



PRESSE

Pressemitteilung

Tourismus mit Haltung

Beim TMBW-Tourismustag in Fellbach macht sich die Branche auf den Weg zu einem neuen Selbstbewusstsein

STUTTGART, 21. Mai 2026 – Welche Relevanz hat der Tourismus für die Gesellschaft und wie kann die Branche eine selbstbewusstere Haltung entwickeln? Um diese Fragen drehte sich alles beim TMBW-Tourismustag am heutigen Donnerstag im Goldbergwerk in Fellbach. Auf Einladung der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) diskutierten mehr als 300 Tourismusschaffende über das Thema „Tourismus mit Haltung – Selbstbewusst. Relevant. Unverzichtbar“. Im Mittelpunkt stand dabei die Frage, wie Destinationen und Betriebe ihre ökonomische und gesellschaftliche Relevanz künftig noch sichtbarer machen können.

„Der Tourismus in Baden-Württemberg steht noch immer allzu oft im Schatten großer Industriebranchen, dabei sind wir ein relevanter Wirtschaftsfaktor, unverzichtbar für den Standort und wir prägen die Lebensqualität vor Ort“, sagt TMBW-Geschäftsführerin Christine Schönhuber. Der Tourismus im Land steht für fast 60 Millionen Übernachtungen im Jahr, einen Umsatz von rund 26 Milliarden Euro und mehr als 370.000 Arbeitsplätze. „Es ist daher an der Zeit, dass wir als Branche gemeinsam eine neue Haltung entwickeln und selbstbewusster auftreten“, so Schönhuber.

Wie eine selbstbewusstere Haltung entstehen kann, skizzierte Michael von Kunhardt in seiner Keynote. Der Experte für mentale Stärke ist ehemaliger Hockey-Bundesligaspieler, mehrmaliger Deutscher Meister und Mentalcoach von Profisportlern und Olympiasiegerinnen. Er ist davon überzeugt: „Selbstvertrauen ist das wichtigste Kriterium für eine erfolgreiche Siegermentalität.“ In seinem Vortrag gab er zahlreiche Anregungen, was man aus dem Spitzensport lernen kann, um am eigenen Mindset zu arbeiten.

Von der Idee zur Identität: Tourismus mit Haltung in der Praxis

Wie die gesamte Tourismusbranche eine neue Haltung entwickeln und ihren gesellschaftlichen Beitrag selbstbewusst vertreten kann, wurde während der Veranstaltung anhand von erfolgreichen Beispielen aus dem In- und Ausland vorgestellt. Astrid Steharnig-Staudinger, Geschäftsführerin der Österreich-Werbung, zeigte den Tourismusfachleuten aus Baden-Württemberg, wie im Nachbarland Österreich unter dem Motto „Lebensgefühl“ die besondere Identität einer Destination selbstbewusst in den Mittelpunkt der Vermarktung gestellt wird. Im Hochschwarzwald setzt der Tourismus verstärkt auf die Integration der Menschen vor Ort: Patrick Schreiber, Geschäftsführer der Hochschwarzwald Tourismus GmbH, zeigte auf, wie in der Region



PRESSE

gezielt Einheimische in die Weiterentwicklung der touristischen Angebotsstruktur eingebunden werden. Petra Hedorfer ordnete aus ihrer Perspektive als Vorstandsvorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus ein, welche Einstellung es im Deutschlandtourismus braucht, um auch in Zukunft Gäste aus aller Welt für einen Urlaub hierzulande zu begeistern.

Tourismus ist mehr als eine Gute-Laune-Branche

In einer abschließenden Gesprächsrunde diskutierten Fachleute aus Tourismus und Politik über Lösungsansätze, wie die ökonomische und gesellschaftliche Relevanz der Branche noch stärker im allgemeinen Bewusstsein verankert werden kann. „Wir haben es in der Hand, mit einer neuen und selbstbewussten Haltung die Wahrnehmung unserer Branche zu beeinflussen und zu ändern“, so Christine Schönhuber. „Der Tourismus ist viel mehr als eine Gute-Laune-Branche und diese Botschaft sollten wir gemeinsam noch viel lauter in die Welt tragen.“

Pressekontakt:

Dr. Martin Knauer

Pressesprecher

Tel.: 0711 / 238 58-50

m.knauer@tourismus-bw.de