

„Die ganze Stadt ein Stadion“ – Countdown zur UEFA EURO 2024**Stuttgart-Marketing GmbH zieht alle Marketingregister für die Host City Stuttgart**

In wenigen Tagen kleidet das Host City Dressing Stuttgart in blau und wird an allen Ecken der Stadt auf das Großereignis aufmerksam machen. Stuttgart-Marketing schnürt ein ganzes Paket an Marketingmaßnahmen und Angeboten für die EM-Gäste. Oberstes Ziel: Langfristig einen positiven Effekt aus der UEFA EURO 2024 erzielen und ein perfekter Gastgeber sein, im Juni und Juli und natürlich auch darüber hinaus. National und international haben Medien und Influencer bereits Lust auf einen Stuttgart-Besuch gemacht. Jetzt geht es um die Willkommenskultur vor Ort.

Im Zuge der WM vor 18 Jahren erlebte Stuttgart einen touristischen Aufschwung von herausragendem Maße. Das Sommermärchen führte in der Landeshauptstadt im WM-Monat und im WM-Jahr zu einer großen Steigerung des Übernachtungsvolumens insgesamt, besonders aber auch der relevanten Quellmärkte, wie beispielsweise die Niederlande. Für die positive Weiterentwicklung in den Folgejahren war die WM mit all ihren Facetten bedeutender Impuls. In wenigen Wochen wird Stuttgart als eine der zehn Host Cities wieder einen Monat lang im medialen, weltweiten Rampenlicht stehen. Erwartet werden anlässlich der UEFA EURO 2024 Hunderttausende Fußballbegeisterte und die ganze Stadt wird zum Stadion. „Wir freuen uns auf die Europameisterschaft. Stuttgart kann Großveranstaltungen und Stuttgart kann feiern – das wollen wir der Welt zeigen. Wir begrüßen die Gäste aus aller Welt herzlich und möchten gleichzeitig all denjenigen, die nicht nach Stuttgart kommen können, zeigen, was sie hier verpassen“, so Andrea Gehrlach, Prokuristin und Marketingleiterin der Stuttgart-Marketing GmbH.

Stuttgart-Marketing nutzt die UEFA EURO 2024 als Chance, Stuttgart auch langfristig national und international zu positionieren, die Stadt als Städtereiseziel nachhaltig auf der touristischen Landkarte zu verankern und das Image der Landeshauptstadt weiter auszubauen. „Die öffentlichkeitswirksame Aufmerksamkeit rund um das Fußball-Großereignis ist ein starker Motor, um auf die touristischen Aspekte der Stadt aufmerksam zu machen. Sie dient als ideale Steilvorlage für unser Ziel, das nationale und internationale Übernachtungsaufkommen auch nach der Europameisterschaft langfristig zu steigern. Natürlich erhoffen wir uns eine ähnlich starke und positive touristische Langzeitwirkung wie wir sie 2006 erlebt haben“, betont Andrea Gehrlach.

Im Rahmen der Host City Stuttgart zeichnet Stuttgart-Marketing für das Gesamtmarketingkonzept verantwortlich. Sowohl regional als auch national und international. Das übergeordnete

kommunikative Dach bildet dabei der Slogan „Die ganze Stadt ein Stadion“. In Kürze wird dieser überall zu lesen sein. Er beschreibt die DNA und spezielle „Arena-Topografie“ Stuttgarts und verknüpft diese mit der EM und dem Fußballfeeling in der Innenstadt. „Angelehnt an die besondere topographische Lage wird unsere Stadt mit einem/dem Stadion gleichgesetzt: Die UEFA EURO 2024 findet in der gesamten Stadt mit all ihren Aktivitäten statt und wir zeigen den Besuchenden unser ‚Stadion‘“, erklärt Andrea Gehrlach.

In nationalen und internationalen Medienberichten wurde „das Stadion Stuttgart“ mit all seinen touristischen Vorzügen bereits durch PR-Aktivitäten im Vorfeld platziert. Auch zahlreiche Influencer aus verschiedenen europäischen Märkten haben auf ihren Kanälen begeistert über die Host City berichtet, die Vorfreude aufs Fußball-Event gesteigert und auch darüber hinaus die Neugier und Lust auf einen Besuch in der Stadt geweckt.

Jetzt wird die Vorfreude vor Ort sichtbar und das EM-Feeling spürbar. Stuttgart-Marketing setzt den Claim „Die ganze Stadt ein Stadion“ konkret in Szene und taucht die Stadt in das Host City Dressing der UEFA. In Kürze kleidet dieses Stuttgart ganz in blau, heißt die Fußball-Gäste willkommen und lädt sie zum gemeinsamen Feiern ein.

Mehr Informationen: www.stuttgart-tourist.de / www.stuttgart-tourist.de/em2024-in-stuttgart