

Press Release

Haus des Tourismus Stuttgart

House of Tourism Stuttgart

Für die Presse steht zum Zwecke der Berichterstattung honorarfreies Bildmaterial über den Link oder den QR-Code zum Download bereit; die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

<https://we.tl/t-3e6SmBHWwi>



Haus des Tourismus Stuttgart

House of Tourism Stuttgart

CLIENT
Stuttgart-Marketing GmbH

LOCATION
Stuttgart, Germany

YEAR
2025

FACTS & FIGURES
Total area i-Punkt: 270 m²
Total area office: 1,380 m²

TEAM
Arsen Aliverdiiev
Manu Dhanked
Gunter Fleitz
Christelle Foulon
Sophie Hillebrand
Peter Ippolito
Andrea Martinez
Isabel Pohle
Markus Schmidt

PARTNER
asp Architekten | Architecture
Studio Tillack Knöll | Wayfinding, Spatial graphics

PHOTOGRAPHY
Philip Kottlorz
mail@philipkottlorz.com

SOCIAL MEDIA
 [@ippolitofleitzgroup](#)
 [@philipkottlorz](#)
 [@stuttgarttourismus](#)
 [@asparchitekten](#)
 [@studiotillackknoell](#)

 [@ippolito-fleitz-group-gmbh](#)
 [@philip-kottlorz-7902b686](#)
 [@smg-und-rsmg](#)
 [@asp-architekten-stuttgart](#)



1609_Haus-des-Tourismus-
Stuttgart_kottlorz-18.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_kottlorz-01.jpg —
Photo © Philip Kottlorz

1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_
kottlorz-06.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-
Stuttgart_kottlorz-04.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-
Stuttgart_kottlorz-05.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_kottlorz-07.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_kottlorz-03.jpg —
Photo © Philip Kottlorz

1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_kottlorz-08.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-
Stuttgart_kottlorz-12.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-
Stuttgart_kottlorz-13.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-
Stuttgart_kottlorz-15.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_kottlorz-11.jpg —
Photo © Philip Kottlorz

1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_kottlorz-10.jpg —
Photo © Philip Kottlorz



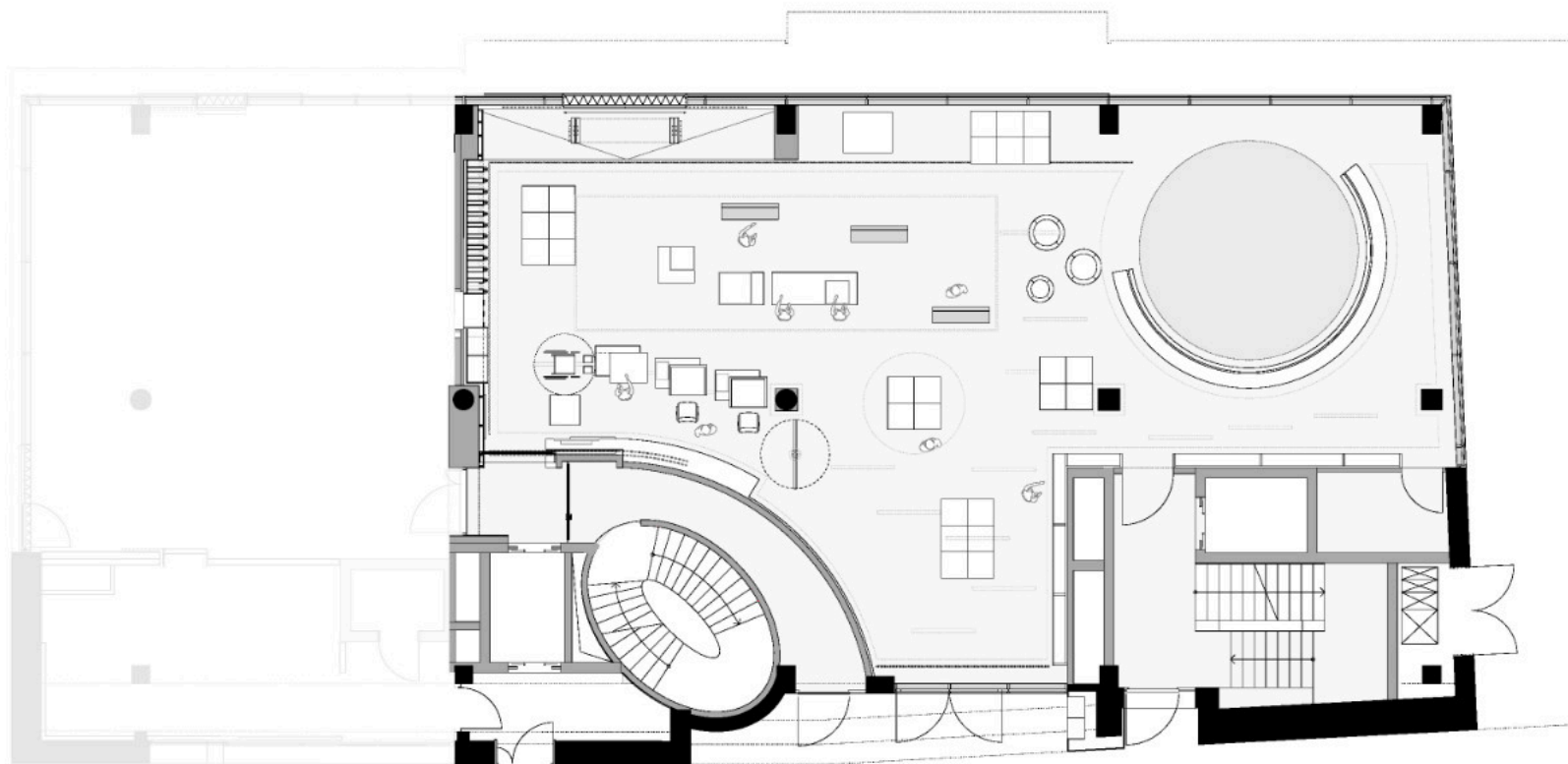
1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_kottlorz-20.jpg —
Photo © Philip Kottlorz

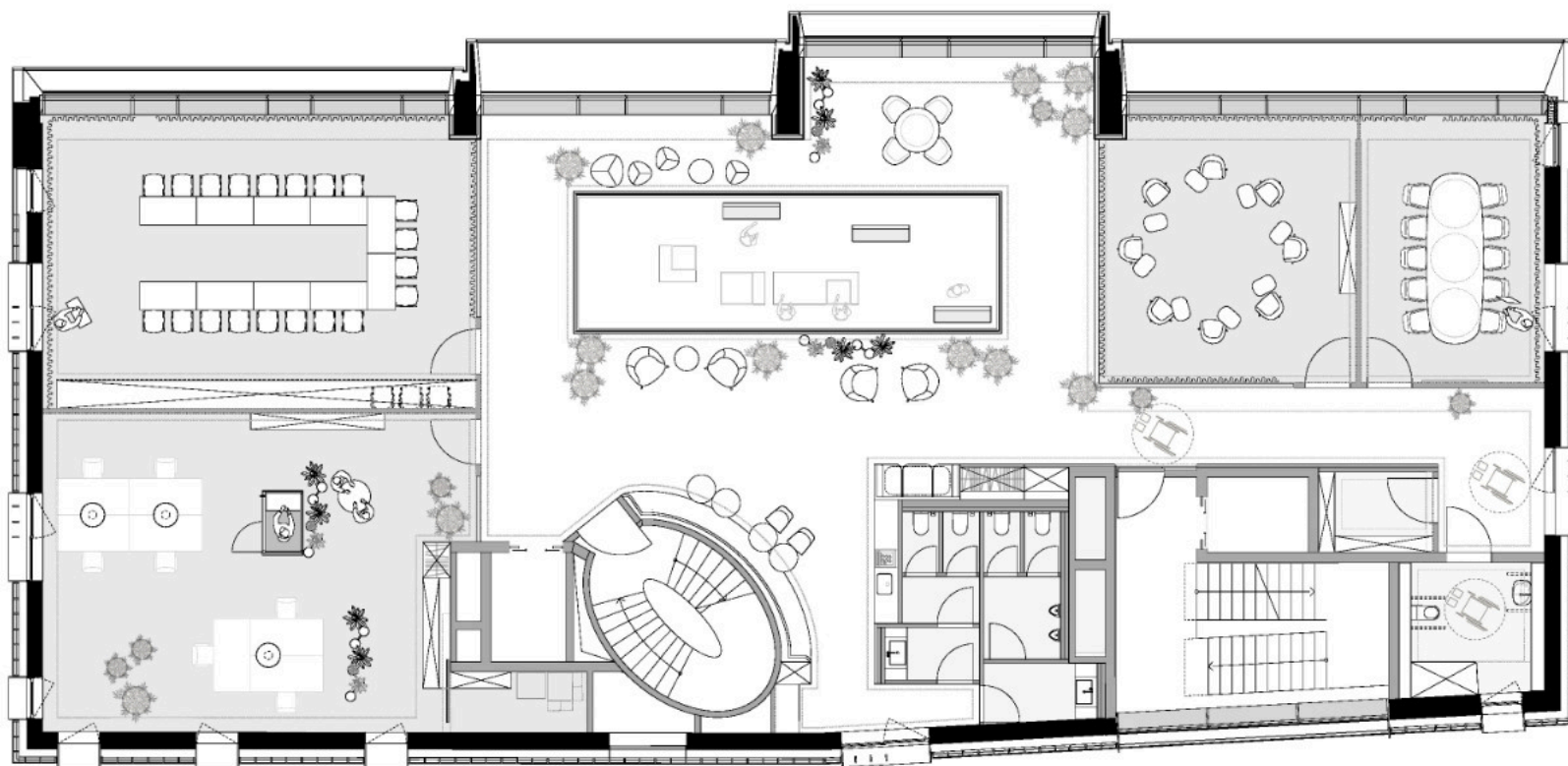


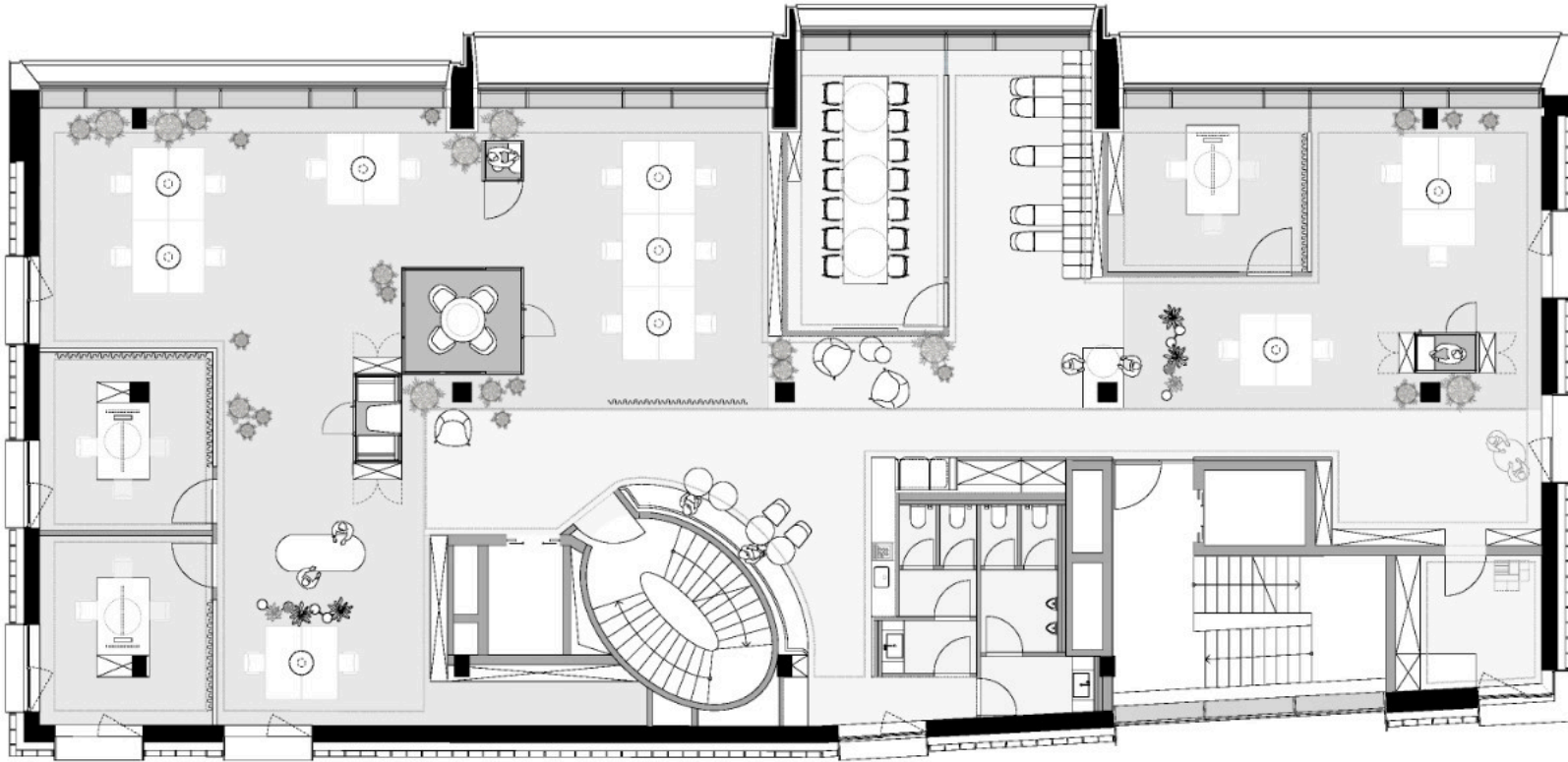
1609_Haus-des-Tourismus-Stuttgart_kottlorz-19.jpg —
Photo © Philip Kottlorz

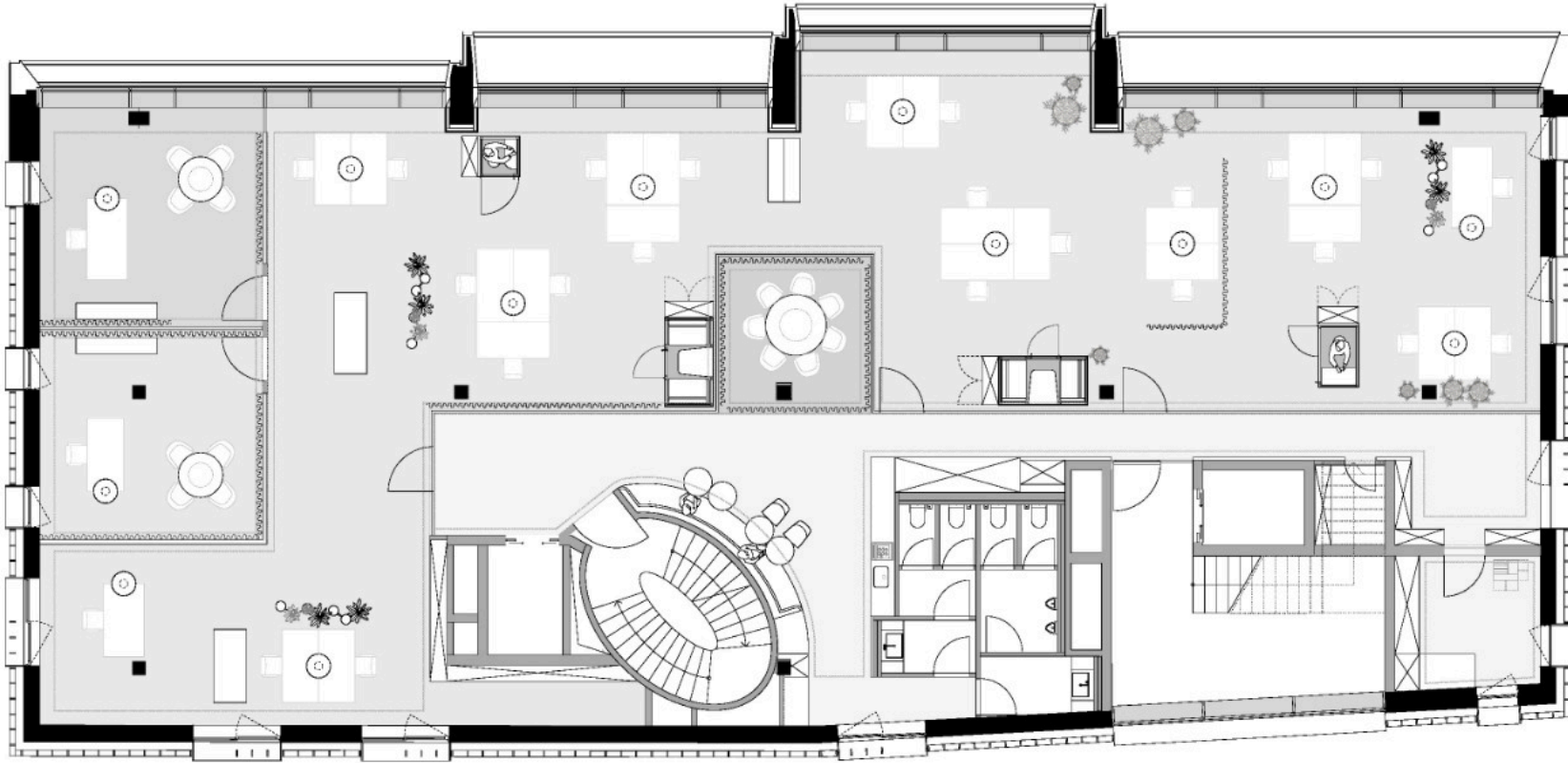


1609_Haus-des-Tourismus-
Stuttgart_kottlorz-25.jpg —
Photo © Philip Kottlorz









Haus des Tourismus Stuttgart

Auf dem Marktplatz schlägt das Herz Stuttgarts – für Einheimische genauso wie für die Gäste der Stadt. Hier findet der Wochenmarkt statt, genauso wie das Weindorf oder der Weihnachtsmarkt, die Besucher aus der ganzen Welt anlocken. Am Puls der Stadt bezieht das „Haus des Tourismus“ das Gebäude des ehemaligen Modehauses Breitling; Ippolito Fleitz Group gestaltet die Innenarchitektur der Touristinfo und der Arbeitswelten.

Die täglich geöffnete Tourist-Information „i-Punkt“ im Erdgeschoss wird zum wichtigen Kontaktpunkt für die Gäste der Stadt. Mit zwei Gastronomien im Erdgeschoss und auf dem Dach des Hauses und den öffentlich nutzbaren Räumen in den Arbeitswelten der Stuttgart-Marketing GmbH schafft das „Haus des Tourismus“ aber auch vielfältige Angebote für die Stuttgarter selbst. Es ist damit Startpunkt und Treffpunkt, adressiert verschiedene Nutzergruppen und schafft so einen neuen lebendigen Ort mitten im Zentrum der Stadt.

Eine bunte Mischung aus Nachkriegsgebäuden säumt den Stuttgarter Marktplatz, dessen eine Längsseite die Fassade des Rathauses aus den 1950er-Jahren dominiert. Daneben schließt das ehemalige Modehaus Breitling die Stirnseite des

Marktplatzes ab. Nach dessen Geschäftsaufgabe entschied die Stadt, diesen zentralen Ort mit dem Haus des Tourismus als attraktive Anlaufstelle für seine Bewohner wie seine Gäste neu zu beleben. Die umfangreiche Sanierung des Gebäude durch asp Architekten setzt auf einen maximalen Erhalt der Ressourcen und Erweiterungen mit biobasierten Materialien wo nur möglich.

Die neue Fassade zum Markt strukturieren charakteristische Rahmenkonstruktionen in vier vertikale Elemente mit perspektivischen Zuschnitten. Diese fokussieren auf die großzügigen Fensterfronten und die dahinterliegenden Innenräume, die damit selbst zum lebendigen Teil der Fassaden-Bespielung werden und neugierig machen.

Die Touristinfo i-Punkt

Auf dem Weg zum populären Kaufhaus Breuninger passieren zahlreiche Einkaufsbummler wie Flaneure das Haus des Tourismus. An dieser prominenten Gebäudeecke öffnet sich eine interaktive Bühne nach außen. Auf einer großformatigen LED-Wand werden Image-Filme in einem kinoartigen Präsentationsraum gezeigt – und das auch außerhalb der Öffnungszeiten. Der Ort eignet sich für digitale wie physische Inszenierungen gleichermaßen. Für die Bespielung mit

hochwertigem Content sorgen u.a. die verschiedenen regionalen Markenpartner, die zudem einen regelmäßigen Wechsel im Programm garantieren. Hier bleibt man stehen, informiert sich und kommt gern zurück, um sich aufs Neue überraschen zu lassen.

Außenwirkung in Richtung Marktplatz erzeugt außerdem ein hoher Luftraum im Inneren, der sich vom i-Punkt im Erdgeschoss in die erste Etage öffnet. Ikonische Stelen gliedern den Bereich und vergrößern den Raum in der Vertikalen, eine Wirkung, die durch die Spiegeldecke darüber dramatisch verstärkt wird. Auf ihren dem Markt zugewandten Seiten werben die Stelen mit großformatigen Motiven für die Attraktionen der Region. Auf der Rückseite schaffen Regalsysteme einen ruhigen Rahmen für die Vielfalt an Informationsmaterial.

Die Touristinfo ist das Herzstück des Gebäudes und ein klarer Identitätsstifter. Die gesamte Präsentation der Produkte wie der Infomaterialien wird in eine einheitliche wie eindruckliche, nach außen hin ablesbare Form mit starkem Absenderverhalten und hohem Kaufimpuls nach innen übersetzt. Digitale und analoge Medienflächen werben für Stuttgart, die Region und das

Urlaubsland Baden-Württemberg. Die Bereiche für Information, Verkauf und die Angebote der Markenpartner sind klar gegliedert. Durch die flexiblen Präsentationsmöbel lässt sich der Raum schnell verändern und weiterentwickeln.

Regionale Produkte sind ein wichtiger Botschafter, von denen es im i-Punkt ein breites Angebot gibt. Hier gehen nicht nur die Gäste der Stadt gern auf Entdeckungsreise nach Erinnerungen zum Mitnehmen, sondern auch Einheimische finden schnell ein passendes Geschenk und Stuttgart-Mitbringsel. Handwerk, Kulinarik und Souvenirs werden auf den verschiedenen Tresen präsentiert. Ein großes Weinregal zeigt die Vielfalt regionaler Winzer und etabliert Stuttgart und die Region als Ziel für Genussreisende. Ein integriertes Fenster ins benachbarte Restaurant animiert dazu, sich davon gleich in der Praxis zu überzeugen.

Arbeitswelten im Haus des Tourismus

Vom i-Punkt aus blickt man durch die Verglasung des offenen Atriums in die Flächen der ersten Etage. Dort werden Besprechungs-, Workshop- und Veranstaltungsräume sichtbar. Diese sind Bestandteil der Arbeitswelten für Stuttgart

Marketing, werden aber auch an externe Interessierte vermietet: Denn das Haus des Tourismus versteht sich als offenes Haus mit Angeboten für eine breite Nutzung. Die drei mietbaren Flächen sind unterschiedlich konfiguriert. Allen gemein ist der herrliche Ausblick auf das Treiben auf dem Marktplatz. Farb- und Materialwelt sind aus den Corporate-Farben der Stuttgart Marketing GmbH abgeleitet und bieten damit ein Identifikationsmoment für die Mitarbeitenden.

Die auf drei Geschosse verteilten Arbeitswelten der Stuttgart Marketing GmbH und des Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) bieten ein breites Angebot für unterschiedliche Modi der Arbeit: von konzentriert und kreativ bis kollaborativ und kommunikativ. Um den ovalen Treppenhaukern, ein Relikt des Bestandsgebäudes, sind auf allen Etagen die Teeküchen und Pausenbereiche organisiert. In die ovale Rückwand sind jeweils ein Alkoven und ein setzkastenartiges Regal integriert. Im Regal werden verschiedene Objekte präsentiert, die einen eigenen Erzählstrang als verbindendes Element über die Etagen eröffnet.

Und dann wäre da noch der allgegenwärtige Ausblick auf den Markt. Intensiver kann man das Leben und den Puls der Stadt kaum spüren. Und näher kann man dem Thema und der Aufgabe der eigenen Arbeit kaum sein.

House of Tourism Stuttgart

The beating heart of Stuttgart is its market square – a vibrant meeting place for locals and visitors alike. Home to the weekly farmers’ market, the wine village and the world-famous Christmas market, it captures the city’s pulse throughout the year. It is here that the House of Tourism has found its place, in a building that once housed the Breitling clothing store. Ippolito Fleitz Group was commissioned to design the interiors of both the tourist information centre and the associated work environments.

The i-Punkt tourist information centre on the ground floor is open daily as the city’s primary point of contact for visitors. With two food outlets, one at street level and another on the rooftop, as well as publicly accessible workspaces for Stuttgart Marketing GmbH, the House of Tourism also has much to offer the people of Stuttgart themselves. More than a service hub, it acts as a starting point and a meeting place, responding to the needs of diverse user groups and creating a lively, contemporary focal point in the heart of Stuttgart.

A colourful mix of post-war architecture defines Stuttgart’s market square, with the 1950s city hall façade commanding one of its long sides. At the top of the square, the former Breitling

clothing store completes the ensemble. Following the store’s closure, the city seized the opportunity to revitalise this prime location with the House of Tourism as an inviting destination for both residents and visitors.

Its extensive refurbishment, led by asp Architekten, focused on resource conservation and the use of organic-based materials wherever possible. Facing the market, the new façade is characterised by four vertical frame elements with dynamic perspective cutouts. These frame generous window fronts that open up views into the interior, allowing the activity within to become part of the façade itself – creating a sense of transparency, curiosity and connection between inside and out.

The i-Punkt tourist information centre

Countless shoppers and strollers pass by the House of Tourism on their way to the city’s popular Breuninger department store. At this prominent corner, an interactive stage opens the building to the outside world. Inside, a cinematic presentation space features a large-format LED wall that screens image films – even outside opening hours – drawing attention in from the street. Designed for both digital and physical presentations, the space hosts high-quality content from

regional brand partners, ensuring a continually evolving programme that invites people to pause, watch and return for more.

The vertical interplay of space adds another layer of visual impact. The soaring air space inside rises upwards from the street-level i-Punkt to the first floor, articulated by iconic columns that accentuate the height and rhythm of the interior. A mirrored ceiling amplifies this effect, creating a sense of expansiveness and reflection. Facing the market, the columns feature large-scale motifs showcasing the region’s attractions, while their reverse sides integrate shelving systems that form a calm, ordered backdrop for a diverse selection of information material.

As the heart of the House of Tourism, the i-Punkt defines the building’s identity and public presence. The presentation of products and information is unified through a coherent design language that communicates outward with clarity and inward with a strong purchase appeal. Digital and analogue media surfaces promote Stuttgart, the surrounding region and the wider state of Baden-Württemberg as holiday destinations. Clearly structured zones for information, retail and brand

partner offers ensure intuitive orientation, while flexible presentation furniture allows the space to be easily reconfigured for changing needs.

Regional products take centre stage in the i-Punkt as authentic ambassadors of place. Visitors and locals alike will find a curated selection of handcrafted items, culinary specialities, gifts and souvenirs. Generous display counters and a striking wine rack celebrate the diversity of regional winegrowers, positioning Stuttgart and its region as a destination for design-conscious foodies. A framed view into the adjacent restaurant completes the experience, encouraging guests to experience the city's flavours for themselves.

Work environment for Stuttgart Marketing

From the i-Punkt, visitors can see through the glass walls of the open atrium into the spaces on the first floor, where meeting, workshop and event rooms are located. These areas form part of the work environment for Stuttgart Marketing, but are also rented out to external parties. True to its name, the House of Tourism positions itself as an open centre – flexible, inclusive and suited to a wide range of purposes. The three rentable areas are

each configured differently, yet share one defining feature: a sweeping view of the lively market square. The colour and material palette is derived from the corporate colours of Stuttgart Marketing GmbH, engendering a sense of belonging and visual coherence for employees. The work environments of Stuttgart Marketing GmbH and Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) extend across three floors, supporting a wide range of work modes: from concentrated and creative to collaborative and communicative. Tea kitchens and informal break areas on each floor are organised around the oval stairwell, a feature of the existing building. Within its curved rear wall, an alcove and a box-like shelving unit integrate both function and storytelling, displaying curated objects that weave a continuous narrative thread between the floors.

And everywhere, the view of the market square is ever-present. Here, the pulse of Stuttgart can be seen and felt at first hand and in real time, aligning the workspace's atmosphere and purpose with the very essence of the city it represents.

Any questions or feedback? Please contact Wieland Höhne

Tel +49 (0)711 | 99 33 92 334 | press@ifgroup.org

Ippolito Fleitz Group — Identity Architects
Augustenstraße 87
70197 Stuttgart, Germany
T + 49 (0)711 | 99 33 92 330
www.ifgroup.org

Press contact asp Architekten

Nadine Funck
Tel.: +49 176 986 654 91
E-Mail: nadine.funck@asp-architekten.de

Press contact Stuttgart-Marketing GmbH

Tel.: +49 711 22 28 222
www: presse.stuttgart-tourist.de
E-Mail: presse@stuttgart-tourist.de

Copyright

Alle Bilder dürfen im Rahmen der Berichterstattung über das Projekt und/oder die Ippolito Fleitz Group honorarfrei publiziert werden. Für alle anderen Verwendungszwecke müssen die Rechte direkt mit den Fotografen geklärt werden.

/

All images may be published free of charge in connection with news coverage of the project and/or the Ippolito Fleitz Group. For any other use, the rights to the images must be clarified directly with the photographers.