

BAYREUTH MARKETING & TOURISMUS GMBH

JAHRESBERICHT

2025





Dr. Manuel Becher
Geschäftsführer

GRUSSWORT

Liebe Freunde und Partner der BMTG,

ein Jahreswechsel lädt immer dazu ein, innezuhalten, zurückzublicken – und zugleich den Blick nach vorn zu richten. Auch in diesem Jahr blicken wir voller Dankbarkeit und Zuversicht auf das, was wir gemeinsam erreichen konnten, und auf das, was vor uns liegt.

Bayreuth ist eine Stadt mit Charakter, mit Geschichte und mit Zukunft. Diese Vielfalt lebt durch das Engagement vieler – durch kreative Ideen, verlässliche Partnerschaften und das tägliche Miteinander. Dafür möchten wir Ihnen herzlich danken.

Gemeinsam möchten wir auch im kommenden Jahr Impulse setzen, neue Wege beschreiten und Bayreuth als lebens- und liebenswerte Stadt weiter stärken.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine anregende Lektüre und freuen uns auf alles, was wir 2026 gemeinsam gestalten werden.

Mit herzlichen Grüßen,

Dr. Manuel Becher

Bayreuth Marketing & Tourismus GmbH



INHALT

Tourismusmanagement

- Statistiken und Zahlen
- Produktentwicklung
- Netzwerkmanagement
- Public Relations
- Online-Marketing
- Offline-Marketing
- Auslandsmarketing

Innenstadtmanagement

- Stattgeld & Stattgehalt
- Weihnachtliches Bayreuth
- Online-Marketing
- Regionalkampagne
- Insider Guide

Standortmarketing

- Treffs für Neu-Bayreuther
- Willkommensevent
- Heimkehrer
- Heimatgefühl
- Bayreuth innovativ

Eventmanagement

- Volksfest
- Bürgerfest
- 4 Tolle Tage
- Flohmärkte
- Weinfest
- Mobilitätstage

Nachhaltigkeitsmanagement

Theaterkasse

Außenwerbung

Wir sind die BMTG

JAHRESBERICHT

BAYREUTH





Tourismusmanagement

Statistiken und Zahlen

Produktentwicklung

Touristinfo und Bayreuth Shop

Themen- und Erlebnisführungen

Traversentor Mainradweg

Netzwerkmanagement

Online-Marketing

Offline-Marketing

Printprodukte

Messen und Verkaufsförderung

Sonstige Maßnahmen

Auslandsmarketing

Sonstige Initiativen



Tourismusmanagement

STATISTIKEN & ZAHLEN

Auch im touristischen Jahr 2025 konnte Bayreuth an die starken Ergebnisse der vergangenen Jahre anknüpfen. Zwar blieb das absolute Rekordniveau des vorherigen Spitzenjahres 2024 unerreicht, dennoch zeigt sich ein insgesamt erfreulich stabiler touristischer Wert. Die Entwicklung der letzten Jahre bestätigt, dass Bayreuth weiterhin zu den attraktiven Reisezielen Deutschlands zählt und seine Position nachhaltig festigt.

ANKÜNFTE UND ÜBERNACHTUNGEN

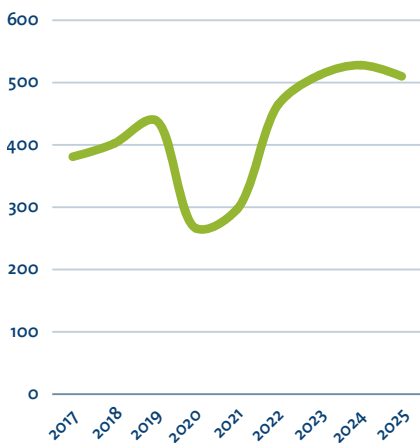
Das Tourismusjahr 2025 verzeichnete für Bayreuth eine Stabilisierung der Gästezahlen. Nach dem Rekordjahr 2024 lag die Zahl der Übernachtungen mit insgesamt 510.216 zum dritten Mal in Folge über der Marke von einer halben Million. Dies entspricht einem moderaten Rückgang von 3,3 % gegenüber dem Vorjahr, womit sich die Übernachtungszahlen auf dem Niveau von 2023 einpendeln.

Mit 237.642 Ankünften und einer konstanten durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,1 Nächten behauptet Bayreuth seine Position als eine der zentralen Tourismusdestinationen in Oberfranken. Die Aufenthaltsdauer deutet darauf hin, dass die Stadt sowohl für Kurzurlaube als auch für kulturell geprägte Aufenthalte attraktiv bleibt.

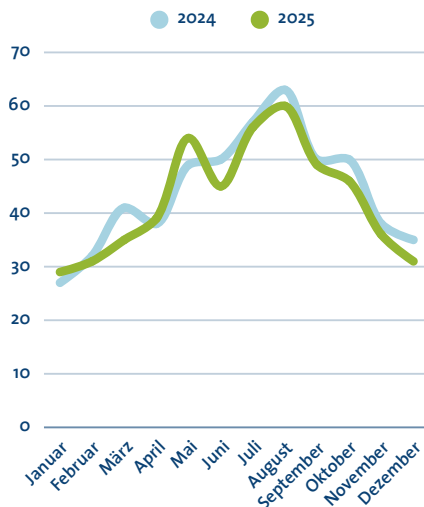
REISEVERHALTEN

Die Kurve zeigt deutlich - Bayreuth liegt im Trend. Seit 2017 konnte demnach ein Wachstum von 34% erzielt werden. Markant ist zudem die Trendentwicklung in der "Nebensaison". Denn auch in den Herbst- und Wintermonaten konnte man vermehrt Touristen für die Wagnerstadt begeistern.

ÜBERNACHTUNGEN IM JAHRESVERGLEICH
(IN TSD.)



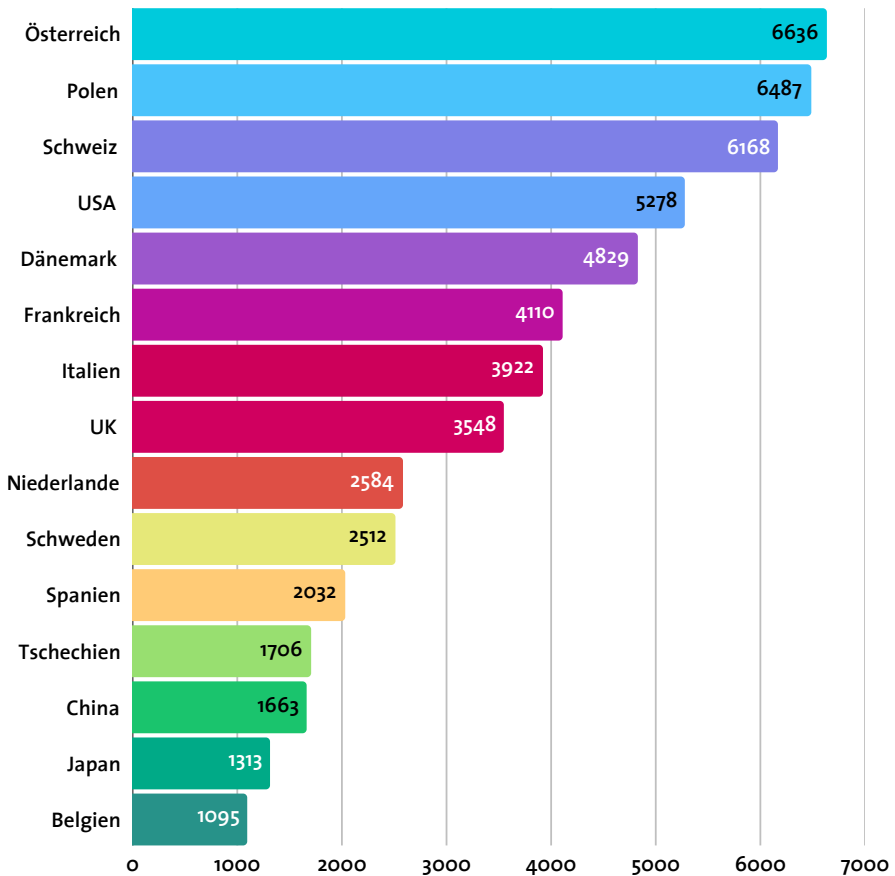
ÜBERNACHTUNGEN IM MONATSVERGLEICH
(IN TSD.)



ANKÜNFTE UND ÜBERNACHTUNGEN

Die Herkunft der Touristen in Bayreuth zeigt erneut die Attraktivität unserer Stadt sowohl für Gäste aus Deutschland als auch aus dem Ausland. Mit 86,5% der Übernachtungen bilden deutsche Besucher weiterhin die größte Gruppe und bestätigen Bayreuths hohe Beliebtheit als Reiseziel innerhalb des Landes. Besonders erfreulich ist jedoch der wachsende Anteil internationaler Gäste. Besucher aus Österreich (9,6% aller internationaler Übernachtungen), Polen (9,4%), der Schweiz (8,9%) und den USA (8%) sind dabei die stärksten internationalen Zielmärkte.

ÜBERNACHTUNGEN NACH HERKUNFT (2025)



REISEMOTIVE

Grund des Aufenthalts

Der Grund für den Aufenthalt der Gäste in der Wagnerstadt lässt sich mithilfe des Vergleichenden Gästemonitors (VGM) differenziert analysieren. Dabei zeigt sich, dass insbesondere das Erleben von Kunst und Kultur für einen Großteil der Befragten im Vordergrund steht. Mit einem Anteil von 43 % stellt dieses Motiv den wichtigsten Reiseanlass dar und unterstreicht die hohe kulturelle Attraktivität der Destination. An zweiter Stelle folgt der Besuch eines UNESCO-Welterbes, der für 22 % der Gäste eine bedeutende Rolle spielt. Ebenfalls von großer Bedeutung ist das Bedürfnis nach Erholung und Entspannung, das von 21 % der Befragten als Reisemotiv genannt wurde. Da Mehrfachnennungen möglich waren, wird deutlich, dass die Entscheidung für einen Aufenthalt häufig auf einer Kombination verschiedener Motive beruht.



© Umweltmuseum Oberfranken



© Maisel & Friends

GÄSTEZUFRIEDENHEIT

Das gefiel den Bayreuther Gästen

84% der befragten Touristen (VGM) gaben an, dass sie mit ihrem Aufenthalt zufrieden, oder sogar sehr zufrieden waren. Dabei waren die Befragten vor allem mit den Faktoren Gastronomie, der Gastfreundschaft und dem Service an der Tourist-Information zufrieden.

Das haben Gäste in Bayreuth besucht

Die am häufigsten besuchte Sehenswürdigkeit (VGM) war das UNESCO Weltkulturerbe Markgräfliches Opernhaus, welches über 52% der Befragten besichtigten. Das Festspielhaus folgte mit knapp 43%. Weitere Highlights für Touristen waren das Neue Schloss (38%), die Eremitage (31%), sowie das Richard-Wagner Museum (28%) und Maisel & Friends (26%).



© Mikhail Butovsky



© Region Bayreuth, Selina Streng



© DZT-Jens Wegener



PRODUKTENTWICKLUNG

Die Produktentwicklung ist das Herzstück einer lebendigen Tourismusstrategie – hier entstehen die Ideen, die eine Destination immer wieder neu erlebbar machen. Sie ist der Motor für Innovationen, die Besucher begeistern und neue Perspektiven auf die Stadt eröffnen. Ob außergewöhnliche Erlebnisangebote oder nachhaltige Konzepte, die den Puls der Zeit treffen – in der Produktentwicklung werden Visionen greifbar.

TOURIST-INFORMATION

Die Tourist-Information hat ihren Sitz in der Opernstraße 22 im Erdgeschoss, direkt gegenüber des UNESCO-Welterbes Markgräflisches Opernhaus.

Über 90.000 Besucherinnen und Besucher erhielten hier im Jahr 2025 Auskünfte zu verschiedensten Themen: Sehenswürdigkeiten rund um Bayreuth, Freizeittipps, Veranstaltungen, Feste und Märkte, Führungen, Übernachtungsmöglichkeiten, alles rund um die Festspiele, Shopping-Tipps, Informationen zu Rad- und Wanderwegen, Restaurants und vielem mehr.



FÜHRUNGEN

Im Jahr 2025 bot die Tourist-Information Bayreuth insgesamt 27 verschiedene Stadtführungen an und verzeichnete eine hohe Nachfrage. Bereits seit Mai 2023 sind Stadtführungen via BookingKit auf der Webseite der BMTG digital buchbar. 2024 ergänzten wir die Buchbarkeit um GetYourGuide, eine der führenden Plattformen für die Buchung von Reiseerlebnissen, sowie um GoogleThingsToDo.

2025 haben wir entschieden, einige unserer Stadtführung auch über die Plattform 7fridays anzubieten, die auf Begegnungen und achtsames Reisen setzt.

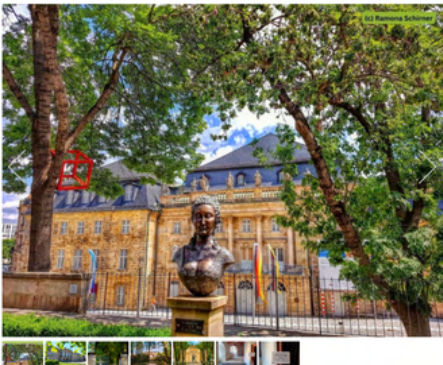
2025 haben insgesamt 8.665 Teilnehmer mit Online-Tickets an einer unserer Stadtführungen teilgenommen, 2024 waren es noch 6.791 – wir freuen uns sehr, dass die Online-Buchbarkeit von unseren Gästen so gut angenommen wird.

Allein an den 487 öffentlichen Stadtrundgängen „Historisches Bayreuth“ nahmen 8.791 Personen teil, während 170 Sonderführungen weitere 3.118 Teilnehmer anzogen. Auch thematische Angebote wurden gut angenommen: Die Nachtwächterführungen durch die Bayreuther Innenstadt und den Stadtteil St. Georgen erreichten 676 Personen, die Themenführung „Auf den Spuren der Markgräfin Wilhelmine“ und „Mit der Markgräfin Wilhelmine durch Bayreuth“ insgesamt 355 Teilnehmer, und die im Jubiläumsjahr intensivierten Jean-Paul-Führungen zählten 281 Besucher. Weitere Formate wie „Köstliches Bayreuth“ mit 104 Teilnehmern und die Kinderführungen mit 281 Teilnehmern ergänzten das Programm.

Zusätzlich führte die BMTG 886 deutsche und fremdsprachig gebuchte Gruppenstadtführungen zum Thema „Historisches Bayreuth“ mit insgesamt 16.357 Teilnehmern durch. Auch die Führungen im Festspielhaus waren stark gefragt: 657 öffentliche Führungen wurden von 10.787 Personen besucht, hinzu kamen 286 Gruppenführungen mit 4.144 Teilnehmern sowie das neue Format „Festspielhaus intensiv“ mit 241 Teilnehmern.

Neu dabei waren 2025 eine Nachtwächterführung speziell für Kinder, die Stadtführung mit kurzen literarischen Pausen und die Führung „Chamberlain, Schemm, Leuschner. NS-Geschichte in Bayreuth“.

Stadtrundgang Historisches Bayreuth auf Deutsch
ab 12,00 €
2 STUNDEN
OPERNSTRASSE 22, 95444 BAYREUTH, DEUTSCHLAND
GUTSCHEIN KAUFEN
BUCHEN



BAYREUTH SHOP

Im Bayreuth Shop am “Canale Grande” in der Opernstraße 22 finden Gäste eine vielfältige Auswahl an Souvenirs und Geschenken. Dort gibt es zum Beispiel T-Shirts und Hoodies, regionale Liköre und Obstbrände, Schals, Taschen, Tassen, Magneten, Spieluhren und natürlich den beliebten Bayreuth-Regenschirm – sowohl als Stock- als auch als Taschenschirm. Und das ist noch längst nicht alles.

Viele der Artikel haben einen spezifischen Bezug zu Bayreuth, zum Beispiel zum Komponisten Richard Wagner, Markgräfin Wilhelmine, dem UNESCO-Weltkulturerbe Markgräflisches Opernhaus oder dem Festspielhaus auf dem Grünen Hügel. Prima geeignet für alle Bayreuth-Fans!



TRAVERSENTOR

Im Jahr 2025 wurde auf Initiative der BMTG das Willkommens-Tor auf dem Peter-Färber-Weg, der Bestandteil des insgesamt 557 km langen Mainradweges nach Mainz ist, erstmals aufgestellt. Es zeigt Bilder der Vorhänge der beiden berühmten Opernhäuser in Bayreuth: Eine Seite der Traverse steht ganz im Zeichen Markgräfin Wilhelmines und des barocken UNESCO-Welterbes, die andere Seite repräsentiert das Richard-Wagner-Festspielhaus. Obendrein senden Wilhelmine und Richard Wagner einen netten Gruß an die Radtouristen, wünschen eine gute Reise auf den verbleibenden ca. 533 km nach Mainz und / oder einen schönen Aufenthalt in Bayreuth.

Die BMTG eröffnet Radlern zudem die Möglichkeit, vor Ort gemachte Selfies auf ihren Social-Media-Kanälen zu teilen und somit Lust auf die Stadt zu machen. Das neue Willkommens-Tor trägt dazu bei, dass der Urlaub auf dem Mainradweg und in Bayreuth in positiver Erinnerung bleibt.



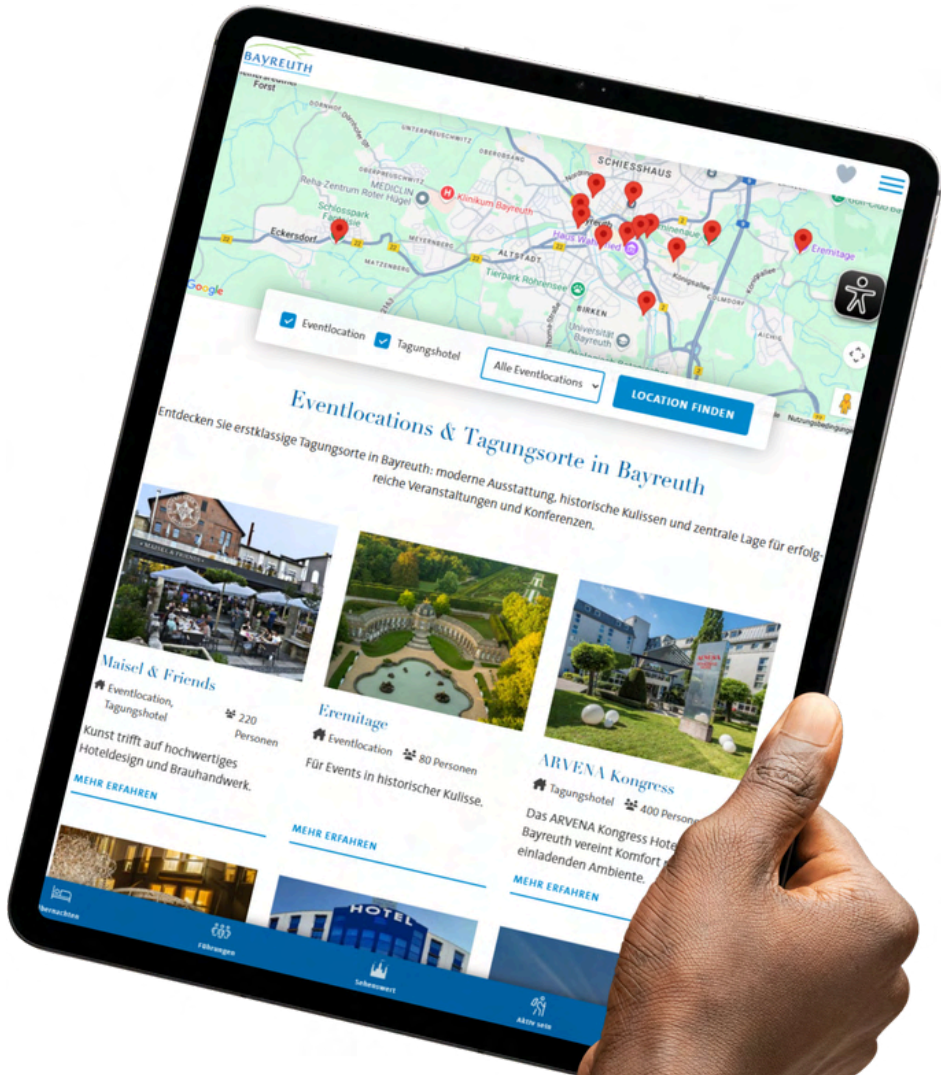
MICE - TAGUNGEN & EVENTLOCATIONS

Stärkung des Tagungsprofils

Der Tagungsauftritt wurde im Jahr 2025 gezielt weiter ausgebaut, um Bayreuth noch klarer als Businessdestination zu positionieren. Neben der Hervorhebung zentraler Standortvorteile werden mittlerweile 18 Tagungshotels und Locations umfassend präsentiert. Dadurch erhalten Veranstaltungsplaner einen umfassenden Überblick über das Angebot in Bayreuth und können gezielt passende Einrichtungen auswählen.

Ergänzend zum digitalen Auftritt setzte die BMTG im Jahr 2025 verstärkt auf persönliche Kontakte zu Veranstaltern und Eventplanern. In Kooperation mit Bayern Tourismus nahm die BMTG am Branchentreff von Illerhaus Marketing am Ammersee teil, um Bayreuth als attraktive Destination zu positionieren.







Tourismusmanagement

NETZWERKMANAGEMENT

Gemeinsam erreicht man mehr – das gilt besonders im Tourismus. Mitgliedschaften und Kooperationen bieten die Chance, Kräfte zu bündeln, neue Impulse zu setzen und Bayreuth im besten Licht zu präsentieren. Ob regional verwurzelt oder international vernetzt, diese Partnerschaften eröffnen Türen, erweitern Horizonte und machen es möglich, die Anziehungskraft der Stadt nachhaltig zu stärken.

MITGLIEDSCHAFTEN & AKTIVE MITARBEIT

Deutschland
Das Reiseland



www.germany.travel

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Im Auftrag der Bundesregierung macht die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) im Ausland aktiv Werbung für attraktive Reiseziele in Deutschland.



Bayern Tourismus Marketing GmbH

Die BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH ist die Landesmarketingorganisation der bayerischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Mit ihren Kontakten zu Organisationen im Ausland sind die Maßnahmen der Bay.TM ein sehr großer Baustein der Strategie der BMTG.

Franken
Freude am Entdecken

Tourismusverband Franken e.V. (TV Franken)

Die BMTG ist Mitglied im Marketingausschuss des Tourismusverbandes und kann so direkten Einfluss auf die Maßnahmen nehmen. Ebenfalls ist sie Teil des Arbeitskreises Fränkische Städte.

DAS

FICHELGEbirGE
SAGENHAFT

Tourismuszentrale Fichtelgebirge e.V.

Auch hier engagiert sich die BMTG, insbesondere der Geschäftsführer Dr. Manuel Becher, besonders. Als Teil des Vorstandes der TZ sind wir perfekt in der Region vernetzt.

MITGLIEDSCHAFTEN



UNESCO Welterbe e.V

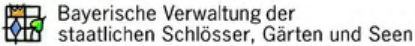
Seit 2012 ist das Markgräfliche Opernhaus Welterbestätte.

Eine große Ehre wurde der BMTG zuteil, als Geschäftsführer Herr Dr. Becher zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt wurde.



Genussregion Oberfranken e.V.

Die Ziele des Vereins sind die Erhaltung und Stärkung der oberfränkischen Kultur und Kulinarik. Als Kuratoriumsmitglied berät Dr. Becher die Leitung des Vereins in touristisch-strategischen Angelegenheiten.



Bayerische Schösserverwaltung

Die Bayerische Verwaltung der staatlichen Schlösser, Gärten und Seen ist eine der traditionsreichsten Verwaltungen des Freistaates. Als Hofverwaltung entstanden, ist sie heute mit 45 Baudenkmalern eine der größten staatlichen Museumsträger.



Die Burgenstraße

Seit 1993 ist Bayreuth mit dem Neuen Schloss Mitglied in der Burgenstraße. Damit ist es Start- beziehungsweise Endpunkt der Ferienstraße. Dr. Becher ist zudem als Vorstandsmitglied aktiv.



Albrecht Dürer Airport Nürnberg

Der Albrecht-Dürer-Airport Nürnberg ist der nächste und wichtigste Incoming-Partner für Bayreuth. Deswegen besteht schon seit einigen Jahren eine enge Kooperation zwischen der BMTG und dem Airport Nürnberg.



Tourismusmanagement

PUBLIC RELATIONS

Public Relations ist die Kunst, Geschichten zu erzählen und Aufmerksamkeit zu schaffen – und genau das haben wir genutzt, um Bayreuth in den Fokus zu rücken.

Durch gezielte Pressearbeit, inspirierende Medienkooperationen und kreative PR-Maßnahmen hat man dafür gesorgt, dass Bayreuths Einzigartigkeit Gehör findet. Mit spannenden Themen und einem klaren Blick auf die Zielgruppen hat man Journalisten und Multiplikatoren begeistert und die Stadt auf vielfältige Weise ins Rampenlicht gestellt.

WILDE UND PARTNER

W&P

Wie bereits in den Vorjahren setzte die BMTG dabei sowohl auf internes als auch auf externes Know-how, um die Bereiche Pressearbeit und PR professionell und wirkungsvoll aufzustellen. Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Münchner PR-Agentur Wilde & Partner, einer der führenden Kommunikationsagenturen im Bereich Reise und Tourismus, wurde auch 2025 fortgeführt. Wilde & Partner unterstützt die BMTG durch wertvolle Medienkontakte, die Bereitstellung relevanter Informationen sowie durch regelmäßige Pressemeldungen zu Bayreuth-spezifischen Themen und trägt damit maßgeblich zur Sichtbarkeit der Destination bei.

Der Frankenreporter

Die BMTG versendet mehrfach im Jahr zu aktuellen Themen Pressemeldungen an einen lokalen bzw. je nach Anlass auch überregionalen Verteiler. Die Pressemeldungen werden teils direkt von den angeschriebenen Medien veröffentlicht, teilweise aber auch von Pressediensten oder Redaktionsbüros aufgegriffen und weiterverbreitet. Die BMTG bedient regelmäßig den monatlichen Pressedienst Frankenreporter mit Presseinformationen. Der Frankenreporter wird vom Tourismusverband Franken herausgegeben und an rund 1.000 Redaktionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz verschickt. Bayreuth-relevante Meldungen können so in der überregionalen Presse platziert werden.

Franken
Freude am Entdecken

PRESSEARBEIT

Auch im Jahr 2025 brachte die Pressearbeit Bayreuth in regionalen und überregionalen Medien erfolgreich in den Fokus. Viele Artikel entstanden durch den direkten Kontakt zur Presse, bei dem gezielte Themen und spannende Geschichten rund um die Stadt vermittelt wurden. Ergänzend dazu spielte die Zusammenarbeit mit der PR-Agentur Wilde & Partner eine entscheidende Rolle: Über ihre weitreichenden Netzwerke konnten zusätzliche Veröffentlichungen realisiert werden, die Bayreuth einem breiten Publikum näherbrachten.

BEISPIELE:

Hannoversche Allgemeine Zeitung

Diese Schlösser und Burgen sind ideale
Ausflugziele, Altes Schloss Eremitage
- Auflage 345 Tsd.

Hannoversche Allgemeine

Die Welt - Beilage "Der Reiseguide"

Bayreuth - Be Suprised
- Auflage 1,1 Mio

DIE  WELT

ZEITREISEN

Top 10 Highlights in Franken -
Auflage 90 Tsd

ZEIT  REISEN

Nordbayerischer Kurier

Tourismusrekord in Bayreuth -
Auflage 23 Tsd.

KURIER



ONLINE-MARKETING

Online-Marketing ist ein entscheidender Bestandteil der Strategie, um Bayreuth als attraktive Destination zu positionieren.

Digitale Kanäle ermöglichen es, gezielt mit verschiedenen Zielgruppen zu kommunizieren, Reichweiten zu erhöhen und die Vielfalt der Stadt ansprechend darzustellen. Durch kreative und regelmäßige Inhalte konnte man Bayreuth erfolgreich im digitalen Raum präsentieren und neue Impulse im Marketing setzen.

WEBSITE - STATISTIK

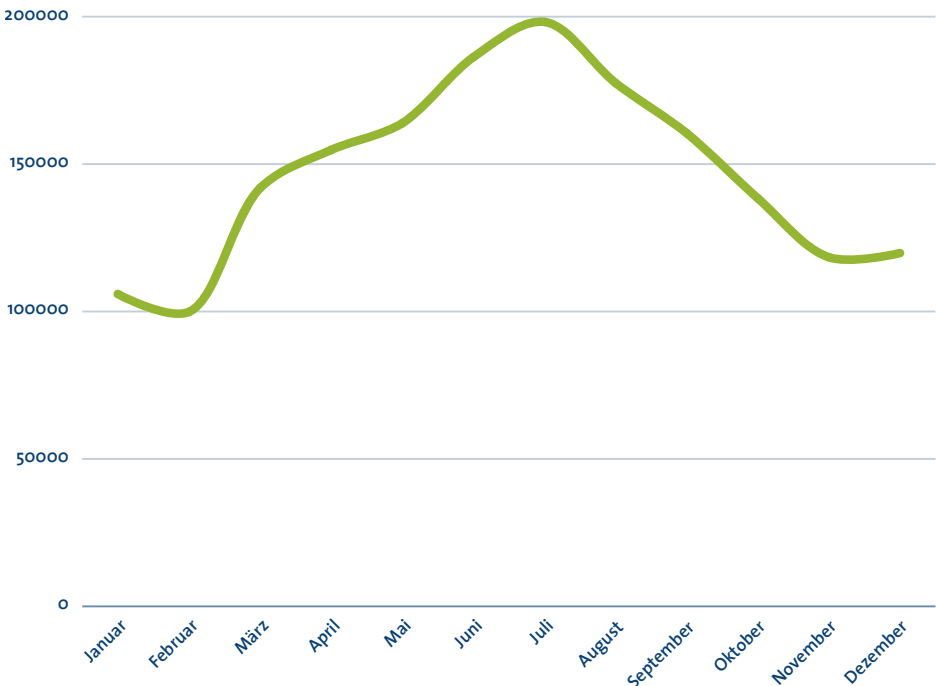
Zugriffe

Die Website bayreuth-tourismus.de bildet den zentralen Dreh- und Angelpunkt des Online-Marketings. Sie dient als erste Anlaufstelle für Besucher, um Informationen zur Stadt, Veranstaltungen und Angeboten zu erhalten. Mit knapp 1,77 Millionen Seitenaufrufen und 812 Tsd. Unique Visitors im Jahr 2025 hat sich die Seite hervorragend entwickelt. Im Vergleich zum Vorjahr 2024 gab es hier einen Anstieg von 12%. Auch in der Nebensaison spielten touristische Themen auf der Seite eine große Rolle.

Ursprung der Zugriffe

Der Großteil der Zugriffe auf bayreuth-tourismus.de kam 2025 aus Deutschland, mit beeindruckenden 730.000 Unique Visitors. Doch auch international zeigt sich eine wachsende Aufmerksamkeit: Aus Italien konnten 10.000 Besucher verzeichnet werden, gefolgt von den USA mit 9.000, Österreich mit 8.000 und Tschechien mit 7.000. Mobile Nutzer via Smartphone oder Tablet stellten insgesamt 71% aller Nutzer dar. Der Großteil der Nutzer kam dabei über Suchmaschinen wie Google (69%) oder internen Verlinkungen (20%). Weitere Zugriffe konnten über externe Backlinks, sowie Verlinkungen über die Social Media Kanäle der BMTG erzielt werden.

SEITENAUF RUF E BAYREUTH-TOURISMUS.DE
(2025)



WEBSITE - TOURISMUS



Die beliebtesten touristischen Seiten

Die beliebtesten touristischen Seiten auf bayreuth-tourismus.de geben einen klaren Einblick in die Interessen der Besucher. Die „Top 5 Sehenswürdigkeiten“ führen mit 53 Tsd. Unique Visitors die Liste an (+25% gegenüber 2024). Die „Veranstaltungen im Markgräflichen Opernhaus“ folgen dahinter, mit 32 Tsd. Mit 30 Tsd. Besuchern verzeichnen auch die Webcams, die einen direkten Blick auf die Stadt ermöglichen, hohe Zugriffszahlen. Die Seite zur „Eremitage“, sowie zum „Markgräflichen Opernhaus“ wurde von 29 Tsd. und 24 Tsd. Besuchern aufgerufen, während „Sanspareil“ mit 21 Tsd. Unique Visitors wohl das größte Wachstum aufweisen konnte (+41%).

Erstellung neuer Themenseiten

Im Jahr 2025 wurden zahlreiche touristische Seiten überarbeitet und erweitert, um das Informationsangebot für Gäste noch attraktiver und nutzerfreundlicher zu gestalten. Neu hinzugekommen ist die Themenseite „Jean Paul-Jubiläum 2025 in Bayreuth“, die umfassend über Veranstaltungen informiert und Einblicke in das Leben und Wirken des Dichters Jean Paul bietet. Ergänzt wurde das Angebot zudem durch eine Übersicht der Veranstaltungen im Markgräflichen Opernhaus für das Jahr 2025.

Die Seite „Jahresbericht 2024“ ermöglicht es Besuchern weiterhin, den aktuellen Jahresbericht einzusehen und als PDF herunterzuladen. Für Golf- und Bierliebhaber wurde die Seite „Golf vereint mit Bier“ neugestaltet, auf der eine attraktive Pauschale mit verschiedenen Leistungen präsentiert wird.

Ergänzend zu der Nachhaltigkeitszeiger Seite für Hotels gibt es ab diesem Jahr auch einen Zeiger für Restaurants, sodass Gäste sich bereits im Vorfeld über nachhaltig wirtschaftende Betriebe informieren können. Darüber hinaus steht die Kurzurlaub-Seite nun auch in italienischer, tschechischer und polnischer Sprache zur Verfügung.

Abschließend wurde dem 360-Grad-Rundgang, einschließlich der 360-Grad-Innenstadtansicht, eine eigene Seite gewidmet, um das digitale Erlebnis der Stadt noch stärker in den Fokus zu rücken.

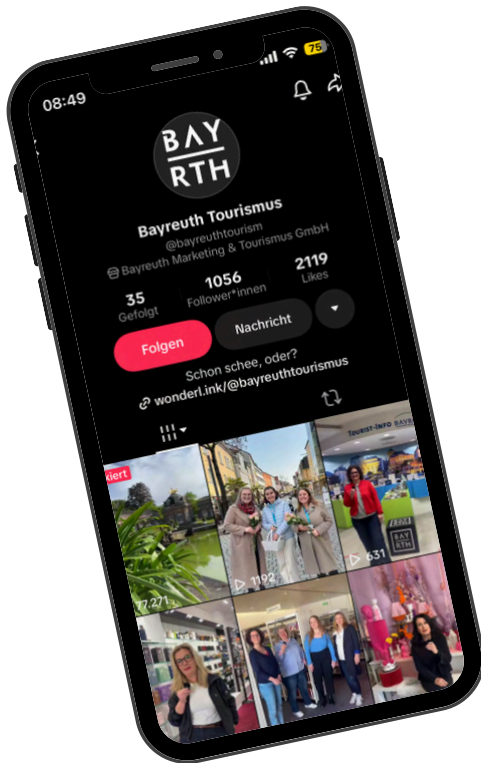


SOCIAL MEDIA

Im Jahr 2025 spielte das Social Media Marketing eine zentrale Rolle, um die Destination Bayreuth zeitgemäß und zielgruppenspezifisch zu präsentieren. Auf unseren Kanälen – Instagram, Facebook, Pinterest, X und TikTok – wurden regelmäßig Beiträge veröffentlicht, die die Vielfalt und Attraktivität Bayreuths in den Fokus rückten. Mit kreativen Inhalten und authentischen Einblicken konnten wir eine breite Zielgruppe erreichen und das Interesse an unserer Stadt nachhaltig steigern.

Besonders hervorzuheben ist der Erfolg unserer Social-Media-Aktivitäten insgesamt. Durch eine abwechslungsreiche Mischung aus dynamischen Kurzvideos, informativen Beiträgen und interaktiven Formaten konnten wir nicht nur eine hohe Reichweite erzielen, sondern auch die Interaktion auf unseren Kanälen deutlich steigern.

Neben unterhaltsamen Inhalten lag ein besonderer Fokus auf der Bereitstellung von Tipps für die Besucher sowie der ansprechenden Präsentation von Sehenswürdigkeiten und Freizeitmöglichkeiten. Diese vielseitige Strategie hat sich als wirkungsvolles Instrument etabliert, um die Vielfalt Bayreuths kreativ, informativ und zielgruppengerecht zu vermitteln.



SOCIAL MEDIA - FACEBOOK & INSTAGRAM

Facebook stellt auch im Jahr 2025 die Plattform mit der höchsten Reichweite dar. Vor allem die demographische Struktur der Plattform bietet es an Bayreuth als touristische Destination zu bewerben. Beim Content setzte man 2025 vermehrt auf Verlinkungen sowie direkte Ansprache an User.

Insights Facebook:

- 21.214 Follower
- 1.475.000 Aufrufe
- 17.726 Interaktionen



Durch den gezielten Einsatz verschiedener Formate auf Instagram – von klassischen Posts über Reels bis hin zu Stories – konnten wir eine hohe Reichweite erzielen und gleichzeitig die Interaktion auf unserem Instagram-Kanal deutlich steigern. Die Kombination aus dynamischen, kurzweiligen und informativen Inhalten hat sich als wirkungsvolles Instrument etabliert, um die Vielfalt Bayreuths kreativ und ansprechend zu präsentieren.



Insights Instagram:

- 17.500 Follower
- 518.000 Aufrufe
- 10.500 Interaktionen

SOCIAL MEDIA - WEITERE KANÄLE

Neben den beiden Kanälen auf Facebook und Instagram werden weitere Plattformen bespielt, um eine möglichst hohe Reichweite zu erzielen. Dabei werden für die jeweiligen Netzwerke angepasste Posts veröffentlicht. Folgende Kanäle wurden 2025 aktiv bespielt:

Pinterest

218 Tsd. Impressions



TikTok

25 Tsd. Views



Youtube

18 Tsd. Views



X

320 Follower



BLOGGER & INFLUENCER

Im vergangenen Jahr wurde die Zusammenarbeit mit Bloggern und Influencern intensiviert, um Bayreuth auf kreative und authentische Weise einem breiten Publikum näherzubringen. Mit ihren Reichweiten und ihrem direkten Draht zu potenziellen Gästen haben Influencer dazu beigetragen, Bayreuths Attraktionen, Events und Angebote in Szene zu setzen und neue Zielgruppen zu erreichen. Dieses moderne Storytelling hat sich als wichtiger Bestandteil der Marketingstrategie etabliert und trug maßgeblich dazu bei, die Sichtbarkeit der Destination zu steigern.

BEISPIELE:

inspirationdelavie

869 Tsd. Follower



Margauxthecook

523 Tsd. Follower



Grün um die Welt - Anna Brockmüller & Yannik Roth

244 Tsd. Follower



Giroscopio Viajero

div. Kanäle



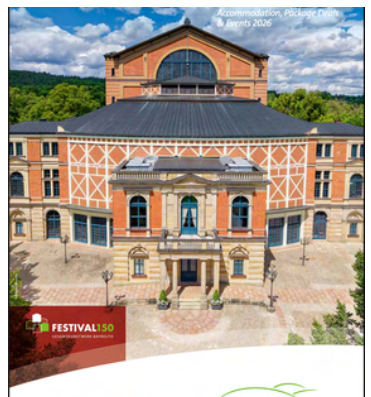


OFFLINE-MARKETING

Das Offline-Marketing ist nach wie vor ein unverzichtbarer Baustein, um Bayreuth erlebbar zu machen – auf Papier und in persönlichem Austausch. Hochwertige Printmedien wie Broschüren und Flyer erzählen Geschichten, die Besucher inspirieren, während Messen und Verkaufsförderungsaktionen Gelegenheiten schaffen, direkt mit potenziellen Gästen ins Gespräch zu kommen. Durch starke Kooperationen und die gezielte Ansprache vor Ort wird Bayreuth auf vielfältige Weise sichtbar und lädt dazu ein, die Stadt aus erster Hand zu entdecken.

PRINTMEDIEN

2025 wurden zahlreiche Printmedien neu veröffentlicht oder nachgedruckt, um Bayreuths Angebot noch zugänglicher zu machen. Dazu zählen der Festspielhaus-Information flyer in Kooperation mit taff (20.000 Exemplare), der Stadtplan Kunst im öffentlichen Raum (10.000 Stück) sowie der blaue Stadtplan zum Falten (10.000 Stück). Ergänzt wurde das Sortiment durch den Abriss-Stadtplanblock (2.000 Blöcke à 50 Blatt), den Wandkalender mit dem Thema „150-Jahre Festspiele“ (2.000 Stück), die Broschüre „Stadt- und Erlebnisführungen 2026“ (5.000 Stück) sowie die Imagebroschüre Bayreuth in leichter Sprache (5.000 Stück), das Hotelverzeichnis 2026 (3.000 Stück) und eine Neuauflage des „Genießer-Passes“ (Flyer: 5.000 Stück, Gutscheine und Plakate: jeweils 500 Stück).



MESSEN & VERKAUFSFÖRDERUNG

Die BMTG hat sich auf folgenden Messen präsentiert:

- **ITB Berlin:**

Die ITB Berlin ist die größte Reise- und Tourismusmesse der Welt. Auf der B2B Messe knüpfte man verschiedene Kontakte, die interessante Kooperationsmöglichkeiten für 2025/2026 ermöglichen.

- **CMT Stuttgart**

Auf der CMT Stuttgart beteiligte sich die BMTG mit einer Prospektauslage am Stand des UNESCO Welterbestätten e.V. Die CMT ist – nach eigenen Angaben - die weltweit größte Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit.

- **F.r.e.e München**

Die f.r.e.e. in München ist die größte Freizeit- und Tourismusmesse Bayerns. Die BMTG präsentierte dabei Bayreuth über eine Standbeteiligung bei der Tourismuszentrale Fichtelgebirge.



WEIHNACHTSGRUSSKARTEN

Um den Kontakt zu unseren geschätzten Reiseveranstaltern auch in der besinnlichen Weihnachtszeit lebendig zu halten, haben wir mehr als 300 persönliche Weihnachtsgrüße in Form gestalteter Postkarten aus Bayreuth versendet. Mit diesen festlichen Botschaften wollten wir nicht nur unsere Wertschätzung ausdrücken, sondern auch die bestehende Zusammenarbeit stärken und auf ein weiteres erfolgreiches gemeinsames Jahr einstimmen. Die stimmungsvollen Grüße aus Bayreuth sollten dabei ein kleines Zeichen der Verbundenheit sein und ein Lächeln in die Vorweihnachtszeit unserer Partner zaubern.



Die festliche Jahreszeit ist für uns ein schönes Moment, um an inspirierende Begegnungen und wertvolle Kontakte in der Reisebranche zu denken – auch an diejenigen, die vielleicht schon etwas zurückliegen. Bayreuth ist ein Ort voller Geschichten, Kultur und Lebensfreude – und im kommenden Jahr wird es mit dem 150-jährigen Jubiläum der Wagner-Festspiele besonders spannend.

Wir freuen uns darauf, die Stadt gemeinsam mit Partnerinnen und Partnern weiter auf die Reisekarte zu setzen und Gästen echte Überraschungsmomente zu schenken.

#BeSurprised

Mit herzlichen Grüßen aus Bayreuth und dem besten Wünschen für ein wunderbares Jahr 2026!

Arnold Becker

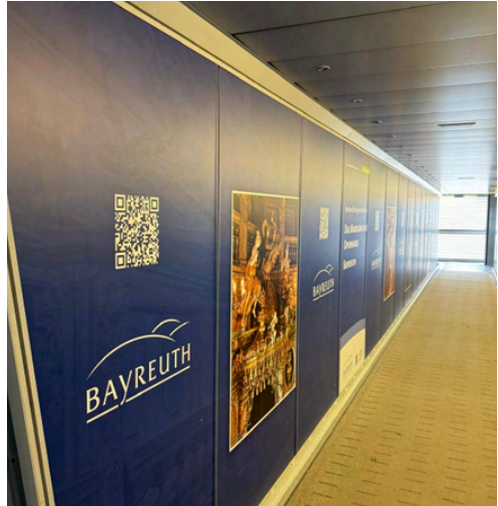
U-BAHN GROSSFLÄCHE BERLIN



Im Jahr 2025 wurde in Berlin auf großformatigen Hintergleisflächen (3,5 m Breite) gezielt für Bayreuth geworben. Die aufmerksamkeitsstarken Motive erreichten vom 1. Mai bis 31. Juli täglich bis zu 98.000 Kontaktchancen und sorgten damit für eine hohe Präsenz im stark frequentierten urbanen Umfeld. Durch die Platzierung im direkten Sichtfeld wartender Fahrgäste konnte eine breite Zielgruppe angesprochen und die Wahrnehmung Bayreuths als attraktive Kultur- und Tourismusdestination nachhaltig gestärkt werden.

FLUGGASTBRÜCKE NÜRNBERGER FLUGHAFEN

Die bestehende Fluggastbrücke am Flughafen Nürnberg wurde um eine aufmerksamkeitsstarke touristische Werbefläche ergänzt. Im Rahmen der Gestaltung wurden über den insgesamt 20 Bayreuth-Logos zusätzlich QR-Codes angebracht, die Reisende direkt auf die Website bayreuth-tourismus.de weiterleiten. Dadurch erhalten Passagiere bereits am Flughafen einen schnellen und unkomplizierten Zugang zu Informationen rund um die Stadt Bayreuth, darunter Sehenswürdigkeiten, kulturelle Veranstaltungen, Freizeitangebote sowie touristische Highlights der Region. Die Kombination aus auffälligem Branding und digitaler Verlinkung steigert die Sichtbarkeit Bayreuths als attraktives Reiseziel und schafft gleichzeitig einen modernen, interaktiven Informationszugang für nationale und internationale Reisende.



WALK OF WAGNER



Richard Wagner hat viele Spuren hinterlassen – nicht zuletzt durch die Wohnungen und Hotels, in denen er über unterschiedliche Zeitspannen hinweg gelebt hatte. 2025 wird der Walk of Wagner einige der vielen noch erhaltenen und zum Teil nur noch bezeugte Räume in Sachsen, Franken, Oberbayern, Bayerisch-Schwaben, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, der Schweiz, Italien, Österreich, Lettland und Tschechien vorstellen, die Wagner zwischen seiner Geburt und seinem Sterbemoment bewohnt hat.

Druck des dazugehörigen Leporellos mit einer Auflage von 5.000 Stück.



Tourismusmanagement

AUSLANDSMARKETING

Über Grenzen hinauszugehen ist im Tourismusmarketing essenziell. Mit gezielten Maßnahmen im Auslandsmarketing wurde Bayreuth international ins Rampenlicht gerückt. Durch kreative Kampagnen und enge Zusammenarbeit mit internationalen Partnern konnte man neue Märkte erschließen und die Faszination unserer Stadt weltweit erlebbar machen.

INCOMING & BRAND SUMMIT

Der Incoming and Brand Summit der Deutschen Zentrale für Tourismus

Der Brand Summit war das Highlight der touristischen Vermarktung Bayreuths im Jahr 2025. Vom 31. August bis 2. September empfing man neben den Regionalvertretungen der DZT 72 Journalisten von reichweitenstarken Medien aus aller Welt. Hier bot man ein abwechslungsreiches und hochkarätiges Programm, um Bayreuth als Reiseziel zu präsentieren.

Das Programm in der Kurzfassung (Highlights der Programmpunkte):

31. August

10:00-16:00 Anreise der Teilnehmer

18:00-22:00 Empfang in der Hopfenlounge bei Maisel & Friends mit einem Fassanstich, Flying Buffet und Live-Painting auf einem Steingraeber Flügel

01. September

09:00-12:30 Brand Summit mit Keynotes

14:00-17:30 Live Experience Touren durch die Stadt

19:00-22:00 Abendveranstaltung mit Tobias Bätz und Alexander Herrmann im Posthotel in Wirsberg

02. September

09:30-12:30 Live Experience Touren durch die Stadt

Folgende Beiträge wurden bereits veröffentlicht. Weitere Publikationen werden im Folgejahr erwartet:

Land	Medium	Reichweite des Mediums
Belgien	grande.be	250.000
Niederlande	verkeersbureaus.info	139.000
United Kingdom	Artmag - Art + Travel	9.905
United Kingdom	The Catholic Herald	697.222
Dänemark	Berlingske Tidende	669.000
Dänemark	rejsrejsrejs	1.141.161
Polen	KUKBUK	18.000
Polen	National Geographic	14.000

INCOMING & BRAND SUMMIT

Land	Medium	Reichweite des Mediums
Polen	Pb.pl	20.000
Polen	Presto	9.500
Polen	Puls Biznessu	52.000
Polen	viva.pl	150.000
Österreich	Kronen Zeitung	289.000
Österreich	insiderei.com	200.000
Serbien	Ekspres Magazin	60.000
Serbien	Ekspres.net	1.542.179
Bosnien und Herzegovina	Furaj Magazin	118.858
Bosnien und Herzegovina	Furaj.ba	50.000
Bulgarien	Jenata Dnes Magazine	1.500.000
Bulgarien	Dnevnik.bg	300.000
Tschechien	Turistika.cz	n.n.
Frankreich	Art(s)	2.926
Frankreich	L'evasion des sens	17.665
Italien	Gironalesentire.it	26.149
Italien	Gist.it	617.150
Italien	ITurista.info	74.144

INCOMING & BRAND SUMMIT

Land	Medium	Reichweite des Mediums
Italien	Latitudeslife.com	74.144
Italien	Secondamanoitalia.it	8.300
Italien	Turismovacanza.it	28.600
Italien	Viaggi.Corriere.it	2.296.000
Schweiz	Ensuite.ch	48.000
Schweiz	Marmite.ch	17.819
Portugal	Volta a Mundo	46.250
Israel	The Jerusalem Post	10.000.000
USA	WhereverFamily.com	150.000
USA	SheBuysTravel	n.n..
China	Arena	16.428.000
China	Chinese Cuisine Magazine	370.000
China	Sanlian Life Weekly	3.626.000
China	SHANGCHENGSH	925.000
China	Voyage	3.581.600
Indien	Outlook Traveller	1.100.000
Indien	Unique Times	55.000
Indien	The Luxury Collection	335.000

INCOMING & BRAND SUMMIT

Land	Medium	Reichweite des Mediums
Indien	The Peak Life	74.144
Indien	Secondamanoitalia.it	8.300
Japan	Turismovacanza.it	28.600
Japan	Viaggi.Corriere.it	2.296.000
Japan	Ensuite.ch	48.000

Impressionen

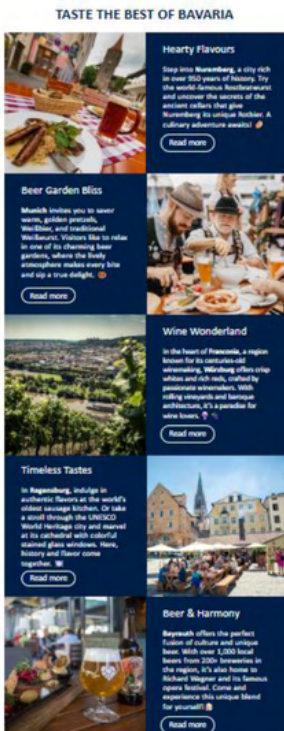


AUSLANDSMARKETING

USA

Im Jahr 2025 war die BMTG erneut Premium Partner der Bavarian Connection der BayTM. Im Rahmen dieser Kooperation wurden zahlreiche Marketingaktivitäten in den USA durchgeführt:

- Messeteilnahmen, unter anderem an
 - ETOA North America Marketplace, Feb. 27 (Online)
 - ITB 2025, March 3-5 (Berlin)
 - GTM 2025, April 25-27 (Bonn)
 - GTM West, June 17-19 (Palm Springs, USA)
 - Signature Travel Network Conference & Trade Show, November 10-13 (Las Vegas, USA)
 - USTOA Conference & Marketplace, December 1-5 (National Harbor, USA)
 - Sales Calls & Hosted Dinner, December 8-10 (New York, USA)
- Newsletter an Reiseveranstalter
- Marketingkampagnen mit Partnern vor Ort (Embark Beyond, AFAR, Goway, Hopper)
- Verlosung von Reisen nach Bayreuth



U.S. Trade Newsletter

Im Rahmen der U.S. Trade Newsletter-Kampagnen wurden zwei gezielte Mailings mit Fokus auf Bayern und seine touristischen Highlights erfolgreich umgesetzt.

Am 29. Januar 2025 stand das Thema „Bavaria's Culinary Secrets!“ im Mittelpunkt. Mit Beteiligung der Partner Nürnberg, München, Franken, Würzburg, Regensburg und Bayreuth richtete sich die Aktion an über 55.000 Empfänger, vorwiegend Anbieter von Flusskreuzfahrten. Die Newsletter erzielten eine Opening rate von 31 %, was auf ein großes Interesse an kulinarischen Reisen in Bayern hinweist.

Am 14. Mai 2025 folgte der Newsletter „Relax the Bavarian Way“, bei der Partner wie Lindau, Garmisch-Partenkirchen, Füssen, Bayreuth und die Chiemseeregion beteiligt waren. Diese Ausgabe richtete sich vor allem an Destination Management Organizations (DMOs) und Incoming-Agenturen mit über 58.000 Empfängern und erreichte eine Opening rate von 30 %.

AUSLANDSMARKETING

USA

Dr. Becher nahm außerdem an der Travel agent reception der Deutschen Zentrale für Tourismus in Denver, Scottsdale und Anaheim teil. Es konnten viele neue Kontakte mit Reiseveranstaltern geknüpft und bestehende aufgefrischt werden. Insgesamt fanden 65 persönliche Termine statt. Das Hauptthema war das Festspieljubiläum im Jahr 2026.

Artikel

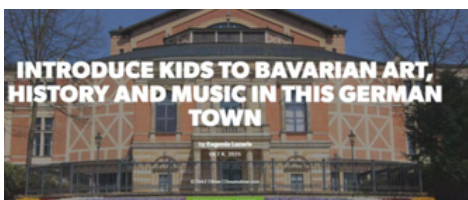
Die Journalistin Judith Fein verfasste einen eindrucksvollen Artikel, der sich tiefgründig mit dem Leben und Werk von Richard Wagner auseinandersetzt, dabei auch das kontroverse Thema Antisemitismus beleuchtet und die bewegende Ausstellung „Verstummte Stimmen“ in den Fokus rückt. Dieser facettenreiche Beitrag erschien im angesehenen New Mexico Jewish Journal Magazine und trägt wesentlich dazu bei, die komplexen historischen und kulturellen Aspekte rund um Wagner einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.



Nach dem Brand Summit beleuchteten diese Journalistinnen Bayreuth:

Eugenia Lazaris veröffentlichte den Artikel “Introduce kids to Bavarian art, history and music in this German town” auf WhereverFamily.com. (Reichweite: 150.000)

Sharon Kurtz widmete sich in ihrem Artikel Bayreuth: “Baroque splendor and musical legacy”, der barocken Pracht und dem reichen musikalischen Erbe der Stadt. Ihr Beitrag erschien auf SheBuysTravel und spricht ein reisefreudiges Publikum an, das Wert auf kulturelle Highlights legt.



Bayreuth: Baroque Splendor and Musical Legacy



The stage and lavish Baroque interior of Bayreuth's Margravine Opera House, a masterpiece of 18th-century architecture. Photo credit: Sharon Kurtz

Bayreuth's story centers on Margravine Wilhelmine, sister of Frederick the Great. She married a prince and transformed a quiet town into a Baroque jewel in the 1700s, building lavish palaces and the [Opera House](#). Her extravagance nearly bankrupted Bayreuth—but today, those gilded streets remain a stunning testament to her legacy.

AUSLANDSMARKETING

Italien

Die Programmatic Kampagne in Kooperation mit der DZT Italien erreichte über 877 Tsd. Impressionen und sorgte dadurch für über 4 Tsd. Webseitenaufrufe auf bayreuth-tourismus.de/it.



Folgende Beiträge erschienen über Bayreuth nach dem Incoming Brand Summit:

Artikel / Zweck des Besuchs	Journalist / Blogger	Medium	Zeitraum	Auflage / Reichweite
Norimberga e bayreuth tra passato e futuro	Marina Cioccoloni	Caravan Camper Gran Turismo	09/2024	n.n.
Germania, 55 i siti Unesco	Corona Perer	Gironalesentire.it	31.08. – 02.09.2025	17.665
Bayreuth la città di Richard Wagner	Corona Perer	Gironalesentire.it	31.08. – 02.09.2025	17.665
Bayreuth (Germania): fra note wagneriane, street art e birra d'autore	Sonja Vietto Ramus	Gist.it	31.08. – 02.09.2025	26.149
Bayreuth: barocco, musica, street art e cucina stellata nel cuore della Franconia	Deborah Terrin	ITurista.info	31.08. – 02.09.2025	617.150
Bayreuth, sinfonia d'arte e sapori nel cuore della Germania	Sonja Vietto Ramus	Latitudeslife.com	31.08. – 02.09.2025	74.144
Bayreuth, Germania – Maisel & Friends: la birra artigianale come non l'avete mai bevuta	Sonja Vietto Ramus	Secondamanoitalia.it	31.08. – 02.09.2025	8.300
Germania, Bayreuth: Maisel & Friends, dove la birra diventa arte	Sonja Vietto Ramus	Turismovacanza.it	31.08. – 02.09.2025	28.600
Bayreuth, non solo la città di Wagner: un angolo di Baviera da scoprire, tra palazzi di corte, urban art e birrifici storici	Francesca Pace	Viaggi.Corriere.it	31.08. – 02.09.2025	2.296.000

AUSLANDSMARKETING

Österreich

In Zusammenarbeit mit der DZT und der Österreichischen Bundesbahn (ÖBB) bewarb die BMTG Bayreuth via einer Multichannel-Kampagne. Die Werbeflächen bestanden dabei aus Außenwerbeflächen an den großen Bahnhöfen des Landes, der Darstellung auf oebb.at, einer Microsite der DZT, einer Programmatic Anzeigenschaltung, sowie einer Social Media Kampagne. In den digitalen Werbemöglichkeiten konnte ein hervorragender Wert von über 4 Millionen Impressions erzielt werden. Bei der Außenwerbung wird ein geschätzter Bruttokontaktchancenwert von knapp 900.000 angegeben.



Burgenland Card-Broschüre

Im Zuge der Kulturpartnerschaft zwischen Bayreuth und dem Burgenland in den Jahren 2024/2025 wurde eine aufmerksamkeitsstarke Doppelseite unter dem Hashtag #visitbayreuth in der Burgenland Card-Broschüre platziert. Diese hochwertige Präsentation bietet Bayreuth eine attraktive Bühne, um sich einem kulturinteressierten und reisefreudigen Publikum wirkungsvoll zu präsentieren. Grundlage dieser Maßnahme ist ein partnerschaftlich vereinbarter Barterdeal mit der Burgenland Tourismus GmbH.



AUSLANDSMARKETING

Polen

Am 22. Mai fand in Warschau das Event „Die Fränkischen Städte“ vom Tourismusverband Franken statt. Dort konnte man in einem Workshop wichtige Kontakte zu polnischen Reiseveranstaltern und Journalisten knüpfen, sowie im anschließenden Galaformat Bayreuth als ansprechendes Reiseziel präsentieren.



Im Dezember 2025 ergänzte man zudem die Marktbearbeitung durch eine optimierte Google Ads Schaltung. Ziel – Aktiv polnische Gäste auf den Weg in den Skiurlaub nach Österreich für einen Zwischenstopp in Bayreuth begeistern. Auf Grund dieser Maßnahme baute man die polnische Webseite umfassend in den Bereichen Zwischen-Stopp/Kurzurlaub, sowie den Thematiken Winter und Weihnachtsmarkt aus. Im Dezember konnten bei knapp 550 Tsd. Impressions bereits über 2 Tsd. Besucher auf der Website gezählt werden.

Rekomendacje na krótkie wakacje w Bayreuth

Odkryj nasze liczne sugestie i wskazówki na krótką wycieczkę do miasta Wagnera. Zainspiruj się naszymi zaleceniami dotyczącymi postaju lub dwu-, trzy- lub czterodniowego pobytu w Bayreuth.

POSTÓJ 1 DZIEŃ 3 DNI 4 DNI

AUSLANDSMARKETING

Berichte über Bayreuth:

Artikel / Zwecks des Artikel / Zweck des Besuchs	Journalist / Blogger	Medium	Zeitraum in Bayreuth	Auflage / Reichweite
Podróż z kieliszkiem rieslinga – co Niemcy oferują smakoszom?	Gosia Bartkowiak	KUKBUK.pl	31.08. – 02.09.2025	18.000
Siostra króla, która stworzyła bajkowe miasto – historia Wilhelminy z Bayreuth	Lukasz Zaluski	National Geographic Polska	31.08. – 02.09.2025	14.000
Bayreuth – miasto, w którym nie milknie muzyka	Karolina Guzińska	Pb.pl	31.08. – 02.09.2025	20.000
Bawaria – kultura, tradycja i nowoczesność	Jacek Kornak	Presto	31.08. – 02.09.2025	9.500
Miasto, w którym nie milknie muzyka	Karolina Guzińska	Puls Biznesu	31.08. – 02.09.2025	52.000

Wszystko o opery i piwa

asto, które nieustannie mnie innej strony jest to miejsce emione w historii, a z drugiej tesnością i kreatywnością. ami Bayreuth, czuję, jak wacja przenikają się na każdym

zaczęła się w Maitte's World mce – miejscu doskonałe ha Bayreuth. To nie tylko ale prawdziwe centrum idzie cztery pokolenia rodziny y tradycyjne rzemiosło nowoczesnym podejściem do

u. Tutaj można zobaczyć historyczne urządzenia, poznać tajniki warzenia piwa, a także spróbować pon funków – od klasycznych po nowatorskie, często inspirowane współczesną sztuką uliczną. W Liebesbie eszczącej się na terenie browaru, kuchnia łączy lokalne, frankońskie tradycje z nowoczesnymi trendami



Foto: Wikimedia Commons / Photo: Wikimedia Commons / Bayreuth Festival

MIASTO, W KTÓRYM NIE MILKNIE MUZY

Od 150 lat Bayreuth uchodzi za jedno z najważniejszych miejsc na muzycznej mapie Europy. Tu Richard Wagner stworzył Festspielhaus i zapoczątkował festiwal, który przyciąga melomanów z całego świata

Kiedy słyszysz o Bayreuth, to nie chodzi o miasto, ale o Festspielhaus, o teatr, który stał się symbolem Bayreuth. To tutaj, w tym miejscu, Richard Wagner stworzył swoje dzieło, które przetrwało do dziś. To tutaj, w tym miejscu, odbywają się najważniejsze koncerty i spektakle. To tutaj, w tym miejscu, można poczuć magię muzyki i teatru. To tutaj, w tym miejscu, można zobaczyć, jak wyglądał teatr w XIX wieku. To tutaj, w tym miejscu, można zobaczyć, jak wyglądał teatr w XX wieku. To tutaj, w tym miejscu, można zobaczyć, jak wyglądał teatr w XXI wieku.

Bayreuth Festspielhaus, teatr w Bayreuth, Niemcy. To tutaj, w tym miejscu, odbywają się najważniejsze koncerty i spektakle. To tutaj, w tym miejscu, można poczuć magię muzyki i teatru. To tutaj, w tym miejscu, można zobaczyć, jak wyglądał teatr w XIX wieku. To tutaj, w tym miejscu, można zobaczyć, jak wyglądał teatr w XX wieku. To tutaj, w tym miejscu, można zobaczyć, jak wyglądał teatr w XXI wieku.

AUSLANDSMARKETING

Tschechien

Ein Fokus in der Marktbearbeitung Tschechiens ist die strategische Einbindung des grenzüberschreitenden Verkehrsverbundes Egronet. Treiber für dieses Engagement ist die hierfür bereitstehenden Fördermittel zur Vermarktung des Verbundes. Wir setzen die Bewerbung des Verkehrsverbundes damit gezielt als Hebel ein, um Bayreuth reichweitenstark zu positionieren und Gäste für unsere Region zu begeistern.



Im Dezember 2025 wurde der westtschechische Markt via Google Ads beworben. Im Fokus dieser Bewerbung stand dabei die Themenwelt Winter / Christkindlesmarkt. Die Bewerbung erreichte eine halbe Million Impressions und resultierte in knapp 5 Tsd. Website Besuchen.

Die Journalistin Petra Stěhulová von Turistika.cz veröffentlichte den Beitrag „Po stopách osvicené Vileminy: Šlechtična udělala z Bayreuthu perlu baroka“. Der Artikel beleuchtet eindrucksvoll die barocke Geschichte Bayreuths und rückt insbesondere das Wirken der Markgräfin in den Fokus. Mit einer Reichweite von rund 300.000 erzielte die Veröffentlichung eine beachtliche Aufmerksamkeit und stärkte die Wahrnehmung Bayreuths als kulturelles Reiseziel im tschechischen Markt.

Po stopách osvicené Vileminy: Šlechtična udělala z Bayreuthu perlu baroka



Bayreuth je město v severní části Evropy, známé zejména díky kulturnímu festivalu Richarda Wagnera. I při na spolek Království hor si ve středověku bylo sádkem markrabě z rodu Habensburků. V 18. století prošlo vpravením rozkvetlé díly kulturní a abseuční abseuční mecenášky Vileminy.

Vilemina Pruská, abseučky Frederika Sophie Wilmheres von Prausen, byla sádkou pruského krále Friderika II. Vědky. Narodila se roku 1750 a původně měla být novělé anglického prince z Vilem. Pála si lo hánějí při malbě, ale jejíka jediná stvořitelka. Provdala se tedy – pod nátlakem příného otce – za markrabě Fridericha z Bayreuthu, čímž se stala markraběnkou. Po stálku se přestěhovala do Bayreuthu, který byl v té době poměrně malý, docela provinční město.

AUSLANDSMARKETING

Spanien

Im B2C-Newsletter der DZT Spanien vom 2. und 3. Juli 2025 wurde Bayreuth mit den Artikeln "Verano cultural en teatros barrocos y jardines históricos" sowie "Festival de Bayreuth" prominent vorgestellt. So wurde die Stadt einem spanischen Publikum als lohnendes Ziel für Kultur- und Musikreisen präsentiert.

Festival de Bayreuth

El Festival de **Bayreuth** es uno de los grandes atractivos del panorama de eventos veraniegos. Desde que en 1876 Richard Wagner presentara por vez primera el ciclo completo del «Anillo de los nibelungos», cada verano amantes de la ópera de todo el planeta se reúnen en la Colina Verde de esta metrópoli musical franca.

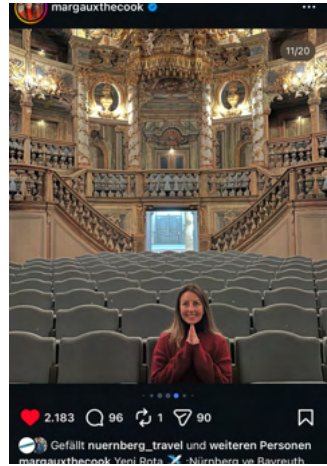
El festival se inaugura el **24 de julio** y su programación se extiende hasta el **26 de agosto**.



AUSLANDSMARKETING

Türkei

Die beiden Social-Media-Creator Margauxthecook (492.000 Follower) und Tam_karinda (1.900.000 Follower) besuchten vom 5. bis 7. Februar 2025 die Stadt Bayreuth. Ihre Erlebnisse teilten sie eindrucksvoll über Instagram-Posts und Storys, wodurch sie ihren großen und engagierten Communities die kulturellen Highlights, kulinarischen Spezialitäten und besonderen Orte der Stadt auf lebendige und authentische Weise näherbrachten.



China

Mehrere Journalisten besuchten Bayreuth im Rahmen des Brand Summit 2025 und berichteten anschließend in ihren Medien über die Stadt, ihre kulturellen Highlights und die spannenden Impulse des Summits:

- Chenggang Wang mit dem Artikel 去德国旅行的理由，啤酒是最后一个 Magazin: Area Reichweite 16.428.000
- Yining Wang mit dem Artikel 从烟火麦香到音符跳跃的风味之旅后一个 Magazin: Chinese Cuisine Magazine, Reichweite: 370.000 Reichweite
- Conghzi Zhang mit dem Artikel 从慕尼黑到拜罗伊特：德国啤酒的传统与创新 Magazin: Sanlian Life Weekly Reichweite: 3.626.000
- Rong Guo mit dem Artikel 不止啤酒与香肠，在德国遇见 跨越世纪的传承与回响 Magazin: SHANGCHENGSHI, Reichweite: 925.000
- Sarah mit dem Artikel 莱茵高和法兰肯的葡萄熟了。Magazin: Voyage, Reichweite: 3.581.600



Bayreuth ist eine Stadt, die sich durch ihre einzigartige Mischung aus Kultur, Natur und Geschichte auszeichnet. Die Stadt ist ein Zentrum für Musik und Kunst, das seit über 150 Jahren die Welt begeistert. Die Festspiele von Bayreuth sind ein Höhepunkt der kulturellen Landschaft. Die Stadt bietet eine Vielzahl von Sehenswürdigkeiten, darunter das Bayreuth Festspielhaus, das Schloss Bayreuth und die Festspielstadt. Die Natur rund um die Stadt ist ebenfalls ein Highlight, mit dem Nationalpark Fichtelberg und dem Nationalpark Bayreuth. Die Stadt ist ein idealer Ort für einen Urlaub in der Natur und in der Kultur.

Bayreuth ist eine Stadt, die sich durch ihre einzigartige Mischung aus Kultur, Natur und Geschichte auszeichnet. Die Stadt ist ein Zentrum für Musik und Kunst, das seit über 150 Jahren die Welt begeistert. Die Festspiele von Bayreuth sind ein Höhepunkt der kulturellen Landschaft. Die Stadt bietet eine Vielzahl von Sehenswürdigkeiten, darunter das Bayreuth Festspielhaus, das Schloss Bayreuth und die Festspielstadt. Die Natur rund um die Stadt ist ebenfalls ein Highlight, mit dem Nationalpark Fichtelberg und dem Nationalpark Bayreuth. Die Stadt ist ein idealer Ort für einen Urlaub in der Natur und in der Kultur.

瓦格纳的音符再传过巴洛克风格

从慕尼黑乘火车北上100多公里，就抵达了此行最期待的一站。巴伐利亚州上莱茵地区的首府拜罗伊特 (Bayreuth)——一座围绕瓦格纳歌剧，每个气息都以瓦格纳，每个角落都弥漫着文化的拜罗伊特。拜罗伊特被誉为“瓦格纳的圣城”。瓦格纳在这里度过了他的童年，瓦格纳歌剧在这里诞生。瓦格纳在这里度过了他的童年，瓦格纳歌剧在这里诞生。瓦格纳在这里度过了他的童年，瓦格纳歌剧在这里诞生。

拜罗伊特，这座有着1500多年历史的巴伐利亚城市，以其独特的巴洛克风格建筑而闻名。这座城市是瓦格纳歌剧的诞生地，也是瓦格纳歌剧的圣地。这座城市是瓦格纳歌剧的诞生地，也是瓦格纳歌剧的圣地。这座城市是瓦格纳歌剧的诞生地，也是瓦格纳歌剧的圣地。



SONSTIGE INITIATIVEN

Erfolgreiches Tourismusmarketing lebt von Vielfalt und neuen Ideen. Unter „Sonstige Initiativen“ bündeln sich all jene Aktivitäten, die ergänzend zu den Kernkampagnen neue Akzente setzen – flexibel, kreativ und zielgruppenorientiert. So entsteht ein facettenreiches Gesamtbild, das Bayreuth aus unterschiedlichen Perspektiven erlebbar macht.

SONSTIGE INITIATIVEN

Knowledge Days

Um die Trends in der volatilen Reisebranche zu verfolgen, nahmen wir an den Knowledge Days der DZT in Bielefeld statt. Themen waren hier insbesondere Open Data, Virtual/Argumented Reality, sowie Trendentwicklungen auf Social Media.



Low Code Hackathon

Im Jahr 2025 fand erstmalig der Low Code Hackathon im Rahmen der Kooperation von Bayern Tourismus und Teejit in Eichstätt statt. Hier wurden erste Projekte in der Webentwicklung auf Basis künstlicher Intelligenz umgesetzt.



SONSTIGE INITIATIVEN

Teilnahme am Tag „Türen auf mit der Maus“ am 03. Oktober

An diesem Tag öffnete das Richard-Wagner-Festspielhaus für 3 Führungen für Kinder seine Pforte. Es konnten 90 Teilnehmer spannenden Führungen durch das Haus beiwohnen. Nach 2024 war es bereits die zweite Teilnahme. Die Teilnahme an diesem Projekt wurde als Abspann in der Sendung mit der Maus präsentiert (Reichweite 1,3 Mio.).



Thomas Ebersberger (OB Bayreuth, Mitte rechts) und Kilian von Chamier (BMTG, rechts) übergeben das Ortsschild „Kamerun“ an Klaus Beer (Fernwehpark, links) und Stefan Breuer (Bürgermeister Oberkotzau, Mitte links). © Fernweh-Park

Schild Kamerun im Fernwehpark Oberkotzau

Die Stadt Bayreuth bekam die Möglichkeit im Fernwehpark Oberkotzau ein Schild des Ortsteils Kamerun aufzustellen. Die BMTG unterstützte die Maßnahme mit der Produktion des Schildes.



Innenstadtmanagement

- Stattgeld
- Stattgehalt
- Insider Guide
- Innenstadt-Aktionen
- Weihnachtliches Bayreuth
- Regionalmarketing
- Website Statistik
- Social Media-Statistik

INNENSTADTMANAGEMENT

Die Bayreuther Innenstadt ist mehr als nur ein geografischer Ort; sie ist ein lebendiges Erlebnis voller Vielfalt und Möglichkeiten. Egal ob Kulturinteressierte, Shopping-Liebhaber oder Genussmenschen – hier findet jeder sein persönliches Highlight!

In einem dialogorientierten Innenstadtprozess kristallisierte sich der perfekte Slogan für die Bayreuther Innenstadt heraus:

“Bayreuths Innenstadt -
Zwischen Wagner und Wundertüte”

BAYREUTHER STATTGELD

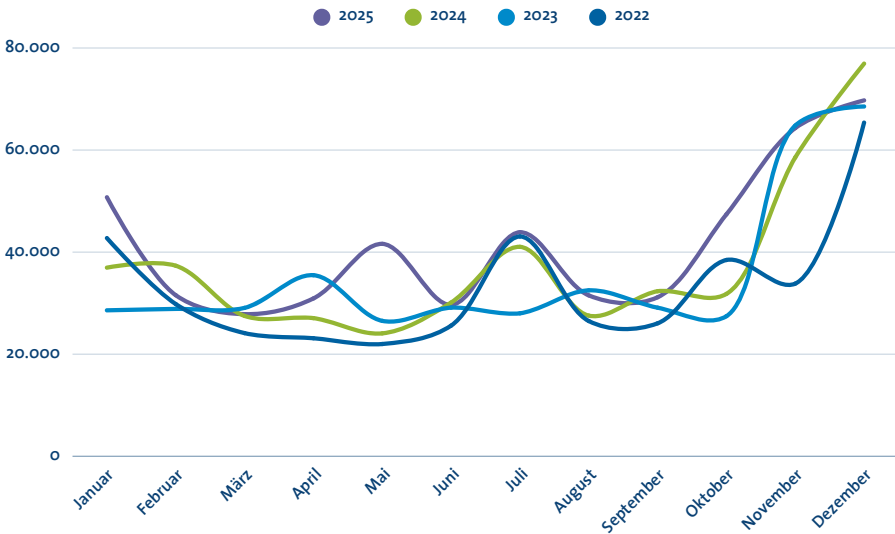
Das Jahr 2025 war für den Bayreuther Citygutschein ein Rekordjahr!

Erstmals seit Einführung des digitalen StattGelds wurden über 500.000€ auf die Karten aufgeladen. Durchschnittlich wurden auf die Karten 35,00€ gebucht.

Neben der Aufladung in der Tourist-Information konnte das StattGeld 2025 auch im ZEISS Vision Center und an der Gepäckaufbewahrung am Bayreuther Christkindlesmarkt gekauft werden.



JAHRESVERGLEICH STATTGELD-AUFLADUNGEN (IN €)



Werbemaßnahmen und Aktionen

2025 wurden verschiedene aufmerksamkeitsstarke Werbemaßnahmen umgesetzt, um das Bayreuther StattGeld zu bewerben und die Kundenbindung zu stärken.

VALENTINSTAGSAKTION

Am Valentinstag wurden in der Innenstadt Rosen verteilt. Jede Person, die eine Rose erhielt, konnte an einer Verlosung teilnehmen und hatte die Chance, ein Bayreuther StattGeld zu gewinnen – ein liebevolles Dankeschön für die Besucherinnen und Besucher.

In Kooperation mit



“100 AUF DIE HAND”

In Kooperation mit der Bayreuther Sonntagszeitung und der Sparkasse wurde „100 auf die Hand“ organisiert, ein monatliches Gewinnspiel, bei dem jeweils 100 € StattGeld verlost wurden. Durch die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern konnte das Gewinnspiel ein breites Publikum erreichen und die Bindung zu den lokalen Geschäften stärken.

In Kooperation mit



PUCKWERFEN

Während der zweiten Drittelpause bei den Heimspielen der Onesto Tigers konnten die Zuschauer beim traditionellen Puckwerfen StattGeld-Gutscheine gewinnen.

In Kooperation mit



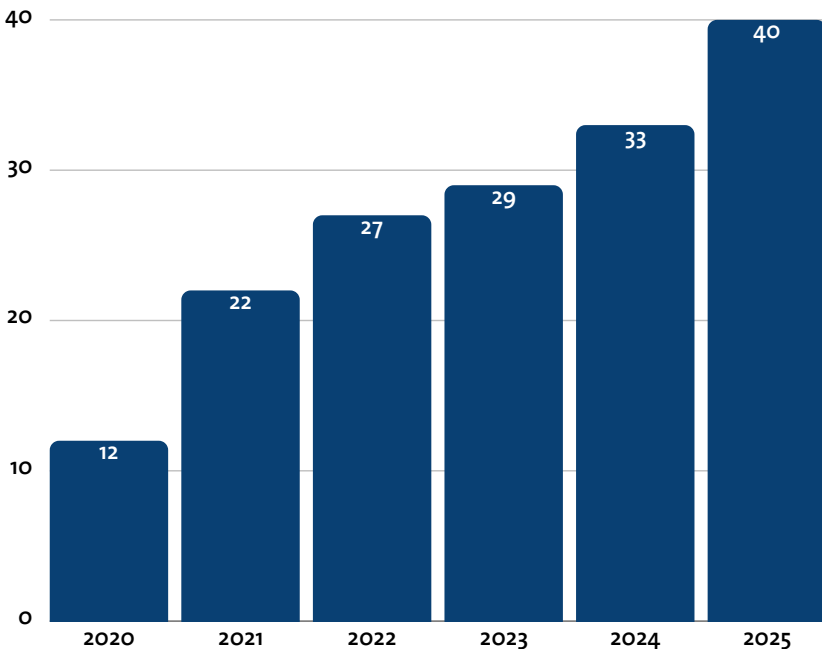
STATTGEHALT

Das Bayreuther StattGehalt bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihren Mitarbeitern zusätzliche Sachleistungen anzubieten und somit die Arbeitgeberattraktivität zu steigern.

Im vergangenen Jahr konnten sieben weitere Unternehmen für dieses Modell gewonnen werden. Und dank der Umstellung des ursprünglichen Systems können nun auch kleine Unternehmen ihren Mitarbeitern das StattGehalt anbieten, was zuvor möglich, aber unwirtschaftlich für diese war. So profitieren jetzt auch kleinere Betriebe und können das StattGehalt ab sofort ab einem Mitarbeiter einführen oder einzelnen Mitarbeitern zur Verfügung stellen.



ENTWICKLUNG TEILNEHMENDER UNTERNEHMEN



INSIDER-GUIDE

Der Insider Guide bietet auswärtigen Gästen während ihres Aufenthaltes in Bayreuth einen Überblick über das vielfältige Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebot in der Bayreuther Innenstadt. Ob auf der Suche nach dem perfekten Look oder nach einem kulinarischen Erlebnis nach einer Vorstellung auf Bayreuths Bühnen – die im Insider-Guide aufgeführten serviceorientierten Bayreuther Unternehmen halten maßgeschneiderte Empfehlungen bereit. Für nahezu jede Gelegenheit finden sich hier wertvolle Tipps und Ratschläge.



INNENSTADT-AKTIONEN

Das Innenstadtmanagement verfolgt das Ziel, Menschen für die Innenstadt zu begeistern und ihren Aufenthalt dort so angenehm, abwechslungsreich und erlebnisreich wie möglich zu gestalten. Gerade in einer Zeit, in der sich Einkaufs- und Freizeitverhalten zunehmend verändern, ist es wichtig, die Innenstadt als lebendigen Treffpunkt für alle Generationen zu stärken und ihre besondere Atmosphäre hervorzuheben.

Im Jahr 2025 haben wir deshalb verschiedene Aktionen und kreative Projekte initiiert, die Besucherinnen und Besucher überraschen, zum Verweilen einladen und ihnen die Vielfalt der Geschäfte auf innovative Weise näherbringen. Dabei standen nicht nur Einkaufserlebnisse im Mittelpunkt, sondern auch Begegnung, Unterhaltung und Gemeinschaft. Durch thematische Aktionen, interaktive Angebote und besondere Veranstaltungen konnten neue Anreize geschaffen werden, die Innenstadt bewusst zu entdecken und neu zu erleben.



VALENTINSTAGSAKTION

Gemeinsam mit der Steuerungsgruppe "Fairtrade-Town Bayreuth" wurden an Valentinstag faire Rosen und Schokolade an Passantinnen in der Bayreuther Innenstadt verteilt.



RADLFRÜHSTÜCK/ STADTRADELN 2025

Zum Auftakt des STADTRADELN in Bayreuth verteilte das Innenstadtmanagement am beliebten Ring-Radweg Frühstückstüten man alle Vorbeiradelnden.



SHOP & BRUNCH

Mit „Shop & Brunch“ wurde ein monatliches Pop-up-Event ins Leben gerufen, das von Juni bis Dezember 2025 jeden ersten Samstag im Monat stattfand und mit kulinarischen Angeboten, Aktionen und Rabatten zu einem besonderen Einkaufserlebnis in der Innenstadt beitrug.



HALLOWEEN IN DER INNENSTADT

Zur Halloween-Zeit lud das Innenstadtmanagement Kinder zudem dazu ein, in den Geschäften „Süßes oder Saures“ zu sammeln. Insgesamt trugen die Aktionen dazu bei, das Einkaufserlebnis in der Innenstadt lebendig und attraktiv zu gestalten.



GLÜHWEIN- FRÜHSCHOPPEN MIT MODENSCHAU

Erstmals fand im Rahmen des Christkindlesmarkts ein Glühweinführerschoppen mit Modenschau statt. Insgesamt präsentierten acht Geschäfte aus der Innenstadt ihre Waren auf dem Stadtparkett.



WEIHNACHTLICHES BAYREUTH

Zur Bewerbung des „Weihnachtlichen Bayreuths“ wurde auch im Jahr 2025 eine umfangreiche Marketingkampagne umgesetzt, um Bayreuth als stimmungsvolles Ziel in der Adventszeit regional und überregional sichtbar zu machen.



Beworben wurde das weihnachtliche Angebot unter anderem über eine Sonderausgabe von „Bayreuth Aktuell“, A1-Plakate, Ganzstellen und Alu-Traversen im Stadtgebiet sowie mit einem begleitenden Flyer. Ergänzt wurden die Maßnahmen durch Beiträge in den sozialen Medien sowie Werbeschaltungen im regionalen Fernsehen, Radio und in verschiedenen regionalen Magazinen.



Ein besonderer Höhepunkt des diesjährigen Christkindlesmarktes war die Präsentation der ersten offiziellen Bayreuther Christkindlesmarkt-Tasse. Die gemeinsam von der Schriftkünstlerin Andrea Wunderlich und der Porzellanmanufaktur Gloria gestaltete Tasse verbindet regionale Gestaltung mit weihnachtlicher Atmosphäre und wurde erstmals vor Ort zum Verkauf angeboten.

Auch die Prämierung der schönsten Marktstube war erneut Bestandteil des „Weihnachtlichen Bayreuths“. Am 4. Dezember 2025 wurden die teilnehmenden Buden sowohl im Rahmen einer Onlineabstimmung als auch durch eine Jury bewertet. Die Auszeichnung erfolgte in den Kategorien „Essen und Trinken“ sowie „Warenverkauf und Geschenkideen“.



REGIONALMARKETING

1. QUARTAL

Für die Bewerbung Bayreuths als Ausflugs- und Einkaufsstadt wurde ein Registerflyer mit individuellen Tagestipps für unterschiedliche Zielgruppen entwickelt. Die Empfehlungen richteten sich unter anderem an Familien, Shoppingbegeisterte, Genussliebhaber und Urban Explorer.



2. QUARTAL

Zur Bewerbung Bayreuths im Raum Weiden in der Oberpfalz wurde im Magazin „Freizeit in der Region“ eine Anzeige unter dem Motto „Bayreuth – Charmant. Anders. Überraschend.“ geschaltet. Ziel war es, Bayreuth als vielseitiges Ausflugs- und Einkaufsziel in der Region zu positionieren.



3. QUARTAL

Anlässlich des Feiertags Mariä Himmelfahrt, der in der Oberpfalz gefeiert wird, in Bayreuth jedoch nicht, wurde die Bayreuther Innenstadt gezielt in der Zeitung „Der Neue Tag“ beworben. Die Anzeige machte darauf aufmerksam, dass die Geschäfte in Bayreuth geöffnet haben und lud zu einem Besuch der Innenstadt ein.

Im September wurde zusätzlich eine Anzeige unter dem Motto „Auf in die Bayreuther Innenstadt“ im Stadtecho Bamberg sowie im Magazin „Herbstzeitlose“ veröffentlicht.



4. QUARTAL

Beim Erlanger Herbst am 18. Oktober wurde Bayreuth als attraktives Ausflugsziel präsentiert. Mithilfe einer VR-Brille und eines 360°-Innenstadtrundgangs erhielten Besucherinnen und Besucher virtuelle Einblicke in die Bayreuther Innenstadt und ausgewählte Sehenswürdigkeiten.

Ergänzend wurde gemeinsam mit TV Oberfranken die Social-Media-Kampagne „Weihnachtszauber in Bayreuth – Shoppen. Genießen. Wohlfühlen.“ umgesetzt.



WEBSITE - STATISTIK

Zugriffe und Reichweite der Innenstadt-Website

Anfang 2025 wurde die Website der Bayreuther Innenstadt umfassend in Bezug auf Design und Inhalte überarbeitet. Im Mittelpunkt der Neuausrichtung stehen insbesondere die acht Quartiere der Bayreuther Innenstadt, die sich aus dem Innenstadtprozess entwickelt haben und nun gezielt in den Fokus gerückt werden.

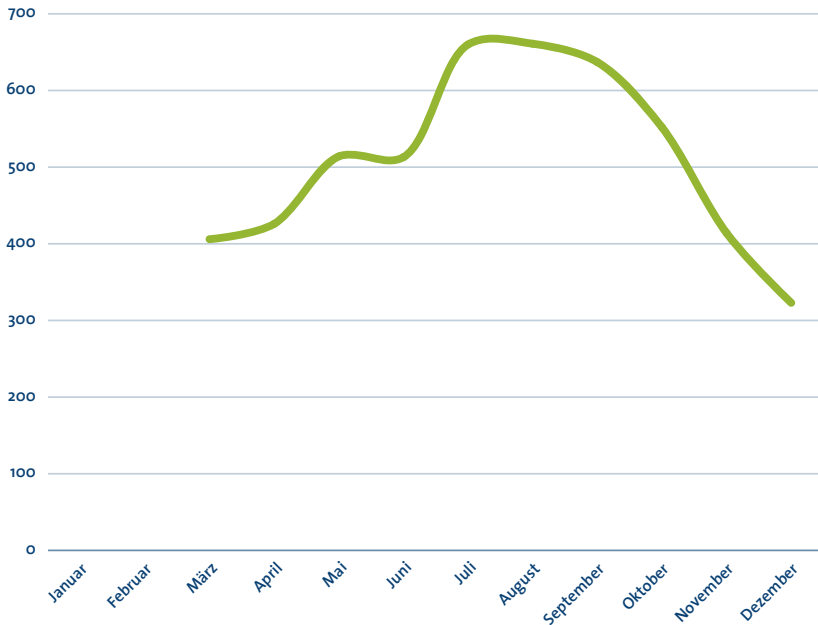
Ziel ist es, die teilweise versteckten Stärken der Innenstadt zwischen Wagner und Wundertüte besser sichtbar zu machen und gleichzeitig Maßnahmen zur Verbesserung erkannte Schwächen transparent darzustellen.



Zugriffe und Reichweite der Innenstadt-Website

Die Innenstadt-Website bildet einen zentralen Bestandteil des Online-Marketings und fungiert als erste Anlaufstelle für Besucher, die sich über Themen wie Veranstaltungen, StattGeld oder allgemeine Informationen zur Innenstadt informieren möchten. Mit insgesamt 5.117 Seitenaufrufen und 4.957 Unique Visitors im Jahr 2025 zeigt sich bereits im ersten Jahr nach der Umstellung eine positive Entwicklung. Der Großteil der Zugriffe kam mit 95 % (4.679 Unique Visitors) aus Deutschland, während die restlichen 5 % unter anderem aus Österreich, der Schweiz und den Niederlanden stammten.

SEITENAUFRUFE BAYREUTH-TOURISMUS.DE/INNENSTADT (2025)

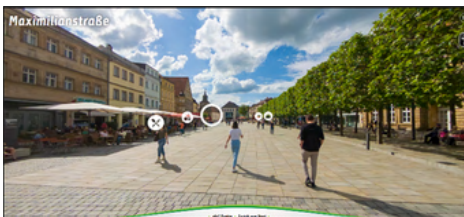


Auf Grund einer Systemumstellung wurden die Werte erst ab März erfasst.



360° Shopping-Rundgang

Anfang 2025 wurde, ergänzend zum bestehenden touristischen Rundgang, ein Innenstadt-Rundgang online gestellt. Ziel dieses Innenstadt-Rundgangs ist es, Touristen, Besuchern und Interessierten, die Vielfalt an Waren, Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten der Bayreuther Innenstadt auf unserer Website aufzuzeigen und sie über die jeweiligen Geschäfte zu informieren.



Der virtuelle 360° - Rundgang ist auf unserer Website zur Entdeckung unserer Bayreuther Innenstadt für alle einsehbar: www.bayreuth-tourismus.de/innenstadt/360-shopping-tour

SOCIAL MEDIA - STATISTIK

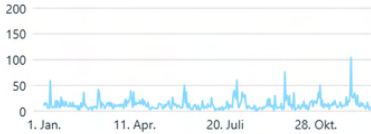
Auch für das Innenstadtmanagement war das Social Media-Marketing im Jahr 2025 von großer Bedeutung. Zur Hervorhebung der Vielfalt und Attraktivität der Bayreuther Innenstadt wurden auf den Kanälen Facebook (@Bayreuth Shopping) und Instagram (@bayreuthshopping) regelmäßig ansprechende Beiträge geteilt. In diesem Zusammenhang gelang es eine vielfältige Zielgruppe anzusprechen und das Interesse an unserer Innenstadt langfristig zu erhöhen.



Insights Instagram:

Aufrufe

4.780 ↑ 55,9 %



Reichweite

31.153 ↑ 62,6 %



Neue Follower

451



Insights Facebook:

Aufrufe

4.912 ↑ 157,3 %



Content-Interaktionen

5.229 ↑ 195,8 %

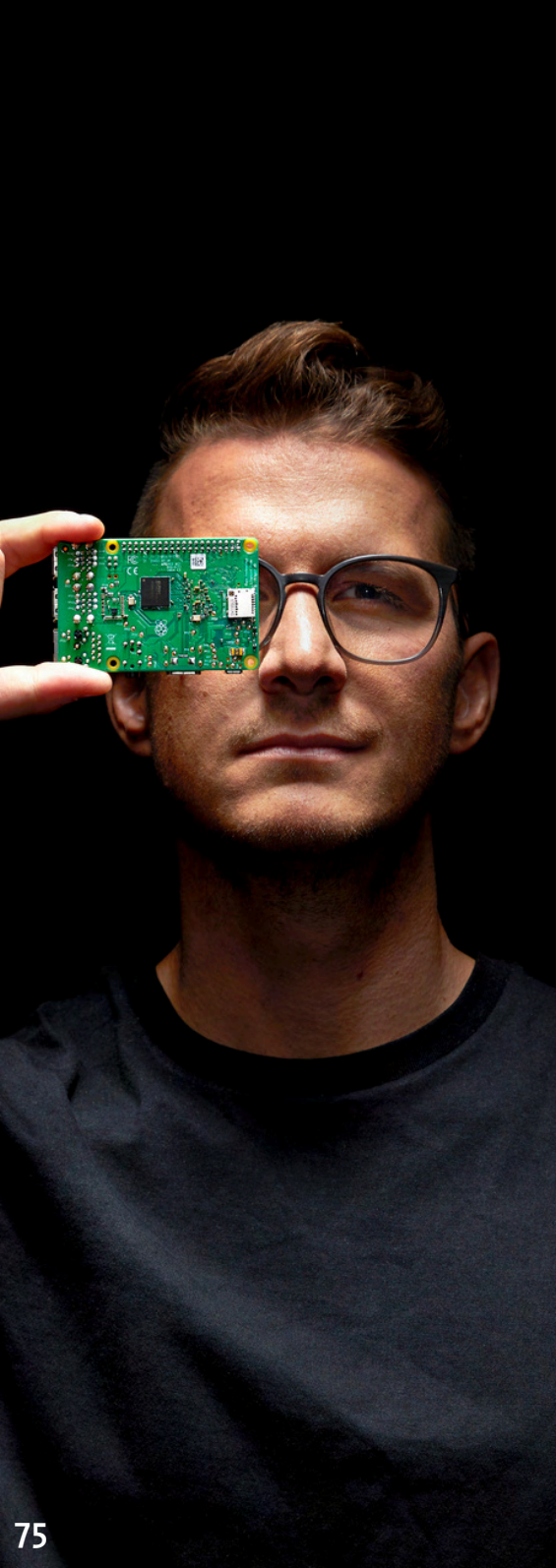


Neue Follower

363 ↑ 152,1 %







Standortmarketing

Treffs für Neu-Bayreuther

Willkommensevent

Heimkehrer

Heimatgefühl

Bayreuth Innovativ

TREFFS FÜR NEUBAYREUTHER

Die Neu-Bayreuther-Treffs haben sich auch 2025 als fester Bestandteil im Standortmarketing etabliert. Ziel ist es, neuen Bürgerinnen und Bürgern den Einstieg in Bayreuth zu erleichtern und frühzeitig Begegnungen zu ermöglichen.

In lockerer Atmosphäre lernen die Teilnehmenden die Stadt und ihr Umland aus unterschiedlichen Perspektiven kennen – ob bei kulturellen Angeboten, gemeinsamen Ausflügen oder geselligen Aktivitäten. Gleichzeitig entsteht Raum für Austausch, neue Kontakte und erste Freundschaften.

Die Treffen wurden erneut sehr gut angenommen. Insgesamt nahmen rund 80 Neubürgerinnen und Neubürger teil. Die durchschnittliche Gruppengröße lag bei etwa neun Personen pro Termin. Besonders erfreulich: Ein Großteil der Teilnehmenden kam regelmäßig wieder, während gleichzeitig immer wieder neue Gesichter hinzukamen.

Im Laufe des Jahres wurden zahlreiche Formate umgesetzt – von sportlichen Aktivitäten über kulturelle Führungen bis hin zu kreativen Angeboten und regionalen Ausflügen. Die enge Zusammenarbeit mit lokalen Partnern trug wesentlich zum Erfolg der Reihe bei und stärkte gleichzeitig das regionale Netzwerk.

BEISPIELE:

Alpakawanderung in Rudolfstein



Street Art Tour durch Bayreuth



Urweltmuseum



Kreative Auszeit



WILLKOMMENSEVENT

Das Willkommensevent bildet einen festen Bestandteil im Standortmarketing und richtet sich gezielt an neu zugezogene Bürgerinnen und Bürger aus Stadt und Landkreis. Ziel ist es, den Einstieg in das Leben in Bayreuth zu erleichtern, erste Kontakte zu ermöglichen und die Vielfalt der Region erlebbar zu machen.

Am 19. September 2025 fand die Veranstaltung in der Wilhelminenaue statt. Rund 60 Neubürgerinnen und Neubürger nutzten die Gelegenheit, Bayreuth in offener und ungezwungener Atmosphäre kennenzulernen und sich untereinander zu vernetzen.

Ein abwechslungsreiches Angebot aus Informationsmöglichkeiten, interaktiven Elementen und gemeinschaftlichen Aktivitäten schuf zahlreiche Anlässe für Austausch und Begegnung. Ergänzend trugen regionale Partner sowie Informationsangebote dazu bei, einen umfassenden Einblick in das Leben, Arbeiten und Freizeitangebot in Bayreuth zu vermitteln.

Die persönliche Begrüßung durch Vertreterinnen und Vertreter aus Stadt und Landkreis unterstrich die Bedeutung des Events und die Wertschätzung gegenüber den neuen Einwohnerinnen und Einwohnern.



HEIMKEHRER

Im Jahr 2025 stand das Standortmarketing auch im Zeichen der Heimkehr-Kampagne, die gezielt darauf abzielte, ehemalige Bayreutherinnen und Bayreuther für eine Rückkehr in die Region zu sensibilisieren. Im Mittelpunkt stand dabei die emotionale Verbindung zur Heimat – als wichtiger Faktor für Lebens- und Standortentscheidungen.

Ein zentrales Element war eine Postkartenaktion, die diesen Ansatz aufgreift und erlebbar macht. Unter dem Motto „Vermisst du jemanden? Schick eine Postkarte aus Bayreuth!“ wurden Bürgerinnen und Bürger dazu eingeladen, persönliche Grüße an Weggezogene zu versenden. Die Motive zeigten prägnante Eindrücke aus Stadt und Region und transportierten auf einfache, aber wirkungsvolle Weise ein Stück Bayreuther Lebensgefühl.



HEIMATGEFÜHL

Ergänzend dazu wurde die bestehende BAYRTH-Kollektion um neue T-Shirt-Designs erweitert. Die Motive greifen typische fränkische Begriffe und Stimmungen auf – von „Sommergefühl“ über „Mid Sempft bidde“ bis „Mogsd a Seidla“ – und transportieren so das Lebensgefühl der Region nach außen. Die Shirts verbinden Identität mit Alltagstauglichkeit und machen Heimat sichtbar.



BAYREUTH INNOVATIV

Am 21. Juni fand mit „Bayreuth Innovativ“ ein zentrales Veranstaltungsformat statt, das die Innovationskraft der Region sichtbar machte und Akteurinnen und Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Netzwerk zusammenbrachte. Im Mittelpunkt standen aktuelle Zukunftsthemen wie Fachkräftesicherung, Innovation und die Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts. Diese wurden im Rahmen einer Podiumsdiskussion aufgegriffen und durch Beiträge regionaler Unternehmen ergänzt. Insgesamt präsentierten sich rund 30 regionale Akteure, die ihre Projekte, Produkte und Ideen vorstellten und so einen vielseitigen Einblick in die Leistungsfähigkeit der Region ermöglichten. Ein besonderes Highlight bildeten persönliche Beiträge im Rahmen der Kampagne „Hiergeblieben“. Menschen aus der Region erzählten auf der Bühne von ihren individuellen Lebenswegen und ihrer Entscheidung für Bayreuth. Die individuellen Geschichten vermittelten ein authentisches Bild des Standorts und unterstrichen die hohe Lebensqualität vor Ort.

„Bayreuth Innovativ“ trägt damit zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts bei, schafft Sichtbarkeit für regionale Potenziale und bietet gleichzeitig eine Plattform für Vernetzung und neue Impulse.



FOTO-SCHIEßEN

HIER BEI UNS
SCHIEßEN SIE MIT
GEMEINEN
DER NEUESTEN
GENERATION!

Blumen-Schießen

Laufendes Wild





Eventmanagement

Volksfest

Bürgerfest

4 Tolle Tage

Flohmärkte

Weinfest

Mobilitätstage



BAYREUTHER VOLKSFEST

Vom 06. bis 15. Juni 2025 fand das 114. Bayreuther Volksfest auf dem Volksfestplatz statt. Trotz wechselhaften Wetters war es insgesamt sehr erfolgreich. Das neue Konzept mit mehreren Genussgärten statt eines großen Festzelts wurde gut angenommen und sorgte gemeinsam mit einem vielfältigen Musikprogramm für ein abwechslungsreiches Angebot. Zahlreiche Fahrgeschäfte, Attraktionen und gastronomische Angebote zogen viele Besucher an. Auch Sondertage wie zum Beispiel Familien- und Senientag wurden positiv angenommen. Die Sicherheitsmaßnahmen wurden ausgeweitet und erfolgreich umgesetzt. Insgesamt verlief das Volksfest ruhig, mit hoher Besucherzufriedenheit – lediglich die zurückhaltende Kaufkraft wirkte sich leicht dämpfend aus.



BAYREUTHER BÜRGERFEST

Das 46. Bayreuther Bürgerfest fand vom 04. bis 06. Juli 2025 in der Bayreuther Innenstadt statt und wurde von der Bayreuth Marketing & Tourismus GmbH organisiert. Mit rund 120.000 Besuchern war die Veranstaltung ein großer Erfolg. Auf 16 Bühnen wurde ein vielfältiges Programm aus Musik und Tanz geboten, ergänzt durch zahlreiche kulinarische Angebote regionaler und internationaler Anbieter. Zu den Höhepunkten zählten die Eröffnung durch den Oberbürgermeister Thomas Ebersberger, das 50-jährige Jubiläum der Universität Bayreuth sowie Auftritte verschiedener Künstler, darunter auch DJ Antoine.

Ein umfassendes Sicherheitskonzept sorgte für einen reibungslosen Ablauf. Insgesamt zieht der Veranstalter eine positive Bilanz und plant bereits das Bürgerfest 2026 mit erweitertem Angebot.



VIER TOLLE TAGE – FASCHING IN BAYREUTH

Die „4 Tollen Tage“ in Bayreuth waren auch 2025 ein voller Erfolg. Vom 1. bis 4. März feierten tausende Besucher bei bestem Wetter auf dem Marktplatz das Faschingstreiben mit zahlreichen Auftritten regionaler Vereine und Tanzgruppen.

Höhepunkt war der Faschingsumzug am 2. März mit rund 750 Teilnehmenden. Anschließend sorgten eine Kostümpremierung für Kinder und eine Faschingsparty für zusätzliche Stimmung. Das Sicherheitskonzept wurde erfolgreich umgesetzt, erstmals mit verpflichtender TÜV-Abnahme für alle Lkw. Trotz leicht rückläufiger Teilnehmerzahlen verlief die Veranstaltung reibungslos. Auch kulinarisch und mit Fahrgeschäften war einiges geboten. Insgesamt bleibt das Event ein wichtiger Publikumsmagnet und wurde sicher und erfolgreich durchgeführt.





FLOHMÄRKTE AUF DEM VOLKSFESTPLATZ

Der Bayreuther Frühjahrs- und Herbstflohmarkt 2025 verliefen insgesamt sehr erfolgreich und stießen auf große Resonanz bei Besucherinnen und Besuchern sowie Beschickern.

Der Frühjahrsflohmarkt am 10. und 11. Mai 2025 war bei sonnigem Wetter sehr gut besucht. Zahlreiche Beschicker präsentierten ein vielfältiges Angebot, das von Möbeln bis hin zu Spielzeug reichte. Die Online-Anmeldung funktionierte nach anfänglichen technischen Problemen im zweiten Anlauf reibungslos, und auch der Ablauf vor Ort gestaltete sich strukturiert. Sicherheitsauflagen, wie der Einsatz von Sperrelementen, führten zwar zu kleineren Einschränkungen, konnten jedoch problemlos umgesetzt werden. Ein erweitertes gastronomisches Angebot sowie zusätzliche Attraktionen – unter anderem durch die AOK Nordbayern – trugen maßgeblich zur positiven Atmosphäre bei. Insgesamt zeigten sich sowohl Besucher als auch Beschicker sehr zufrieden.

Auch der Herbstflohmarkt am 13. und 14. September 2025 auf dem Volksfestplatz knüpfte an diesen Erfolg an und zog bei ebenfalls sonnigem Wetter zahlreiche Gäste an. Das vielfältige Warenangebot sowie zusätzliche Standplätze sorgten für ein besonders attraktives Markterlebnis. Die Online-Anmeldung verlief durchgehend reibungslos und erleichterte die Organisation deutlich. Zudem wurden die bestehenden Sicherheitsmaßnahmen weitergeführt und optimiert, wodurch der Einlass noch effizienter gestaltet werden konnte.



BAYREUTHER WEINFEST

Das 12. Bayreuther Weinfest fand vom 7. bis 11. August 2025 in Kooperation mit dem fränkischen Weinbauverband e.V. und dem Veranstaltungsbetrieb Zametzer & Krohn GbR in der Innenstadt statt.



Ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm mit täglicher Live-Musik von der Weinfestbühne rundete auch in diesem Jahr das Bayreuther Weinfest ab und machte es zu einem Erlebnis für die ganze Familie.



Auf die Gäste warteten rund 40 verschiedene Frankenweine der fränkischen Winzer Höhn, Behringer, Goger und Schmitt.



BAYREUTHER MOBILITÄTSTAGE

Am ersten Aprilwochenende verwandelte sich die Bayreuther Innenstadt wieder in eine große Ausstellungsfläche für viele verschiedene Fortbewegungsmittel, wie Autos, E-Mobilität, Fahrräder und vieles mehr. Lokale und regionale Aussteller präsentierten unzählige Möglichkeiten der Mobilität, wo alle Besucher herzlich dazu eingeladen waren, die verschiedensten Fortbewegungsmittel zu entdecken, sich über die unterschiedlichsten Arten der Mobilität zu informieren und manche auch auszuprobieren.



Unterstützt wurden die Bayreuther Mobilitätstage am verkaufsoffenen Sonntag von den Einzelhändlern und Gastronomen der Bayreuther Innenstadt sowie dem direkt angrenzenden Rotmain-Center.







NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

Neue Busfahrpläne und die Einweihung des Bürgerhains

Fairtrade-Steuerungsgruppe & Jobticket

Mehrweg statt Einweg, Solarbänke & Teilnahme an Konferenzen und Austauschformaten

Wasser-AG, Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen & die Zusammenarbeit mit Stadtwerken und städtischen Dienststellen

PROJEKTE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

Fairtrade-Steuerungsgruppe

Die Fairtrade-Steuerungsgruppe war auch im Jahr 2025 sehr aktiv und organisierte ihre Arbeit in insgesamt sieben Arbeitskreisen. Durch zahlreiche Aktionen wurde das Thema Fairer Handel sichtbar in den Alltag der Stadt integriert.

So wurden zum Valentinstag Fairtrade-Rosen und -Schokolade in Zusammenarbeit mit dem Innenstadtmanagement verteilt. Ein weiteres kreatives Projekt war die Umsetzung der SDG-Bierdeckel, bei denen Gestaltung und Inhalte aus der Initiative heraus entwickelt und gemeinsam mit verschiedenen lokalen Partnern verbreitet wurden. Auch durch das Aufhängen von Fairtrade-Flaggen an zentralen Orten im Stadtgebiet wurde ein deutliches Zeichen gesetzt.

Mit einer fairen Biketour sowie Vorträgen zum Thema nachhaltiges Reisen konnte zusätzlich ein inhaltlicher Schwerpunkt gesetzt werden.

Die SDG-Bierdeckel kamen zudem bei einer Aktion in einem lokalen Gastronomiebetrieb dem "Mannsbräu" zum Einsatz. Zum Jahresabschluss wurde die „Faire Weihnachtsgeschichte“ mit der Fairtrade - Gruppe auf der Aktionsbühne des Christkindlesmarktes präsentiert.

Jobticket

Im Sinne einer nachhaltigen Mobilität wurde innerhalb der BMTG ein neues Angebot für Mitarbeitende geschaffen. Statt eines finanzierten Parkplatzes besteht die Möglichkeit, Deutschlandticket Job zu nutzen. Dieses Modell ist nicht nur kostengünstiger und umweltfreundlicher, sondern schafft auch mehr soziale Gerechtigkeit, da nun auch Mitarbeitende profitieren, die den öffentlichen Nahverkehr nutzen. Drei Mitarbeiterinnen haben dieses Angebot bereits angenommen.



PROJEKTE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT



Mehrweg statt Einweg

Im Bereich Ressourcenschonung wurde der Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis weiter intensiviert. Im Rahmen eines Innovation Labs zum Thema Mehrweg kamen Studierende und Fachleute aus verschiedenen Bereichen zusammen. Daraus entwickelte sich ein weiterführender Austausch mit dem Stadtbauhof, bei dem praktische Erfahrungen eingebracht wurden.

Solarladebänke im Stadtgebiet

Ein weiteres sichtbares Projekt ist die Planung von Solarladebänken im öffentlichen Raum. Die von der BMTG entwickelte Idee wurde von den zuständigen städtischen Stellen sehr positiv aufgenommen und durch das Klimamanagement finanziert. Die Aufstellung der Bänke ist für Anfang 2026 vorgesehen. Die BMTG wird anschließend die laufende Wartung sowie die Betreuung der digitalen Auswertungssysteme übernehmen und trägt damit zur nachhaltigen Nutzung der Infrastruktur bei.

Teilnahme an Konferenzen und Austauschformaten

- Teilnahme an der RegioCOP 2025 in Zusammenarbeit mit der Universität Bayreuth
- Durchführung des Workshops „Kreativ für den Wandel. Storytelling und visuelle Kommunikation im Kontext von BNE“ mit 16 Teilnehmenden aus unterschiedlichen Institutionen
- Teilnahme an der Teilkonferenz „Zukunftsfähige Mobilität in Oberfranken“

PROJEKTE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

Wasser-AG

Die Wasser-AG setzte sich für einen bewussteren Umgang mit der Ressource Wasser ein. Gemeinsam mit dem Landratsamt und dem Klimamanagement wurde eine Veranstaltung zur Leitungswasserkampagne organisiert. Im Lindenhof gab es Vorträge, eine Wasserverkostung sowie Mitmach-Aktionen.

Die Kampagne wird 2026 mit weiteren Aktionen fortgeführt.

Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen

Für Veranstaltungen spielt Nachhaltigkeit eine immer wichtigere Rolle. Für das Konzert der Toten Hosen im Jahr 2026 wurde ein Konzept zu den Themen Mobilität, erneuerbare Energien, Mülltrennung und Wassersparen entwickelt.

Zusammenarbeit mit Stadtwerken und städtischen Dienststellen

Die Zusammenarbeit mit den Stadtwerken und weiteren städtischen Partnern wurde weiter ausgebaut. So konnte unter anderem eine Anpassung bei der Beschilderung der Bushaltestelle "Uni-Verwaltung" zu "ÖBG" (Ökologisch-Botanischer Garten) umgesetzt werden. Sowohl auf dem Schild, als auch im Bus auf dem Monitor und in der Durchsage wurde diese Änderung durchgeführt. Zudem nahm die Abteilung des Nachhaltigkeitsmanagement an verschiedenen Veranstaltungen und Fachterminen teil, beispielsweise an der Veranstaltung "Demografiefeste Kommune", der Präsentation "Öffentliches Fahrradverleihsystem" und am Inhouse-Seminar "Radverkehrsförderung Bayreuth".







Theaterkasse

Im Jahr 2025 hat die Theaterkasse zahlreiche Events unterstützt. Zu den beliebtesten Veranstaltungen zählten Theateraufführungen, Sportveranstaltungen, Open-Air-Konzerte in der Wilhelminenaue, sowie Klassikkonzerte, insbesondere die Aufführungen in unserem Weltkulturerbe, dem Markgräflichen Opernhaus.

Das beliebte Abonnement der Gesellschaft der Kulturfreunde mit 14 Konzerten im Markgräflichen Opernhaus, Das Zentrum und im Haus Wahnfried wurde wie in den Vorjahren über die Theaterkasse erfolgreich abgewickelt.

Auch dieses Jahr hat die Theaterkasse die Mitorganisation und das Ticketing für die Aufführungen des "Jedermanns" übernommen. Alle Aufführungstage auf der Kulturbühne im Reichshof waren ausverkauft. Aufgrund des großen Erfolges soll es im Jahre 2026 im neu renovierte Friedrichsforum wieder stattfinden.

Neue Kooperationen wie die Umstellung des Ticketings bei der Naturbühne Trebgast wurden mit dem Veranstalter erfolgreich durchgeführt.





We IQOS
Bevorzugt



HEETS
Bevorzugt

Geschmack ist bunt.
Jetzt verbunden mit 95%
weniger Schadstoffe.



IQOS

We IQOS
Bevorzugt



95%
weniger Schadstoffe.



IQOS

AUSSENWERBUNG

Im Jahr 2025 stellte die Außenwerbung im Bayreuther Stadtgebiet insgesamt 514 Werbeträger zur Verfügung und bietet damit eine vielfältige Infrastruktur für wirkungsvolle Kommunikation im öffentlichen Raum.

Das Portfolio umfasst unterschiedliche Formate – von aufmerksamkeitsstarken Großflächen bis hin zu flexiblen Einzelstandorten – und ermöglicht sowohl punktuelle als auch flächendeckende Kampagnen.

WERBETRÄGER IM ÜBERBLICK:

113 Großflächen



26 Ganzstellen



6 Alu-Traversen



60 Allgemeinstellen



30 Kultursäulen



97 City-Light-Poster



52 Stromkasten-Rahmen



130 Lichtmasten-Rahmen



Sichtbarkeit im öffentlichen Raum

Neben der Vielzahl an Werbeträgern steht die individuelle Betreuung der Kundinnen und Kunden im Mittelpunkt. Von der Planung bis zur Umsetzung werden Kampagnen ganzheitlich begleitet.

Das Leistungsspektrum umfasst die Beratung bei der Auswahl geeigneter Standorte, die Planung von Kampagnen sowie die Koordination der Belegung und Plakatierung.

Die Außenwerbung wird sowohl von regionalen als auch überregionalen Kundinnen und Kunden genutzt und ist ein wichtiger Bestandteil der Standortkommunikation. Gleichzeitig trägt sie zur Sichtbarkeit kultureller Veranstaltungen und öffentlicher Angebote bei und belebt das Stadtbild.





Markgräfliches Opernhaus Bayreuth

27. Mai 2022
Donnerstag | Bayreuth | Theaterbayreuth

Anna Vinitskaya
Kolorat
E. Tjeknavorian
Regie
D. Müller-Schott
Cello



STEINGÄßLER
Bayreuth

WAGNERS
WERKE
WIRKLICH
VERSTEHEN

Seine Musik – seine Charaktere – seine Mäße

HERBERT HANSEN
VIRGINIA BAYREUTH
AM STIFT FRIEDLICH



STEINGÄßLER
Bayreuth

Hokuspokus
#Herenschuss



Engelbert Humperdinck
18. August 2022

14. Bayreuther
Klavierfestival

Juste des August
Teil II von III

13. Chopin, Debussy, Prokofjev
14. Liszt, Beethoven und seine Schüler
15. Die Wagner und Clemens Harris
16. Johannes Brahms, Chopin
17. Die Wagner und Clemens Harris
18. Johannes Brahms, Chopin
19. Die Wagner und Clemens Harris
20. Felix Yvonne, Klavier



STEINGÄßLER
Bayreuth

16. Bayreuther
Klavierfestival

Juste des August
Teil III von III

17. Chopin, Ravel, Scriabin, Prokofjev
18. Engelbert Humperdinck und seine Schüler
19. Die Wagner und Clemens Harris
20. Felix Yvonne, Klavier



STEINGÄßLER
Bayreuth

18. Bayreuther
Klavierfestival

Juste des August
Teil III von III

17. Chopin, Ravel, Scriabin, Prokofjev
18. Engelbert Humperdinck und seine Schüler
19. Die Wagner und Clemens Harris
20. Felix Yvonne, Klavier



STEINGÄßLER
Bayreuth

WAGNERS
WERKE
WIRKLICH
VERSTEHEN


Seine Musik – seine Charaktere – seine Mäße

HERBERT HANSEN
VIRGINIA BAYREUTH
AM STIFT FRIEDLICH



STEINGÄßLER
Bayreuth

Hokuspokus
#Herenschuss



Engelbert Humperdinck vom 100. Geburtstag
18. August 2022 | Aufführung im Markgräflichen Opernhaus
AM STIFT FRIEDLICH | Bayreuth

Markgräfliches Opernhaus

27. Mai 2022
Donnerstag | Bayreuth | Theaterbayreuth

Anna Vinitskaya
Kolorat
E. Tjeknavorian
Regie
D. Müller-Schott
Cello



STEINGÄßLER
Bayreuth



WIR SIND DIE BMTG

Die Bayreuth Marketing & Tourismus GmbH (BMTG) besteht aus einem engagierten Team, das mit Leidenschaft und Expertise daran arbeitet, Bayreuth als Reise- und Erlebnisziel zu positionieren. Verschiedene Abteilungen arbeiten dabei eng zusammen, um die Vielfalt der Stadt in all ihren Facetten zu präsentieren. Jede Abteilung trägt maßgeblich dazu bei, Bayreuth kontinuierlich weiterzuentwickeln und als attraktive Destination zu fördern. In diesem Abschnitt stellen wir die Teams und Mitarbeiter vor, die hinter den zahlreichen Projekten und Initiativen stehen.



Dr. Manuel Becher
Geschäftsführer



Sabine Birkoben
Assistenz Geschäftsführung



Carmen Albright
Buchhaltung



Nicola Mattern
Nachhaltigkeit



Vanessa Mauermann
Innenstadtmanagement



Gloria Kurzawa
Innenstadtmanagement



Julia Wahler
Innenstadtmanagement



Jan Kempgens
Veranstaltungen



Marc Ermer
Veranstaltungen



Christian Guth
Veranstaltungen



Simon Wünsch
Veranstaltungen



Kilian von Chamier
Tourismusmarketing



Sonja Haas
Tourismusmarketing



Carolin Grotjahn
Tourismusmarketing



Alenja Schöppel
Tourismusmarketing
Tourist Information



Stefan Becher
Außenwerbung



Sandra Baumann
Tourist Information



Stefanie Ritter
Tourist Information



Bernadette Fudalla
Tourist Information



Jutta Schatke
Tourist Information



Mane Fischmann
Tourist Information



Sonja Konradi
Tourist Information



Daniel Abadjian
Tourist Information



Nana Bachmaier
Tourist Information



Olivia Kush
Tourist Information



Karin Schwarzer
Theaterkasse
Hallenmanagement



Ursula Schöffel
Theaterkasse
Hallenmanagement



Anne-Babett Freter
Theaterkasse



Simone Hofmann
Theaterkasse



Angelika Sutter
Theaterkasse