

Stuttgart bietet Gästen verlockenden Veranstaltungskalender

Halbjahresbilanz: Tourismus zeigt sich robust

Der Stuttgart-Tourismus stand im ersten Halbjahr 2025 im Zeichen starker Messen, Kongresse und auch touristischer Veranstaltungen, die in einzelnen Monaten zu einer starken Nachfrage führten. Eine gute Prognose für den deutschen Städtetourismus und weitere Veranstaltungs-Highlights im zweiten Halbjahr geben Anlass für einen positiven Blick auf das Tourismusjahr 2025.

Von Januar bis Juni 2025 wurden in den 162 Stuttgarter Beherbergungsbetrieben mit rund 24.000 Betten (Gesamtregion Stuttgart: 763 Betriebe mit 65.000 Betten) insgesamt 2,17 Mio. Übernachtungen (Gesamtregion Stuttgart: 4,46 Mio.) gezählt. Das entspricht einem Rückgang von 2 Prozent bzw. 4 Prozent in der Gesamtregion gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Während der Inlandtourismus in Stuttgart um knapp 1 Prozent zulegte, gingen die Übernachtungen internationaler Gäste um 9 Prozent zurück. Der Anteil an Übernachtungen aus dem Ausland liegt bei 27 Prozent. Die meisten Übernachtungen wurden von Gästen aus den USA, der Schweiz und Frankreich gebucht.

Die ersten Monate des Jahres 2025 waren geprägt von besucherstarken Fachmessen aus den Branchen Medizin und Automobilindustrie. Sie sorgten im Januar, April und Mai für ein leichtes Übernachtungsplus in den Stuttgarter Beherbergungsbetrieben. Im Juni fiel die Bilanz hingegen deutlich schwächer aus: Fast ein Drittel weniger Übernachtungen ausländischer Gäste im Vergleich zum Juni 2024 verdeutlichen, wie außergewöhnlich stark die UEFA EURO 2024 im Vorjahr die Hotellerie beflügelte hatte.

Veranstaltungen bleiben ein zentraler Anlass für überregionale und internationale Gäste, Stuttgart zu besuchen. Der Sommer startete im Juni mit zwei ausverkauften Ed-Sheeran-Konzerten, gefolgt von einem Iron Maiden-Konzert im Juli. Beide Veranstaltungen sorgten für ausgeprägte Hotelauslastungen von 80-85 Prozent. Ebenfalls im Juli begeisterten die Jazzopen Stuttgart mit Stars wie Lionel Richie Musikfans aus dem In- und Ausland und festigten damit Stuttgarts Ruf als Konzertmetropole. Insbesondere dieses renommierte Musikfestival oder auch die Jubiläumsausstellung „Doppelkäseplatte“ im Kunstmuseum rückte die Stuttgart-Marketing GmbH in den Fokus ihrer Marketingkampagne „Stuttgart-Champions“. Im zweiten Halbjahr stellt sie die Publikumsmagnete Stuttgarter Weindorf, Wasen Stuttgart und Stuttgarter Weihnachtsmarkt in den Mittelpunkt.

Ein neues Highlight im Eventkalender 2025 ist die Premiere des Football Championship Game der European League of Football (ELF) am 7. September in der MHP Arena. Durch die zeitliche Nähe zum Weindorf bieten sich den Gästen attraktive Kombinationsmöglichkeiten.

„Veranstaltungen sind ein wesentlicher Treiber für den Tourismus nach Stuttgart – sowohl im Geschäfts- als auch im Freizeittourismus. Gleichzeitig tragen sie entscheidend zur Lebensqualität unserer Einwohnerinnen und Einwohner bei. Um den Aufenthalt unserer Besuchenden perfekt abzurunden und den Gästen noch mehr von Stuttgart zu zeigen, entwickelt die Stuttgart-Marketing GmbH Produkte wie die StuttCard oder attraktive Touren wie die Stuttgart Citytour. Die Nachfrage ist gut. Unser Projekt Lieblingsviertel ist zu einem Lieblingsangebot geworden. Information und Verkauf erfolgen künftig an unserem neuen Standort am Marktplatz: Das Haus des Tourismus wird schon bald ein stark nachgefragter Treffpunkt für Stuttgart-Erlebnisse sein“, so Armin Dellnitz, Geschäftsführer der Stuttgart-Marketing GmbH.

Quelle: Stat. Landesamt Baden- Württemberg	Übernachtungen Jan-Juni 2025	Vgl. Vorjahreszeitraum
Stuttgart	2.172.682	– 2,1
Region Stuttgart	4.460.316	– 4,0

Mehr Informationen unter:

www.stuttgart-tourist.de

www.stuttgarttouren.de

www.stuttgart-citytour.de

www.stuttcard.com

www.lieblingsviertel-stuttgart.de