

# Presse-Information

Tourismus in der Zweilandstadt weiter bedeutender Wirtschaftsfaktor

## Ulm/Neu-Ulm setzt Erfolgsgeschichte fort und bleibt ein attraktives Städtereiseziel mit erneuten Rekordwerten

ULM, 09. April 2026 – Der Tourismus in Ulm/Neu-Ulm blickt auf ein erfolgreiches 2025 zurück. Trotz der herausfordernden Zeiten verzeichneten die Städte in den Beherbergungsbetrieben mit mindestens 10 Betten und dem Caravan-Stellplatz zusammen **circa 654.000 Gästeankünfte\*** (+2,9 % gegenüber 2024) und **etwa 1.145.900 Übernachtungen\*** (+2,9 % gegenüber 2024). Dies sind in beiden Fällen neue Rekordwerte und zeigt, dass sich die Zweilandstadt weiter als beliebte Reisedestination in Deutschland etabliert.

Mit einem Anteil von etwa 77 % bei den Ankünften der Übernachtungsgäste ist Deutschland nach wie vor wichtigster Quellmarkt für die Zweilandstadt. Bei den Gästen aus dem Ausland liegen die Niederlande weiterhin vor der Schweiz, Italien, Österreich und Belgien\*.

Jahr	Ankünfte	Übernachtungen
2019	608.558	967.688
⋮	⋮	⋮
2023	604.132	1.069.185
2024	635.661	1.113.970
2025	654.000	1.145.900

Quellen: Statistische Landesämter Baden-Württemberg und Bayern

Die stärksten Monate bei den Übernachtungen waren die Sommermonate von Mai bis August. Fast 40 % der Gesamtübernachtungen in 2025 fielen auf diese vier Monate.

Im Jahr 2025 erreichten die Beherbergungsbetriebe der beiden Städte eine **Bettenauslastung von 48,1 Prozent** (2024: 48,7 %; 2023: 47,5 %). Im Durchschnitt betrug die Anzahl der angebotenen Gästebetten pro Tag im vergangenen Jahr 6.267 (2024: 6.072; 2023: 6.165). Diese Bettenanzahl verteilte sich auf 67 Beherbergungsbetriebe (2024: 68; 2023: 69). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste betrug 1,75 Tage und hat sich gegenüber 2024 nicht verändert.

Wolfgang Dieterich, Geschäftsführer der Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT), und sein Team zeigen sich erfreut über die Entwicklung, da sie das Ergebnis einer intensiven, erfolgreichen Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern aus Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Freizeit, Verwaltung, den beiden City Marketingvereinen, den Verkehrsträgern und weiteren lokalen Akteuren und

\* Die genannten Daten sind hochgerechnet auf das Gesamtjahr 2025, da seitens des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg bisher keine Zahlen für Dezember 2025 vorliegen.

einer zielgerichteten Vermarktungsstrategie ist. »Wir bringen unsere Erkenntnisse und Sichtweisen in viele Ausschüsse und bei unterschiedlichen Kooperationen mit ein. Sowohl hier innerorts als auch in der Region und den beiden Bundesländern. Gerade die enge Einbindung lokaler Partner ist ein wichtiger Faktor für die Akzeptanz touristischer Maßnahmen. Im Gegenzug profitieren natürlich auch wir von dem Erfahrungsaustausch«.

Zugleich jedoch bremst er eine zu starke Euphorie hinsichtlich der Entwicklung in den kommenden Jahren. »Der langjährige positive Trend mit immer neuen Rekorden ist kein Automatismus. Wir erkennen, dass die Kurve bei diesen quantitativen Werten flacher wird und wir unsere Anstrengungen erhöhen müssen. Ein Höher-Schneller-Weiter ist heutzutage auch nicht mehr der alleinige Maßstab zur Bewertung einer erfolgreichen Destination. Vielmehr geht es verstärkt darum, die Zweiländstadt als lebenswert für alle zu präsentieren. Themen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung und die qualitative Entwicklung des Angebots, das neben den Gästen auch insbesondere die einheimische Stadtgesellschaft mit einbindet, spielen eine wichtige Rolle«.

Im Bereich der Stadtführungen zeigte sich ein **Rückgang bei den Gruppenführungen** (in 2025 wurden 2.724 Gruppen geführt, das sind 6,1 % weniger als 2024), allerdings eine **Zunahme bei den regelmäßigen Stadtrundgängen** gegenüber 2024 (1.113 Rundgänge, + 1,1 % im Vergleich zu 2024). Gründe sind unter anderem der Trend zu mehr Individualreisen und eher kleineren Reisegruppen. Zusätzliche Einzelbuchungen werden über Vermittlungsportale wie beispielsweise »GetYourGuide« etc. generiert.

Um die Zusammenarbeit zwischen der Hotellerie, der Gastronomie und den City-Werbegemeinschaften weiter zu forcieren und zusätzliche Marketingmittel zu erhalten, wird der Tourismusfonds in die nächste Auflage gehen. »Wir werden in Kürze wieder die Partner informieren und akquirieren«, berichtet Dirk Homburg, Leiter Kommunikation der UNT. »In der Vergangenheit kamen so von den Leistungsträgern ca. 25.000 Euro zusammen, die die Städte um den gleichen Betrag verdoppelt haben. Infolgedessen stand somit ein Zusatzbudget von gut 50.000 Euro zur Verfügung«.

## Aussicht auf 2026

Die aktuelle Weltlage mit ihren unterschiedlichen Herausforderungen lässt eine belastbare Prognose für die Entwicklung in 2026 nur erschwert zu. »Wir wissen, dass der Tourismus ein enorm wichtiger und dazu stabiler Wirtschaftsfaktor für Ulm und Neu-Ulm ist. Er gibt **fast 10.000 Menschen eine Arbeit** und erwirtschaftet eine **Wertschöpfung von fast 350 Millionen Euro**. Somit werden wir auch 2026 wieder viele Aktionen in die Wege leiten, um die Städte für die Gäste und die einheimische Bevölkerung als attraktive Destination darzustellen. Ein Schwerpunkt wird die qualitative Weiterentwicklung sein. Der Fokus liegt hier auf der Neugestaltung der verschiedenen touristischen Webseiten, die Installation des neuen digitalen Besucherleitsystems, der weiteren Digitalisierung unserer Angebote und der Fortführung der Umsetzung des Tourismuskonzeptes«, so Wolfgang Dieterich.

Mit Blick auf die kommenden Jahre beginnen in Kürze auch die Überlegungen und Abstimmungen in Richtung Münsterjubiläum 2027 und Landesgartenschau 2030. Im Bereich ›Messen, Tagungen, Kongresse und Events‹ wird gemeinsam mit den entsprechenden Einrichtungen in den beiden Städten eine Marketingoffensive gestartet, um die Profilierung der Zweilandsstadt als attraktiven Tagungs- und Kongressstandort voranzutreiben.

Wind unter die Flügel gibt auch die Tatsache, dass der Reiseführer Marco Polo Ulm als eines der TOP 40 Reiseziele für 2026 nennt und in den Trendguide aufgenommen hat. Des Weiteren hat der Wellness-Reiseveranstalter FIT Reisen Ulm in einem europaweiten Ranking als stressfreiste Reisestadt in Deutschland auf Platz eins und in Europa auf Platz fünf bewertet. Die Einstufung wurde durch eine umfassende Studie vorgenommen, in der europaweit 213 Städte und Gemeinden nach verschiedenen Faktoren beleuchtet wurden.