



# Pressemitteilung

31. August 2022

[Aufwärtstrend verstetigt sich: Tourismuszahlen wachsen kontinuierlich](#)

## Heilbronn zählt wieder mehr Touristen

**Noch immer spielt die Pandemie im Heilbronner Tourismus eine große Rolle. Aber die gute Nachricht ist: die Erholung, die im Jahr 2021 bereits zu verzeichnen war, setzt sich fort. Mit 168.732 gezählten Übernachtungen bis Ende Juni 2022 kann in Heilbronn auf ein solides erstes Halbjahr zurückgeblickt werden. Wenn die traditionell starken Monate Juli, September und Oktober im zweiten Halbjahr erwartungsgemäß gut laufen, wäre die Zielmarke von 400.000 Übernachtungen (Bundesgartenschau-Niveau, 2019) bereits im Jahr 2022 in Sicht. Doch die Sorge vor einem Herbst mit erneuten Einschränkungen für den Tourismus und die Beherbergungsbetriebe ist in der Branche deutlich spürbar.**

„Dass der Tourismus wieder anzieht merken wir nicht nur an den Übernachtungszahlen, welche statistisch erfasst werden, sondern auch an den nicht zählbaren Tagesgästen in Heilbronn“, erklärt Steffen Schoch, Geschäftsführer der Heilbronn Marketing GmbH (HMG). Vor allem im Juni seien deutlich mehr Tagesgäste in der Tourist-Information aufgeschlagen, viele hätten für den Tagesausflug vom 9-Euro-Ticket Gebrauch gemacht, weiß der HMG-Chef. Radfahrer und Wohnmobiltouristen machten die größte Gruppe aus.

Der Freizeittourismus hat sich in Heilbronn im dritten Pandemiejahr also bereits ganz gut erholt. Ebenfalls eine Erholung, aber eine weniger deutliche verzeichnet der Geschäftsreisetourismus. Hier scheinen die Unternehmen weiter vorsichtig, oder haben womöglich sogar auch langfristig auf mehr virtuelle Besprechungen umgestellt. „Diese Rückmeldung erhalten wir aus der Hotellerie“, berichtet

Aufsichtsratsvorsitzender  
Oberbürgermeister Harry Mergel

Geschäftsführer  
Steffen Schoch

Kreissparkasse Heilbronn  
IBAN DE20 6205 0000 0000 0790 17  
BIC HEISDE66XXX

Registergericht  
Amtsgericht Stuttgart  
HRB 107207  
USt-ID-Nr.  
DE 237 115 997

  
**#wirfürHN**



**H**

Tourismusexperte Hans-Joachim Kurz von der Heilbronn Marketing GmbH. Auch lasse sich dies an der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Gäste ablesen. Freizeitgäste blieben im Schnitt deutlich länger in einer Stadt als beruflich Reisende. Habe die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in normalen Jahren vor der Pandemie bei etwa 1,9 bis 2,0 Tagen gelegen, so liege man in Heilbronn aktuell zum Halbjahr bei 2,34 Tagen.

Seite 2

Die Sorge vor erneuten Einschränkungen durch die Corona-Pandemie in der zweiten Jahreshälfte sei in der Branche allgegenwärtig, weiß Steffen Schoch. Umso schöner sei es zu sehen, dass wichtige Akteure der Branche nicht den Kopf in den Sand steckten, sondern motiviert nach vorne blickten und an neuen Ideen und Konzepten arbeiten. In diesem Sinne versteht Schoch auch das im Juli gegründete Netzwerk „The Rägions Hotels Heilbronner Land“, ein Verbund bestehend aus Hotels in Stadt- und Landkreis Heilbronn, der eine gemeinsame Vermarktung anstrebt. „Das sind die Entwicklungen die wir brauchen“, freut er sich. Wenn weiterhin Großveranstaltungen und vor allem auch Kongresse in der zweiten Jahreshälfte stattfinden können, stünden die Chancen auf ein insgesamt zufriedenstellendes touristisches Jahr gut, so Schoch.

Wenn sich die pandemische Situation stabilisiert habe, müssten die Ziele jedoch höhergesteckt werden: „mittelfristig sind 500.000 Übernachtungen in Heilbronn das Ziel, was durch das attraktive und moderne Übernachtungsangebot, die zunehmende Nachfrage von Tagungen realistisch scheint und auch von der zunehmenden touristischen Bedeutung der Stadt befördert wird“, so der HMG-Geschäftsführer. Die Attraktivität der experimenta und ihre europaweite Ausstrahlung sei dabei ebenso von Bedeutung wie das wachsende Profil Heilbronns als Wein-Destination.

**N**