

Pressemitteilung

Tourismus stabil auf hohem Niveau

Positive Jahresbilanz 2025 für das Urlaubsland Baden-Württemberg

STUTTGART, 18. Februar 2026 – Der Tourismus in Baden-Württemberg hat sich im Jahr 2025 weiter positiv entwickelt. Nach Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg verzeichneten die Beherbergungsbetriebe im Süden mit insgesamt 24,1 Millionen Gästeankünften einen Zuwachs von 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Zahl der Übernachtungen lag bei 58,7 Millionen und verfehlte mit –0,3 Prozent nur leicht den Vorjahreswert. Damit bewegt sich der Tourismus stabil auf hohem Niveau und knüpft an die dynamische Entwicklung der Vorjahre an.

„Wir sind auf einem sehr guten Weg“, bestätigt Christine Schönhuber, Geschäftsführerin der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW). „Die neuen Zahlen unterstreichen die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandortes Baden-Württemberg, der sich auch in herausfordernden Zeiten resilient zeigt. Unser Urlaubsland belegt nach Bayern den zweiten Platz im Bundesranking. Darauf können wir stolz sein.“

Gewinner bei den verschiedenen Betriebsarten sind die Campingplätze. Deutschlandweit, wie auch in Baden-Württemberg, ist die Entwicklung hier deutlich positiv. Die Übernachtungen auf Campingplätzen stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 6,5 Prozent, bundesweit um 4,2 Prozent. Hotellerie, Ferienwohnungen und Ferienhäuser lagen leicht unter dem Vorjahresergebnis.

Starker Inlandstourismus als Fundament

Der wichtigste Primärmarkt bleibt Deutschland. Die Inlandsübernachtungen sind 2025 um 0,4 Prozent leicht angestiegen. Gäste aus dem Bundesgebiet machen 80 Prozent der Gesamtübernachtungen aus, wobei insbesondere Reisende aus den angrenzenden Bundesländern stark vertreten sind. Kurzreisen und Wochenendaufenthalte spielen eine zentrale Rolle.

Der Süden punktet bei den nationalen Gästen mit seiner guten Erreichbarkeit, vielfältigen Landschaften, regionalen Besonderheiten und einem hochwertigen Freizeit-, Kultur- und Genussangebot. Zu den beliebtesten Destinationen zählen der Schwarzwald, das nördliche Baden-Württemberg und der Bodensee sowie Stuttgart, Freiburg und Heidelberg.

Internationale Märkte mit leichten Verlusten

Das Incoming, mit einem Übernachtungsanteil von 20 Prozent an den Gesamtübernachtungen, lag 2025 mit –2,9 Prozent etwas unter dem Vorjahresniveau. Dies ist zum einen auf die Fußball-Europameisterschaft zurückzuführen, die 2024 für ein zusätzliches Besucheraufkommen sorgte. Doch auch ein rückläufiger US-Markt sowie globalwirtschaftliche und finanzielle Aspekte trugen dazu bei.

Die wichtigsten internationalen Quellmärkte für Baden-Württemberg auf Basis der Übernachtungen bleiben die Schweiz, die Niederlande, Frankreich, die USA und Österreich. Positiv entwickelten sich 2025 die Niederlande und Österreich. Die Schweiz und Frankreich verzeichneten ein leichtes Minus. Für den Rückgang von 9,1 Prozent aus den USA, dem wichtigsten Überseemarkt für Baden-Württemberg, könnten laut dem ETC Long Haul Travel Barometer wirtschaftliche Unsicherheiten, hohe Reisekosten und geopolitische Spannungen verantwortlich sein.

Authentische Erlebnisse und Großevents im Trend

Für Gäste aus dem Inland haben einzigartige Erlebnisse und abwechslungsreiche Angebote einen hohen Stellenwert. Es besteht ein Qualitätsanspruch und der Wunsch nach regionaler Identität, die sich in lokalen Bräuchen, Spezialitäten, Dialekten und besonderer Architektur oder Landschaft äußert.

Authentizität und Regionalität sind auch bei den Gästen aus den Auslandsmärkten gefragt. Es zeichnet sich der Trend ab, Baden-Württemberg abseits der bekannten Sehenswürdigkeiten zu entdecken. Außerdem bieten Großereignisse wie Sport- oder Musikevents beliebte Reiseanlässe. Gäste aus dem Quellmarkt Spanien interessieren sich neben dem vielseitigen Kulturangebot auch zunehmend für Reisen in die Natur. Besonders gerne besuchen sie den Schwarzwald.

Um sich auch in den kommenden Jahren erfolgreich zu positionieren, setzt die TMBW bei der Vermarktung des Urlaubslandes daher weiterhin konsequent auf Qualität, Authentizität und Zielgruppenorientierung. Mit individuellen Angeboten, echten Geheimtipps und herzlichen Gastgebern werden Aktivurlauber, Erholungssuchende, Genuss- und Kulturtouristinnen angesprochen.

Das emotionale Jahresthema „Sehnsuchtsorte im Süden – Wo Baden-Württemberg berührt“ bietet dafür 2026 einen idealen Rahmen. Es wird im In- und Ausland über verschiedene Kommunikationskanäle ausgespielt und verbindet Inspiration mit Information. Etwa im gerade erschienenen Urlaubsmagazin „SÜDEN“.



PRESSE

INFO

Erfasst werden die Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Schlafgelegenheiten sowie Campingplätze mit mindestens zehn Stellplätzen. Die ausführlichen Zahlen zum Urlaubsjahr 2025 gibt es beim Statistischen Landesamt Baden-Württemberg: statistik-bw.de/volkswirtschaft-und-branchen/tourismus-und-gastgewerbe/tourismus

Pressekontakt:

Sannah Mattes

Stellvertretende Pressesprecherin

Tel.: 0711 / 238 58-16

s.mattes@tourismus-bw.de