

Presseinformation

24. Juni 2021

Mehr Freizeitangebote auch für Kurzreisen

Neue Impulse für den Tourismus in der Region

Bedingt durch die Coronapandemie steht der Tourismus in der Region Stuttgart vor großen Herausforderungen. Insbesondere ein zu erwartender Rückgang im Geschäftstourismus fordert neue Konzepte. Stuttgart-Marketing GmbH und Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH wirken mit umfangreichen Maßnahmen entgegen.

Der Tourismus in der Region Stuttgart wird sich in Zukunft verändern. Im gemeinsamen Austausch mit den touristischen Partnern der Region Stuttgart – aus Hotellerie, Gastronomie und Kultur- und Freizeitbranche – arbeiten die beiden Tourismusgesellschaften seit einigen Monaten an einem neuen Strategieplan. Dieser kann im Sommer durch die Aufsichtsräte beschlossen und dann umgesetzt werden.

Thomas Fuhrmann, Stuttgarts Finanzbürgermeister und Aufsichtsratsvorsitzender der Stuttgart-Marketing GmbH, ist überzeugt, dass der Strategieprozess zum richtigen Zeitpunkt in Gang gesetzt wurde. „Auf Basis des veränderten Angebots- und Nachfrageverhaltens ist die strategische Neuausrichtung des Tourismus der richtige Weg, um für die künftigen Herausforderungen gewappnet zu sein.“

Aber auch kurzfristig begleitet die Stuttgart-Marketing GmbH die gebeutelte Branche nach Kräften beim Wiederaufbau, nachdem pandemiebedingt über sieben Monate lang ein absoluter Stillstand zu verzeichnen war.

„Unsere kommunikativen Maßnahmen haben wir in diesem Jahr auf den nationalen Markt und den Freizeitgast ausgerichtet“, sagt Armin Dellnitz, Geschäftsführer der Stuttgart-Marketing GmbH und Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH. „Unser Ziel ist es, das Image der Region Stuttgart als attraktive und erlebnisreiche Tourismusdestination weiter zu fördern und auszubauen.“

Marketingmaßnahmen 2021

Auf einen Blick: Die Stuttgart-Marketing GmbH hat Mitte Juni das neue **Erlebnisportal „Was geht?“** für die Region Stuttgart gelauncht. Wer künftig wissen möchte, welche Angebote die Region zu bieten hat, erfährt dies mit nur einem Klick auf www.was-geht.de. Auf der

Buchungsplattform „Erlebnisfinder“ werden die bestehenden, touristischen Angebote gebündelt und online buchbar gemacht. Dort finden sich (kulinarische) Stadtführungen und Weinerlebnistouren sowie Waldexkursionen oder Angebote zum Verleih von Stand up Paddling Boards oder Elektrobooten. Der Pool an Angeboten wird stetig erweitert. Neben der thematischen Filterfunktion, können die Erlebnisse auch per Zeitraumsuche geclustert werden. Für zusätzliche Inspiration sorgt der Blog „Mein Erlebnis Blog“ – hier finden die Besucher:innen Tipps für ihre Ausflüge in und um Stuttgart.

Lust auf einen Kurztrip in die Region Stuttgart? Für die Zeit der Wiedereröffnungen und Lockerungen nach der Coronakrise hat die Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH außergewöhnliche Angebote entwickelt, die die Bewohner im Umkreis von 200 Kilometern rund um Stuttgart zu kleinen Reisen in der eigenen Region animieren sollen. Unter dem Motto **„Gönn dir was“** stehen spannende Erlebnispakete zur Auswahl, die sich jeweils aus einer Übernachtung sowie zwei Erlebnissen aus den Bereichen Mobilität, Genuss, Abenteuer, Kultur, Natur, Shopping und Wellness zusammensetzen. Die Gäste können sich unter anderem auf Besuche im Mercedes-Benz Museum oder Museum Ritter, Übernachtung im V8 Hotel oder Waldhotel Stuttgart, besondere Wandertouren und die Stuttgart Weintour (ab 15. Juli) freuen. Darüber hinaus finden die Besucher:innen auf der Kampagnenseite weitere Hoteltipps für ihren individuell planbaren Aufenthalt. Alle Übernachtungspakete werden bis in den Herbst hinein verfügbar sein.

Weitere Informationen zu „Gönn dir was“ ab Montag, 28. Juni unter www.stuttgart-tourist.de.

Auf nationaler Ebene beteiligt sich die Stuttgart-Marketing GmbH an der großen Restart-Kampagne der Tourismus Marketing Baden-Württemberg (TMBW), die Baden-Württemberg als attraktives und vielfältiges Urlaubsziel für den Sommer bewirbt. Eine weitere, für den Herbst geplante Kampagne, wird die Kongress- und Tagungsveranstalter in den Blick nehmen.

Um auch internationale Gäste anzusprechen, hat sich die Stuttgart-Marketing der Kampagne „German.Local.Culture“, die von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) initiiert wurde, angeschlossen.

Ab 1. Juli 2021 ist das Tourist Information Center am Flughafen (TIF) wieder geöffnet und bietet allen Besucher:innen zahlreiche Service-Angebote: Individuelle Tipps und Anregungen zu Sehenswürdigkeiten und Kurztrips in Stuttgart und der Region, Hotelzimmersuche, Buchung von Stadtrundgängen und -rundfahrten, Bahnticket-Buchung und Fahrkartenverkauf des VVS sowie Stuttgart-Souvenirs und vieles mehr.