

UEFA EURO 2024 und starke Messen beflügeln Stuttgart-Tourismus

Touristische Halbjahresbilanz 2024 mit beeindruckenden Ergebnissen

Mit 2,21 Millionen Übernachtungen in Stuttgarter Beherbergungsbetrieben konnte ein Plus von 18,1 Prozent im ersten Halbjahr 2024 im Vergleich zum Vorjahr erzielt werden. Die Landkreise in der Region erreichten gemeinsam mit der Landeshauptstadt 4,6 Millionen Übernachtungen und ein Plus von 11,3 Prozent. Die UEFA EURO 2024 sowie besucherstarke überregionale Messen bescherten dem Juni ein Rekordergebnis.

Der Tourismus in der Landeshauptstadt Stuttgart ist auf Erfolgskurs und verzeichnet eine ausgesprochen erfreuliche Halbjahresbilanz. Alle sechs Monate weisen große Zuwächse auf und liegen nach Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg damit weit über den Ergebnissen 2023 und auch den 2019-Werten. Hervorzuheben ist der Februar, der mit der IKA, der Intergastra und nicht zuletzt der R&T ein hohes Übernachtungsvolumen (362.102) und eine enorme Steigerung von 40,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielte. Volumenstärkster Monat (413.554 Übernachtungen) war dennoch der von der UEFA EURO 2024 und zahlreichen aussteller- und besucherstarken Messen (bspw. Battery Show Europe, MedtecLive, Surface Technology GERMANY) geprägte Juni 2024. In diesem Monat verbuchten die Stuttgarter Beherbergungsbetriebe rund 20 Prozent mehr Gäste (Ankünfte in den Übernachtungsbetrieben) und 25 Prozent mehr Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahresmonat. Wachstumstreiber waren insbesondere die internationalen Übernachtungen (Plus 64 Prozent) – vor allem der Nationen, die bei der Europameisterschaft in Stuttgart spielten: allen voran Schottland, in der Statistik zu Großbritannien zählend (28.576 Übernachtungen), Dänemark (11.153 Übernachtungen), Ungarn (8.872 Übernachtungen), Belgien (5.503 Übernachtungen) und Slowenien (3.703 Übernachtungen), alle mit großen dreistelligen Zuwachsraten. Zahlreiche Ticketkäufer:innen und Public Viewing Fans kamen aber auch aus der Nachbarnation Schweiz, sodass mehr als 10.000 Übernachtungen registriert werden konnten.

Vor allem an den Spieltagen der UEFA EURO 2024 in Stuttgart konnte die Hotellerie - nach Angaben von STR/Costargroup - hohe Belegungsraten erzielen. Das Spiel der deutschen Nationalmannschaft gegen Ungarn am 19.6.2024 gepaart mit wichtigen Messeveranstaltungen sowie das Spiel der Schotten gegen Ungarn am 23.6.2024 brachten den Betrieben Zimmer-Höchstauslastungen von fast 94 Prozent (Anmerkung: Zimmerauslastungen berechnet von STR auf Basis von rund 2/3 aller Stuttgarter Betriebe).

Die durchschnittliche Bettenauslastung erreichte nach Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg im Monat Juni 56,2 Prozent bei einem Angebot von 24.529 Betten. Eine Größenordnung, die ansonsten in sehr guten Jahren den event- und geschäftsreisestarken Monaten September/Oktober vorbehalten ist.

Mit 21,9 Prozent Plus legten die Übernachtungen aus dem Ausland in den ersten sechs Monaten 2024 deutlicher zu als der inländische Markt mit 16,6 Prozent Plus im Vergleich zum Vorjahr. Volumenstärkste ausländische Herkunftsmärkte bleiben die USA (86.451 Übernachtungen 2024), die Schweiz (66.881 Übernachtungen 2024) und Großbritannien (51.709 Übernachtungen 2024). Neben den „EM-Märkten“ verbuchte besonders Italien mit 39,2 Prozent im ersten Halbjahr extrem hohe Zuwachsraten gegenüber 2023. Hervor sticht auch der chinesische Markt. Bisher noch auf Recovery-Kurs, erholt sich der Fernmarkt weiter und erreichte mit 65,8 Prozent im ersten Halbjahr 2024 ein hohes Wachstum. Zu 2019 fehlt allerdings weiterhin noch knapp ein Fünftel.

Neben den wirtschaftlichen Auswirkungen schwärmten Hotels und touristische Einrichtungen wie das Mercedes-Benz und das Porsche Museum, die Wilhelma oder der Fernsehturm von der grandiosen Stimmung, die die Fußballfans in die Stadt und ihre Häuser brachten. Viele hatten sich intensiv auf die EM-Besucher:innen vorbereitet und ihr Angebot entsprechend erweitert oder adaptiert. Zu weiteren positiven Effekten der UEFA EURO 2024 zählen die Stärkung des touristischen Netzwerkes und die Chance, das Image Stuttgarts zu verbessern. Das ergab eine Kurzbefragung der Stuttgart-Marketing bei Hotellerie und touristischen Partnern.

„Die beeindruckende Halbjahresbilanz legt die Grundlage für das prognostizierte beste Tourismusjahr aller Zeiten“, sagt Armin Dellnitz, Geschäftsführer der Stuttgart-Marketing GmbH. „Die UEFA EURO 2024 hat maßgeblich zum touristischen Erfolg im ersten Halbjahr 2024 beigetragen. Entscheidend dabei ist: unsere Stadt hat sich international hervorragend präsentiert. Die positiven Imageeffekte durch die Begeisterung der EM-Gäste, die grandiose Stimmung sowie die starke Medienwirkung werden sicherlich nachhaltig wirken. Besucher:innen der UEFA EURO 2024 im Juni werden zu den Wiederkehrern von morgen und die Bilder, die um die Welt gingen, werden weitere Touristen anziehen“, so Dellnitz.