



# TOURISMUSREGION STUTTGART IN ZAHLEN

EIN BLICK AUF 2025

# KENNZAHLEN



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

# AKTIVITÄTEN



## Angebote für Besuchende und Einheimische

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

## Marketingaktivitäten

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



**KENNZAHLEN**

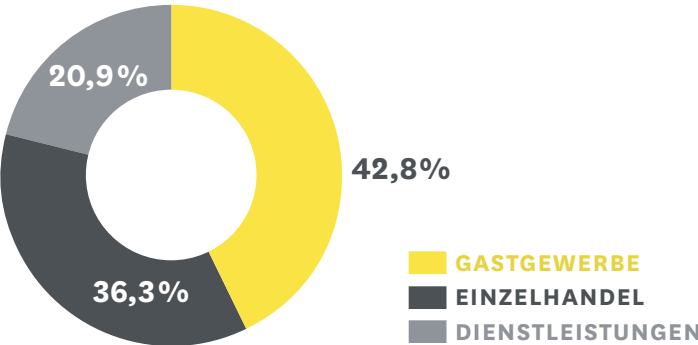
# WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR TOURISMUS

Tourismus ist starker Umsatzbringer und Jobmotor für die Tourismusregion Stuttgart

## GESAMTBRUTTOUMSATZ



## PROFITEURE DES TOURISMUS



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.

|                                                      | DURCHSCHNITTliche<br>TAGESAUSGABEN | UMSATZ         |
|------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------|
| Touristkamping 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. € |



# ÜBERNACHTUNGSTOURISMUS

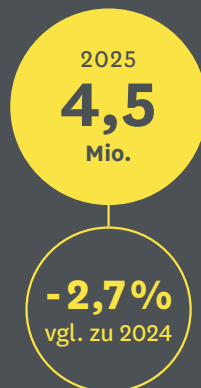
Der Tourismus in Stuttgart und der Region präsentierte sich 2025 insgesamt stabil

## STUTTGART

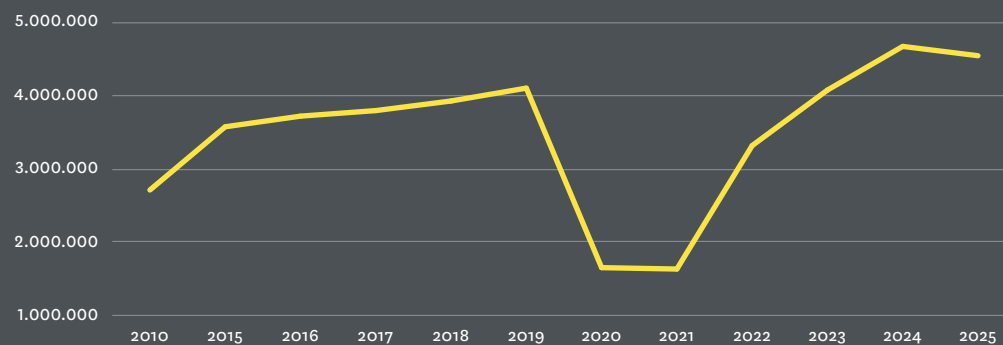
### ANKÜNFTE



### ÜBERNACHTUNGEN



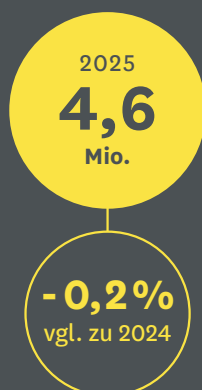
### ÜBERNACHTUNGEN 2010 - 2025



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

## REGION STUTTGART

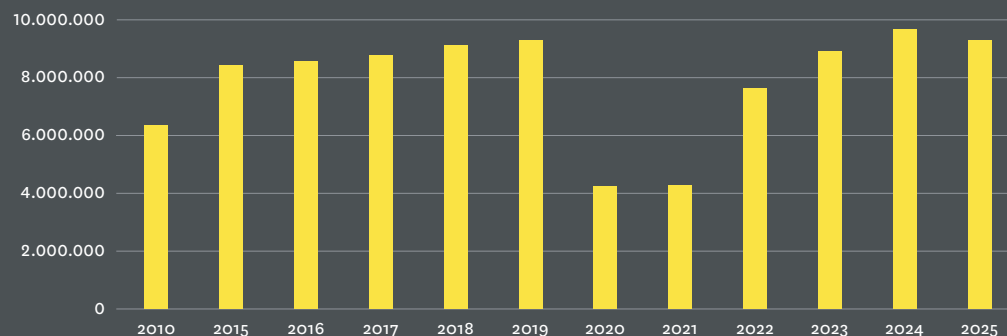
### ANKÜNFTE



### ÜBERNACHTUNGEN



### ÜBERNACHTUNGEN 2010 - 2025



# INTERNATIONALE GÄSTE 2025

Aus welchen Ländern kamen die Gäste?

Fokusbörsen der  
Stuttgart-Marketing GmbH

Primärbörsen: Schweiz · USA · China

Sekundärbörsen: Österreich ·

Niederlande · UK · Italien

Beobachtungsbörsen:

Frankreich · Dänemark · Belgien ·

Polen · Spanien · VAE

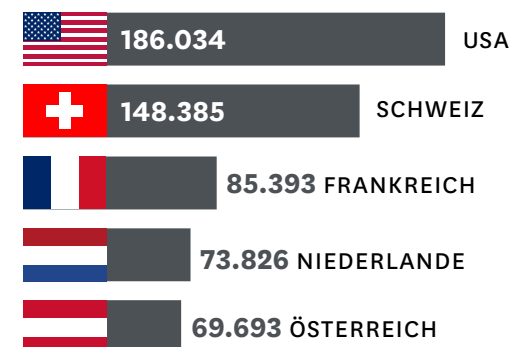


## STUTTGART



Insgesamt > **1,33 MILLIONEN**  
internationale Übernachtungen

## TOP 5 MÄRKTE AUS DEM AUSLAND

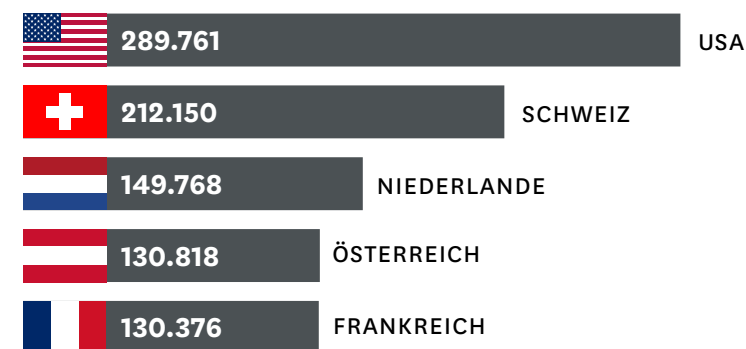


## REGION STUTTGART



Insgesamt > **2,35 MILLIONEN**  
internationale Übernachtungen

## TOP 5 MÄRKTE AUS DEM AUSLAND



# BETTENANGEBOT UND BETTENAUSLASTUNG

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

## BETTENANGEBOT

STUTTGART



REGION STUTTGART



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

## BETTENAUSLASTUNG

50,7%

STUTTGART

39,5%

REGION STUTTGART



© Aparthotel Adagio

# GÄSTEBEWERTUNG – HOTELLERIE

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

## TRUSTSCORE ANALYSE 2025

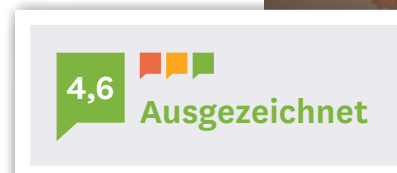
| max. 100         | STUTTGART      | REGION STUTTGART |
|------------------|----------------|------------------|
| Gesamtnote       | <b>78,32</b>   | <b>81,71</b>     |
| Weiterempfehlung | <b>81 %</b>    | <b>82 %</b>      |
| Preis-Leistung   | <b>90</b>      | <b>91</b>        |
| Antwortquote 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



Quelle: Reporting | Trust You 2025

## WIDGET-EINSATZ AUF DER HOTELBUCHUNGSSEITE STUTTGART-TOURIST.DE

Beispiel  
RiKu Hotel  
Göppingen



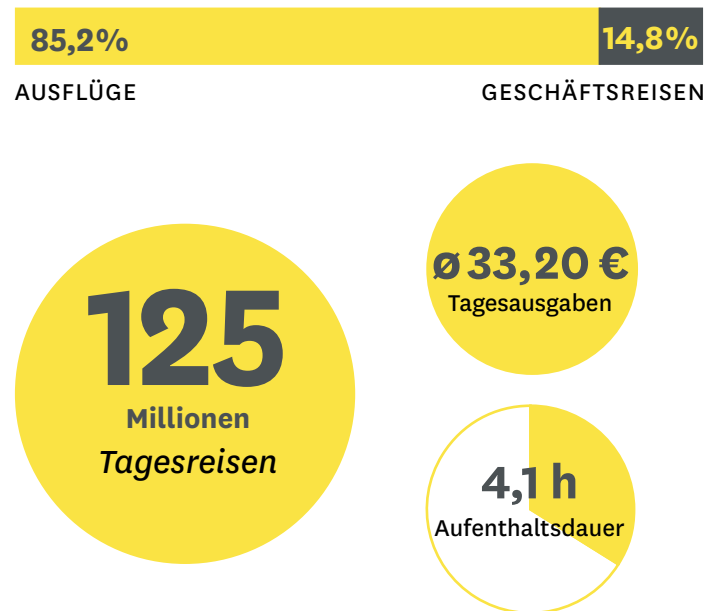
# TRUSTYOU

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

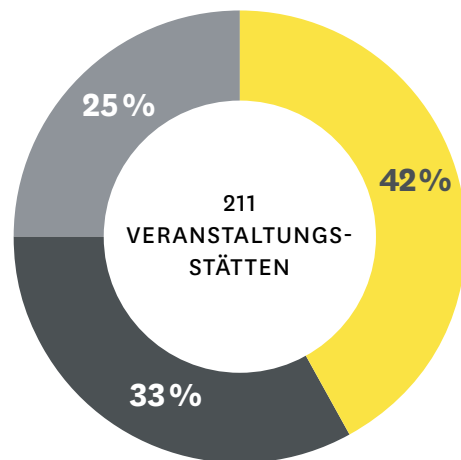
**44.719** Veranstaltungen

85 % PRÄSENZ

15 % HYBRID

**11,38 Mio.**  
Teilnehmende

## ANGEBOTSSITUATION

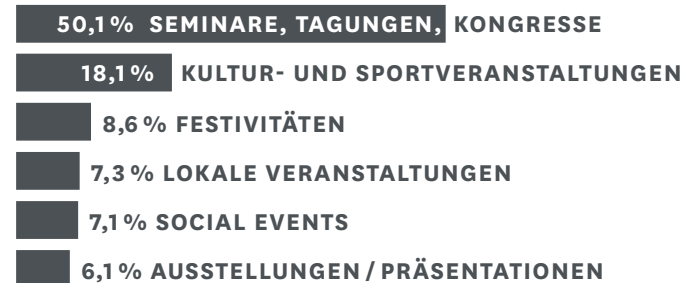


88 EVENTLOCATIONS  
69 VERANSTALTUNGSZENTREN  
54 TAGUNGSHOTELS

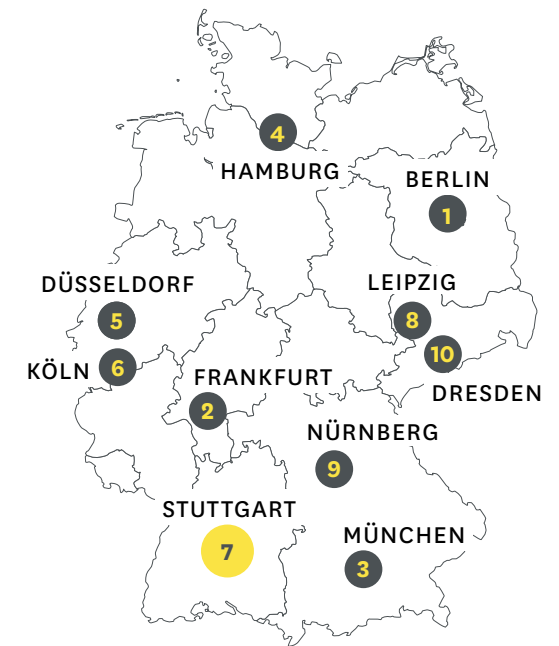
## WICHTIGSTE KUNDEN



## 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

Datengrundlage: Erhebung vom 17.10. – 31.12.2025

## 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



**281.600**

*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 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

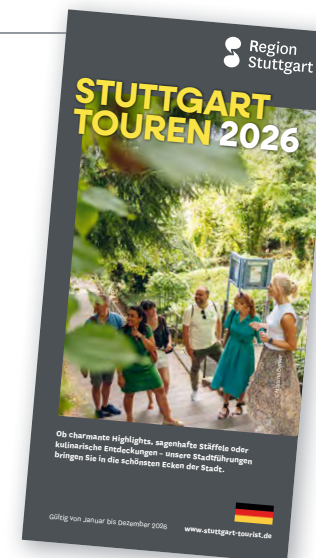
Öffentliche Touren 14.570

**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

**79** Partner

**24** Verkaufsstellen

über **75.000** Nutzungen

über **9.500**  
verkaufte Karten

**+ 19 %** vgl. 2024



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](https://erlebniscard-stuttgart.de)

# 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).

**18** Präsenz in **12** Märkten  
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

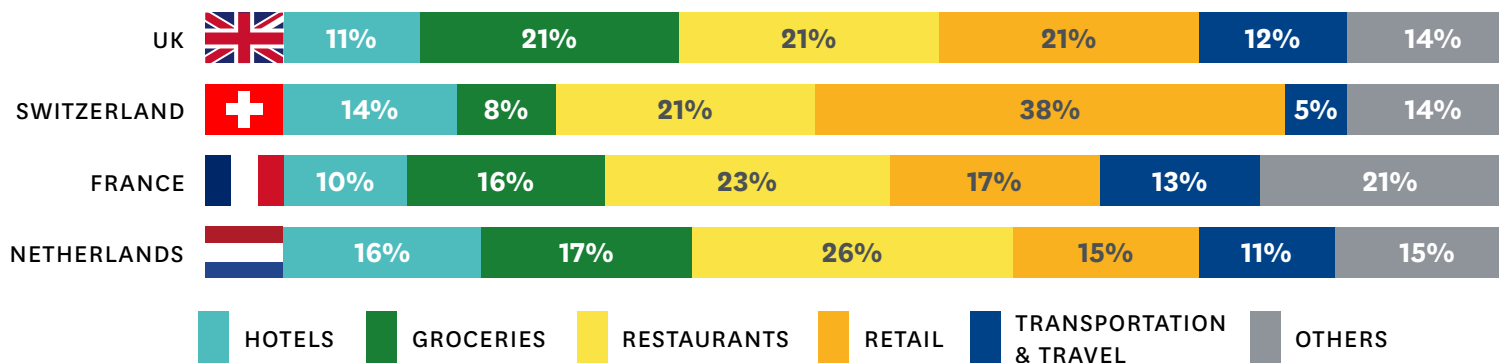
Deutschland  
Das Reiseland



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-Kooperation die Positionierung Stuttgarts als Flugdestination weiter gestärkt.

# PRESSE

*Ganzjährige Presseaktivitäten – regional, national und international*



**50** Pressemitteilungen

**37** Reisen mit  
54 Medienvertretenden

**899** Pressebelege



länderspiegel

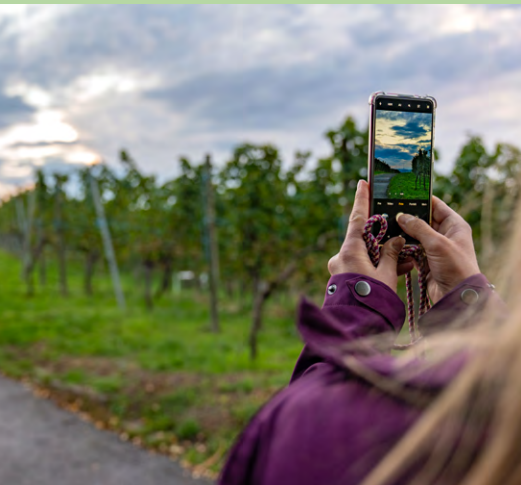
**Carolyn Hayes**  
Stuttgart-Marketing GmbH

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

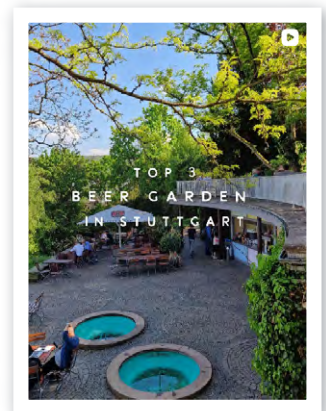
 @stuttgarttourismus  
@erlebnisregionstuttgart

 @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

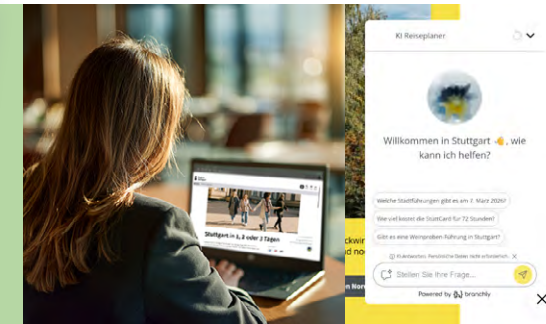
- ErlebnisCard
- Ausflugsziele
- Veranstaltungskalender

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 – STUTTGARTER LIEBLINGSVIERTEL

Bei den „Stuttgarter 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 Stuttgarter  
Osten online!

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

## STUTTGARTER 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:

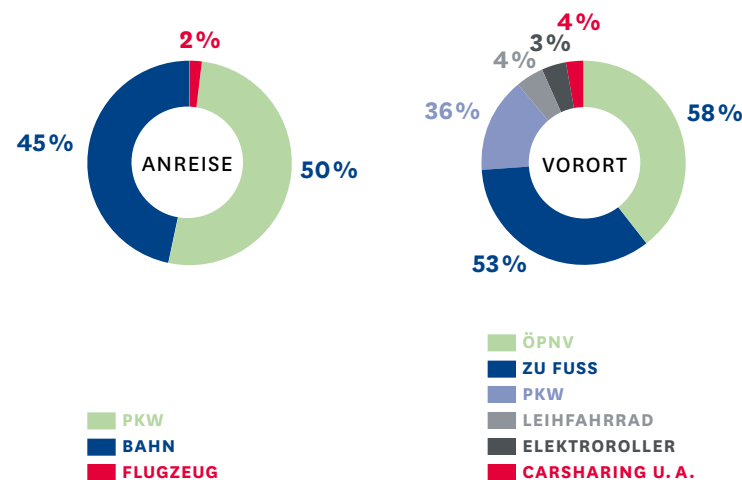


Nachhaltiges Reiseziel  
Region Stuttgart



EMAS-  
Zertifizierung

## MODALSPLIT IM ÜBERNACHTUNGS-TOURISMUS STUTTGART 2025



## AUFENTHALTSDAUER 2025 REGION STUTTGART



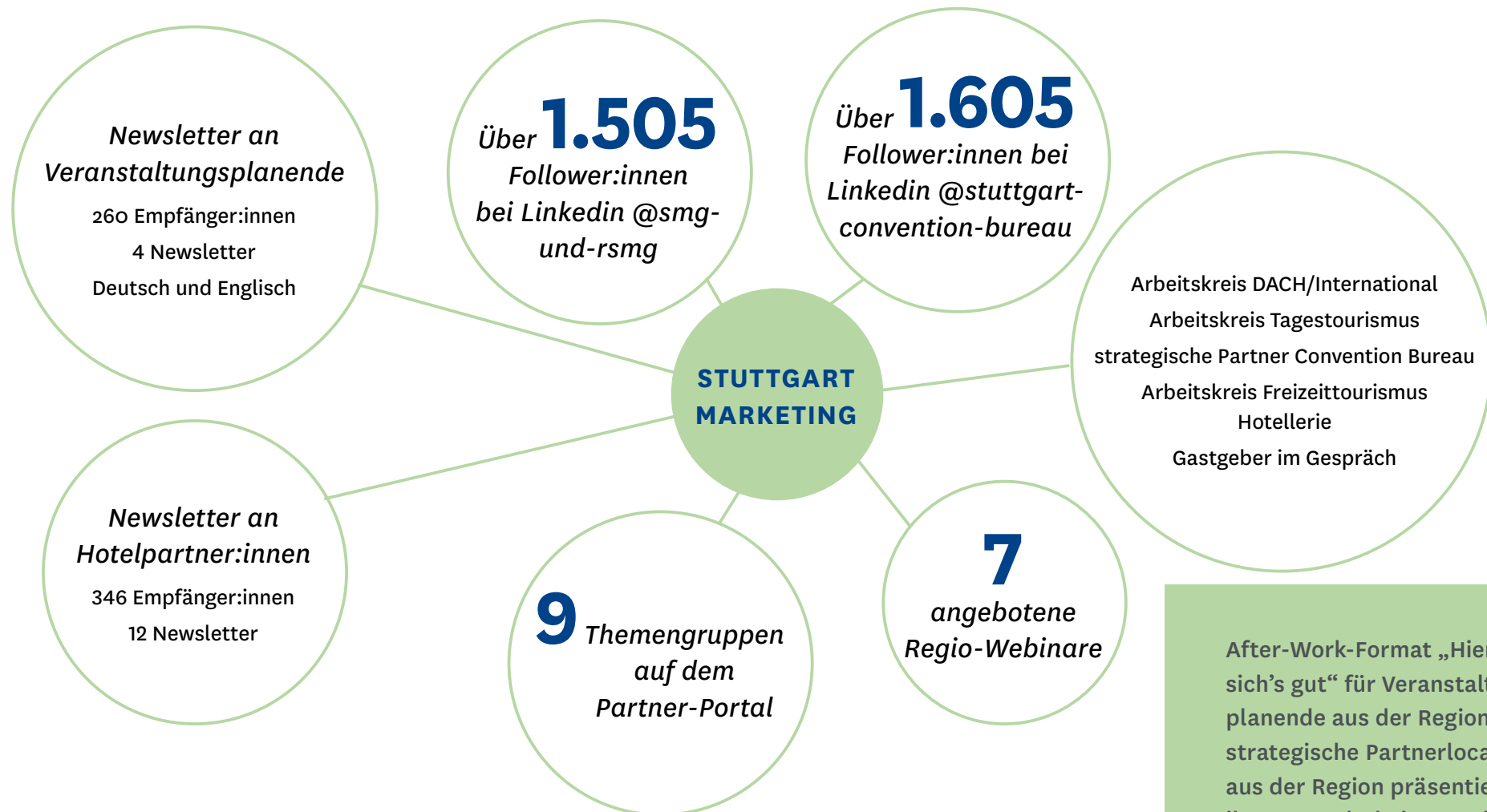
Barrierefreiheit  
geprüft



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 (2025)**

Tagesreisenmonitor Region Stuttgart 2024

## **dwif e.V. – Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (2024)**

Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Region Stuttgart 2023

# KONTAKT

## **Stuttgart-Marketing GmbH**

Hilke Langer | Svenja Heinzelmann

+ 49 (0)711 22 28 102

[www.stuttgart-tourist.de](http://www.stuttgart-tourist.de)