

Aalener Tourismus- konzeption

Zusammen Tourismus
gestalten



Gemeinsam voran

Mit der Gründung unseres
Amts für Tourismus und
einer zukunftsgerichteten
Tourismusstrategie beginnt
für Aalen ein neues Kapitel.



Wir stärken die Position unserer Stadt
als attraktive Destination im Herzen Süd-
deutschlands. Aalen bewegt und verbindet

Aktiv-, Kultur- und Stadterlebnis:

Vom Sonnenaufgang auf dem Aalbäumle
über sportliche Abenteuer auf abwechslungs-
reichen Rad- und Wanderrouten, faszinierende
Entdeckungen im UNESCO-Welterbe Limes-
Museum und entspannende Stunden in den
Limes-Thermen oder dem neuen Hirschbach-
bad bis zum stimmungsvollen Tagesausklang
in unserer lebendigen Innenstadt.

Tourismus ist bei uns Wirtschaftskraft und
Herzschlag zugleich. Er stärkt unseren Standort,
eröffnet Perspektiven und bringt Menschen
zusammen. Gäste wie Einheimische tragen
dazu bei, dass Aalen vielfältiger, reizvoller
und lebendiger wird.

Lassen Sie uns diesen Weg gemeinsam gehen:
Mit schwäbischer Tatkraft, echter Begeisterung
und dem festen Willen, Aalen mit all seinen
touristischen Stärken als anziehende Destination
zu positionieren. Dabei geht es nicht nur um
Wachstum, sondern ebenso um Qualität
und Nachhaltigkeit.

Ein herzliches Dankeschön an alle, die an
der Erstellung unserer Tourismuskonzeption
mitgewirkt haben. Die Umsetzung schreitet
nun erfolgreich voran. Auch dabei zeigen wir
Entschlossenheit und gemeinsame Stärke.
Wir gestalten unsere touristische Zukunft
mutig, klar und mit voller Kraft voraus.

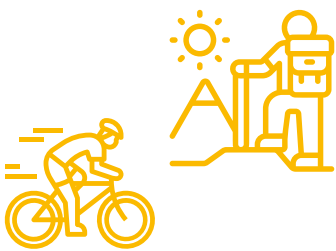
Ihr Bernd Schwarzenborfer,
Bürgermeister der Stadt Aalen

Inhalt

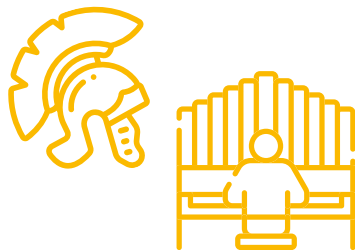
Unsere Vision – Unsere Mission	4
Tourismusentwicklung und Quellmärkte	6
Tourismus als Wirtschaftsfaktor	8
Unsere Zielgruppen	9
Unser freizeit-touristisches Angebot	10
Unsere Leitprodukte	11
Die nächsten Meilensteine	12
Kontakt und Glossar	13



Unsere touristischen Schätze



Aktiverlebnis



Kulturerlebnis



Stadterlebnis



Unsere Vision – unsere Mission

FÜR AALEN. FÜR UNSERE GÄSTE UND LEISTUNGSTRÄGER. FÜR EINE KLARE POSITIONIERUNG NACH AUSSEN!



Unsere Vision

Unser Leitbild



Unsere Mission

Unser Weg

Wer die touristische Zukunft gestalten will, braucht Mut und Richtung. Unsere Vision und Mission sind unser Kompass für eine starke und selbstbewusste Tourismusentwicklung.

AALEN BEWEGT UND VERBINDET.

Wo die ersten Sonnenstrahlen auf die Schwäbische Alb treffen.

Hier verschmelzen antike Kultur, schwäbische Schaffenskraft und Innovationsfreude.

Durch aktive Erlebnisse erfahren unsere Gäste die Verbindung von kulturellen Schätzen, eindrucksvoller Natur und interessanter Stadtgeschichte.

BEWEGEN

Wir fördern Körper und Geist:

Als **Aktivstadt** etablieren wir uns nicht nur als neue Mountain-bike-Destination im Süden Deutschlands, wir inszenieren unsere natürlichen Schätze und bieten unseren Gästen und Einheimischen aufregende Erlebnisse.

Als **Kulturstadt** begeistert unsere Museums- und Kulturlandschaft nicht nur Kulturliebhaberinnen und Kulturliebhaber, sondern fördert den Entdeckergeist sämtlicher Generationen.

VERBINDEN

Wir leben und lieben die Gastfreundschaft. Wir **begeistern** unsere Gäste und Einheimischen durch Veranstaltungen und schaffen den Bogenschlag zwischen unserer schwäbischen Kultur und Geselligkeit und den römischen Wurzeln unserer Stadt.

Wir stehen für Willkommenskultur, Offenheit und Toleranz. Dabei agieren wir im Einklang mit Gästen, Einheimischen und der Natur. Wir schaffen ein **starkes Partner-Netzwerk** und etablieren eine Zusammenarbeitskultur, indem wir gemeinschaftlich und abgestimmt agieren und unsere **Standortvorteile** bewusst nutzen.



Unsere Leitziele

Aalen bis 2030

1. PROFILierung

Aalen schärft sein touristisches Profil mit zielgruppenspezifischen Angeboten und der gezielten Bearbeitung wichtiger Quellmärkte. Stimmige Freizeit- und Erlebnisräume prägen das unverwechselbare Gesicht der Ostalb.

2. Lebens- und ErlebnisQUALITÄT

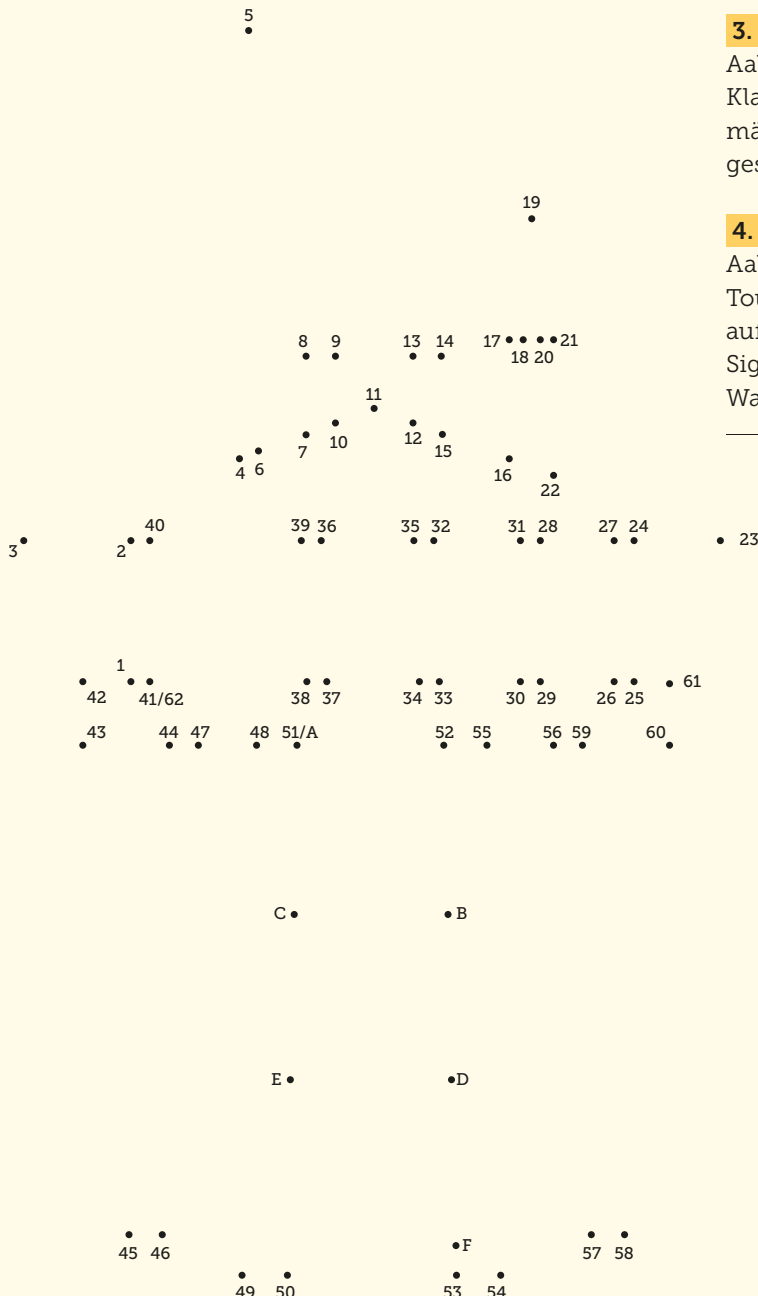
Aalen stärkt seine Attraktivität als Aktiv- und Kulturstadt sowie als Wirtschafts- und Wissensstandort. Verbesserte Service- und Erlebnisqualität steigern die Lebensqualität für Gäste wie Einheimische.

3. Gemeinsames NETZWERK

Aalen baut ein starkes Tourismusnetzwerk auf. Klare Rollen, enge Zusammenarbeit und regelmäßiger Austausch schaffen Mehrwert für die gesamte Ostalb.

4. WERTschöpfung

Aalen setzt auf Wachstum und Qualität im Tourismus. Bis 2030 sollen die Übernachtungen auf über 250.000 pro Jahr steigen – ein klares Signal für den Tourismus als regionaler Wachstumsmotor.



Was verbirgt sich hier?

Wenn man die Punkte mit Hilfe der Zahlen und Buchstaben in der richtigen Reihenfolge verbindet, ergibt sich eine Aalener Sehenswürdigkeit mit einer schönen Aussicht.



Tourismusentwicklung und Quellmärkte

2024 verzeichneten die 27 statistisch erfassten Beherbergungsbetriebe in Aalen rund 206.000 Übernachtungen bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,8 Tagen.

Gegenüber 2019 gingen die Übernachtungen, bedingt auch durch die Veränderungen im Geschäftsreisetourismus nach Corona, leicht zurück. Umso wichtiger ist es, das Potenzial im **Freizeittourismus** auszuschöpfen.

Im Fokus der Marktbearbeitung
stehen künftig folgende Leitziel-Märkte:

Tagesgäste

Gäste: aus Zone A-C,
bis 90 Minuten Anreise

National: Bayern,
Baden-Württemberg

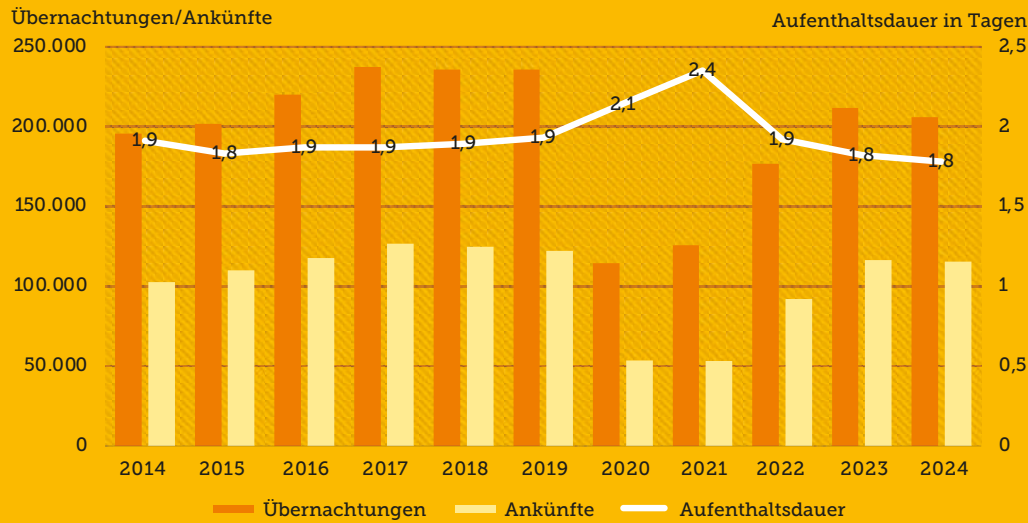
Kurzurlauber

Gäste für 1 bis 3 Tage
bzw. am Wochenende

National: umliegende Metropolregionen
München, Nürnberg, Rhein-Main

International: Schweiz,
Österreich, Frankreich

Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen sowie der Aufenthaltsdauer in Aalen



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Geöffnete Beherbergungsbetriebe/Campingplätze mit mindestens 10 Schlafgelegenheiten bzw. Stellplätzen

Einzugsgebiet von Aalen

 Kurzurlauber
Anreise bis ca. 4,5 Std.*

Zone A (0–30 Minuten)
Einwohnerpotenzial: 270.529
Gästeankünfte DE: 362.000

Zone A+B (0–60 Minuten)
Einwohnerpotenzial: 1,6 Mio.
Gästeankünfte DE: 2,8 Mio.

Zone A-C (0–90 Minuten)
Einwohnerpotenzial: 6,2 Mio.

 Tagesgäste
Anreise bis ca. 1,5 Std.*

*Entfernung mit ÖPNV oder Pkw
Quelle: PROJECT M 2023

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Mit über 2,3 Millionen Tagesgästen und mehr als 200.000 Übernachtungen (2024) ist der Tourismus in Aalen ein bedeutender Wirtschaftsmotor.

Er bringt spürbare Vorteile für Einwohnerinnen und Einwohner, stärkt unsere Unternehmenslandschaft und wirkt positiv auf die Stadtentwicklung. Aktuelle Zahlen zu Umsätzen und Beschäftigungsverhältnissen zeigen eindrucksvoll die wirtschaftliche Relevanz.

128 Millionen €

tourismusbedingter
Brutto-Umsatz

60 Millionen €

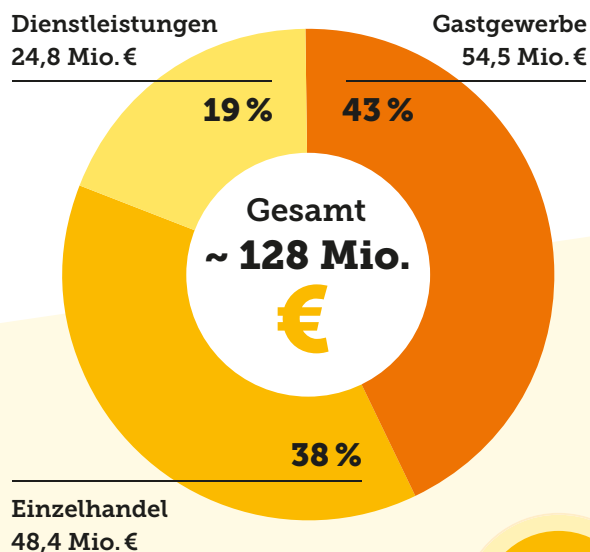
touristische
Wertschöpfung

1.700

tourismusbedingte
Arbeitsplätze

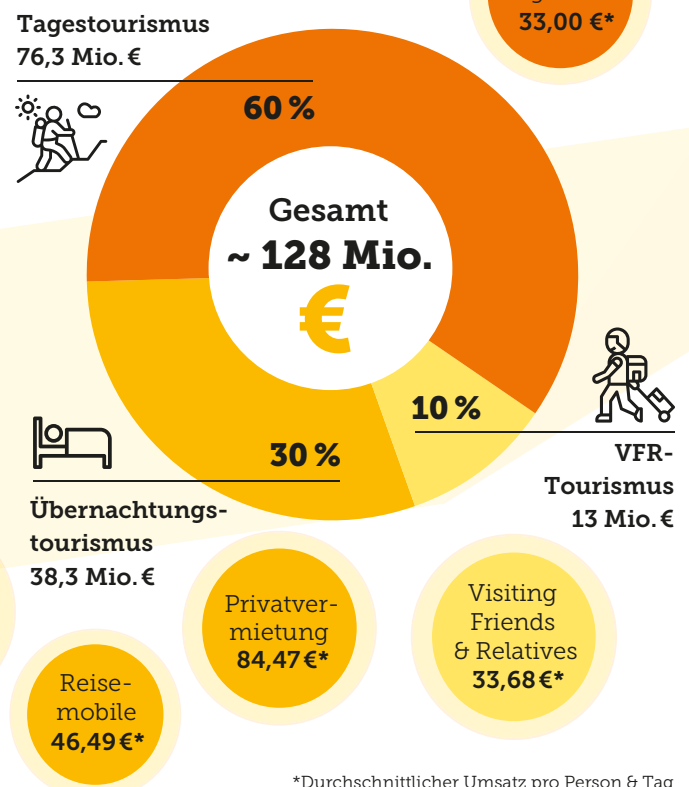
Profiteure des Tourismus

Verteilung des Gesamt-Bruttoumsatzes nach Branche inklusive VFR-Tourismus (Visiting Friends & Relatives)



Unsere Gäste im Fokus

Verteilung des Bruttoumsatzes nach Gästesegmenten



Unsere Zielgruppen

Im Mittelpunkt unserer Marktbearbeitung stehen künftig die „Best Ager – Kultur & Aktiv“, ergänzt durch die jüngeren Outdoor-Begeisterten sowie kulturinteressierte Familien.

LERNEN SIE UNSERE PERSONAS NOCH BESSER KENNEN UND RICHTEN AUCH SIE IHR MARKETING AUF SIE AUS:

Zur ausführlichen Erläuterung der Personas für Aalen.



Für jede Zielgruppe wurden konkrete Personas entsprechend ihrer Sinus-Milieu, Limbic Types und BeST-Zuordnung ausgearbeitet.

Best Ager



CLAUDIA (54) UND THOMAS (56)
AUS NECKARSULM

„Im Urlaub genießen wir es, kulturelle Erlebnisse und Aktivität harmonisch miteinander zu verbinden, während wir uns zugleich Momente der Ruhe und Entspannung gönnen, um unsere Seele baumeln zu lassen.“

Anreise mit dem Auto

Aktivitäten

Limes-Museum, Panoramatour mit dem E-Bike, Limes-Thermen, kulinarische Stadtführung, Stadtbummel, Aalener Jazzfest

Bevorzugte Kanäle

Reisereportage, Websites, Buchungsportale

Outdoor-Begeisterte



EVA (28) UND JONATHAN (29)
AUS MAINZ

„Wir lieben es, in die Natur und das Leben der Orte einzutauchen, die wir besuchen. Wir sind immer auf der Suche nach coolen, authentischen Erlebnissen mit Locals und feiern gerne mit ihnen.“

Anreise mit dem Camper-Van

Aktivitäten

UCI MTB Sprint, Anaconda Trail, Internationales Fest Aalen

Bevorzugte Kanäle

Instagram, chatGPT, YouTube, Tripadvisor, Komoot

Kulturinteressierte Familien



ANNA (41) UND MARKUS (38)
MIT 2 KINDERN (7 & 4 JAHRE)
AUS NÜRNBERG

„Zeit mit der Familie ist das Wichtigste. Im Urlaub wollen wir gemeinsam Neues entdecken, Abenteuer erleben und ungestört zusammen genießen“

Anreise mit dem Auto

Aktivitäten

Explorhino, Nachts im Museum, Römertage, Wanderung zum Aalbäumle, Tiefer Stollen

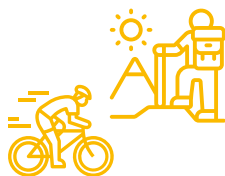
Bevorzugte Kanäle

Instagram, Vergleichsportale, Radio



Unser freizeit-touristisches Angebot

Aalen steht für einzigartige Erlebnisse mit klarer Handschrift. Unsere Profilhemen bilden die Basis für ein unverwechselbares, authentisches Angebot mit hohem Wiedererkennungswert.



Aktiverlebnis

Ob Wandern, Mountainbiken, Rennradfahren, Trailrunning oder Winterwandern: in und um Aalen wird Bewegung zum aktiven Naturerlebnis. Die Lage im UNESCO Global Geopark Schwäbische Alb und Events wie der MTB World Cup mitten in der Innenstadt verbinden Outdoor, Natur und Urbanität in Aalen auf besondere Weise. Dazu entspannen in den wohltuenden Limes-Thermen, im neuen Hirschbachbad oder tief durchatmen im Heilstollen. So fühlt sich aktives Aalen an.



Kulturerlebnis

Aalen lässt Geschichte lebendig werden: als Teil der UNESCO-Welterbestätte Limes, mit der einzigartigen Allgeyer-Orgel in der St.-Johann-Kirche und einer vielfältigen Kulturszene von Museen über das städtische Theater bis zum Jazzfest. Hier trifft historische Tiefe auf gelebte Kultur – facettenreich und nahbar.



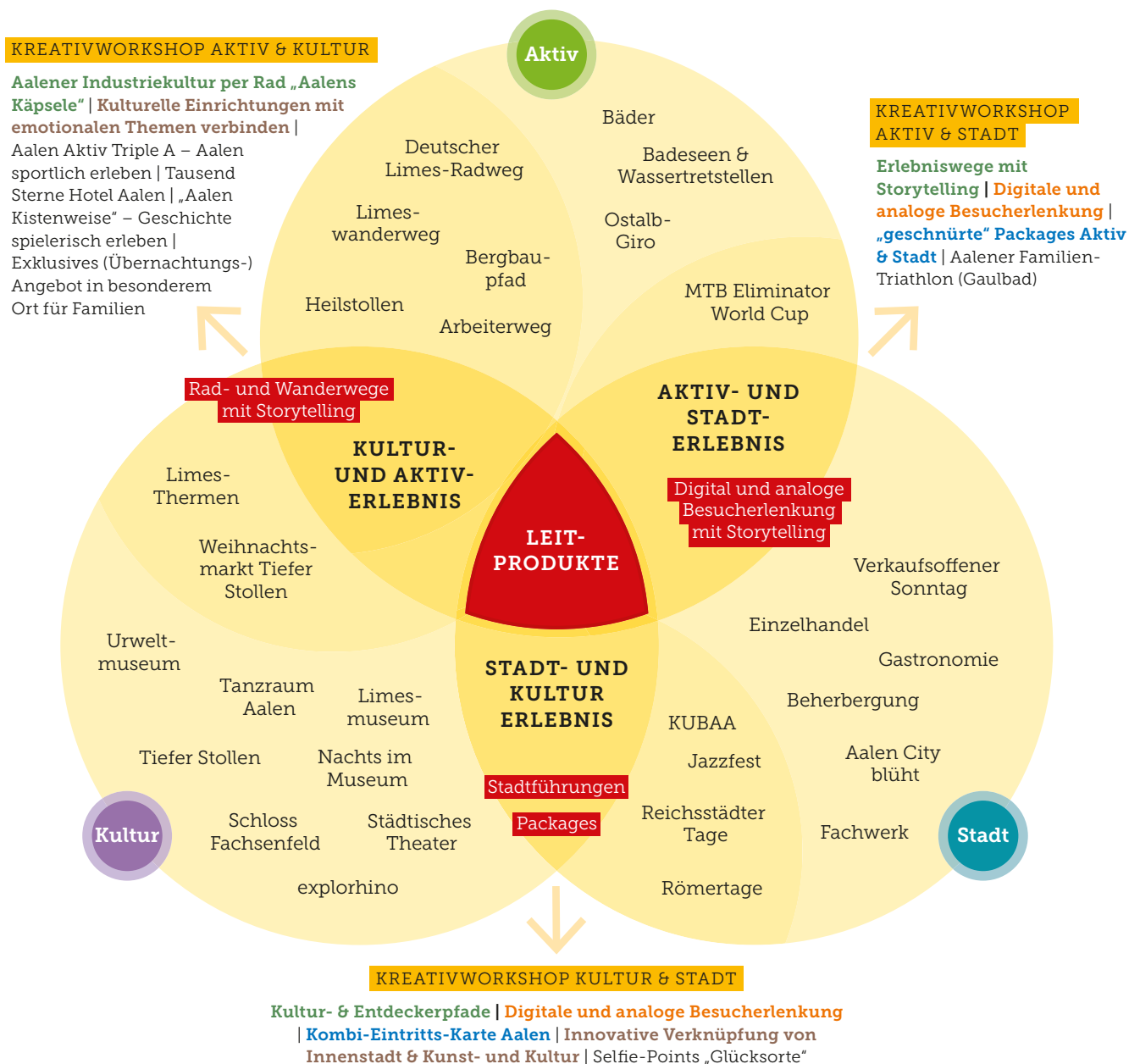
Stadterlebnis

Aalen ist eine Stadt voller Leben: mit gemütlichen Cafés und internationaler Gastronomie, inhabergeführten Geschäften, spannenden Stadtführungen und lebendigen Festen. Eine Stadt voller Begegnungen, die zum Entdecken, Verweilen und Genießen einlädt.

Unsere Leitprodukte

Aktiv-, Kultur- und Stadterlebnis sind in unserer Stadt keine isolierten Angebote. Das Aalen-Erlebnis entsteht durch ihre Verbindung: Sie greifen ineinander und entfalten in ihrer Schnittmenge etwas Einzigartiges – lebendig, vielfältig, inspirierend.

Daraus entstehen **Leitprodukte**, die alle Erlebnisdimensionen vereinen und so **das individuelle Aalen-Gefühl** wecken. Gemeinsam mit touristischen Partnern entwickeln wir in den kommenden Jahren neue Leitprodukte, die unsere Stadt weiter profilieren. Mit **drei Kreativworkshops** haben wir bereits erfolgreich den Auftakt gesetzt.



Die nächsten Meilensteine

3 STRATEGISCHE WEGE | 15 SCHLÜSSELMASSNAHMEN | 1 STADT

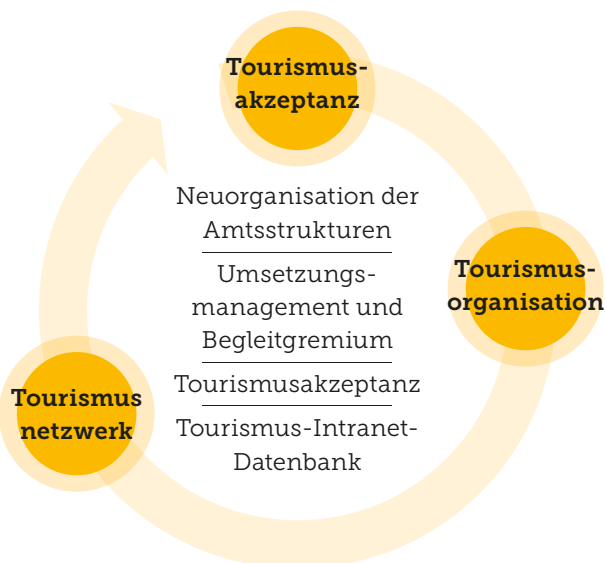
Entlang der strategischen Wege stellen wir die Weichen für die gezielte touristische Weiterentwicklung, um unsere Vision und Leitziele zu erreichen.



WEG 1

Tourismusstruktur & Netzwerk

Ziel: Aufbau einer Struktur und eines Netzwerkes sämtlicher Akteure innerhalb des Tourismus in Aalen.



WEG 2

Profilentwicklung

Ziel: Weiterentwicklung von Angeboten zur Stärkung der Profilthemen entlang sämtlicher Berührungspunkte des Gastes mit Aalen (Customer Journey).





WEG 3

Marketing & Kommunikation

Ziel: Aufbau einer Vermarktungsstrategie zur Positionierung Aalens als Tages- und Kurzreiseziel und Etablierung Aalens entlang der Profilt Themen.



Tourismus als Gemeinschaftswerk

AALEN BEWEGT UND VERBINDET – MIT IHREM BEITRAG. GESTALTEN SIE DIE ZUKUNFT DES AALENER TOURISMUS AKTIV MIT. DAFÜR GIBT ES VIELE WEGE:

Teil des Destinationsnetzwerks werden.

Bringen Sie Ihre Ideen, Erfahrungen und Perspektiven ein und knüpfen Sie wertvolle Kontakte in der Tourismusgemeinschaft.

An Projekten und Aktionen mitwirken.

Engagieren Sie sich bei unseren spannenden Initiativen und setzen Sie Impulse.

Eigene Veranstaltungen sichtbar machen.

Nutzen Sie den Aalener Veranstaltungskalender, um Ihr Event einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.

Gemeinsam für Aalen werben.

Lassen Sie uns kreative Kampagnen entwickeln, um Aalen überregional ins Rampenlicht zu stellen.

Botschafterin oder Botschafter werden.

Teilen Sie Ihre schönsten Aalen-Momente, ob persönlich, im Freundeskreis oder in den sozialen Medien und tragen Sie das Aalen-Gefühl nach außen.

AMT FÜR TOURISMUS

Ihre Ansprechpartnerinnen

Ricarda Grünig

Amtsleitung
Telefon 07361 52-2362
ricarda.gruenig@aalen.de

Lisa Jäger

Abteilungsleitung Marketing
Telefon 07361 52-2355
lisa.jaeger@aalen.de

Sandra Heineken-Schühle

Abteilungsleitung
Tourist-Information
Telefon 07361 52-2361
sandra.heineken@aalen.de

Glossar

BEST

Psychografisches Segmentierungsverfahren. Grundlage für die Typenbildung sind Wünsche, Einstellungen und Nutzenerwartungen der Gäste im Gegensatz zu demografischen, geografischen oder verhaltensbezogenen Segmentierungen.

CUSTOMER JOURNEY

Bezeichnet den Weg eines Gastes von der Inspiration über Buchung und Aufenthalt bis hin zu Weiterempfehlung und Wiederbesuch. Sie umfasst alle Berührungspunkte mit einer Destination oder einem Anbieter und dient dazu, das Reiseerlebnis gezielt zu optimieren.

LIMBIC TYPES

Segmentierung basierend auf dem limbischen System des Gehirns, das für Entstehung und Bewertung von Emotionen verantwortlich ist. Die Limbic® Types bilden emotionale Persönlichkeitsstrukturen von Konsumentinnen und Konsumenten ab und ermöglichen vielfältige Auswertungen zum Konsum- und Mediennutzungsverhalten.

PERSONAS

Fiktive, typische Vertreter einer Zielgruppe. Sie werden über Lebensumstände, beruflichen Kontext und Vorlieben beschrieben und dienen der gezielten Produktentwicklung sowie der passgenauen Kommunikation.

SINUS-MILIEU

Sozialwissenschaftliches Modell, das Menschen mit ähnlicher Lebensauffassung und Werthaltung in Gruppen („Milieus“) einteilt. Es zeigt Unterschiede im Lebensstil auch zwischen Personen mit vergleichbaren demografischen Merkmalen.

TOURISMUSBEDINGTE ARBEITSPLÄTZE (Arbeitsplatzwirkung/Einkommenseffekte)

Rechnerische Zahl der Personen, die durch die touristische Nachfrage ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Jahr erzielen könnten. Sie entspricht nicht der tatsächlichen Beschäftigtenzahl, da viele Personen nur anteilig oder in Teilzeit vom Tourismus leben (z. B. im Einzelhandel oder in der Gastronomie). Eine exakte Erfassung ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich.

TOURISMUSBEDINGTER BRUTTOUMSATZ

Summe aller Ausgaben von Gästen. Erfasst werden die Ausgabearten Unterkunft, Gastronomie, Einkauf, Freizeit/Unterhaltung, lokaler Transport und sonstige Dienstleistungen. Unterschieden wird zwischen Tages- und Übernachtungsgästen sowie innerhalb der Übernachtungsgäste nach Unterkunftsarten (gewerblich, privat, Camping/Reisemobil, VFR).

TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG

Gesamtwirtschaftlicher Effekt der touristischen Nachfrage in einem Gebiet. Erfasst werden Einkommen, Beschäftigung, Gewinne und Steuern, die direkt oder indirekt aus den Ausgaben der Gäste entstehen.

VFR-TOURISMUS

Besuche von Freunden, Bekannten und Verwandten (Visiting Friends & Relatives), meist mit touristisch relevanten, unentgeltlichen Übernachtungen in Privatwohnungen. Die Quantifizierung basiert auf Studien externer Institute und liefert Orientierungswerte; eine präzisere Erfassung ist nur über umfangreiche empirische Erhebungen möglich.



RICARDA GRÜNIC



Leiterin des Amtes für Tourismus

Tourismus in Aalen ist mehr als nur ein Wirtschafts- und Standortfaktor. Er ist Ausdruck unserer Identität und eine Herzensangelegenheit. Denn wir sind überzeugt: Eine Stadt gewinnt an Strahlkraft durch die Menschen, die sie mitgestalten. Deshalb laden wir Sie herzlich ein, Teil unserer Tourismusentwicklung zu sein.

Gemeinsam mit Ihnen wollen wir auf Basis unseres Tourismuskonzepts neue Impulse setzen und kreative Projekte realisieren. Vielen Dank für Ihr Engagement, Aalen aktiv mitzugestalten und unsere Vision von einem starken, zukunftsgerichteten Aalener Tourismus wahr werden zu lassen.

IMPRESSUM

Herausgeber

Stadt Aalen
Amt für Tourismus
Marktplatz 30
73430 Aalen
www.aalen.de

Unterstützung durch

PROJECT M GmbH
August-Everding-Straße 25
81671 München
www.projectm.de

Fotos

Stadt Aalen, Tobias Holzinger,
SAT/Thomas Rathay

Layout

FISCHUNDBLUME DESIGN GbR
www.fischundblume.de



aalen.tourismus

www.aalen-tourismus.de