

Lagebericht 2025

A. Grundlagen des Unternehmens

I. Geschäftsmodell des Unternehmens

Die Regensburg Tourismus GmbH (RTG) ist seit 1. April 2005 die offizielle Tourismusorganisation der Stadt Regensburg, sie wird im Fachjargon als DMO – Destinationsmanagementorganisation bezeichnet. Die RTG ist als 100%iges Unternehmen der Stadt verantwortlich für alle Bereiche des Tourismus:

- nationales und internationales Marketing in definierten Märkten
- Betreiben der Tourist Information am Rathausplatz
- Betreiben eines Veranstaltungsmanagements mit Vermittlung der historischen Säle der Stadt und des Tagungs- und Kongresszentrums marinaforum REGENSBURG.

Der Betrauungsakt aus dem Jahr 2014 mit einer Laufzeit von zehn Jahren ist 2024 ausgelaufen. Mit Wirkung zum Wirtschaftsjahr 2025 wurde eine neue Vereinbarung geschlossen, die eine Gewährung finanzieller Mittel durch die Stadt Regensburg vorsieht, sofern die Einnahmen nicht ausreichend sind, die satzungsmäßigen Leistungen vollumfänglich zu erfüllen. Ähnlich den Regelungen des Betrauungsaktes besteht jedoch kein Rechtsanspruch. Die rein wirtschaftlichen Bereiche der RTG werden über eine sogenannte Trennungsrechnung erfasst und getrennt behandelt, sodass eine Quersubventionierung dieser Tätigkeiten durch städtische Mittel ausgeschlossen werden kann. Für das abgelaufenen Wirtschaftsjahr 2025 wurden analog der Vorjahre Kapitaleinlagen geleistet bzw. wurde der Anteil der erhaltenen Kapitaleinlagen, der zum Ausgleich der Verluste aus nicht wirtschaftlichen Tätigkeiten nicht benötigt wird (sog. Überkompensation), als Verbindlichkeit gegenüber Gesellschaftern eingestellt.

Mit Unterstützung der Arbeit der RTG investiert die Stadt Regensburg in die Tourismuswirtschaft. Eine Destination, die Tourismus als Wirtschaftsfaktor erkennt, weiß, dass sich diese Investitionen durch die Umwegrentabilität refinanzieren.

II. Ziele und Strategien

Destinationsprofilierung

Im Jahr 2025 erfolgte ein Geschäftsführerwechsel, wodurch sich auch die Schwerpunkte der Aufgaben der RTG verschoben haben. Die RTG verfolgte bis 07/2025 einen Managementansatz, der Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt – ökonomisch, ökologisch und sozial – und sich konsequent an den Kriterien der Gemeinwohlökonomie (GWÖ) sowie des Modells der European Foundation for Quality Management (EFQM) orientiert. Seit 2013 wird die Unternehmensstrategie mithilfe einer Balanced Scorecard (BSC) umgesetzt. Die letzte Aktualisierung der BSC erfolgte 2021 mit einer Integration der GWÖ-Kriterien, abgeschlossen als Projekt der Hochschule München Anfang 2022. 2024 wurde die Wirksamkeit der BSC erneut überprüft (Controller Magazin 1/25).

Da die RTG Mitglied des Geen Deal der Stadt Regensburg ist, soll auch über 2025 hinaus der Nachhaltigkeitsstrategie weiter mit Sorgfalt nachgegangen und weiterhin in

einem sehr hohen Standard gehalten werden.

Die dritte GWÖ-Vollbilanz wurde im Januar 2025 auditiert, inklusive eines Abgleichs mit den 17 SDGs (Sustainable Development Goals).

Seit 2005 verfolgt die RTG das Ziel, ein nachhaltiges Unternehmen zu werden. Alle Unternehmenswebsites sind seit Juni 2025 barrierefrei, gemäß dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz. Das Kennzahlen-Set wurde um Nachhaltigkeitsaspekte erweitert, um die Fortschritte messbar zu machen.

Der aktuelle Nachhaltigkeitsbericht auf Basis der GWÖ-Bilanzen sowie die GWÖ-Bilanzen selbst sind auf der Website www.regensburg-tourismus.gmbh einsehbar.

Neue strategische Ausrichtung ab 07/2025: Marketing, Kommunikation, Markenbildung und PR.

Auf Grund der globalen Entwicklung des Tourismus und der Reisebranche wurde es notwendig eine strategische Neuausrichtung auf den Weg zu bringen.

Die RTG hat ihre strategische Ausrichtung in den Bereichen Marketing, nationale und internationale Kommunikation, Markenbildung und PR deutlich ausgebaut. Ziel ist eine klare Positionierung der Destination Regensburg und der Marke RTG als nachhaltige und attraktive Tourismusorganisation auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene.

Die Maßnahmen umfassen:

Markenbildung und Corporate Identity

Das beinhaltet die Weiterentwicklung eines konsistenten Markenauftritts über alle Kanäle hinweg, einschließlich Website, Social Media, Printmedien und Veranstaltungen. Fokus liegt auf der Verbindung von touristischem Angebot, regionaler Identität und Nachhaltigkeit.

Nationale Kommunikation und PR

Dazu gehören gezielte Kampagnen zur Stärkung der Wahrnehmung in Deutschland, Zusammenarbeit mit Medienpartnern, Pressearbeit, Storytelling über Regensburger Hotel- und Gastronomieangebote, Sehenswürdigkeiten und weitere touristische Highlights.

Internationale Kommunikation

Der Schwerpunkt liegt beim Ausbau von internationalen Partnerschaften, Teilnahme an Messen, digitalen Kampagnen und Kooperationen, um die Sichtbarkeit auf globalen Märkten zu erhöhen. Schwerpunkt liegt auf regionalen Besonderheiten und dem Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Regensburg.

Digitale Kommunikation und Social Media

Im Fokus steht der Ausbau von Online-Marketing, zielgruppenspezifischen Kampagnen, Content-Marketing und Community-Building, um Reichweite und Interaktion zu steigern. Partner übergreifende Ticketsysteme und Ausbau der KI-Themen zur Entlastung des Teams.

PR und Stakeholder-Engagement

Zu diesem Bereich gehört der Aufbau einer systematischen PR-Strategie zur

Kommunikation von Erfolgen, Kooperationen mit lokalen und internationalen Partnern, Dialog mit Gästen, Investoren und Behörden.

Durch diese Maßnahmen soll die Marke RTG als innovativer, nachhaltiger und attraktiver Tourismusakteur sowohl national als auch international gestärkt werden.

B. Wirtschaftsbericht

I. Gesamtwirtschaftliche, branchenspezifische und regionale Rahmenbedingungen

Die konjunkturelle Lage in Deutschland war im Jahr 2025 gekennzeichnet durch ein leicht ansteigendes Wirtschaftswachstum. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) war nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes im Jahresdurchschnitt 2025 um 0,2 % höher als im Vorjahr. Im Vergleich dazu war das preisbereinigte BIP im Jahr 2023 und 2024 gesunken. 2023 wurde ein Rückgang um 0,9 % und 2024 ein Rückgang um 0,5 % verzeichnet. Eine längerfristige Betrachtung zeigt, dass das Wirtschaftswachstum im Jahr 2025 unter dem Durchschnittswert der letzten zehn Jahre von + 0,9 % lag. Die Verbraucherpreise stiegen im Jahresdurchschnitt im Jahr 2025 gegenüber 2024 um 2,2 %. Die Arbeitslosenquote in Deutschland lag im Jahresdurchschnitt 2025 bei 6,3 % und ist um 0,3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Im Jahresdurchschnitt waren 2,95 Millionen Menschen arbeitslos gemeldet, rund 160.000 mehr als vor einem Jahr. Die Erwerbstätigkeit ist in Deutschland 2025 auf 45,79 Millionen Menschen gesunken (Stand 11/25), das waren 60.000 weniger als im Jahr 2024. Damit konnte die Erwerbstätigkeit gegenüber dem Vorjahr nicht gesteigert werden. In der Stadt Regensburg lag die Arbeitslosigkeit im Dezember 2025 bei 3,2 % (Vj.: 2,8 %). Die Zinserhöhung der europäischen Zentralbank (EZB) im Jahr 2023 wurde im Jahr 2024 wieder aufgegeben und stufenweise auf 3% gesenkt. Die Zinssenkungsstrategie wurde im Jahr 2025 beibehalten. Der Zins wurde weiterhin stufenweise bis auf 2,00 % gesenkt. Die letzte Anpassung hat im Juni 2025 stattgefunden. Die Zinssenkungen wirkten sich positiv auf das Zinsniveau bei Kreditaufnahmen aus.

Die Tourismuswirtschaft in Deutschland im Bereich der Geschäfts- und Privatreisen hat sich 2025 stabilisiert, nachdem sie sich in den Jahren nach der Pandemie deutlich erholt und bis einschließlich 2024 ein jährliches Wachstum verzeichnet hatte.

Der Deutschlandtourismus profitierte weiterhin von gestiegenen Ankunfts- und Übernachtungszahlen, insbesondere bei Gästen aus dem Ausland.

In Regensburg stiegen die Übernachtungen 2025 aus dem ausländischen Markt leicht an und kompensierten das leichte Minus der Übernachtungen des inländischen Marktes.

Es scheint deshalb, dass die Zahlen auf gleichem Niveau wie 2024 bleiben. Die Übernachtungen von geschäftlich motivierten und privat motivierten Reisen halten sich laut Aussagen der Regensburger Hotels weiterhin ungefähr die Waage.

Aufgrund der Digitalisierung und des hohen Aufkommens digitaler Meetings bleibt das Potenzial für Übernachtungen im Geschäftsreisebereich geringer als bei privaten Reisen. Zudem ist die Ausrichtung auf internationale Kongresse durch fehlende großflächige Kongresslocations in der Stadt begrenzt; das marinaforum allein ermöglicht keine ausschlaggebende internationale MICE-Positionierung.

Mit dem angepassten Marketingansatz, der Reisen mit einer höheren Aufenthaltsdauer in den Fokus rückt und insbesondere die buchungsschwachen Monate berücksichtigt, strebt Regensburg langfristig eine Glättung der Saisonalität bei privaten Reisen an. Auffällig bleibt, dass Gäste sehr kurzfristig buchen und stark preissensibel sind.

Im Bereich MICE sind ebenfalls kurzfristigere Buchungen zu beobachten, insbesondere bei der Vermietung des marinaforums. Zusätzlich bereitet die weiterhin angeschlagene wirtschaftliche Lage in Deutschland Sorge in Bezug auf die Auslastung des marinaforums und anderer Locations der Stadt, was sich mit möglichen Umsatzeinbußen im Jahr 2026 auswirken könnte.

Die Ansprüche der Kunden an die technische Ausstattung steigen weiter. Investitionen in moderne Technik und digitale Möglichkeiten im marinaforum erweisen sich als zukunftsichernd, da die Qualität der technischen Ausstattung oft entscheidend für die Buchung ist.

II. Geschäftsverlauf

Die Destination Regensburg konnte an den langfristig positiven Trend (bis 2019) der letzten Jahre bei den Übernachtungszahlen erstmals in 2022 wieder anknüpfen, dieser setzte sich in 2024 fort. Im Jahr 2025 konnten die Übernachtungszahlen aufgrund der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung auf dem Niveau von 2024 gehalten werden. Die Übernachtungen für das Stadtgebiet Regensburg liegen wie schon im Vorjahr auf deutlich über 1 Million. Die Bettenauslastung der Hotels im Stadtgebiet Regensburg (76 Betriebe mit über 10 Betten, 8.545 Betten) lag bei 42,19 % (Stand Nov. 2025).

In Regensburg konnten 2025 erneut ähnlich viele Gäste begrüßt werden. Etwas weniger Reisende als 2024 besuchten die Tourist Information, dennoch konnten die Verkaufszahlen im Merch-Bereich gesteigert werden. Die Annahme des touristischen und regionalen Angebots war groß und stieg erfreulich an.

Das Marketingteam setzte verschiedene Kampagnen um, die trotz der spürbaren Krise im Reisesektor die Gästezahlen halten ließ.

Seit Juli 2025 knüpft die RTG an die positive Entwicklung an und plant diese auch in 2026 fortzusetzen.

Der Fokus liegt auf der weiteren Stärkung der internationalen Sichtbarkeit, der Förderung nachhaltiger Reisemotive sowie der Diversifizierung von Angeboten, um die Saisonalität auszugleichen. Gleichzeitig sollen technologische Investitionen, moderne MICE-Angebote und gezielte Marketingmaßnahmen die Wettbewerbsfähigkeit der Stadt auf nationaler und internationaler Ebene sichern. Besondere Aufmerksamkeit wird auch der Anpassung an veränderte Buchungsgewohnheiten und steigende Ansprüche der Gäste gelten, um langfristig stabile Übernachtungszahlen und eine hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten.

Ausgewählte Kennzahlen:

Die folgenden Kennzahlen zeigen, wie sich die oben dargestellten Entwicklungen direkt bzw. auch indirekt über das touristische Umfeld auf die Geschäftstätigkeit der RTG ausgewirkt haben.

Für den Bereich Veranstaltungsmanagement:

marinaforum

	Anzahl Veranstaltungen	Belegungstage	davon großes Forum
2022	151	260	116
2023	109	222	107
2024	110	196	87
2025	115	189	97

Trotz der schwächelnden Wirtschaft wurden mehrere größere Veranstaltungen gebucht und mehr im Qualitätssegment ausgegeben. Auch der hohe Standard der Ausstattung konnte hier punkten.

Saalvermietungen (historische Säle)

2022: Belegungstage	285 Tage
2023: Belegungstage	244 Tage
2024: Belegungstage	271 Tage
2025: Belegungstage	273 Tage

Die wertige Ausstattung und Betreuung spiegeln sich auch in den Buchungen der historischen Säle wider.

Touristische Kennzahlen:

Hotels ab 10 Betten

gesamt	Ankünfte:	Übernachtungen:
2022	616.303	1.126.503
2023	739.041	1.325.044
2024	753.356	1.365.186
2025	785.600	1.360.754

Die Übernachtungszahlen zeigen eine leichte Senkung, was auf das „Schwächeln“ des deutschen Marktes zurückzuführen ist. Die Steigerung der ausländischen Gäste hat den Rückgang nahezu aufgefangen. Die Erhöhung der Ankünfte hat eine leichte Senkung der Aufenthaltsdauer um 0,08 % zur Folge.

E-Marketing

Besucher der Internetseite www.tourismus.regensburg.de

2022	169.290
2023	165.851
2024	192.931
2025	188.338

Besucherzahlen sind zwar rückläufig – dieser Rückgang spiegelt aber den allgemeinen KI Trend wider!

Kontakte in der Tourist Information Rathausplatz

	Gästekontakt:	Telefon/Mailkontakt:
2022	80.887	20.301
2023	104.371	23.234
2024	106.944	19.735
2025	104.518	17.278

Seit Januar 2025 haben wir einen Chatbot im Einsatz – dieser lukriert im Schnitt 60.000 Anfragen im Monat und entlastet hier.

Stadtführungen

2022: 4.237 Führungen

2023: 4.518 Führungen

2024: 4.640 Führungen

2025: 4.778 Führungen

Trotz der kurzfristigen Buchungen sind Stadtführungen ein ungebrochener Trend der Erfahrung von historischen Städten

III. Wirtschaftliche Lage

1. Ertrags- und Finanzlage

1. Ertragslage

Der im Wirtschaftsplan geplante Jahresfehlbetrag für 2025 belief sich auf rd. 3.960.000 €. Die positive Abweichung zum tatsächlich erzielten Jahresfehlbetrag von rd. 391.000 € konnte erreicht werden, da zum einen die Umsätze des marinaforums und der Tourist Informationen die Erwartungen übertroffen haben. Zum anderen sind die geplanten Personalkosten niedriger ausgefallen.

Die Umsatzerlöse der RTG entwickelten sich in 2025 wie folgt:

- Stadtführungen (80.017 € besser als Plan),
- Erlöse der Zimmervermittlung (-777 € gegenüber Plan),
- Kartenvorverkauf (18.927 € besser als Plan),
- Souvenirverkauf (5.851 € besser als Plan),
- Veranstaltungsmanagement (153.797 € besser als Plan),
- Erlöse durch Marketing- und Internetbeteiligungen (1.807 € besser als Plan).

Die Umsatzerlöse der RTG werden langfristig nur moderat steigen bzw. stagnieren. Viele Geschäftsbereiche des Tourismus wurden digitalisiert (Informationen im Web, Ticketing, Zimmervermittlung, Führungsangebote, Postkarten etc.). Auch gesetzliche Rahmenbedingungen erschweren einer öffentlichen Einrichtung wie der RTG neue Geschäftsfelder zu generieren.

Ausgewählte IST-Werte 2022 - 2025 zur Budgetüberwachung:

	2025 €	2024 €	2023 €	2022 €
Warenverkauf TI	45.851,38	43.376,86	38.656,00	35.428,01
Führungen	332.017,21	277.735,06	257.659,47	207.684,51
Zimmervermittlung	2.222,78	2.335,81	2.839,92	8.363,04
Veranstaltungs- management	1.178.796,62	1.044.324,65	1.125.182,80	1.132.755,39
Kartenverkauf	58.927,76	55.842,47	59.717,13	46.811,75
Sonstige betrieb- liche Erträge	135.696,61	50.056,29	139.922,81	100.048,85
Sonstige Umsatzerlöse	11.807,23	10.624,88	13.220,00	16.610,63
Betriebliche Erträge	1.765.319,59	1.484.296,02	1.637.198,13	1.547.702,18
Aufwendungen	5.337.944,00	5.046.565,20	5.189.118,74	4.639.354,13
Einlage Stadt Regensburg (vor Rückzahlungs- verpflichtung)	3.355.000,00	3.420.000,00	3.230.000,00	2.900.000,00**

** ohne TEUR 290 lt. Maßnahmenbeschluss vom 28. Februar 2013

2. Finanzlage

Die RTG finanziert sich hauptsächlich durch die jährliche Kapitaleinlage der Stadt Regensburg. Die Einlage (vor Rückzahlungsverpflichtung) der Stadt Regensburg betrug im Jahr 2025 entsprechend der Vereinbarung mit der Stadt Regensburg 3.355.000,00 €. Die Kapitaleinlage wird in vier Jahresraten zugeführt. Das Gesamtbudget lag im Jahr 2025 bei 5.337.944 €.

Die flüssigen Mittel zum 31.12.2025 betragen rd. 1.244 T€. Im Geschäftsjahr ergab sich ein operativer Cashflow von T€ -3.262, ein Cashflow aus der Investitionstätigkeit von T€ -90 sowie aufgrund der Zuführungen des Gesellschafters ein Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit von T€ 3.189.

3. Vermögenslage

Die Bilanzsumme hat sich um 445.568 € auf 7.587.819 € vermindert. Im Wesentlichen ist diese Entwicklung im Anlagevermögen aufgrund planmäßiger Abschreibungen um 472 TEUR zurückzuführen. Im Umlaufvermögen ist wesentlich die Verminderung der flüssigen Mittel um TEUR 163 und die Erhöhung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 43 sowie die Erhöhung der sonstigen Vermögensgegenstände von TEUR 42. Das Anlagevermögen beträgt 78,63 % der Bilanzsumme. Auf der Passivseite ist das Eigenkapital im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 424 gesunken. Wesentlich für den Rückgang ist der erhöhte Jahresfehlbetrag in Höhe von TEUR 7 und eine Minderung der Kapitalrücklagen um TEUR 417. Die Eigenkapitalquote beträgt 80,99%. Einer Verminderung der Rückstellungen um TEUR 133 steht eine Erhöhung der Verbindlichkeiten von TEUR 112 gegenüber.

IV. Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

	2025		2024	
	Ist	Plan	Ist	Plan
Umsatz	1.629.623 €	1.368.000 €	1.434.240 €	1.308.000 €
Jahresfehlbetrag	3.569.384 €	3.960.000 €	3.562,269 €	3.855.529 €
Eigenkapitalquote	80,99 %	≥75%	81,24 %	≥75%

Der Unterschiedsbetrag bei den Umsätzen zwischen Plan 2025 und Ist 2025 ergibt sich aus der unerwartet guten Buchungslage und der gestiegenen Nachfrage nach Stadtführungen.

Weitere nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sind bereits unter A.II. Ziele und Strategien sowie B.II. Geschäftsverlauf aufgeführt.

C. Prognosen-, Risiko- und Chancenbericht

I. Prognosebericht

Die folgenden Aspekte werden bzw. sollen aus der Sicht der Geschäftsführung wesentlichen Einfluss auf die Geschäftsbereiche der RTG haben, sowohl direkt als auch indirekt über das touristische Umfeld.

Nach den positiven Entwicklungen der vergangenen Jahre, insbesondere seit 2022, wird für 2026 eine stabile Fortsetzung der Tourismuswirtschaft in Regensburg erwartet. Ankunfts- und Übernachtungszahlen sollen bei einer gewünschten Steigerung der Aufenthaltsdauer gleichbleiben, getragen von internationalen Gästen, nachhaltigen Angeboten und attraktiven touristischen Erlebnissen. Die Frequenzen und Umsätze in den Tourist Informationen werden maßgeblich von dieser Entwicklung beeinflusst.

Sollte sich die geopolitische Lage verschärfen und einzelne Quellmärkte unerwartet einbrechen, ist dennoch davon auszugehen, dass die Besucherzahlen auf einem stabilen Niveau bleiben. Dies wird durch die breite Tätigkeit der RTG in den Bereichen Marketing, PR und internationale Zielmärkte unterstützt, die eine Diversifizierung der Gästeströme sicherstellt.

Geschäftliches Reisen und MICE

Das Geschäftsreiseverhalten hat sich nachhaltig verändert. Digitalisierung, virtuelle Meetings und Nachhaltigkeitsaspekte führen dazu, dass Geschäftsreisen nur noch bei zwingendem Bedarf stattfinden. Tagungen und Kongresse werden selektiver nach Größe, Relevanz und Nachhaltigkeit geplant. Das marinaforum sowie das Veranstaltungsmanagement der RTG sind auf diese Entwicklungen vorbereitet. Moderne technische Ausstattung, digitale Lösungen und nachhaltige Konzepte sichern die Wettbewerbsfähigkeit. Gleichzeitig bleibt die wirtschaftliche Lage ein Faktor, der Buchungen und Auslastung beeinflussen kann.

Digitalisierung, Künstliche Intelligenz (KI) und offene Daten

Für 2026 stehen Digitalisierung, der Einsatz von KI und die Bereitstellung offener Daten im Fokus. Im RTG-Team und bei Partnerbetrieben werden Information, Sensibilisierung und eine ethische Auseinandersetzung mit Chancen und Risiken der

KI weiterhin zentral sein. KI eröffnet Potenziale in Prozessoptimierung, Marketing, Gästekommunikation und Entlastung von Mitarbeitenden und wird verstärkt eingesetzt, um die wachsenden Anforderungen im Tourismus effizient zu bewältigen.

Nachhaltiger Tourismus

Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Geschäftsreisen bleiben zentrale Themen. Regensburg ist darauf gut vorbereitet: Im Rahmen der „Nachhaltigkeitsoffensive für den Regensburger Tourismus“ konnten bis Ende des Jahres bereits 100 Partnerbetriebe ausgezeichnet werden. Gemeinsam mit der Stadt Regensburg ist die RTG bemüht ein Bewusstsein für nachhaltige Angebote zu schaffen.

Strategische Ausrichtung: Saisonglättung durch PR, Events und Kommunikation

Ein zentrales strategisches Ziel für 2026 ist die weitere Glättung der touristischen Saisonalität in Regensburg. Durch gezielte PR-Maßnahmen, thematische Events und eine differenzierte nationale sowie internationale Kommunikation sollen Reiseanlässe außerhalb der klassischen Auslastungsspitzen geschaffen und stärker sichtbar gemacht werden.

Im Fokus stehen dabei kulturelle, nachhaltige und thematische Angebote, die sich besonders für die nachfragestärkeren Rand- und Nebensaisonen eignen. Durch eine gezielte Ansprache definierter Zielgruppen, verstärktes Storytelling sowie eine enge Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern sollen Aufenthaltsdauer und Wertschöpfung erhöht werden.

Diese strategische Ausrichtung leistet einen wesentlichen Beitrag zur Stabilisierung von Besucherzahlen und Umsätzen, reduziert saisonale Spitzen und stärkt die Resilienz der Destination gegenüber externen Einflüssen.

Fazit

Für 2026 wird eine stabile, insgesamt positive Entwicklung des Regensburger Tourismus erwartet. Die RTG setzt auf eine ausgewogene Kombination aus Geschäftsreisen, MICE, privaten Reisen, nachhaltigen Angeboten und einer fortschreitenden digitalen Transformation.

Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Stadt als nachhaltiges Reiseziel weiter zu sichern, dem Fachkräftemangel mit strukturellen, digitalen und organisatorischen Ansätzen zu begegnen und den Einsatz von Künstlicher Intelligenz sowie digitaler Lösungen verantwortungsvoll, strategisch und zukunftsorientiert zu gestalten.

Im Jahr 2026 sind 3.560.000 € im Haushaltsplan angemeldet. Der Jahresfehlbetrag beträgt laut Wirtschaftsplan rd. 3.920.000 €. Für die nächsten 5 Jahre liegen Planungen für die RTG vor, diese sind damit in die langfristigen Haushaltsplanungen der Stadt inkludiert.

II. Risikobericht

Das Risikomanagementsystem ist als Bestandteil des RTG-Qualitätsmanagements darauf gerichtet, dass die Unternehmensleitung wesentliche Risiken frühzeitig erkennen und gegensteuernde Maßnahmen einleiten kann. Dabei werden mögliche Risikoteilfelder identifiziert und hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und möglichen Schadenshöhe bewertet sowie dazu passende Maßnahmen entwickelt. Als wesentliche Risikoteilfelder wurde insbesondere definiert, dass die RTG auf

Zuschüsse des Gesellschafters angewiesen ist. Ändert sich die finanzielle Situation der Kommune, hat das direkte Auswirkungen auf die RTG. Weiterhin ist der Einfluss der Politik regional und deutschlandweit von Bedeutung. Je nach Gewichtung wird in der Politik entschieden, ob die Tourismusbranche weiterhin gefördert wird oder nicht. Das wirkt sich direkt auf die RTG aus. Außerdem hat das veränderte Kaufverhalten der Kunden durch die zunehmende Digitalisierung zur Folge, dass sich die Aufgaben der RTG verändern werden.

Um die Ausgaben der RTG ständig im Blick zu haben, werden im Rahmen der Wirtschaftsplanung sämtliche Ausgabenbudgets durch die Geschäftsführung genehmigt. Darüber hinaus werden Summen unter 5.000 € pro Ausgabe durch die Führungskräfte in Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Sachbearbeiter ausgelöst. Eingangsrechnungen werden im Workflow auf den Weg gebracht, vom zuständigen Sachbearbeiter und der jeweiligen Führungskraft geprüft und abgezeichnet und von der Geschäftsführung zur Zahlung frei gegeben. Ein Projektmanagement für die wichtigsten Aktivitäten unterstützt das Risikomanagement.

Durch das Managementsystem sind alle Arbeitsabläufe der einzelnen Abteilungen schriftlich festgehalten (Prozesslandkarte, Prozessbeschreibungen, Checklisten).

Vertretungsregelungen in den einzelnen Abteilungen sind gewährleistet. Für jeden Arbeitsplatz und für jeden Mitarbeitenden liegen Stellenbeschreibungen vor. Das Controlling erfolgt auf Grundlage des Wirtschaftsplans, der städtischen Rahmenbedingungen und der Jahreszielvereinbarungen. Hauptfokus liegt auf der monatlichen Budget-überwachung (Soll-Ist-Vergleich). Die RTG arbeitet zudem mit einem Set an Schlüssel-Kennzahlen (siehe oben ausgewählte Kennzahlen), die ebenfalls monatlich überprüft werden. Diese Kennzahlen orientieren sich – wie auch das Budget – an den Jahreszielen. Alle Messwerte werden drei Mal pro Jahr dem Aufsichtsrat vorgelegt.

Die Systematik trägt dazu bei, Risiken früh zu erkennen. Das Vorgehen wird ergänzt durch ständige Recherchen, Auswertungen der Brancheninformationen, Austausch mit den touristischen Bundesverbänden wie dem Deutscher Tourismusverband e.V. (für den deutschen Markt), dem Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren (EVVC) oder der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (für die ausländischen Märkte), wo stets aktuelle Informationen zu Risiken der Branche vorliegen. Ebenso werden weitere Institutionen wie die Bayern Tourismus Marketing GmbH und der Tourismus Verband Ostbayern für den Vergleich der regionalen Kennzahlen herangezogen.

Ausblick:

Die Nationale Tourismusstrategie der Bundesregierung zielt auf die langfristige Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Tourismuswirtschaft in Deutschland ab. Im Mittelpunkt stehen insbesondere kleine und mittlere Unternehmen, die den Sektor prägen. Der Tourismus wird als bedeutender Wirtschaftsfaktor mit hoher Beschäftigungswirkung und starken Verflechtungen zu anderen Branchen eingeordnet.

III. Chancenbericht

Langfristige Sicherung der Arbeit der RTG

Die RTG kann auch weiterhin die Tourismuswirtschaft stärken und im Destinationsmanagement mitwirken, weil das Destinationsmanagement ein fester Bestandteil in der langfristigen Strategie der Stadt Regensburg darstellt.

Umwegrentabilität des Tourismus in Regensburg

Die Umwegrentabilität einer Destination setzt sich zusammen aus den Umsätzen, die der Übernachtungsgast tätigt und die der Tagesgast tätigt. Das Institut dwif-Consulting GmbH aus München benennt für 2023 den Umsatz für einen Übernachtungsgast mit touristischem Reisemotiv in Regensburg mit Ø 184 € pro Tag (gewerbliche Betriebe ohne Camping) angegeben. Für den Tagesgast rechnet das Institut dwif-Consulting GmbH mit Ø 39 € pro Tag.

Für den Tagungs- und Kongressreisenden liegen die Werte beim Übernachten deutlich höher, laut dem Meeting & Eventbarometer EITW 2024 liegt der durchschnittliche Aufwand bei Ø 409 € pro Tag bei Übernachtungs- und Tagesgästen.

Nach Aussagen der Regensburger Hotellerie (eigene Erhebung 2022) besteht deren Kundengruppe zu 50 % aus Geschäftsreisenden und zu 50 % aus Stadt- und Kulturtouristen.

Die Zahlen vom statistischen Landesamt liegen aktuell bis 12/2025 vor. Die Übernachtungszahl fällt auf fast gleichem Niveau wie 2024 aus. Auf dieser Grundlage errechnet sich für die Stadt Regensburg für das Jahr 2025 bei rund 1.360.000 Übernachtungen eine Umwegrentabilität von rund 405 Mio. €, nur bezogen auf die übernachtenden Gäste. Nicht berücksichtigt wurden die Unterbringung von Gästen in Ferienwohnungen, Privatquartieren, die Verwandten- und Bekanntenbesuche und die Tagestouristen bzw. Tagesgeschäftreisenden.

Entwicklung der Umwegrentabilität:

2025	2024	2023	2022
405 Mio. €	405 Mio. €	360 Mio. €	292 Mio. €

Diese Berechnung ist vor allem vor dem Hintergrund der Nachwirkungen der Pandemie, der Energiekrise und des Ukrainekrieges unseres Erachtens nicht belastbar. Bei dieser Berechnung geht es uns nicht um die genaue Summe der Umwegrentabilität, sondern um die Sensibilisierung der Wertigkeit der Wirtschaftskraft für den übernachtenden Tourismus. Für Regensburg ist der Tourismus eine bedeutende wirtschaftliche Größe.

Eine fachliche umfangreichere und fundierte Berechnung der Umwegrentabilität wird seit 2018 jährlich vom Institut dwif-Consulting GmbH, München, für Regensburg erstellt. Dort fließen auch die Ausgaben der Tagesbesucher in die Berechnung mit ein.

Errechnet wurden:

2024	2023	2022
836 Mio. €	836 Mio. €	759 Mio. €

* 2025 liegt noch nicht vor

Neu gedachte Digitalisierung und Nutzung von KI in der RTG und im Tourismus in Regensburg

Künstliche Intelligenz wird dann zur echten Chance, wenn es gelingt, ihren Einsatz strategisch, verantwortungsvoll und ethisch zu gestalten – sowohl in der Unternehmensstrategie der RTG als auch auf Destinationsebene, etwa im Tourismuskonzept. Gelingt diese strategische Verankerung, kann KI vielfältige Lösungen bieten: zur Reduzierung von Bürokratie und Dokumentationspflichten sowie als unterstützendes Instrument in Marktforschung, Marketing und der Informationsvermittlung.

Ein Beispiel hierfür ist der KI-Chat der RTG, der im Januar 2025 mit dem ADAC-Tourismuspreis Bayern ausgezeichnet wurde und als erster seiner Art im Deutschlandtourismus neue Maßstäbe in der digitalen Gästekommunikation setzt. Aufbauend darauf soll der Einsatz von KI weiterentwickelt werden, unter anderem durch die Einführung eines KI-gestützten Telefon-Chatbots zur Entlastung der Tourist-Informationen und zur Verbesserung der Erreichbarkeit für Gäste.

Darüber hinaus spielen umfassende Digitalisierungsprojekte eine zentrale Rolle. Insbesondere im Bereich der digitalen Gästekarte, des Ticketings sowie moderner Buchungssysteme eröffnen sich Potenziale zur Optimierung von Prozessen, zur besseren Vernetzung touristischer Angebote und zur Verbesserung der User Experience für Gäste.

Vor diesem Hintergrund sollte ein besonderes Augenmerk auf die zeitnahe Anpassung der Strategie gelegt werden, um die Chancen der KI und der Digitalisierung gezielt zu nutzen und die Wettbewerbsfähigkeit der Destination Regensburg nachhaltig zu stärken.

Regensburg, 23.März 2026



Jakob E. Reitingner
Geschäftsführer