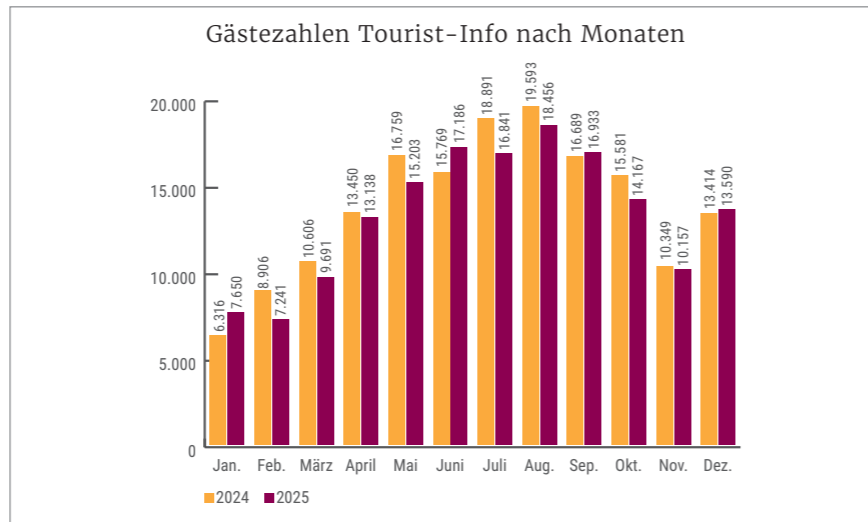
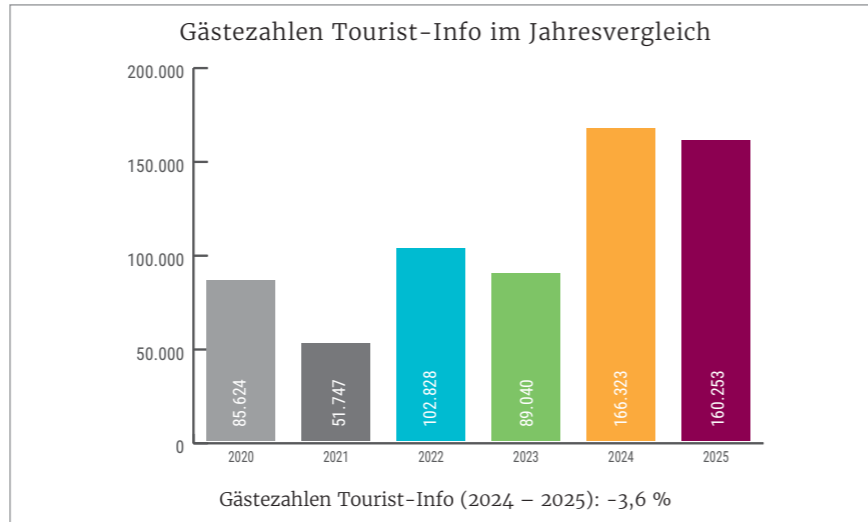
Die Regio empfängt Besucher in der Tourist-Info und in Museen

Zwei Mitarbeiterinnen im Büro der Regio Augsburg Tourismus GmbH beantworten telefonische und schriftliche Anfragen von (potenziellen) Besuchern der Stadt Augsburg und ihrer beiden Nachbarlandkreise. Am Augsburger Rathausplatz empfängt das Team der Tourist-Info: 160.253 Gäste wurden dort im Berichtsjahr 2025 gezählt. Sie ließen sich individuell beraten, nahmen Infomaterial mit und kauften am Counter Souvenirs, Augsburg-Literatur sowie Tickets für Stadtführungen. Mit 18.456 Gästen war diese zentrale Anlaufstelle am Augsburger Rathausplatz im August am stärksten frequentiert. Gegenüber dem Rekordjahr 2024 (166.323 Gäste) ist die Gästezahl der Tourist-Info 2025 um 3,6 % nur leicht gesunken. Insgesamt konnte jedoch in den letzten fünf Jahren ein deutlicher Anstieg verzeichnet werden.

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

- im Maximilianmuseum
- im Schaezlerpalais
- im Leopold-Mozart-Haus
- im Brechthaus
- im „Römerlager“ im Zeughaus
- in der Kunsthalle Augsburg

Die von der Regio betreuten Museumsshops verbinden Kaffeegenuss mit Kulturprogramm: Museumsgäste und City-Flaneure finden hier urbane Wohlfühlloasen – und außerdem gute und freundliche Beratung sowie attraktive und nachhaltige Sortimente in den Shops. Das Café im Schaezlerpalais (Mitte) wurde 2025 neu gestaltet. Hier finden wechselnde Kunstausstellungen statt.



Das Team der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreute auch im Jahr 2025 über die Museumsshops hinaus wieder das Programm der Veranstaltungen im Leopold-Mozart-Haus und im Brechthaus.

Zusätzlich zum Kassenbereich und zu den Museumsshops organisierte die Regio in drei der sieben Museen auch die Gastronomie. Kaffee, Kuchen und kalte Getränke werden in zwei Häusern der Kunstsammlungen und Museen Augsburg – im Maximilianmuseum und im Schaezlerpalais – angeboten. Im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ serviert man Getränke und kleine Snacks.



2025 bewegte sich die Gästezahl der Tourist-Info auf einem hohen Niveau: Das Ergebnis des Rekordjahrs 2024 wurde nur knapp unterschritten. Der Monat August verzeichnete in beiden Jahren jeweils die stärkste Frequentierung.

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH organisiert in allen Fällen jeweils den Einkauf der angebotenen Produkte sowie die Sortimentspflege. Dabei wird nach Möglichkeit bei ortsansässigen Anbietern geordert. Bei all diesen Einkäufen wird besonderes Augenmerk auf die Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit der in den Museumsshops angebotenen Produkte gelegt.



Regio verbindet die „Kahnfahrt“ mit dem UNESCO-Welterbe

Am Äußeren Stadtgraben, einem Objekt des UNESCO-Welterbes „Augsburger Wassermanagement-System“, liegt die „Augsburger Kahnfahrt“. Die Regio-Führung „Rund um die Augsburger Kahnfahrt“ verband 2025 nicht nur diese neu belebte urbane Oase mit dem Welterbe, sondern ermöglichte erstmalig auch Innenbesichtigungen des Unteren St.-Jakobs-Wasserturms. Dieser ist kein Welterbe-Objekt, spielte jedoch in Augsburgs historischer Wasserwirtschaft eine wichtige Rolle. Die Regio initiierte und finanzierte die Öffnung dieses Turms. Das ehrenamtliche Engagement des Augsburger Buchhändlers Kurt Idrizovic, die Kooperation mit dem „Freiwilligen Zentrum Augsburg“ und die Beteiligung der „altaugsburggesellschaft“ ermöglichten seine Innenbesichtigungen sowie die des „Fünffingerlesturms“ an etlichen Wochenenden von Juni bis September.

Der Untere St.-Jakobs-Wasserturm ist auch eine Station der 2025 gelaunchten Regio-App „EPOCI® Augsburg“. Ab 2026 wird die historische Wassertechnik per Augmented Reality auf der äußeren Fassade des Turmes nachvollziehbar. Die App wird außerdem die Funktion des „Fünffingerlesturms“ für das historische Wehrkonzept der Stadt verdeutlichen. Diese digitalen Angebote ergänzen das Führungsangebot der Regio Augsburg Tourismus GmbH und ermöglichen die Vermittlung einiger Orte, die nur eingeschränkt oder gar nicht (mehr) zu besichtigen sind. Auch für den „Augsburger Handwerkerweg“ existiert ein digitales Ergänzungsangebot: Ein virtueller Rundgang mit Regio-Guide erläutert in der kostenlosen App „Future History“ die Rolle der Wasserkraft für die Entwicklung des Augsburger Handwerks und dessen teils europaweite Bedeutung.

Relaunch des Führungskonzepts zum UNESCO-Welterbe

Das Konzept für die Besichtigungen der Objekte des UNESCO-Welterbes wurde 2025 vorangetrieben und soll 2026 abgeschlossen sein. Neben der Entwicklung neuer Stadtführungen (s. S. 32/33) wurde die Betreuung des Kastenturms durch die Regio (ab Herbst 2026) in enger Zusammenarbeit mit der Stadt Augsburg vorbereitet. Die Sanierung des Kastenturms wurde finanziert durch



das Bund-Länder-Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren“ und liefert einen wichtigen Impuls für die weitere Innenstadtentwicklung sowie für die Inwertsetzung touristischer Infrastruktur.

Kooperationen verstärken das weltweite Welterbe-Marketing

Auch 2025 bewarb die Regio das Augsburger UNESCO-Welterbe wieder gemeinsam mit den Partnern im Netzwerk Bayerische Welterbestätten, koordiniert durch die Bayern Tourismus Marketing GmbH. Im Periodikum „Bayern. Das Magazin“ erschien eine ganzseitige Anzeige. Die Kampagne, die von der BayTM auch online unterstützt wird, umfasst zudem Maßnahmen im Newsletterversand und auf Pinterest. Die Regio präsentiert die bayerischen Welterbe-Stätten auf ihrer Website: www.augsburg-tourismus.de/unesco-welterbe/bayerische-welterbestaetten

Mit dem Tourismusverband Allgäu/Bayerisch-Schwaben und dem Tourismus Oberbayern



Beim Pre-Opening der Kahnfahrt im Jahr 2025 gaben sich – neben anderen – der Augsburger Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle, die beiden Ex-Staatssekretäre Bernd Kränzle und Johannes Hintersberger sowie Götz Beck die Ehre.

München (TOM) e. V. bereitete die Regio 2025 auch eine Pressekonferenz vor, die im Januar 2026 bei der CMT – der weltweit größten Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit – zu den insgesamt fünf Welterbestätten Südbayerns informierte.

Ein Ergebnis der Kooperation mit dem Welterbebüro der Stadt Augsburg im Berichtsjahr ist eine Gästefrage mit Fokus auf dem Thema Welterbe im Rahmen des Vergleichenden Gästemonitors (VGM). Die Umfrage startete online sowie mittels Printfragebogen im Februar 2026 und wird zur Optimierung des Welterbe-Marketings beitragen.

Gemeinsame Anzeigen (links) und Pins auf Pinterest (rechts, Bildausschnitt) bewarben neben Newslettern und Webseiten die bayerischen UNESCO-Welterbestätten.



Tourismusstraßen über und nach Augsburg

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH ist Mitglied der Arge Romantische Straße sowie des Vereins Via Claudia Augusta Bavariae e. V. und betreut federführend auch zwei von ihr selbst initiierte Tourismusrouten zu den Themen Fugger und Kaiserin Elisabeth. Im Zentrum dieser Reiserouten liegt die Region Augsburg, die über diese jeweils mehrsprachig beworbenen Tourismusstraßen und das Marketing der beteiligten Partner in mehreren Ländern Europas über Printwerbemittel sowie das Internet und Social Media große Reichweiten und Werbewirkung erzielt.

„Europäische Fuggerstraße“: eine Station in der Slowakei

Die Hörmann Reisen GmbH in Augsburg veranstaltete die Busreise „Auf den Spuren der Fugger“ vom 20. bis zum 24. September: 25 Teilnehmerinnen und Teilnehmer erkundeten die Spuren der Fugger in den Städten Breslau, Krakau, Banská Bystrica und Bratislava sowie die Burg Červený Kameň (deutsch: Bibersburg). Diese Route hatte das Team der Regio bereits für eine Reise im Mai 2024 entwickelt, als eine Augsburger Delegation Krakau als neuen Partner der „Europäischen Fuggerstraße“ besucht hatte. Die Regio beteiligte sich mit Informationen zum Thema Fugger und mit Gutscheinen für das Augsburger „Fugger und Welserlebnismuseum“ an diesem Angebot des Busreise-Unternehmens. Eine neuerliche Fahrt der Hörmann Reisen GmbH mit diesem Konzept ist für die Zeit vom 30. Mai bis zum 3. Juni 2026 geplant. Vorbereitend findet dazu ein Info-Abend im „Fugger und Welserlebnismuseum“ statt. Die Stadt Banská Bystrica

Eine Reisegruppe aus Augsburg besuchte 2025 das Fuggerhaus in Banská Bystrica. 2026 beteiligt sich die Partnerstadt der „Europäischen Fuggerstraße“ an einer Ausstellung in Augsburg.



(deutsch: Neusohl) in der Slowakei, einer der Gründungspartner der „Europäischen Fuggerstraße“, plant die Ausstellung „Rotes Gold – entstanden aus Wasser und Feuer“ (März/April 2026): Dabei soll die Bedeutung des Kupfers aus dieser Region – das eine der Grundlagen des wirtschaftlichen Erfolges der Fuggerfirma war – im Zentrum stehen. Für Mai 2026 ist eine Themenwoche zum Kupfer aus Neusohl im „Fugger und Welserlebnismuseum“ geplant. Die Regio erwartet zu diesem Anlass eine Delegation dieser slowakischen Partnerstadt an der „Europäischen Fuggerstraße“, die sich mit einem thematisch passenden Exponat beteiligen will.

„Romantische Straße“: eine Feier und eine Jubiläumsführung

29 Orte, 460 Kilometer sowie drei Welterbestätten der UNESCO: Das sind drei Parameter der im Jahr 1950 in Augsburg gegründeten „Romantischen Straße“. 2025 feierte diese Tourismusroute, eine der beliebtesten und renommiertesten Ferienstraßen in Deutschland, ihr 75-jähriges Bestehen. Diese Route leistet einen maßgeblichen Beitrag zur Beliebtheit der Reiseziele Bayern und Baden-Württemberg, insbesondere bei Gästen aus den USA und aus Japan. Neben Mittelalter-Romantik, Fachwerk-Idylle und Barock tragen dazu die Welterbestätten der UNESCO bei – nach der Würzburger Residenz und der Wieskirche bei Steingaden seit 2019 auch die historische Augsburger Wasserwirtschaft („Augsburger Wassermanagement-System“). Der „75.“ dieser Tourismusroute wurde mit einem Festprogramm auf dem Areal der „Augsburger Kahnfahrt“ gefeiert. Außerdem bot die Regio Augsburg Tourismus GmbH mehrere zweistündige Themenführungen zu 75 Jahren der „Romantischen Straße“ an.

Via Claudia Augusta – auf dem Weg zur Landesausstellung

Seit Ende 2024 präsentiert sich die Via Claudia Augusta mit einer Dauerausstellung im Augsburger Zeughaus – entstanden in Kooperation mit den Kunstsammlungen & Museen Augsburg sowie der Stadtarchäologie Augsburg, der Agentur FRIENDS und mit Tourismuseinrichtungen in Österreich und Italien. Texte und Bilder auf schlanken Stelen sowie begleitende Printmedien porträtieren so antike Spuren an der Römerstraße zwischen der Adria und der Donau.



Das 75-jährige Jubiläum der „Romantischen Straße“ wurde 2025 auf dem Gelände der „Augsburger Kahnfahrt“ gefeiert. Die zahlreich erschienenen Gäste genossen das Programm mit Fahrten in romantisch geschmückten Booten, italienischen Arien, Akkordeonmusik und Lesungen.

Im Zuge einer Qualitätsoffensive der Vorstandschaft des Vereins Via Claudia Augusta Bavariae e. V. wurden in die Jahre gekommene, öfter stark verwitterte und teilweise inaktuelle Infotafeln zur Römerstraße sowie deren Rahmengestelle saniert. Diese Infotafeln wurden in zeitgemäßem Design auch inhaltlich überarbeitet. Sie enthalten nun folgende Inhalte:

- touristische Informationen
- Routenverlauf und Standorte (jeweiliger Standort, letzter und nächster Standort)
- historische Informationen zur Via Claudia Augusta und zur römischen Geschichte
- spezielle, standortbezogene Informationen zur Geschichte und zur Archäologie

Eine dieser Tafeln war in Augsburg bereits 2024 im Erholungsgebiet am Lech im Bereich Dr.-Otto-Meyer-Straße/Leipziger Straße aufgestellt worden. 2025 musste diese Tafel erneuert werden, weil sie durch Vandalismus beschädigt worden war.

2025 präsentierte die Regio neue Werbemittel und einen neuen Kulturreiseführer zum Thema Römer im „Römerlager“ im Augsburger Zeughaus – wo eine neue Dauerausstellung zur Via Claudia Augusta informiert. Mit dabei waren unter anderem Augsburgs Kulturreferent Jürgen K. Enninger und Johannes Hintersberger Mdl.



Das Marketingkonzept für die Via Claudia Augusta bewirbt nicht nur die römischen Spuren in der Region Augsburg, sondern ist auch Teil eines Maßnahmenpakets, das die Regio nicht zuletzt in Vorbereitung auf die bayerische Landesausstellung 2029 in Augsburg, die sich den Römern in Bayern widmet, organisiert hat. Neue Führungskonzepte leiten zum römischen Erbe Augsburgs: Die Regio Augsburg Tourismus GmbH führt zu Relikten aus römischer Zeit und dabei auch in das „Römerlager im Zeughaus“, wo – als Interim auf dem Weg zu einem neuen Römischen Museum der Stadt – bedeutende in Augsburg ergrabene Steindenkmäler und der ikonische bronzene Pferdekopfe eines antiken Reiterdenkmals ausgestellt werden.

Mit Unterstützung der Regio ist 2025 im context verlag Augsburg | Nürnberg ein Kulturreiseführer zu den römischen Relikten in und bei Augsburg erschienen, der von Oberbürgermeisterin Eva Weber, Kulturreferent Jürgen K. Enninger und Johannes Hintersberger Mdl., Vorstandsvorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg e. V., präsentiert wurde. Tourismuschef Götz Beck konnte 2025 auch den neuen Faltprospekt „Die Römer in und um Augsburg“ vorstellen, der zu Spuren der Römer in und um Augsburg führt. Ende 2024 startete auch ein neues digitales Angebot: Mit der App „Augusta Vindelicum“ kann man seither elf Stationen individuell erkunden. Die App ermöglicht mit Augmented-Reality-Elementen, virtuellem 3D-Modus, Karte und Rätseln den Zugang zum Alltag der Römer im antiken Augsburg. Diese App ist als Gemeinschaftsprojekt der Stabsstelle Stadtgeschichte im Kulturreferat und der Kunstsammlungen & Museen Augsburg/Stadtarchäologie Augsburg sowie der Ulmer Agentur Zav GmbH entstanden. Die Projektleitung lag bei Cosima Götz, Leiterin der Stabsstelle Stadtgeschichte bei der Stadt Augsburg, sowie bei Dr. Sebastian Gairhos, dem Leiter der Augsburger Stadtarchäologie. Finanziert wurde dieses Projekt durch das Förderprogramm „Heimat Digital Regional“ des Bayerischen Staatsministeriums der Finanzen und für Heimat und durch die Stadt Augsburg. Fördernehmerin war die Regio Augsburg Tourismus GmbH als Projektträgerin. Impulsgeber war Johannes Hintersberger, 1. Vorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg, gewesen. Bei der Vorstellung der neuen App „Augusta Vindelicum“ und der Präsentation des dazugehörigen



Marketingkonzepts im „Römerlager“ im Zeughaus waren der Augsburger Kultur- und Welterbereferent Jürgen K. Enninger, Dr. Sebastian Gairhos und Cosima Götz anwesend. Tourismusdirektor Götz Beck stellte das Marketingkonzept vor. Zur Förderung digitaler Heimatprojekte durch den Freistaat informierte Dr. Hellmut Fröhlich vom Bayerischen Staatsministerium der Finanzen und für Heimat. Zur strategischen Positionierung des Römerthemas in Bayern sprach Johannes Hintersberger.

Die „Sisi-Straße“: zu Spuren der Kaiserin Elisabeth in Europa

Für die „Sisi Straße“ wurde im Jahr 2025 von den internationalen Projektpartnern ein Relaunch des Erscheinungsbildes beschlossen, der seit 2026 umgesetzt wird. Ein weiterer Schwerpunkt der Kooperation ist der Aufbau des MICE-Segments mit Erlebnisangeboten. Der italienische öffentlich-rechtliche TV-Sender RAI 3 hatte 2025 einen Film über die „Sisi-Straße“ in Österreich gedreht, der 2026 im Reisemagazin „Kilimangiaro“ ausgestrahlt wurde. Die Regio hatte das Team des Senders gemeinsam mit den Partnern an der „Sisi-Straße“ an den jeweiligen Stationen betreut und organisatorisch im Vorfeld unterstützt.

Beworben wurde die „Sisi-Straße“ zudem über Anzeigen und Social-Media-Aktivitäten. Auch beim jährlichen DZT-Workshop in Italien – einem Einkaufsworkshop für Reiseveranstalter – wurde die „Sisi-Straße“ effizient vermarktet. Für die Regio nahm 2025 Petra Hutzler aus dem Team der



Petra Hutzler präsentierte beim DZT-Italien-Workshop das „zeitlos elegante“ Augsburg als Station an der „Sisi-Straße“ (oben). Das Schloss im ungarischen Gödöllő (unten) ist eine Station auf dieser internationalen Kulturreiserooute zwischen Italien und Ungarn. Über diese von der Regio Augsburg Tourismus GmbH initiierte Tourismusroute wird auch der Landkreis Aichach-Friedberg international beworben.

Gruppenabteilung der Regio Augsburg Tourismus GmbH im Workshop teil.

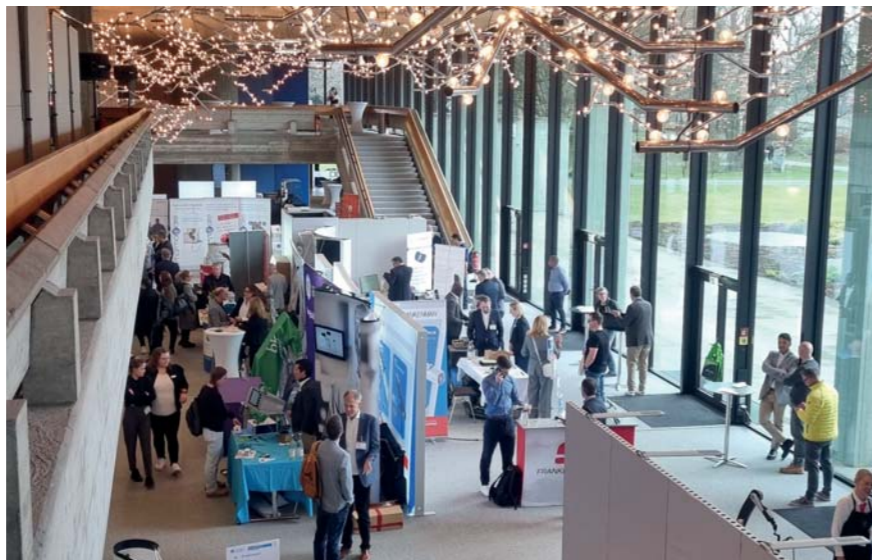
Für die Akzeptanz der „Sisi-Straße“ auf dem Markt spricht auch, dass zuletzt jeweils ein Hotel in Budapest und Regensburg als neue Partner gewonnen werden konnten. Mit der „Sisi-Straße“ und dem damit verbundenen Marketing wird nicht zuletzt der Landkreis Aichach-Friedberg – das „Wittelsbacher Land“ – auf diesem Weg sogar international sowie in mehreren Sprachen beworben.

**„Augsburg Convention“:
Stärkung für den MICE-Standort**

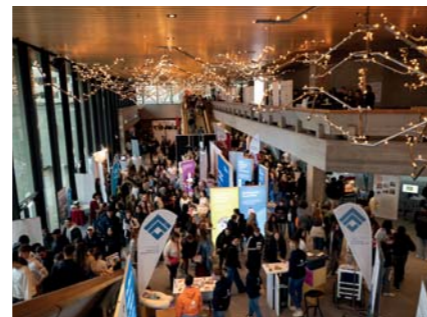
Gemeinsam erfüllen die Regio Augsburg Tourismus GmbH und die Kongress am Park Betriebs GmbH bereits seit Jahren in effektiver und effizienter Kooperation die Aufgaben eines Full-Service-Convention-Bureaus für den MICE-Standort Augsburg (MICE = Meetings, Incentives, Conventions und Exhibitions). Diese Kooperation unter dem Label „Augsburg Convention“ ist der Erfolgsgarant für die starke Entwicklung im MICE-Segment. Der Auftritt von „Augsburg Convention“ mit dem Claim „Erfrischend tagen“ und mit einem neuen Logo soll den gemeinsamen Aktivitäten noch mehr Schlagkraft verleihen. Die Gründe für diese bewährte Kooperation liegen auf der Hand.

Für 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

Deutscher Luft- und Raumfahrtkongress 2025 in Augsburg: Der „Space Buzz“, ein Hightech-LKW im Weltraumdesign, ermöglicht einen virtuellen Raumflug mittels VR-Technologie – auch für Dr. Wolfgang Hübschle, der sich in seiner Funktion als Wirtschaftsreferent der Stadt Augsburg und Aufsichtsratsvorsitzender der Regio Augsburg Tourismus GmbH auch um das Kongresswesen in der Stadt verdient gemacht hat.



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: Ein hochwertiges touristisches Umfeld macht den Kongress- und Tagungsstandort Augsburg für die Veranstalter attraktiv.



Das Augsburger Kongresszentrum hat sich auch als Location für medizinische Fachtagungen etabliert: Im Berichtsjahr fanden hier zum Beispiel die Tagungen „endo-update“ (oben), der Deutsche Koloproktologen Kongress (Mitte) sowie der Pflegekongress „Because we care“ statt.

Unter der Marke „Augsburg Convention“ wird das geballte Know-how aus den Bereichen Tourismus und Tagungsmanagement gebündelt vermarktet. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH bringt sich vor allem durch die Organisation individueller Hotelkontingente und Zimmerreservierungen ein: So müssen sich Veranstalter nicht selbst darum kümmern, ihre oft zahlreichen Teilnehmer gesammelt in einem Hotel oder zumindest unweit voneinander entfernt unterzubringen. Die Regio ergänzt diesen für die Veranstalter wertvollen Service durch die Organisation anspruchsvoller, individuell ausgearbeiteter

„Augsburg Convention“ vertritt den Kongress-Standort Augsburg auch auf Fachtagungen wie dem Branchentreff von Illerhaus Marketing am Starnberger See, einer spezialisierten Netzwerk-Agentur für Marketing und Eventmanagement.



Rahmenprogramme – zum Beispiel mit Stadt- oder Erlebnisführungen sowie Festabenden. Sie vermittelt außerdem Incentives sowie gastronomische Angebote und Services und ist für die Ausgabe von Informationsmaterial, Prospekten und Stadtplänen zuständig. Die Regio koordiniert im Rahmen ihrer Mitgliederarbeit ein Netzwerk von Hotelbetrieben und betreut Mitglieder aus dem Tagungsbereich gemäß deren spezifischer Anforderungen.

Die Kongress am Park Betriebs GmbH ist primär für den Betrieb des Kongresszentrums „Kongress am Park“ zuständig, wozu auch



die Betreuung der Veranstaltungen – sowohl im Vorfeld wie im Nachgang – gehört, aber auch die Sorge für das Gebäude sowie für reibungslose Abläufe aller Art. Im Rahmen der Netzwerkarbeit pflegt die Kongress am Park Betriebs GmbH bundesweit sowie teils auch darüber hinaus Kontakte zu Kongressagenturen.

Gemeinsam beraten die beiden Partner zu Tagungsmöglichkeiten und -förderungen mit besonderem Augenmerk auf „Green Meetings“, also nachhaltigen Veranstaltungen

„Erfrischend tagen“ – der Claim von „Augsburg Convention“ – ist eine Anspielung auf das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“.



(s. S. 42/43). „Augsburg Convention“ unterstützt bei der Suche nach passenden Locations: Vermittelt werden dabei adäquate Orte – auch über „Kongress am Park“ hinaus in der ganzen Stadt und teils in den beiden Nachbarlandkreisen – sowie mitunter auch das Personal, das die Durchführung vor Ort unterstützt. „Augsburg Convention“ pflegt ein weitverzweigtes lokales beziehungsweise regionales Netzwerk im MICE-Bereich und in Wirtschaftsklustern sowie bundesweite Kontakte zu anderen Convention Bureaus, Locations und Städten.

Die Bewerbung des Kongress-Standortes Augsburg ist ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit von „Augsburg Convention“. Dies geschieht beispielsweise durch Anzeigenschaltungen und Advertorials in einschlägigen Fachmedien (2025 unter anderem in den Magazinen „CIM –Conference & Incentive Management“, „Managerseminare“ und „Verbändereport“). Die Präsentation bei Messen und Netzwerktreffen spielt ebenfalls eine wichtige Rolle. 2025 wurden folgende Veranstaltungen besucht:

- Stand auf dem FORUM beim MEET GERMANY SUMMIT BAYERN (München)

- Teilnahme am Meet Bayern Workshop der Bayern Tourismus Marketing (München): Aussteller trafen Veranstaltungsplaner zu insgesamt 15 Speed-Pitching-Einheiten à zwölf Minuten).
- Stand auf der Netzwerktagung „Textil Innovativ“ der Bayern Innovativ GmbH (Augsburg)
- Teilnahme am PharMed FORUM (Berlin): bundesweite Fachveranstaltung für alle, die ärztliche Fortbildungen im Gesundheitswesen gestalten, begleiten oder verantworten
- Stand auf dem Branchentreff von Illerhaus Marketing am Starnberger See
- Teilnahme an einem MICE-Netzwerkevent der Bayern Tourismus Marketing GmbH (Nürnberg)
- Teilnahme an „The New Luxury“ (Augsburg): High-End-Treffpunkt für Anbieter und Nachfrager des MICE- und Gastgewerbes
- Stand und Teilnahme am Rocketeer Festival (Augsburg)
- MICE-Treffen mit dem Augsburger MICE-Netzwerk (Schloss Friedberg)
- Stand, Ausstellerpitch und Führung bei den Bayerischen Abfall- und Deponietagen, veranstaltet vom Umweltnetzwerk KUMAS e. V (Augsburg)



Ökologie und Nachhaltigkeit: Kriterien für den Tourismus

In den Zeiten des Klimawandels werden die Themen Nachhaltigkeit, Ökologie und Regionalität immer zentraler. Auch die Zeit der Corona-Pandemie und die aktuelle politische Weltlage haben einen neuen Fokus auf den „Urlaub daheim“ gesetzt. In Augsburg wird Nachhaltigkeit – die verantwortungsvolle Nutzung und Bewahrung von Ressourcen für spätere Generationen – seit Jahrhunderten gelebt: etwa in der Fuggerei oder auch beim schützenden Umgang mit dem Wasser.

Walkable City

Entschleunigung und intensives Erleben – die Walkable-City-Touren laden dazu ein, die Stadt per pedes zu erkunden. Unter dem Motto „In Augsburg sind die Wege kurz – lass das Auto stehen“ konzipierte die Regio mit dem Nachhaltigkeitsmagazin „LifeGuide“ sogenannte Walkable-City-Touren. Ein prägnantes Logo markiert seit 2024 die Stationen dieser Stadterkundungen.

Augsburg bietet alles, was eine Walkable City ausmacht: Sehenswürdigkeiten, historische Gebäude, Wasserläufe und grüne Oasen, jeweils fußläufig erreichbar. Augsburg ist eine fußgängerfreundliche Stadt mit zahlreichen Möglichkeiten für individuelle Entdeckungen auf Themen-Rundwegen, ergänzt durch digitale Touren – bequem zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV. Die Walkable-City-Touren sind auch eine bewusste Entschleunigung vom Alltag und treffen damit den Nerv der Zeit. 2025 wurden folgende Walkable-City-Touren umgesetzt:

- Handwerk in Augsburg
- Die Fugger in Augsburg
- Augsburgs grüne Oasen
- Der Augsburger Klimapfad
- Augsburg entdecken mit Bus und Tram
- Per App mit Brecht durch Augsburg
- Weihnachtliches im Botanischen Garten



Fokus bei Führungsangeboten zu Nachhaltigkeit und Ökologie

Sowohl bei den Gruppenführungen als auch bei öffentlichen Führungen macht die Regio Angebote mit Schwerpunkt auf den Themen Ökologie und Nachhaltigkeit. Die Führungen beleuchten zum Beispiel die nach wie vor aktuelle soziale Bedeutung der Fuggerei. Bei einem Rundgang über den Augsburger Stadtmarkt lernt man das vielfältige Angebot und die Spezialitäten regionaler Erzeuger kennen. Tipps für einen nachhaltigeren Alltag und die Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks waren 2025 Schwerpunkte eines Besuchs bei Betrieben und Initiativen, die Plastikabfall vermeiden, Verpackungsmüll reduzieren, eine Kultur der Reparatur pflegen oder Kleidung fair produzieren. Gärten und Grünanlagen sowie ihre historische und ökologische Bedeutung vermittelt die Führung „Augsburgs Grünes Gold“.

Besonders das Thema Wasser ist jedoch ein Querschnittsthema zwischen den Bereichen Kultur und Nachhaltigkeit. Der verantwortungsvolle Umgang mit der Ressource Wasser ist ein globales Megathema. Diesen Zusammenhang rücken Gruppenführungen auf dem „Augsburger Handwerkerweg“ sowie der „Genießerrundgang zum Welterbe“ in den Mittelpunkt. Die Regio bewirbt außerdem die swa-Entdeckertour zum Augsburger Wasser: Unter dem Motto „Mit Bus und Tram zum Welterbe“ ermöglicht es dieses Angebot der Stadtwerke Augsburg, 16 der 22 Objekte des „Augsburger Wassermanagement-Systems“ per ÖPNV zu erkunden. Eine kostenlose swa-App fungiert als digitaler Reiseführer mit Anfahrtsbeschreibungen und Infos zu den Objekten.

Im Fokus des Führungsprogramms der Regio steht aber nicht nur der ökologische, sondern auch der soziale und historische Nachhaltigkeitsgedanke: Führungen zum Immateriellen Kulturerbe „Augsburger Hohes Friedensfest“



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

und zur NS-Vergangenheit der Stadt rücken die Frage in den Mittelpunkt, wie Menschen aus den Konflikten in der Geschichte lernen können, sodass langfristig ein friedlicheres Miteinander möglich wird.

Trendthema Achtsamkeit

Eng verknüpft mit nachhaltigen Fragestellungen sind die Themen Achtsamkeit und Entschleunigung: Der Trend zu mehr Achtsamkeit ist eine Antwort auf die Herausforderungen der modernen Welt, die mit Überforderung, Stress und Angst konfrontiert. Die Regio hat ihr Angebot auch auf diese

Der morgendliche beziehungsweise abendliche meditative Rundgang durch das Wasserwerk am Roten Tor verknüpft das Trendthema Achtsamkeit mit der Frage nach dem verantwortungsvollen Umgang mit Wasser.



„RENAISSANCE – start again“ heißt die nachhaltige Produktlinie der Regio Augsburg Tourismus GmbH (links). Seit 2025 weisen neue Schilder den Fußweg vom Augsburger Hauptbahnhof zu „Kongress am Park“. Das farbige Fußprint-Logo „Walkable City“ kennzeichnet das entsprechende Tourenangebot auf einer Webseite der Regio Augsburg Tourismus GmbH.

Nachfrage hin ausgerichtet. Bei der Führung „Mit allen Sinnen erleben“ lautet das Motto „Augsburgs Geschichte begreifen“. Die Teilnehmenden schmecken, riechen, sehen, hören und begreifen die Stadt. Die Führung „Safran, Zimt & Co. – auf der Gewürzroute durch Augsburg“ leitet zu Orten in Augsburg, an denen Gewürze eine Rolle spielten und spielen. Die Führung „Augsburger Stadtmarkt – Marktstadt Augsburg“ endet optional mit einer Verkostung. Zeit für Stille und Einkehr an bekannten oder auch versteckten Orten verspricht der „Meditative Rundgang durch Augsburg“ mit einer angeleiteten Meditation aus verschiedenen Traditionen. Auch eine Barfuß-Stadtführung im Angebot der Regio Augsburg Tourismus GmbH trug diesem aktuellen Trend darüber hinaus Rechnung.

2025 wurde dem Bedürfnis nach Achtsamkeit und Stille im urbanen Kontext außerdem durch die frühmorgendliche beziehungsweise abendliche Führung „Meditativer Rundgang durch die Wassertürme am Roten Tor“ entsprochen. Durch diese Anknüpfung an das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ wird eine Verbindung zu Fragen ökologischer Nachhaltigkeit geschaffen: Der verantwortungsvolle Umgang mit der Ressource Wasser ist ein globales Megathema.

Museumsshops: regional und fair

Die Regio betreut die Shops im „Fugger und Welser Erlebnismuseum“, im Maximilianmuseum, im Schaezlerpalais, in der Kunsthalle Augsburg, 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 – von der Traditionsbrauerei „Riegele“ über innovative Start-ups wie die „Meisterhand Manufaktur“ bis hin zu lokalen Bäckereien wie der Bio-Bäckerei Schubert und der Konditorei Dichtl. Beim Einkauf für Museumscafés präferiert die Regio Lieferanten „um die Ecke“: Bäcker und Brauer sitzen in der Stadt, den Fair-Trade-Tee liefert die „Weltladen GmbH Augsburg“ im Lechviertel, der Kaffee wird von lokalen Händlern bezogen. So werden Partner vor Ort gestärkt und Gäste erhalten öfter authentische statt beliebig austauschbare Produkte. Ziel ist es, die Wertschöpfung in Augsburg zu halten sowie die lokale Wirtschaft und den Tourismus nachhaltig zu stärken. Somit entsteht ein authentisches Angebot, das Genuss, Regionalität und Verantwortung verbindet.

Nachhaltige Produktreihe

Die Regio hat mit „RENAISSANCE – start again“ eine eigene nachhaltige Produktreihe entwickelt, designt von der Künstlerin Natalija Ribovic. Vom T-Shirt über Taschen bis hin zu Trinkflaschen sind alle Produkte exklusiv in den Museumsshops und der Tourist-Info erhältlich.

Green Meetings mit „Augsburg Convention“

Auch der MICE-Bereich wird zunehmend unter nachhaltigen Gesichtspunkten weiterentwickelt, denn: Kongresse und andere Veranstaltungen beeinflussen die Umwelt in sehr unterschiedlicher Weise. Das beginnt bei der Reisetätigkeit der Gäste, betrifft aber auch die Verpflegung sowie den Verbrauch, beispielsweise von Strom, Wasser und Papier. Für das energetisch sanierte Kongresszentrum „Kongress am Park“ wurde ein ganzheitliches Konzept entworfen, um Augsburg



und die Region konsequent als Tagungsort und Destination nachhaltiger aufzustellen. Entsprechend sich verändernden Rahmenbedingungen sowie neuer Kundenanforderungen und der Einhaltung gesetzlicher Regelungen gehen im Rahmen von Green Meetings alle Maßnahmen (von der energetischen Sanierung des Tagungszentrums „Kongress am Park“ über regionales Catering bis hin zum Leitfaden für Sustainable Events) Hand in Hand: Der Mensch und sein Umfeld stehen in der Umweltkompetenzstadt Augsburg im Mittelpunkt. Die Teams von „Kongress am Park“ und der Regio Augsburg Tourismus GmbH decken als „Augsburg Convention“ das gesamte Dienstleistungsspektrum einer Full-Service-Kongressagentur ab: „Augsburg Convention“ offeriert von der Location über das Catering bis hin zum Rahmenprogramm standardmäßig nachhaltige Organisation aus einer Hand.

Ein Leitfaden des Bundesumweltministeriums unterstützt bei der umweltgerechten Planung von Veranstaltungen. Ein CO₂-Rechner des Umweltbundesamts ermöglicht die einfache Ermittlung des Fußabdrucks einer Veranstaltung. Solche und andere Hilfsmittel und Checklisten versammelt „Kongress am Park“ übersichtlich auf einer Webseite: www.kongress-augsburg.de/veranstalten/#p10

Die Einführung eines ÖPNV-Kongress-Tickets wurde 2025 ebenso umgesetzt wie die durchgängige Ausschilderung des kurzen Fußwegs vom Hauptbahnhof zu „Kongress am Park“: Die Schilder weisen den Weg vom Ausgang West des Bahnhofs zum Augsburger Kongresszentrum. Sie geben die zurückgelegte Distanz und die zurückzulegende Entfernung an. Der Augsburger ÖPNV kann für 1,26 Euro netto pro Teilnehmer und Veranstaltungstag in den Tarifzonen 10 und 20 genutzt werden.

Tourismuspolitik aktuell – die Forderung nach der Gästeabgabe

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

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

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



7. November 2024 in ihrem an die Bayerische Staatskanzlei adressierten Schreiben an Bayerns Ministerpräsidenten Dr. Markus Söder. Eva Weber, Martin Sailer und Dr. Klaus Metzger forderten darin: „[...] die Städte und Regionen stehen aktuell wegen bekannter Entwicklungen vor großen Herausforderungen. Aufgrund von Onlinehandel, Homeoffice, demografischem Wandel, Klimawandel und Nachhaltigkeit müssen wir darauf achten, wie wir die Attraktivität und Frequentierung unserer Städte sichern und entwickeln können. Dabei spielt der Tourismus eine immer wichtigere Rolle. Sowohl was den klassischen Städtetourismus angeht, als auch die Perspektiven im Tagungs- und Kongressbereich.“

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

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

Der Tourismus erhöht die Attraktivität der Städte und macht sie lebendig, stärkt die Wirtschaft, die Kultur und die Infrastruktur. Deshalb setzte sich Regio-Geschäftsführer Götz Beck auch auf der ITB 2025 für die Einführung einer bayernweiten Gästeabgabe ein – wie sie in immer mehr Destinationen in Deutschland üblich wird.

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

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

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

Ende 2025 hatte der Verkehrsverein Region Augsburg 284 Mitglieder. Das Team der Regio Augsburg Tourismus GmbH betreut die Mitglieder in zahlreichen touristischen Belangen und vertritt deren Interessen in einem breiten Tätigkeitsbereich.

Zu den Angeboten der Regio für Mitglieder gehören auch jährlich stattfindende Besuche in Mitgliedsbetrieben: Im Februar 2025 fand das Mitgliedertreffen im Hotel Maxim Suites by Elias Holl statt. Das Catering besorgte das Restaurant OMBRETTA Vin'Osteria: Die beiden neuen Mitgliedsbetriebe nutzten die Gelegenheit, sich bei dieser Veranstaltung – die mit rund 50 Anmeldungen großen Anklang fand – bei potenziellen Partnern im touristischen Netzwerk vorzustellen. Nach der Besichtigung der Gastgeber-Betriebe bot ein zwangloses Get-together die Möglichkeit zum gegenseitigen Kennenlernen und Austausch.

Die Mitgliedsbetriebe des Verkehrsvereins Region Augsburg e. V. profitieren von der Kooperation mit den touristischen Partnern der Regio 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 Vereinsmitglieder beworben. Die Regio war vom 21. bis 23. November 2025 auch bei der zum dritten Mal stattfindenden Messe „SuperStay Live“ (eine Messe zum Thema Sanieren und Renovieren, Betreiben und Vermarkten von Ferienhäusern und -wohnungen) vor Ort. Die Mitglieder waren wie schon im Vorjahr zum kostenlosen Besuch der Messe eingeladen. Zweimal jährlich werden Mitgliedsbetriebe gratis mit aktuellen Werbemitteln der Regio Augsburg Tourismus GmbH sowie von Partnerinstitutionen zur Ausgabe an Gäste, Kunden oder Partner beliefert. 2025 erhielten alle Mitglieder die von der Regio anlässlich des Jubiläums des Verkehrsvereins herausgegebene Chronik „Tourismus in Augsburg“.



Wirtschaftliche Vorteile für die Mitglieder des Verkehrsvereins

Konkrete wirtschaftliche Vorteile genießen die Mitglieder des Verkehrsvereins Region Augsburg e. V. vor allem 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 Reiseführer
- 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 Reserv eingebunden und können diese mitnutzen beziehungsweise werden über diese beworben. Auf der Website der Regio Augsburg Tourismus GmbH stellt eine Rubrik alle Mitglieder des Verkehrsvereins vor. Neben Betrieben aus der Gastronomie- und Über-

Johannes Hintersberger, 1. Vorsitzender des Verkehrsvereins (links), und Götz Beck präsentierten bei der Mitgliederversammlung 2025 stolz die druckfrische Chronik „Tourismus in Augsburg“.

nachtungsbranche findet man dort Reiseveranstalter, Busunternehmen, Eventagenturen, Druckereien sowie eine lange Liste diverser Einrichtungen – vom ADAC bis zum Bundesligisten FC Augsburg. Neue Mitglieder des Verkehrsvereins werden in einer eigenen Rubrik vorgestellt.

Die Betreuung von Mitgliedern durch die Regio vor Ort

Die Regio Augsburg Tourismus wirbt für die Mitglieder des Verkehrsvereins vor Ort durch

- die kostenlose Ausgabe des breit gefächerten Prospektmaterials der Regio Augsburg Tourismus GmbH (s. S. 28 – 30)
- die Repräsentation und Vermittlung der Mitgliedsbetriebe bei Beratungsgesprächen mit Gästen und Kunden
- die Vermittlung der Hotelabteilung der Regio Augsburg Tourismus GmbH per Telefon und E-Mail sowie die kostenlose Beratung potenzieller Gäste

Mehr zu den Vorteilen einer Mitgliedschaft im Verkehrsverein

Die Regio bietet allen Interessenten eine telefonische Beratung zur Mitgliedschaft im Verkehrsverein an: 0821 50207-30

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH und ihre Strategien

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

1. Resilienz der Tourismusregion und der Leistungsträger

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

Regionalisierung kann eine Region nachhaltiger machen. Regionale Wertschöpfung verbindet regionale Akteure und verschafft ihnen Logistik- und Wettbewerbsvorteile. Und regionale Wertschöpfung sowie regionalisierte Stoff- und Energieströme in Verbindung mit nachhaltigem Landmanagement fördern die Stadt-Land-Kooperation. Was theoretisch klingt, lässt sich bei entsprechender Aufmerksamkeit einfach umsetzen. Ein Beispiel: Das Augsburger Kongress- und Tagungszentrum „Kongress am Park“ bezieht den Strom von Energieunternehmen in der Region, die klimaneutral Strom aus Wasserkraft generieren. Getränke und Lebensmittel für das Buffet der Veranstaltungen werden zum Beispiel aus der Region geordert. Das alles sind jeweils nur kleine Schritte, aber sie alle stärken die Region und damit ihre Resilienz. Resilienzsteigernd wirken sich zudem starke Netzwerke und gesunde Beziehungen zu Partnern aus. Die weitere Stärkung von Netzwerken stellt daher einen Schwerpunkt für die Arbeit der Regio dar:

1.1 Stadt-Land-Kooperation

Die Tourismusregion Augsburg profitiert schon heute von der seit 1998 – nach der Gründung der Regio Augsburg Tourismus GmbH – auch formal praktizierten Stadt-Land-Kooperation. Zunächst erleichtert die Dach-

marke Augsburg den Gästen in der Region die geografische wie inhaltliche Einordnung. National wie international relevante Tourismusthemen wie die Römer und die Fugger, die Mozarts und das UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ bringt man zunächst einmal mit der Stadt Augsburg in Verbindung. Hier und selbst bei Themen, bei denen Augsburg eine Alleinstellung aufweist – das sind zum Beispiel Bert Brecht sowie die Industriekultur –, profitiert letztlich auch die Tourismuswirtschaft in den Nachbarlandkreisen. Ohnehin verzahnen sich manche Themen über die jeweiligen Grenzen hinaus. Beispiel Fugger: Hier richten sich große Hoffnungen auf die Wiederherstellung des Fuggerschlosses in Mickhausen und des dortigen Schlossparks. Nach ihrer Fertigstellung wird sich auch das Thema Fugger noch wesentlich besser als bislang in der Stadt-Land-Kooperation vermarkten lassen.

1.2 Enge Vernetzung von Kultur und Tourismus

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

Deutschland hat weltweit den Ruf als Land der Dichter und Denker. In Europa liegen wir als Kulturreiseziel vor Frankreich auf Platz 1. Reisende schätzen unsere historischen Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen, Festivals, Theater und vieles mehr. Unser Ziel ist es, Deutschland als Land mit einem reichen kulturellen und architektonischen Erbe noch mehr in den Fokus zu rücken.“ Das Ministerium sagt außerdem: „Kulturtourismus ist in Deutschland bislang vor allem Städtetourismus. Es ist aber gerade ein Markenzeichen des Reiseandes 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 Werbung für Deutschland einen Schwerpunkt auf 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.

Für die erfolgreiche Positionierung Augsburgs und der Region als Kongress- und Tagungsdestination war und ist es von zentraler Bedeutung, dass die Regio Augsburg Tourismus GmbH und die Kongress am Park Betriebs GmbH gemeinsam als Convention-Büro fungieren: Sie stehen für die Veranstalter als Servicepartner (Hotelvermittlung, Location-Beratung, Rahmenprogramm, Organisation von Dienstleistungen etc.) zur Verfügung und betreuen das Marketing für die MICE-Branche.

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 die Nutzung 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. 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 beim gegenseitigen 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, den Klimawandel und geopolitische Entwicklungen 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 der frischen Luft – in den Großstädten wie vor allem im angrenzenden ländlichen Raum – reagieren. Letztlich ist auch dies eine der Maßnahmen, welche die Resilienz der Tourismusregion und ihrer touristischen Leistungsträger durch lokale Wertschöpfung unterstützen und damit regionale Wirtschaftskreisläufe stabilisieren.

Konkrete Beispiele in der Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH sind Angebote und Publikationen für Stadtpaziergänge und Wanderungen, aber auch



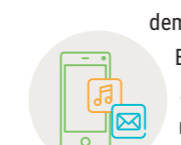
Apps sowie digitale Angebote zu Themen wie römisches Augsburg, Mozart, Brecht oder dem „Augsburger Handwerkerweg“ für den individuellen Rundgang in Augsburg oder die Lauschtour für den Land-Art-Park im „Naturpark Augsburg – Westliche Wälder“. Tourentipps zu Denkmälern der Wittelsbacher im Landkreis Aichach-Friedberg, zu den Spuren der Römer in der Region, zu Kirchen und Wallfahrtsstätten sowie zu Objekten des UNESCO-Welterbes auch am Nördlichen Lechkanal im

Landkreis Augsburg (in Verbindung mit einem weiterführenden Verweis auf das Klostermühlenmuseum in Thierhaupten) sind ebenfalls unter diesem Gesichtspunkt entstanden.

3. Digitalisierung im Tourismus

Die Digitalisierung 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 von virtuellen Welten beeinflusst. Das von der Regio konzipierte innovative „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ ist dafür ein Beispiel. Die Mozart-App mit ihren Augmented-Reality-Szenen und einem Mix aus Bild, Text und Ton ein anderes. Der digitale 955-Geschichtspfad der Regio Augsburg Tourismus GmbH führt virtuell ins Mittelalter und zur Schlacht auf dem Lechfeld. Mit der aktuellen



Entwicklung der App „EPOCI® Augsburg“ nutzt die Regio noch intensiver die Möglichkeiten von Augmented Reality. Bei diesem Projekt werden Gebäude, Fresken, Türme und Techniken, die nicht mehr existieren, digital wieder sichtbar und erlebbar gemacht: Sie können damit zu einer starken Emotionalisierung der Stadt und der Region beitragen. Den Erfolg solcher Konzepte steigert die crossmediale Unterstützung durch Pressearbeit und/oder Printwerbung.

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

4. Erlebbarkeit des Standortes 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 Themenkomplexe, die mittels Themenführungen und durch Publikationen vertieft werden.

5. Revitalisierung der Städte und Stärkung der Infrastruktur

Das Ziel aller Maßnahmen ist letztlich die Stärkung des Tourismus und damit der regionalen Wirtschaft sowie der Lebensqualität und Attraktivität in Augsburg und der Region. 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 sowie die Kommunikation von „weichen“ Standortfaktoren ist ein dritter Aspekt, der Einfluss auf die Ansiedlungspolitik von Unternehmen haben kann. Als vierte Aufgabe kommt dem Tourismus eine wachsende Bedeutung bei der Stärkung der Innenstädte zu.

Die Folgen der Digitalisierung sowie der Strukturwandel im Einzelhandel tragen aktuell zu einer starken Transformation der Städte bei. Die Städte werden sich zu Orten der Begegnung entwickeln: Sie müssen dafür allerdings eine hohe Attraktivität sowohl im Bereich der Kultur als auch der Erlebbarkeit und der Aufenthaltsqualität bieten. Dazu werden Leuchtturmprojekte wie etwa die Entwicklung der „Augsburger Kahnfahrt“ genauso wichtig sein wie – mit Blick auf Klimawandel und auf Nachhaltigkeit – die Begrünung von Plätzen sowie dort angelegte Wasserflächen.

Viel bewegt, viel erreicht – die Arbeit der Regio von 1998 bis 2025

Der Geschäftsbericht der Regio Augsburg Tourismus GmbH für das Jahr 2025 bietet aus zwei Gründen einen besonderen Anlass, über das Berichtsjahr hinaus Bilanz zu ziehen: Zum einen ist es der letzte Geschäftsbericht, den Tourismusedirektor Götz Beck als Geschäftsführer der Regio vor seinem Eintritt in den Ruhestand Ende 2026 verantwortet. Zum anderen feierte der Verkehrsverein Region Augsburg 2025 ein Jubiläum: Hundert Jahre zuvor taucht nämlich zum ersten Mal der Name Verkehrsverein Augsburg auf, der schließlich 1997 zu Verkehrsverein Region Augsburg wurde.

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH wird per Notarvertrag vom 2. September 1997 gegründet. Zum Jahresbeginn 1998 nimmt die Tourismusgesellschaft das operative Geschäft auf. Einziger Gesellschafter ist zunächst (bis 2017) der Verkehrsverein Region Augsburg e. V. Dessen 1. Vorsitzender ist vom Gründungsjahr bis zu seinem Tod im Jahr 2008 Manfred Krug. Sein Nachfolger ist – bis heute – der Augsburger Landtagsabgeordnete Johannes Hintersberger. Götz Beck, Tourismusedirektor der Regio Augsburg Tourismus GmbH, leitet die neue Gesellschaft seit 1998 – also von Tag eins an – als deren Geschäftsführer.

Die große Chance bei der Vermarktung Augsburgs und seines Umlandes liegt im breiten Themenspektrum sowie in der von starken Partnern in Kommunalverwaltungen und Unternehmen geschaffenen Erlebnisqualität. Die damit verbundene Kontinuität hat sich –

Die Regio entdeckt das Wasserschloss in Unterwittelsbach als Ausstellungsort. Zur Eröffnung der ersten „Sisi-Ausstellung“ im Jahr 2000 reisen Angehörige der Häuser Habsburg und Wittelsbach an – selbst der Urenkel der Kaiserin Elisabeth, Markus-Salvator von Habsburg-Lothringen (rechts).



das belegen die Statistiken – gelohnt. 2025 sehen beispielsweise der „Brandmeyer Stadtmarken-Monitor“ und der „SKL Glücksatlas“ Augsburg im Spitzenfeld der untersuchten Städte – unter anderem hinsichtlich der Attraktivität, Bekanntheit und Zufriedenheit, Erlebnisqualität und Freizeitinfrastruktur: ein Standing, das die Stadt im Lauf der Jahre und nicht zuletzt dank der Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH kontinuierlich verbessert hat. Gäste wie auch Einheimische profitieren gleichermaßen von den Effekten und der Werbewirkung, die beispielsweise vom Fußball-Bundesligisten FC Augsburg, vom UNESCO-Welterbe „Augsburger Wassermanagement-System“ oder von der Attraktivität der Augsburger Innenstadt ausgehen. Augsburg und dessen Umland als eine Marke im Tourismusgeschäft weiterzuentwickeln, ist kein „Sprint“ gewesen, sondern vielmehr ein „Marathon“, der sich letztendlich über ein gutes Vierteljahrhundert erstreckt hat.

1998: der Start der GmbH

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH ist gegründet. Mitglieder des Verkehrsvereins sind die Stadt Augsburg, die Landkreise Augsburg und Aichach-Friedberg sowie juristische und natürliche Personen aus der Tourismuswirtschaft. Die zuvor bereits für den Verkehrsverein Augsburg tätigen Angestellten arbeiten von nun an nicht mehr nur für die Großstadt, sondern auch für beide Nachbarlandkreise. Ab sofort wirbt man gemeinsam um Gäste.

Das Corporate Design der Tourismuswerbung wird neu entwickelt und die erste Website der Regio konzipiert. Auch der Messe- und Tagungsstandort wird „im Paket“ beworben. Im Landkreis Aichach-Friedberg wird jetzt das „Sisi-Schloss“ zu einem auch touristisch genutzten Thema. Die Produktpalette der Regio nutzt Potenziale der gesamten Region: Diese neue Form der Stadt-Land-Kooperation wird später von Tourismus-Experten als ein bayernweites Vorbild hervorgehoben werden.

1999: Miró und das erste Magazin

Mit ihrer Ausstellung „Miró universe“ zieht die Regio Augsburg Tourismus GmbH mehr als 50.000 Besucher in die Kunsthalle am Wittelsbacher Park – bundesweit ist dies 1999 eine der bestbesuchten Ausstellungen. Das erste der alljährlichen „REGIO Magazine“ erscheint, außerdem die ersten Radwander-

und Wanderbroschüren der Regio für Touren in der gesamten Region.

2000: Adriaen de Vries, Dalí, „Sisi“

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH bewirbt den „Deutschen Feuerwehrtag“ und die Weltleitmesse für Feuerwehr, Rettungswesen und Bevölkerungsschutz „INTERSCHUTZ“ sowie die sehr gut besuchten Ausstellungen zu Adriaen de Vries („Augsburgs Glanz – Europas Ruhm“) und Salvador Dalí („Dalí, Mara e Beppe. Bilder einer Freundschaft“), außerdem ein Musical um den Augsburger Schlagersänger Roy Black in der Augsburger Kongresshalle. Und für das „Sisi-Schloss“ in Unterwittelsbach initiiert die Regio ihre erste „Sisi-Ausstellung“: Zu deren Eröffnung reisen sogar drei Angehörige der Häuser Habsburg und Wittelsbach an.

2001: der erste Innovationspreis

Für die Kampagne zur „Fuggerstadt Augsburg“ (mit einem Reiseführer in Deutsch, Englisch und Italienisch, einem Internet-Auftritt sowie mit Fugger-Führungen) erhält die Regio einen „Bayerischen Innovationspreis für Angebotsgestaltung im Tourismus“. Die Regio bewirbt mit dem „Augsburger Umweltpfad“ Technical Visits. Und ein Beschilderungssystem für die Augsburger Übernachtungsbetriebe entsteht.

2002: 100.000 bei Hundertwasser

Die von der Regio Augsburg Tourismus GmbH veranstaltete Ausstellung „Friedensreich Hundertwasser. Architektur, Ökologie und Kunst“ wird ein Besuchermagnet: Rund 100.000 Menschen wollen die Werke des österreichischen Künstlers im Augsburger Zeughaus sehen. Die von der Regio konzipierte transnationale „Sisi-Straße“ auf den

2003: Ernst Fuchs bei der Vernissage im Augsburger Zeughaus – vor einem seiner Gemälde in der von der Regio beworbenen Ausstellung.



Spuren der Kaiserin und Königin Elisabeth zwischen Österreich und Ungarn wird prompt mit einem „Bayerischen Innovationspreis für Angebotsgestaltung im Tourismus“ in der Kategorie „Städte & Rundreisen“ prämiert.

2003: Fugger, Fuchs und Führer

Die von der Regio organisierte Ausstellung „Ernst Fuchs. Mythos, Phantasie, Realismus“ zieht rund 30.000 Besucher ins Augsburger Zeughaus. Die Regio kreiert die Konzertreihe „Die Fugger und die Musik“ und gibt erstmals einen „offiziellen Stadtführer“ im Taschenbuchformat heraus. Die 2003 aktualisierte

Oben: Manfred Krug (links) im Jahr 2004 bei der Eröffnung der Ausstellung „Marc Chagall. Poesie, Fabeln, Impressionen“ im Augsburger Glaspalast: Seit 1997 war Krug Vorsitzender des Verkehrsvereins Region Augsburg gewesen. Unten: Im Jahr 2006 initiiert die Regio Augsburg Tourismus GmbH eine Gedenkstätte auf Gut Mergenthau bei Kissing. Die neue Ausstellung im „Wittelsbacher Land“ widmet sich dem Leben und Sterben eines Räuberhauptmanns – des „Bayerischen Hiasl“ alias Matthäus Klostermayr.



Website der Regio wird schon 2005 in einem Ranking des Deutschen Tourismusverbandes auf dem hervorragenden Platz drei stehen.

2004: Innovationspreis für Mozart

Mit einer Kampagne für die „Mozartstadt Augsburg“ gewinnt die Regio zum dritten Mal einen „Bayerischen Innovationspreis für Angebotsgestaltung im Tourismus“. Die Regio lockt mit ihrer Ausstellung „Marc Chagall. Poesie, Fabeln, Impressionen“ 95.000 Besucher in den Augsburger „Glaspalast“. Von der Bahnhofstraße zieht die Regio in größere Büroräume an der Schießgrabenstraße um.

2005: Picasso, Mozart, Ganghofer

Mit ihrer Ausstellung „Picasso – exklusiv aus Privatsammlungen“ wirbt die Regio bundesweit für Augsburg: 85.000 Besucher wollen diese Kunstschau sehen. Die Regio konzipiert die „Ganghofer-Stätte“ in Welden und wirbt fürs Mozartjahr 2006. Auf der Regio-Website wird ein Buchungssystem installiert. Im Netz wird in acht Sprachen für die touristischen Angebote der Region Augsburg geworben.



Ministerpräsident Dr. Günther Beckstein zeichnet 2008 die Mozart-Kampagne der Regio mit dem „TouPlus Bayern“ des Wirtschaftsministeriums aus.

2006: Mozart, ein Star, ein Räuber

Für ihre Mozart-Kampagne wird die Regio im bundesweiten Wettbewerb „365 Orte im Land der Ideen“ (bei rund 1.200 Kandidaten) ausgezeichnet. Im „Sisi-Schloss“ in Unterwittelsbach zieht eine Ausstellung zum Weltstar Romy Schneider beinahe 20.000 Personen an. Auf Gut Mergenthau inszeniert die Regio Augsburg Tourismus GmbH eine Gedenkstätte zum Räuberhauptmann Matthäus Klostermayr (der „Bayerische Hiasl“). Und in Kooperation mit der Fachhochschule Augsburg konzipiert die Regio Mozart-Installationen im Landkreis Augsburg.

2007: Rekord bei Stadtführungen

Erstmals werden in Augsburg 5000 von der Regio absolvierte Stadtführungen registriert. Vorübergehend zieht die Tourist-Information in neue Räume an der Maximilianstraße. Sie bleibt dort bis zum Jahr 2009.

2008: Eine Ehrung und ein Verlust

Bayerns Ministerpräsident Dr. Günther Beckstein ehrt die Regio für deren Werbung für die Mozartregion Augsburg mit dem „TouPlus Bayern“. Die Regio bereitet ein internationales Branchentreffen im Augsburger Rathaus vor, den „Germany Travel Mart“. Manfred Krug, der Vorsitzende des Verkehrsvereins Region Augsburg, stirbt im Alter von erst 68 Jahren.

2009: Hintersberger neu gewählt

Augsburgs Landtagsabgeordneter Johannes Hintersberger wird als Krugs Nachfolger zum neuen 1. Vorsitzenden des Verkehrsvereins Region Augsburg gewählt. Die Regio übernimmt zusätzlich das Management des Augsburger Kongresszentrums. Die Tourist-Info kehrt an den Rathausplatz zurück.



wiedereröffnete Kongresszentrum „Kongress am Park“. Koordiniert von der Regio reicht Augsburg nun seine Welterbe-Bewerbung bei der Deutschen Kultusministerkonferenz ein.

2013: Welterbe-Experten betreut

Die Regio organisiert erstmals „Augsburger Wassertage“ als Begleitprogramm zur Augsburger Interessenbekundung – und betreut die Experten des Fachbeirats, die Augsburgs potenzielle Welterbe-Objekte besichtigen. Die Regio gibt je einen Reiseführer zum „Wittelsbacher Land“ und zum „Augsburger Land“ für den bundesweiten Buchhandel heraus.



Oben: Nachfolger des 2008 verstorbenen Manfred Krug an der Spitze des Verkehrsvereins Region Augsburg e.V wird 2009 Johannes Hintersberger MdL. Unten: 2012 wird Tourismus-Chef Götz Beck auch Geschäftsführer der Kongress am Park Betriebs GmbH – zur Wiedereröffnung des Kongresszentrums nach einer zweijährigen Sanierungsphase kommt sogar Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer.

2014: Fugger, Welser und Brecht

Die Regio initiiert und betreut das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ im soeben sanierten Augsburger Wieselhaus. Gefördert wird das neue Museum vom Bayerischen Kultusministerium, vom Bezirk Schwaben und von der Stadt Augsburg. Der Regio wird nunmehr auch der Betrieb des Museums im „BrechtHaus“ übertragen.

2015: Infozentrum zum Jahr 955

Die Regio initiiert erneut eine Gedenkstätte: Im Jahr 2015 wird der „955 Informations- und Präsentationspavillon Königsbrunn“ eröffnet. Die innovativ gestaltete Einrichtung widmet sich der Schlacht auf dem Lechfeld vom Jahr 955. Die epochale Schlacht wird von 12.000 Zinnfiguren dargestellt. Auf Einladung von Staatssekretär Johannes Hintersberger besucht Dr. Ludwig Spaenle, Bayerischer Staatsminister für Bildung und Kultur, Wissenschaft und Kunst, das Wasserwerk am Roten Tor. Das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ erhält den „European Design Award“.

2010: Wasser, Energie, Industrie

Ab 2010 führt die Regio Augsburg Tourismus GmbH durchs historische Wasserwerk am Roten Tor. Im Stadion des FC Augsburg stellt die Regio ihren „Energiepfad“ vor. Und auf der ITB in Berlin wirbt die Regio mit der Augsburger Industriekultur.

2011: Initiative für ein Welterbe

Die Regio intensiviert ihre Werbung für den Besuch der römischen Denkmäler Augsburgs. Johannes Hintersberger, der 1. Vorsitzende des Verkehrsvereins, präsentiert den von ihm initiierten „Augsburger Handwerkerweg“. Im März reicht die Stadt Augsburg die durch die Regio betreute Interessenbekundung zur Aufnahme des „Historischen Technik- und Kulturensembles Augsburger Wasserwirtschaft“ in die Liste des UNESCO-Welterbes beim Bayerischen Kultusministerium ein.

2012: Neu – „Kongress am Park“

Der Tourismusdirektor der Regio Augsburg, Götz Beck, leitet nun auch das im Beisein von Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer



2012: Kongress des Bunds Deutscher Fußball-Lehrer in „Kongress am Park“ – mit FCA-Manager Andreas Rettig (1. v. l.) realisierte die Regio das Fußball-Fanprojekt „Augsburg Calling“.

2016: Werben für das Lutherjahr

Die Regio erstellt ein Jahresprogramm für das 2016 nach der Sanierung wiedereröffnete Augsburger Mozarthaus. In Kooperation mit dem Evangelisch-Lutherischen Dekanat in Augsburg wirbt die Regio auf der ITB in Berlin für das Lutherjahr 2017. Im „Fugger

Auf der ITB in Berlin: 2012 (oben) mit dem damaligen Bayerischen Staatsminister für Wirtschaft, Martin Zeil (3. v. r.), Klaus Holetschek, (2. v. r.) damals Vorsitzender des Tourismusverbands Allgäu/Bayerisch-Schwaben (TVABS) und dem TVABS-Geschäftsführer Bernhard Joachim (1. v. r.). Unten: Götz Beck im Jahr 2014 mit Petra Hedorfer (Vorsitzende der DZT) und Johannes Hintersberger.



Auf Einladung des Bayerischen Staatssekretärs Johannes Hintersberger, des Vorsitzenden des Verkehrsvereins Augsburg, besucht 2015 Dr. Ludwig Spaenle, Bayerischer Staatsminister für Bildung und Kultur, Wissenschaft und Kunst, das historische Wasserwerk am Roten Tor.

und Welser Erlebnismuseum“ feiert man nun „66 Jahre Romantische Straße“.

2017: „Wirtschaftsweiser“ zu Gast

Als Folge von EU-Richtlinien erhält die Regio eine andere Organisationsstruktur. Die Gesellschafter der GmbH sind nun die Stadt Augsburg, der Landkreis Aichach-Friedberg und der Landkreis Augsburg. „Star-Ökonom“ Prof. Hans-Werner Sinn besucht das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“. Die Regio gibt das Taschenbuch „Museen & Ausstellungen. Führer für Augsburg und die Region“ heraus: Bei einer Buchvorstellung im Maximilianmuseum sind Johannes Hintersberger MdL und Margarete Heinrich, die Vorsitzende des Aufsichtsrats der Regio Augsburg Tourismus GmbH, dabei. Die Zeitschrift „11Freunde – Magazin für Fußballkultur“ zeichnet das von der Regio geförderte Fanprojekt „Augsburg Calling“ als „Fan-Projekt des Jahres“ aus.

2018: Werben fürs „Herz aus Gold“

Die Regio Augsburg Tourismus GmbH bewirbt bei der Weltleitmesse für Tourismus – der

20 Jahre nach dem Start der Regio Augsburg Tourismus GmbH erscheint 2018 eine erste Tourismus-Chronik – Titel: „Meilensteine“.



ITB in Berlin – das Fugger-Musical „Herz aus Gold“, das vom Theater Augsburg auf der Freilichtbühne inszeniert wird. Die Stadtwerke und die Regio stellen Augsburger „Hop-on-/Hop-off-Stadtrundfahrten“ vor. Mit einer Geburtstagstorte und Polit-Prominenz feiert die Regio Augsburg Tourismus GmbH im Augsburger Kongresszentrum „Kongress am Park“ ihr 20-jähriges Bestehen und gibt zu diesem runden Geburtstag zum ersten Mal eine Tourismus-Chronik heraus. Der Titel: „Meilensteine“.

2019: Welterbe – auch dank Regio

Die historische Augsburger Wasserwirtschaft wird als „Augsburger Wassermanagement-System“ in die Liste des UNESCO-Welterbes aufgenommen. Die Regio Augsburg Tourismus GmbH hat die Bewerbung von Anfang an unterstützt. Im Augsburger Rathaus stellt die Regio eine neue Kulturreiseroute vor – die „Europäische Fuggerstraße“.

2020: Welterbe und Urlaub daheim

Die Regio kommuniziert nun das Augsburger UNESCO-Welterbe auf vielen Kanälen – vom Internet über Broschüren und Pressearbeit bis hin zum „RegioMagazin“. Neuwahlen des Aufsichtsrats der Regio Augsburg Tourismus GmbH bringen etliche neue Gesichter. Neuer Vorsitzender des Gremiums wird Augsburgs Wirtschaftsreferent Dr. Wolfgang Hübschle. Als Reaktion auf die Corona-Pandemie wirbt die Regio 2020 auch für den „Urlaub daheim“.

2021: Eine App für 17 Mozartstätten

Die Regio bewirbt die 17 Augsburger Mozartstätten auf mehreren Kanälen, auch mit einer neuen App. Die Tourist-Info am Rathausplatz erhält 2021 ein Zertifikat für Barrierefreiheit. Das „Fugger und Welser Erlebnismuseum“ setzt sich kritisch mit dem eurozentrischen Geschichtsbild beim Blick auf die Eroberung der „Neuen Welt“ auseinander.

2022: Neue Wege für neue Wege

Die von der Regio organisierte „Europäische Fuggerstraße“ gewinnt jetzt das spanische Almadén als neuen Partner. Eine interaktive Karte auf der Website der Regio führt nun zu Zielen in und um Augsburg. Der Lechradweg wird über die Welterbe-Stadt Augsburg entlang des Lechkanals bis zur Donau verlängert.



Seit 2024 betreut die Regio die „Augsburger Kahnfahrt“ und treibt deren Ausbau voran.

2023: Über die Millionen-Hürde

Der Augsburg-Tourismus durchbricht eine Schallmauer: 2023 erfasst die Statistik dort erstmals über eine Million Übernachtungen. Die Regio bewirbt das Ulrichsjubiläum – ein Großereignis für das Bistum Augsburg. Und Bad Gastein im Salzburger Land wird jetzt als der jüngste Partner an der „Europäischen Fuggerstraße“ gewonnen.

2024: Welterbe, Wasser, Handwerk

Die Regio stellt den von Johannes Hintersberger initiierten neuen „Augsburger Handwerkerweg“ im Welterbe-Objekt Wasserwerk am Roten Tor vor. Die Regio gibt auch einen 144-seitigen Reiseführer für den „Naturpark Augsburg–Westliche Wälder“ heraus. Das jährliche „RegioMagazin“ erscheint 2024 zum 25. Mal – mit mittlerweile 100 Seiten. In diesem Jahr übernimmt die Regio zudem die Betreuung der „Augsburger Kahnfahrt“ und koordiniert deren auf mehrere Jahre angelegten Ausbau zur urbanen Oase.

2025: Eine Tourismus-Chronik

Die 116 Seiten starke Chronik der Geschichte des Reisens nach Augsburg, der Historie des Verkehrsvereins Augsburg und der Arbeit der Regio Augsburg Tourismus GmbH erscheint (Titel: „Tourismus in Augsburg. Geschichte des Reisens in Augsburg. Von den Römern bis zur Regio Augsburg Tourismus GmbH“). Nach einem einführenden Kapitel zur Vorgeschichte der Regio Augsburg Tourismus GmbH werden die Höhepunkte in der Arbeit der Regio bis 2025 skizziert. Die Printversion dieser Chronik ist in der Tourist-Information am Augsburger Rathausplatz gratis erhältlich.

Dieser QR-Code führt zur PDF-Datei der Regio-Chronik.



**Gremien: Aufsichtsrat,
Beirat und Verkehrsverein**

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



**Mitarbeiter der Regio
Augsburg Tourismus GmbH**

www.augsburg-tourismus.de/kontakt



**Stadtführungen
und Gruppenführungen**

www.augsburg-tourismus.de/fuehrungen



**Broschüren und
weitere Publikationen**

www.augsburg-tourismus.de/broschueren



Messe, Tagung und Kongress

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



Hotellerie und Gastronomie

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



**Strategiepapier der Regio
Augsburg Tourismus GmbH**

www.augsburg-tourismus.de/strategien



Leistungen für Mitglieder

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



Welterbe Wasser

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

