



TOURISMUSREGION STUTTGART IN ZAHLEN

EIN BLICK AUF 2025

KENNZAHLEN



- 04** Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus
- 05** Übernachtungstourismus
- 06** Bettenangebot und Bettenauslastung
- 07** Gästebewertung – Hotellerie
- 08** Tagestourismus
- 09** Meetings und Events

AKTIVITÄTEN



Angebote für Besuchende und Einheimische

- 11** Haus des Tourismus, Tourist Information
- 13** Stuttgart Touren
- 14** Wein-Erlebnisse
- 15** StuttCard
- 16** ErlebnisCard
- 17** Fußgängerleitsystem

Marketingaktivitäten

- 18** Regional
- 19** DACH, International
- 21** Presse
- 22** Social Media
- 23** Online Marketing
- 24** Content Produktion
- 25** Nachhaltigkeit
- 26** Informationen für Partner:innen
- 27** Quellen/ Kontakt



KENNZAHLEN

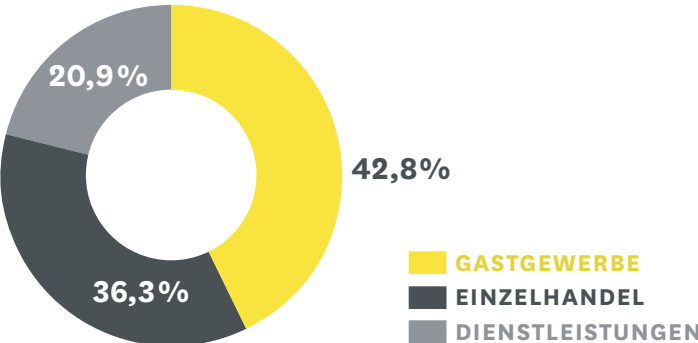
WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR TOURISMUS

Tourismus ist starker Umsatzbringer und Jobmotor für die Tourismusregion Stuttgart

GESAMTBRUTTOUMSATZ



PROFITEURE DES TOURISMUS



	DURCHSCHNITTliche TAGESAUSGABEN	UMSATZ
Touristikcamping sowie Reisemobiltourismus	58,50 €	9,9 Mio. €
Dauercamping	23,50 €	2,6 Mio. €
Privatquartiere (<10 Betten)	91,50 €	72,3 Mio. €
Gewerbliche Betriebe (>10 Betten: ohne Camping)	197,50 €	1.735 Mio. €
Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden (VFR)	33,90 €	440,7 Mio. €
Tagesreisen	33,90 €	4.203,6 Mio. €

Quelle: Wirtschaftsfaktor | dwif 2024 (Wirtschaftsfaktor 2025 ab 09/26)

Die Wertschöpfung aus dem Tourismus hat sich gegenüber den Vorjahren leicht verringert. Der Grund dafür liegt im deutlich reduzierten Volumen an touristischen Aufenthaltstagen der Verwandten- und Bekanntenbesucher. Das Gastgewerbe zeigt sich 2024 mit 43 % als stärkster Profiteur.



ÜBERNACHTUNGSTOURISMUS

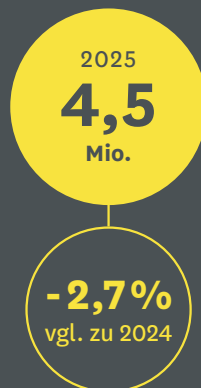
Der Tourismus in Stuttgart und der Region präsentierte sich 2025 insgesamt stabil

STUTTGART

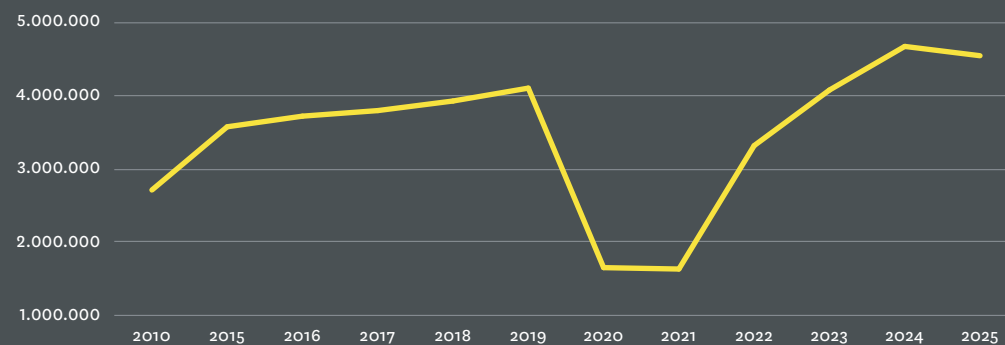
ANKÜNFTE



ÜBERNACHTUNGEN



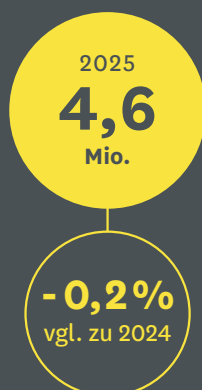
ÜBERNACHTUNGEN 2010 - 2025



Stuttgart führt zum 1. Juli 2026 eine Übernachtungssteuer ein. Vorgesehen sind 3 Euro pro Person und Nacht.

REGION STUTTGART

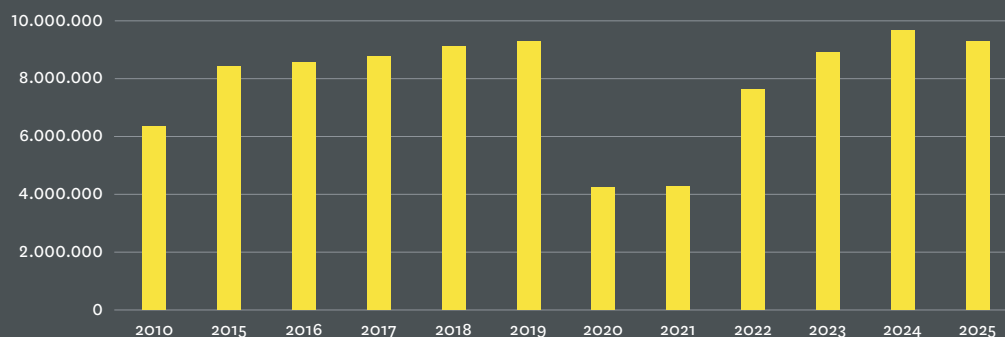
ANKÜNFTE



ÜBERNACHTUNGEN



ÜBERNACHTUNGEN 2010 - 2025



BETTENANGEBOT UND BETTENAUSLASTUNG

Das Bettenangebot hat sich in den vergangenen Jahren langsam, aber kontinuierlich weiterentwickelt

BETTENANGEBOT

STUTTGART



REGION STUTTGART



BETTENAUSLASTUNG

50,7%

STUTTGART

39,5%

REGION STUTTGART

13 Neu-/Wiedereröffnungen von
Hotels in der Tourismusregion
Stuttgart 2026/2027, weitere 6
in 2028: <https://shorturl.at/gkEnF>



© Aparthotel Adagio

GÄSTEBEWERTUNG – HOTELLERIE

Ziel ist eine Gesamtnote von 80, um ein hohes Qualitätsniveau zu gewährleisten

TRUSTSCORE ANALYSE 2025

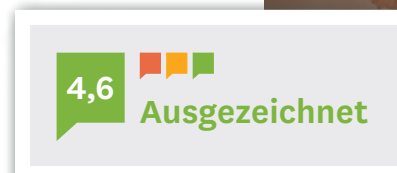
max. 100	STUTTGART	REGION STUTTGART
Gesamtnote	78,32	81,71
Weiterempfehlung	81 %	82 %
Preis-Leistung	90	91
Antwortquote	55 %	51 %
Bewertungen	135.048	211.277



Quelle: Reporting | Trust You 2025

WIDGET-EINSATZ AUF DER HOTELBUCHUNGSSEITE STUTTGART-TOURIST.DE

Beispiel
RiKu Hotel
Göppingen



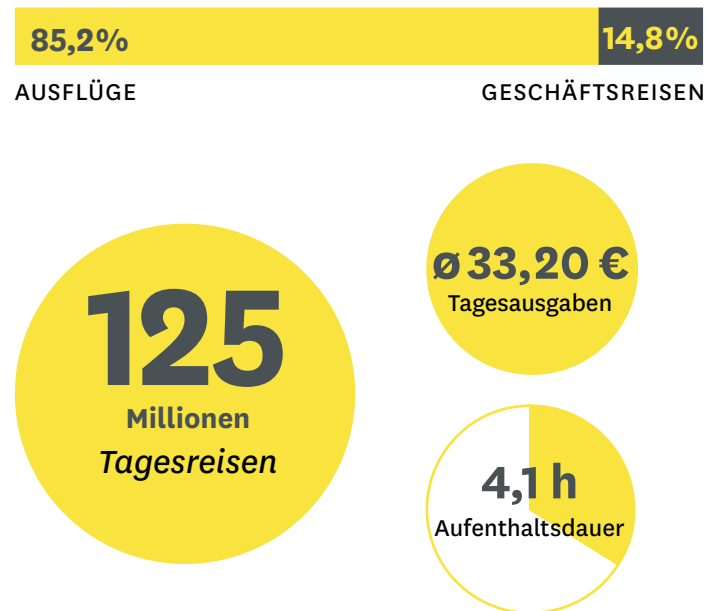
TRUSTYOU

TrustYou ist die größte Plattform der Welt, wenn es um Sammeln und Zusammenstellen von Gästebewertungen geht. Bewertungen von Plattformen wie Tripadvisor, Google, booking.com oder Holiday Check werden über TrustYou analysiert. TrustYou bietet ein Potenzial zur Qualitäts- und Online Reputation-Verbesserung und letztendlich einer Buchungssteigerung.

TAGESTOURISMUS

Welche Rolle spielt der Tagestourismus in der Tourismusregion Stuttgart?

TOURISMUSREGION STUTTGART



HAUPTREISEANLASS

*Verwandte und Freunde besuchen
Veranstaltungen (Konzert, Fest, Theater)
Spezielle Aktivität (Wandern, Baden, ...)
Besuch von Sehenswürdigkeiten
Shopping*

ANREISE TAGESAUSFLÜGE

67% Pkw/Motorrad/Wohnmobil

20% ÖPNV

5% Bahn (Fernverkehr)

4% zu Fuß/anderweitig kostenlos

3% Fahrrad

1% Sonstiges

WEGSTRECKE



TOP AKTIVITÄTEN

*Verwandte und Freunde besuchen
Besuch von Restaurants, Café und Bars
Veranstaltungen (Konzert, Fest, Theater)
Shopping, Besuch von Sehenswürdigkeiten*



125 Mio. Tagesgäste in der Tourismusregion Stuttgart!
Neue Impulse und eine starke Angebotsqualität haben hohe Relevanz für Wiederkommende und verlängerte Aufenthalte.

MEETINGS UND EVENTS

Der Veranstaltungsmarkt erholt sich schrittweise, neue Herausforderungen: Inflation, Energie und Infrastruktur

NACHFRAGESITUATION

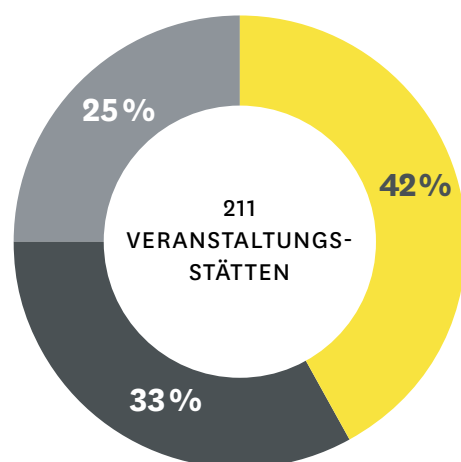
44.719 Veranstaltungen

85 % PRÄSENZ

15 % HYBRID

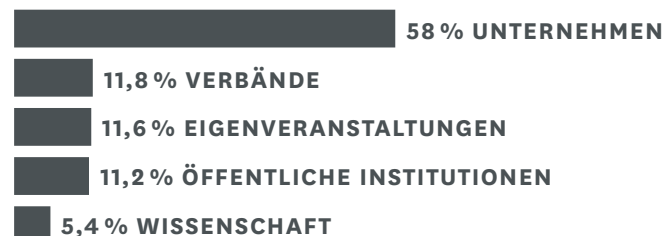
11,38 Mio.
Teilnehmende

ANGEBOTSSITUATION



88 EVENTLOCATIONS
69 VERANSTALTUNGSZENTREN
54 TAGUNGSHOTELS

WICHTIGSTE KUNDEN



VERANSTALTUNGSARTEN

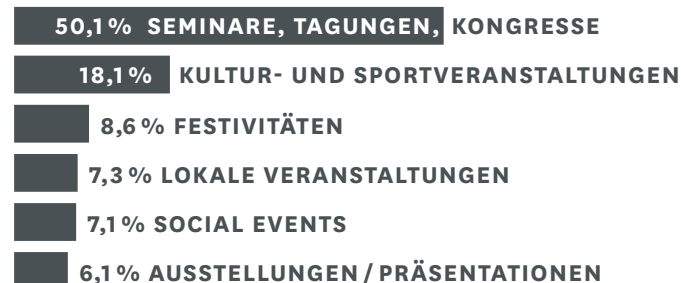
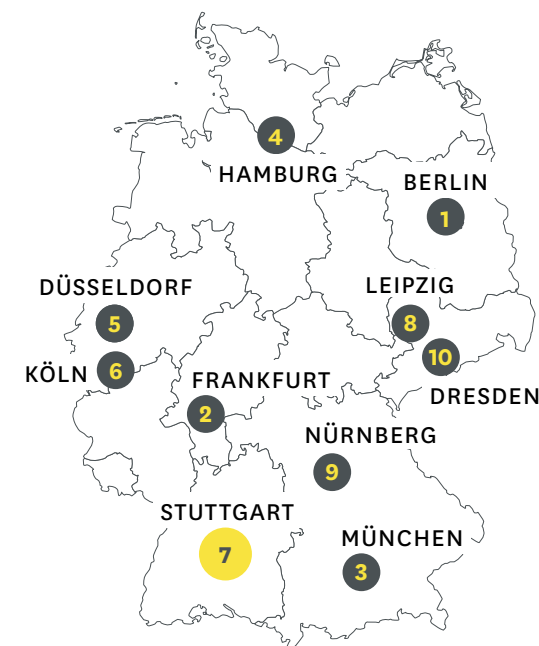


IMAGE ALS MICE DESTINATION



Im Durchschnitt dauern Veranstaltungen in der Region Stuttgart 1,5 Tage. Der Anteil internationaler Teilnehmer beträgt knapp 8,8%. Ausländische Veranstalter kommen vor allem aus Österreich, der Schweiz und UK.

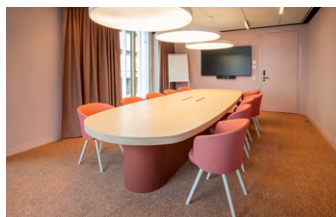


AKTIVITÄTEN

HAUS DES TOURISMUS: MARKTPLATZ DER ERLEBNISSE

Das Haus des Tourismus bündelt touristisches Marketing, Information, Service und Gastronomie

MEETINGRÄUME



3

Meetingräume

HDT 1
HAUS DES
TOURISMUS
STUTTGART

23

Veranstaltungen
mit **408** Teilnehmenden

BESCHÄFTIGTE PERSONEN



120

Beschäftigte unter dem Dach
des Hauses des Tourismus



knitz

TOILETTENANLAGE



über **14.500**
Nutzungen



Am 17. Oktober 2025 wurde das Haus des Tourismus eröffnet. Mit seiner zentralen Lage am Stuttgarter Marktplatz erfüllt es eine wichtige öffentliche Aufgabe und stärkt die Sichtbarkeit der touristischen Angebote in Stadt, Region und Land. Es ist Anlaufstelle für Gäste, Einheimische und ein Ort für den fachlichen Austausch.

HAUS DES TOURISMUS: INFORMATIONEN UND IMPULSE IN DEN TOURIST INFORMATIONEN

Gäste und Einheimische werden vielfältig überrascht und qualitativvoll beraten

BESUCHERZAHLEN I-PUNKT



Gäste Fernsehturm

UMSATZBRINGER TICKETS

Kartenvorverkauf etc.
über

910 Tsd. €



SOUVENIRS TOP SELLER

1. Magnet Stuttgart
2. Äffle & Pferdleprodukte
3. Hochland Maultäschle



Im Haus des Tourismus begrüßt die neue Tourist Information Gäste an fast allen Tagen im Jahr. Ein internationales Team berät mit viel Erfahrung und Insidertipps zu Stuttgart, der Region und Baden-Württemberg. Neben persönlicher Beratung gehören Ticketvorverkauf, Buchung von Stadtrundgängen und Rundfahrten, regionale Souvenirs, Kulinarik, Weine der Stuttgarter Winzer sowie Gästekarten zum Angebot. Regelmäßige Tastings mit regionalen Produkten sowie die Beteiligung an lokalen Veranstaltungen ergänzen das Angebot der der Tourist Information.

ANGEBOTE FÜR BESUCHENDE UND EINHEIMISCHE: STUTTGART TOUREN

Rund 59 Guides zeigen Gästen aus aller Welt „Typisch Stuttgart“

STUTTGART CITYTOUR



verschiedene Routen
mit jeweils 8 – 9 Haltestellen



1.797
Downloads
der Lauschtour

TOPTOUREN 2025

1. Stuttgart kurz und knackig
2. Schlemmerparadies Markthalle
3. Frau Schwätzele

48.345 Teilnehmende

Private Touren 33.775

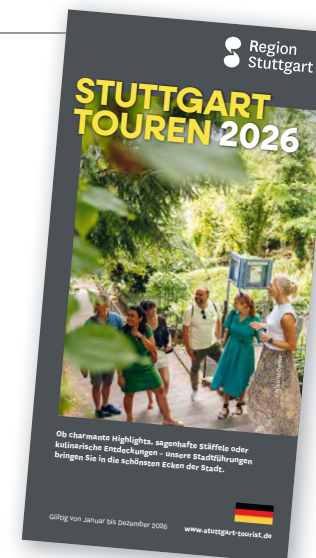
Öffentliche Touren 14.570

31

Touren an rund
474 Terminen

25

Thementouren für
private Gruppen



Ab 2026 entdecken Sie bei der Street-Art-Tour die kreative Seite Stuttgart. Der Rundgang zeigt Murals, Graffiti und Stencils mit politischen und poetischen Botschaften. Erfahren Sie mehr über Kunstschafter sowie Stile, Techniken und Hintergründe der Werke.



[www.stuttgart-tourist.de/
e-street-art-in-stuttgart](http://www.stuttgart-tourist.de/e-street-art-in-stuttgart)

ANGEBOTE FÜR BESUCHENDE UND EINHEIMISCHE: WEIN-ERLEBNISSE

Staunen und Begeistern lassen – eine einzigartige Weinlandschaft und ihre Genussmöglichkeiten

WEINBAUMUSEUM



49
Führungen

31.414
Besuchende/Gäste Vinothek

4.194
Eintritte Weinbaumuseum

25
Wine O'Clock Führungen

50
„Freitagsweinproben“



WEINDEGUSTATION „STUTTGARTS BESTE WEINE“

SAVE THE DATE! 11. JULI 2026



397
Teilnehmende

STUTTGART WEINTOUR 2025

476
Fahrten April bis Oktober

1.953
Teilnehmende



„Wein“ hat einen besonderen Stellenwert im Haus des Tourismus: Alle 28 regionalen Weinpartner des Weinbaumuseums sind hier an der beeindruckenden Weinwand repräsentiert. Das Weinbaumuseum lässt sich auch hier durch eindrückliches Bild- und Videomaterial erleben und macht Lust auf einen Besuch vor Ort in Uhlbach!

ANGEBOTE FÜR BESUCHENDE: STUTTCARD

Die StuttCard liefert Ideen für einen Kurztrip und überrascht mit starken Preisvorteilen



Region
Stuttgart

STUTTCARD

Die Vorteilskarte für deinen Citytrip

ab 25 €
JETZT KAUFEN >

www.stuttcard.com

24h | 48h | 72h
Stunden Gültigkeit

über **450 €**
Gesamtwert
Vergünstigungen

über **42.000** Nutzungen

59 Partner

32 Verkaufsstellen

über **14.000**
verkaufte Karten
+ 56 %
vgl. 2024

Mit ÖPNV!



TOP NUTZUNGEN 2025

1. Mercedes-Benz Museum
2. Porsche Museum
3. SWR Fernsehturm Stuttgart



Die StuttCard Plus bietet freie Fahrt mit dem ÖPNV in der gesamten Region Stuttgart (VVS-Netz 2. Klasse).

Damit sind Gäste komplett mobil – perfekter Begleiter für einen Citytrip.

ANGEBOTE FÜR EINHEIMISCHE: ERLEBNISCARD

In digitaler Form oder als Hardticket bietet die ErlebnisCard eine spannende Entdeckungstour durch die eigene Region

750€

Gesamtwert Vergünstigungen

- Einmaliger freier Eintritt in viele Museen, Thermalbäder und Freizeitattraktionen
- 365 Tage Gültigkeit ab Wunschkdatum
- Weitere Vorteile bei Registrierung im Kundenkonto

TOP NUTZUNGEN 2025

1. Wilhelma
2. SWR Fernsehturm Stuttgart
3. Mineraltherme Böblingen
4. DAS LEUZE
5. Paracelsus-Therme



Die ErlebnisCard präsentiert sich mit neuer Gültigkeit: 365 Tage ab dem Wunschkdatum. So kann jeder Besucher flexibel und individuell entscheiden, wann das Jahr der Erlebnisse in der Region startet. Zwischen November (Verkaufsstart) und Dezember wurden 2.650 Karten verkauft.



erlebniscard-stuttgart.de

79 Partner

24 Verkaufsstellen

über **9.500**
verkaufte Karten

+19% vgl. 2024

über **75.000** Nutzungen

ANGEBOTE FÜR BESUCHENDE UND EINHEIMISCHE: DAS DIGITALE FUSSGÄNGERLEITSYSTEM

Informieren, Inspirieren – Impulse schaffen

450
Veranstalter

19,1
Millionen
Passanten jährlich

6.000
Veranstaltungen/
Termine



Königstraße 70



Sporerplatz



Schlossplatz



Königstraße 2

- Veranstaltungstitel- und Art, Entfernung, ÖPNV, Zeitangabe, Deutsch/Englisch, Echtzeit
- QR Code mit mobiler Anwendung
- Redesign der Pfeildarstellung für bessere Aufmerksamkeit
- Funktionalitäten für Sehingeschränkte

2026:
Marktplatz

REGIONALE MARKETINGAKTIVITÄTEN

Themenwelten Wandern, Radfahren, Wasser, Wein, Stadt, Ausflugsziele vernetzt bewerben

DAS ERLEBNISWOCHENENDE IN 26 KOMMUNEN

50 Plakate in Stadtbahnen

26 Videospots an Stuttgarter U-Bahnhöfen

42 Großflächenplakate in der Region

ca. **2,5 Mio.** Kontakte
Großflächenplakate + Videoscreens

2,02 Mio. Reichweite Social Ads

Neuer Termin 14.–16.8.2026



CMT



26
beteiligte Partner

ca. 268.000 Messebesuchende

CONTENT-ERSTELLUNG

9.807 Fotos **2.104** Videos



Im Jahr 2025 nahm die Foto- und Videografin der Stuttgart-Marketing von Frühjahr bis Winter Foto- und Filmmaterial zu touristischen Points of Interest in allen Partnerkommunen der Region Stuttgart auf, unter anderem in den Themenwelten Ausflugsziele, Radfahren, Stadterlebnis, Wandern, Wasserspaß und Weingenuss. Das Material steht allen Region-Kommunen-Partner über die gemeinsame Bilddatenbank Canto zur Verfügung.

DACH UND INTERNATIONALE MARKETINGAKTIVITÄTEN: STUTTGART. THE HIDDEN CHAMPION.

Stuttgart. The hidden Champion – eine Stuttgart-Marketing-Kampagne mit allen touristischen Highlights bzw. Champions, beworben in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich, Italien und den Niederlanden



IMPRESSIONS

YouTube **5,6 Mio.**
In-App-Kampagne **1,4 Mio.**

Channel TV **600.000**
(Amazon Prime, DAZN)

IM FOKUS

jazzopen

Weindorf

Wasen Stuttgart

Weihnachtsmarkt

Automobil

Kultur

10 Social-Ad-Kampagnen

35 Mio.

6 Google-Ads-Kampagnen

32 Mio.

5 Sprachversionen des
Hidden-Champion-Films

15 Content-Produktionen
mit Influencern



Die Europa-League-Teilnahme des VfB Stuttgart bietet zusätzliche internationale Sichtbarkeit – daher verlängert sich die Hidden-Champion-Kampagne bis zum 31. Mai 2026, u. a. mit Maßnahmen wie dem Stadtfest Bern.

DACH UND INTERNATIONALE MARKETINGAKTIVITÄTEN

Internationale Sichtbarkeit gezielt ausbauen – durch strategische Partnerschaften, Kampagnen und datenbasierte Marktanalysen



Durchführung von **5** Trade-Reisen
(UK, Indien, Japan)

Präsenz in **12** Märkten
18 Partnerkampagnen

NETZWERK DACH & INTERNATIONAL

- Mercedes-Benz Museum, Porsche Museum, Staatsgalerie, Staatstheater, Staatliche Schlösser und Gärten, Breuninger, Outletcity Metzingen, Flughafen Stuttgart, V8 Hotel, EmiLu Hotel, Stage Entertainment, Märklineum, Ludwigsburg
- TMBW, Magic Cities, DZT

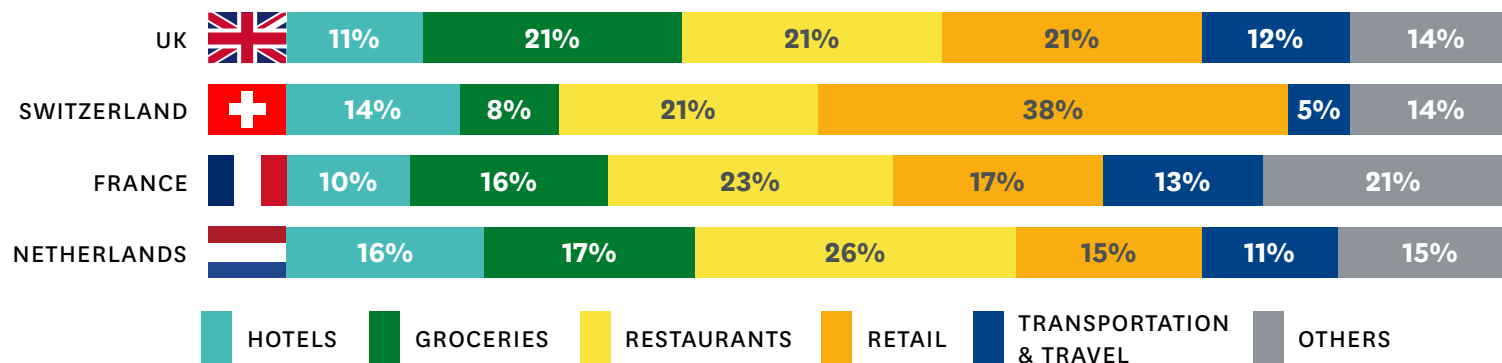
Deutschland
Das Reiseland



Germany
Magic Cities



MASTERCARD DATEN



Quelle: Destination Insights 2025 | Mastercard 2026

Mit Blick auf Stuttgart 21 und den Themenschwerpunkt Architektur liegt der Fokus 2026 auf den Nahmärkten (AT, CH, FR, NL, IT). Zudem wird im Rahmen einer Airline-Marketing-Kooperation die Positionierung Stuttgarts als Flugdestination weiter gestärkt.

PRESSE

Ganzjährige Presseaktivitäten – regional, national und international



50 Pressemitteilungen

37 Reisen mit
54 Medienvertretenden

899 Pressebelege

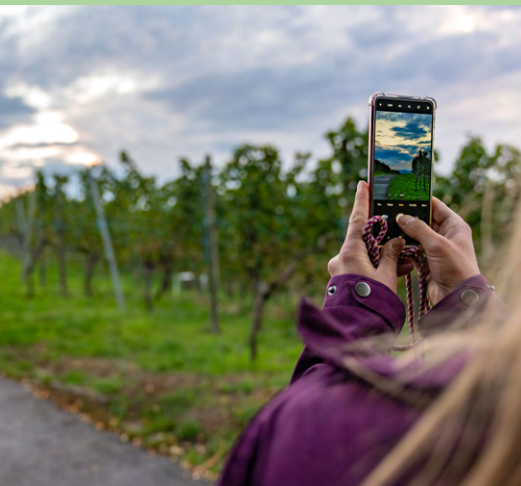


Das Haus des Tourismus war 2025 ein beliebtes Thema der Medien. Aber auch darüber hinaus stärkten Beiträge von hochkarätigen Medien wie SWR, ZDF, Guide Michelin und ELLE die überregionale Wahrnehmung der Tourismusdestination.

SOCIAL MEDIA

Auf sieben Kanälen inspiriert und berichtet das Social-Media-Team über die Sehenswürdigkeiten und Highlights der Region und Stuttgart

Die Social-Media-Strategie 2026 setzt auf den Ausbau des TikTok-Kanals und einen verstärkten Fokus auf Video-Formate für Instagram und TikTok. Inhaltlich stehen die Lieblingsviertel Stuttgarts sowie das Haus des Tourismus im Mittelpunkt.



740
Posts

104,7
Mio.
Impressionen

+14%
Follower-Wachstum
im Vergleich
zum Vorjahr

157.350
Follower auf allen 7 Kanälen

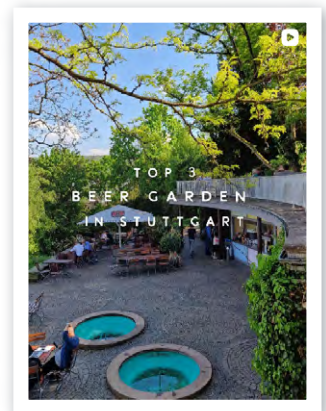
 @stuttgarttourismus
@erlebnisregionstuttgart

 @stuttgarttourismus

 @stuttgarttourismus

 @smg-und-rsmg

 @stuttgarttourismus
@erlebnisregionstuttgart



*Organischer Top Post:
Top 3 Biergärten in Stuttgart*

166.000 Impressionen
auf Instagram

ONLINE MARKETING

Auf zwei Websites und in Newslettern werden zielgruppen-spezifisch touristische Angebote der Region und Stuttgarts platziert.



STUTTGART-TOURIST.DE

2.246.838 Aufrufe

717.952 Nutzer

TOP-SEITEN

- Veranstaltungskalender
- StuttCard
- Citytour

ÜBERNACHTUNGSGAST-NEWSLETTER

Entwicklung Abonnenten +340%

Öffnungsrate 48%

Klickrate 13%



ERLEBNISREGION-STUTTGART.DE

838.882 Aufrufe **+12,8 %**
vgl. 2024

196.927 Nutzer

TOP-SEITEN

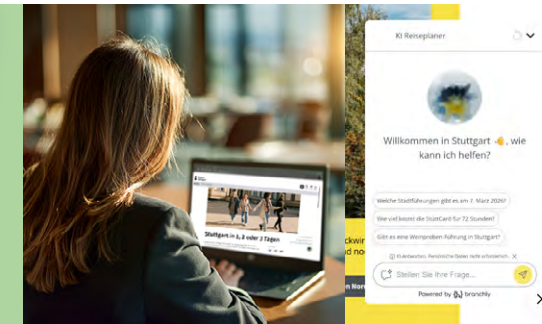
- ErlebnisCard
- Ausflugsziele
- Veranstaltungskalender

TAGESGAST-NEWSLETTER

Entwicklung Abonnenten +16%

Öffnungsrate 55%

Klickrate 16%



Auf stuttgart-tourist.de und erlebnisregion-stuttgart.de beantwortet seit 2025 ein Chatbot die Fragen unserer Gäste – digital, schnell und rund um die Uhr.



Passanten können kostenfreies Internet an 5 innerstädtischen WLAN-Standorten nutzen.

337.329 **+21 %**
Zugriffe 2025 vgl. 2023

CONTENT PRODUKTION – STUTTARTER LIEBLINGSVIERTEL

Bei den „Stuttarter Lieblingsvierteln“ stehen die Stadtquartiere im Mittelpunkt – dabei werden auch weniger bekannte Ecken Stuttgarts hervorgehoben. Originale und Geheimtipps, City-Dates, Viertel-Facts und mehr machen Lust auf Stadtentdeckung!

4 Gesamtanzahl
Magazine

Nachdruck von **3** Magazinen

Gesamtauflagen

Lieblingsviertel-Magazine

(2023 – 2025) **175.000**

Neu 2026:

Lieblingsviertel NORD

ist online! **4.176** Fotos



2026 geht der Stuttarter
Osten online!

Ein bunter Marketingmix
wird die Lieblingsviertel
bewerben – mit dem
neuen Filmmaterial im
Fokus. Spaziertouren
sollen die Entdeckung
der Lieblingsviertel noch
einfacher machen!

STUTTARTER LIEBLINGSVIERTEL: ANGEBOTE FÜR PARTNER

- Auslage der kostenfreien Magazine
- Gastgeschenk: kostenfreie Postkarten
- In Absprache: Werbemittel nach Maß
- Verwendung von #LieblingsviertelStuttgart,
- Tag von @stuttgarttourismus
- Verwendung der Bilder
- Einsatz des Filmmaterials



<https://www.youtube.com/watch?v=Ng5EZZjPWdY>

STRATEGISCHER ANSATZ „NACHHALTIGKEIT“

Zertifizierungsprozesse „EMAS“ und „Nachhaltiges Reiseziel“ (TourCert) bringen die Tourismusregion Stuttgart auf den Weg

74 Partnerbetriebe des Nachhaltigen Reiseziels

53 Betriebe mit Nachhaltigkeitszertifizierung

Die Destination Tourismusregion Stuttgart ist zertifiziert:

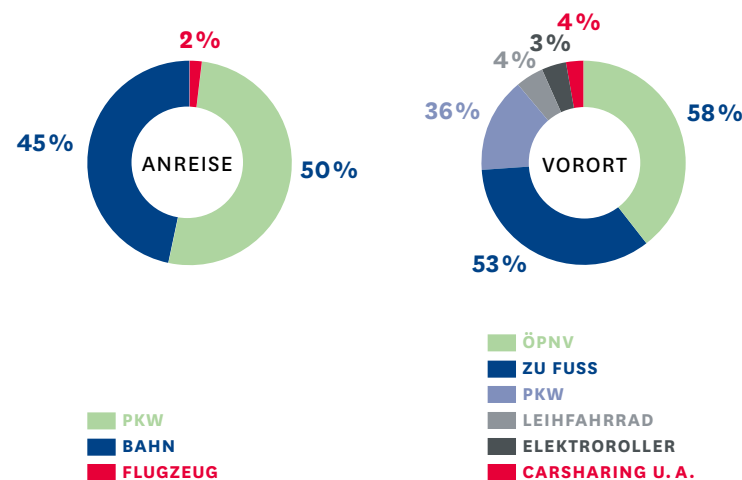


Nachhaltiges Reiseziel
Region Stuttgart



EMAS-
Zertifizierung

MODALSPLIT IM ÜBERNACHTUNGS-TOURISMUS STUTTGART 2025



AUFENTHALTSDAUER 2025 REGION STUTTGART



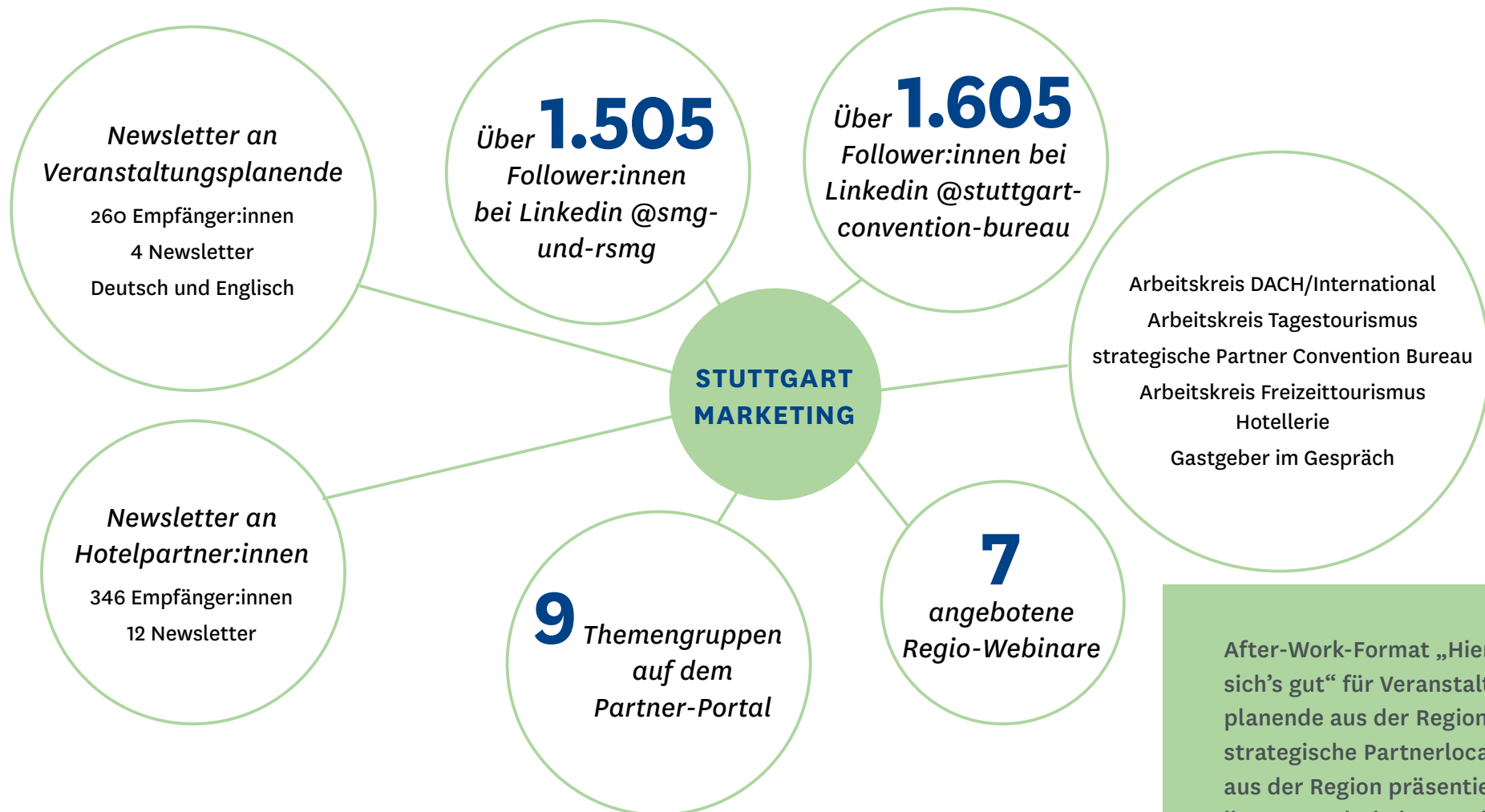
Barrierefreiheit
geprüft



Die Tourist-Information Stuttgart und der Meeting-Bereich im Haus des Tourismus sind erstmalig erfolgreich nach „Reisen für Alle“ zertifiziert. Die bundesweit anerkannte Kennzeichnung steht für geprüfte, verlässliche und transparente Informationen zur Barrierefreiheit. Sie bestätigt, dass die Qualitätskriterien für Menschen mit Gehbehinderung und Rollstuhlfahrende vollständig erfüllt sind und wir unseren Gästen eine verlässliche Orientierung für die Reiseplanung bieten.

INFORMATIONEN FÜR PARTNER:INNEN

Ein regelmäßiger Informationsaustausch mit den Leistungspartnern ermöglicht eine gezielte Entwicklung der Erlebnis-, Lebens- und Standortqualität der Tourismusregion



After-Work-Format „Hier trifft sich's gut“ für Veranstaltungsplanende aus der Region Stuttgart: strategische Partnerlocations aus der Region präsentieren sich, ihre Besonderheiten und zeigen, was bei Veranstaltungen in ihrem Haus alles möglich ist.

QUELLEN

Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW)

Meeting- & Eventbarometer Region Stuttgart 2024/2025

Mastercard

Destination Insights 2025

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Herkunftsdaten 2025

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Übernachtungsdaten und Bettenangebot 2025

TouristiCon GmbH

Deutscher Städtereisemonitor 2024

TRUST YOU

Reporting Stuttgart-Marketing GmbH

dwif e.V. – Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München

Tagesreisenmonitor Region Stuttgart 2024

dwif e.V. – Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München

Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Region Stuttgart 2024

KONTAKT

Stuttgart-Marketing GmbH

Hilke Langer | Svenja Heinzelmann

+ 49 (0)711 22 28 102

www.stuttgart-tourist.de