

STR POLITIKBRIEF

Ausgabe
1/2026

Die Themen dieser Ausgabe:

- **Konnektivität & Incoming-Tourismus:**
Was BW jetzt angehen muss
- **Global abgehängt:** Deutschlands
Luftverkehr unter Druck

KONNEKTIVITÄT & INCOMING-TOURISMUS: WAS BW JETZT ANGEHEN MUSS

Baden-Württemberg blickt auf eine lange Erfolgsgeschichte wirtschaftlicher Stärke zurück, getragen von Industrie, Innovation und globaler Vernetzung. Diese Stärke gilt es jetzt bewusst zu nutzen, um den Standort entschlossen weiterzuentwickeln und für kommende Herausforderungen zu positionieren.

Erreichbarkeit und Incoming-Tourismus sind für den Wirtschaftsstandort zentral

Sie sind Voraussetzungen für wirtschaftliche Resilienz, Beschäftigung und internationale Wettbewerbsfähigkeit. Für den Landesairport ist die Konnektivität Baden-Württembergs kein Selbstzweck, sondern integraler Bestandteil seines öffentlichen Auftrags. Die Stärkung und Weiterentwicklung der inter-

nationalen Anbindung Baden-Württembergs ist Ausdruck einer verantwortungsvollen Standortpolitik und ein wesentlicher Beitrag zur langfristigen Wettbewerbsfähigkeit des Landes.

Vor diesem Hintergrund richtet sich der Blick auf zwei zentrale Handlungsfelder, in denen Konnektivität ihre volle Wirkung entfaltet. Zum einen geht es um die gezielte Verbesserung der Anbindung für die Wirtschaft, um Unternehmen bessere Geschäftsbeziehungen zu ermöglichen und ihre Wettbewerbsfähigkeit im intensiven globalen Wettstreit nachhaltig zu sichern. Zum anderen ist die Stärkung des Incoming-Verkehrs von zentraler Bedeutung, um zusätzliche Wertschöpfung ins Land zu holen, Einkommen in Baden-Württemberg zu

generieren und damit langfristig Wohlstand und Beschäftigung zu fördern.

Wer nicht erreichbar ist, verliert

Die Region Stuttgart zählt zu den wirtschaftlich stärksten Räumen Europas. Baden-Württemberg ist das exportstärkste Bundesland Deutschlands. Die hiesige Wirtschaftsleistung ist so groß wie die von europäischen Ländern wie Schweden oder Belgien. Doch wirtschaftliche Stärke braucht gute Verbindungen in die Welt: Ob Geschäftsreisen, Kundentermine, Investorendialoge, Lieferkettensteuerung, Messen, Kongresse, Talentgewinnung, all das setzt eine zuverlässige, möglichst unkomplizierte und internationale Anbindung voraus.



Arnd Franz
Vorsitzender der
Konzern-Geschäftsführung und
CEO, MAHLE

JEDE DIREKTVERBINDUNG STÄRKT WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

„Für einen Technologiekonzern mit Hauptsitz in Stuttgart und knapp 130 Standorten in 28 Ländern sowie Kunden in allen großen Wirtschaftsregionen dieser Welt ist gute Konnektivität eine Grundvoraussetzung für Wertschöpfung, Innovation und Arbeitsplätze in Baden Württemberg. Das Land ist die wirtschaftsstärkste Industrieregion Deutschlands und lebt vom Export. Deshalb brauchen wir einen leistungsfähigen Flughafen Stuttgart. Er glänzt durch gute Organisation und kurze Wege, die Wirtschaft braucht ihn aber zurück bei Vor-Corona-Stärke. Das heißt, die Zahl der Flugverbindungen mittelfristig zu verdoppeln und Direktverbindungen zu den Hubs in wichtigen Märkten, zum Beispiel nach Atlanta (USA) aber auch innerhalb Europas, neu zu schaffen bzw. zu reaktivieren. Jede zusätzliche, verlässliche Direktverbindung beschleunigt Projekte und stärkt sowohl die Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens als auch der Region Stuttgart. Ein wichtiger Teil davon muss eine leistungsfähige und verlässliche Anbindung des Flughafens auf der Schiene und der Straße sein.“

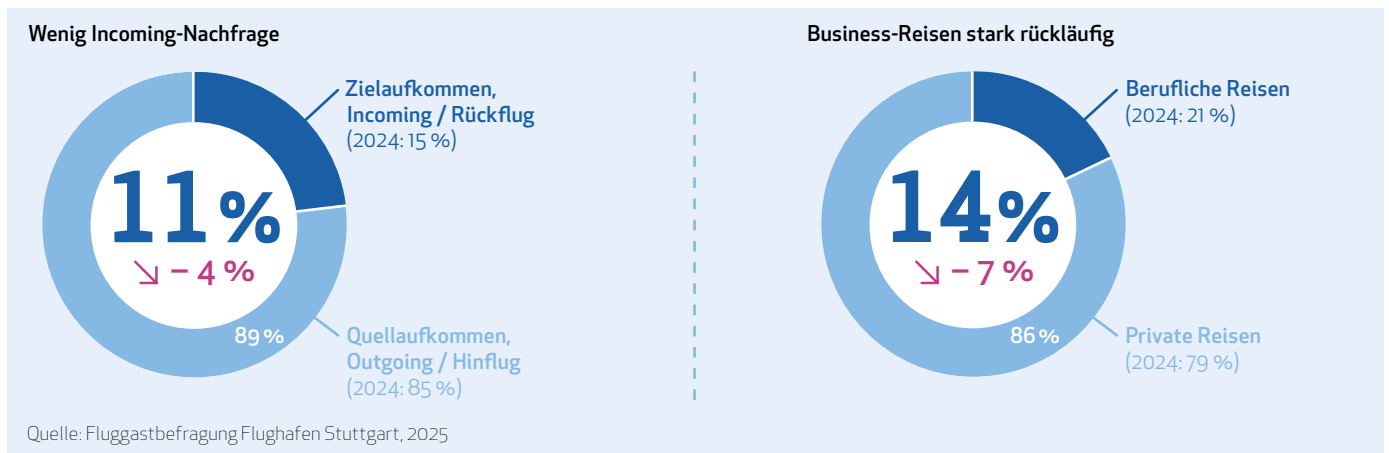


Baden-Württembergs Unternehmen fordern für den Standort eine bessere Erreichbarkeit. Denn schwache Konnektivität erhöht die Reibungsverluste und senkt gleichzeitig die Schwelle, Investitionen, Projekte oder Funktionen an besser angebundene Standorte zu verlagern. Konnektivität ist damit ein harter Wettbewerbsfaktor, dessen Auswirkungen

sich in Standortentscheidungen und Steueraufkommen direkt niederschlagen.

In den vergangenen Jahren hat Stuttgart Direktverbindungen verloren, die für die regionale Wirtschaft erhebliche Bedeutung hatten. Erst jüngst haben sich namhafte Airlines wie Air France und British Airways

vom Standort zurückgezogen. Gleichzeitig investieren Wettbewerbsstandorte in Europa systematisch in die Sicherung und den Ausbau ihrer Anbindung, und das mit aktiver politischer Rückendeckung. Dieser Abstand wächst, wenn Baden-Württemberg nicht gegensteuert.



Tourismus ist kein Lifestyle, sondern Wirtschaftsfaktor

Der Strukturwandel verändert die wirtschaftliche Basis Baden-Württembergs. Schlüsselindustrien werden in den kommenden Jahren weniger Arbeitsplätze schaffen. In manchen Teilregionen ist das bereits jetzt spürbar. In dieser Situation braucht das Land zusätzliche, robuste Standbeine. Der Incoming-Tourismus

ist eines davon – und er wird systematisch unterschätzt. Er schafft Nachfrage in Gastronomie, Handel, Kultur und Gastgewerbe. Er sichert Beschäftigung, auch in strukturschwächeren Regionen. Und er wirkt als Multiplikator: für Geschäftsanbahnung, Investitionsinteresse, Fachkräfteeinwanderung.

Tourismus entfaltet seine Wirkung dort, wo Regionen sichtbar, gut erreichbar und klar

positioniert sind. Baden-Württemberg bringt dafür hervorragende Voraussetzungen mit: ein reiches kulturelles Erbe, vielfältige Naturräume, international bedeutende Messen, Sportereignisse und eine starke Wirtschaft. Um dieses Potenzial zügig und wirksam zu heben, braucht es eine abgestimmte, kraftvolle Vermarktungsstrategie, die den Ambitionen des Landes gerecht wird und mit ausreichenden Ressourcen ausgestattet ist.



Regine Schöllkopf-Pinakidis
CEO, OUTLETCITY AG

INTERNATIONALE KONNEKTIVITÄT ENTSCLOSSEN VORANTREIBEN

„Als international bedeutende Shopping Destination sieht die Outletcity Metzingen gemeinsam mit Stuttgart und der Region erhebliche Herausforderungen, da die aktuelle Visa-Situation mit langen Wartezeiten, hohen Ablehnungsquoten und administrativen Hürden insbesondere wachstumsstarke Märkte wie Indien, die Golfstaaten und China ausbremst. Zugleich schwächt die fehlende interkontinentale Anbindung des Flughafens Stuttgart unsere Position im internationalen Wettbewerb, da wir wertvolle Übernachtungen und touristische Wertschöpfung an größere Hubs wie Frankfurt, München oder Zürich verlieren. Das Ziel muss sein, Stuttgart auf der globalen Landkarte nicht nur sichtbar zu machen, sondern als erreichbar, attraktiv und nahtlos angebunden zu positionieren, indem wir bessere Visa-Prozesse sowie eine deutlich stärkere internationale Konnektivität entschlossen vorantreiben.“



Standortpolitik für unser Bundesland

Was es braucht, ist kein Sonderprogramm für eine bestimmte Branche. Gefordert ist jetzt eine echte Standortpolitik aus einem Guss: für alle, die hier arbeiten, investieren und leben.



Alexander Wehrle
Vorstandsvorsitzender,
VfB Stuttgart

Das bedeutet konkret: Diese Themen benötigen eine Heimat im Zentrum der neuen Landesregierung, nicht in einem Ressortwinkel. Konnektivität und Incoming-Tourismus berühren Wirtschaft, Infrastruktur, Finanzen und internationale Beziehungen gleichzeitig. Daher lässt sich dieses zentrale Thema nicht mit klassischem Ressortzuschnitt steuern. Es

braucht gezielte Koordination, echte Verantwortlichkeit und wirksame Gestaltungskraft.

Außerdem muss die internationale Sichtbarkeit priorisiert werden. Wer auf relevanten Märkten präsent sein will, muss dauerhaft und planbar investieren können.

DIREKTE ANBINDUNG AN GLOBALE MÄRKTE

„Als traditionsreicher und international ausgerichteter Fußballverein ist der VfB Stuttgart in besonderem Maße auf eine zuverlässige und direkte Anbindung an globale Märkte angewiesen. Strategische Zielmärkte wie die USA, Brasilien, Indien, China und Japan gewinnen stetig an Bedeutung und sind wichtige Faktoren für unsere erfolgreiche Weiterentwicklung.“



Was jetzt entschieden werden muss

Die Koalitionsverhandlungen sind der richtige Moment. Was jetzt vereinbart wird, prägt die wirtschaftliche Entwicklung Baden-Württembergs für die nächsten Jahre und darüber hinaus.

Auf der Agenda stehen muss die Sicherung und der Ausbau der internationalen Anbindung des Landesairports, die strategische Sicherung von Verbindungen zu Drehkreuzen, die Verbesserung der Erreichbarkeit des Wirtschaftsstandorts. Und parallel dazu: die proaktive Ansprache internationaler Zielmärkte, eine Ganzjahrespositionierung, die Business Travel, Kulturtourismus und Naturräume verbindet – und die koordinierte Nutzung dessen, was das Land an Leuchttürmen bereits zu bieten hat: Kultur, Sport, Messen, Wirtschaft und vieles mehr.

Baden-Württemberg hat viele Stärken. Was es jetzt braucht, ist politischer Wille, sie in die Welt zu tragen.



GLOBAL ABGEHÄNGT: DEUTSCHLANDS LUFTVERKEHR UNTER DRUCK

Ein wesentlicher Grund für den Rückzug von Airlines aus dem deutschen Markt ist struktureller Natur: Die staatlich beeinflussten Kosten des Luftverkehrs in Deutschland gehören zu den höchsten in Europa. Luftverkehrsteuer, Flugsicherungsgebühren, Luftsicherheitskosten – all diese Posten summieren sich zu einer Belastung, die Fluggesellschaften bei der Streckenplanung direkt einkalkulieren.

Wenn Airlines zwischen Stuttgart und einem anderen europäischen Standort wählen, entscheiden sie sich zunehmend gegen den deutschen Flughafen.

Das ist kein abstraktes Problem. Spanien oder Italien etwa haben ihre staatlichen Standortkosten für Airlines gezielt niedrig gehalten und gleichzeitig in Kapazitäten und Vermarktung investiert. Das Ergebnis: Die Konnektivität in unseren europäischen Nachbarländern wächst, in Deutschland stagniert sie oder verschlechtert sich gar deutlich.

Dieser Unterschied ist das Ergebnis politischer Entscheidungen. Und er lässt sich durch politische Entscheidungen korrigieren.

Weniger Passagiere sind kein Branchenproblem, sondern ein Frühindikator

Der Luftverkehr reagiert früher auf wirtschaftliche Verschiebungen als die meisten anderen Sektoren. Wenn Passagierprognosen zurückgehen und Airlines ihr Engagement an einem Standort reduzieren, ist das kein isoliertes Marktsignal. Es ist ein Symptom tieferer Entwicklungen und eine Warnung, die politisch ernst genommen werden muss.

Am Standort Stuttgart verdichten sich diese Signale. Mit British Airways und Air France haben sich zuletzt namhafte Carrier zurückgezogen. Das sind keine Einzelfälle, sondern sie folgen einer Logik: Airlines bewerten Strecken heute nach drei Nachfragesäulen – privates Reisen, touristisches Potenzial und Geschäftsreiseverkehr. Nur wenn alle drei in ausreichendem Volumen vorhanden sind, rechnet sich eine Verbindung dauerhaft. Eine Flugverbindung, die kein ausgeprägtes touristisches Nachfrageziel bedient wie etwa Palma de Mallorca, ist heute darauf angewiesen, alle drei Verkehrssegmente gleichzeitig zu erschließen, um trotz hoher staatlicher Standortkosten noch eine ausreichende Auslastung und wirtschaftliche Tragfähigkeit zu erreichen.

Der Luftverkehrsstandort Stuttgart sieht sich zunehmend mit strukturellen Herausforderungen konfrontiert, die aus mehreren parallel verlaufenden Entwicklungen resultieren. Der Rückgang industrieller Dynamik belastet den Geschäftsreiseverkehr als bisher tragende Nachfragekomponente, während der Incoming-Tourismus im europäischen Vergleich weiterhin unterentwickelt ist. Wenn zwei von drei Nachfragegrundlagen an Tragfähigkeit verlieren, gerät die Konnektivität insgesamt unter Druck. In einem Umfeld, in dem Airlines ihre Netzwerke kontinuierlich optimieren, führt diese Entwicklung dazu, dass Stuttgart schrittweise an Bedeutung verliert.

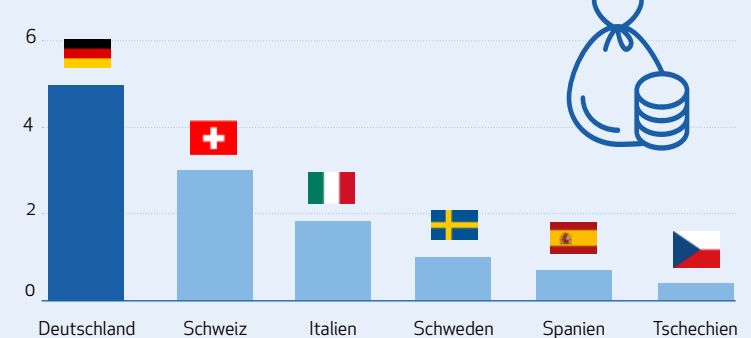
Trendwende ist möglich

Dieser Trend kann durch politischen Gestaltungswillen auch wieder umgekehrt werden. Daher ist jetzt der richtige Zeitpunkt, sich sowohl landespolitisch als auch bundespolitisch dafür einzusetzen, dass der Landesairport seiner Rolle auch in Zukunft gerecht werden kann: Menschen, Baden-Württemberg und die Welt verbinden. Für alle, die hier leben, arbeiten oder Urlaub machen wollen.



Durchschnittliche staatliche Steuern und Gebühren nach Land

in Tsd. €



Quelle: ADV, Berechnung anhand eines A320 mit 150 Passagieren nach Palma de Mallorca, Stand Juli 2025

Ende März hob der vorerst letzte Linienflug von British Airways am Manfred-Rommel-Airport ab. Wie auch Air France zieht sich der Carrier zum Sommerflugplan aus Stuttgart zurück – auch wegen hoher Standortkosten in Deutschland.

IHR KONTAKT:

Sie haben Fragen, Kritik oder Anregungen zu unserem STR Politikbrief? Sie wollen ihn abonnieren oder online lesen? Kontaktieren Sie uns unter politikbrief@stuttgart-airport.com.



Ulrich Heppe

Sprecher der Geschäftsführung

☎ +49 711 948-3312 ✉ heppe@stuttgart-airport.com



Carsten Poralla

Geschäftsführer

☎ +49 711 948-3399 ✉ poralla@stuttgart-airport.com



Johannes Schumm

Leiter Corporate
Communications &
Public Affairs

☎ +49 711 948-3753
✉ schumm@stuttgart-airport.com



Theresa Diehl

Leiterin Sustainability
Communications

☎ +49 711 948-3170
✉ diehl@stuttgart-airport.com



Stelian Dumitrache

Public Affairs

☎ +49 711 948-3780
✉ dumitrache@stuttgart-airport.com



Kai Leitenberger

Public Affairs

☎ +49 711 948-3171
✉ leitenberger@stuttgart-airport.com

IMPRESSUM:

Herausgeberin:

Flughafen Stuttgart GmbH
Corporate Communications & Public Affairs
Postfach 23 04 61, 70624 Stuttgart
☎ +49 711 948-3753
✉ politikbrief@stuttgart-airport.com

Text und Redaktion: Johannes Schumm
(verantwortlich), Theresa Diehl,
Stelian Dumitrache, Kai Leitenberger

Gestaltung und Layout: Cathrin Minuth-Haug

Fotos:

Titel: Maks Richter; Seite 1: MAHLE; Seite 2:
OUTLETCITY AG; Seite 3: VfB Stuttgart, Peter
Menner; Seite 4: Peter Menner; Seite 5: Alle
Bilder Maks Richter

Druck: SV Druck & Medien
Wasserwiesen 42, 72336 Balingen
100 g/m² Maxioffset FSC



Redaktionsschluss der Ausgabe: 02.04.2026

Online verfügbar unter
stuttgart-airport.com/politikbrief.
Für unverlangt eingesandte Manuskripte
und Fotos wird keine Haftung übernommen.
Zitate aus dem Inhalt sind bei Quellenangabe
erwünscht, Belege erbeten. Herausgeberin
und Autorinnen und Autoren übernehmen
keine Haftung für die Vollständigkeit und
Richtigkeit der Angaben in dieser Publikation.
Alle Rechte vorbehalten.