Jahresabschluss 2025

-

TST Tourismus und Stadtmarketing Tübingen GmbH

- Bilanz zum 31.12.2025
- Gewinn- und Verlustrechnung zum 31.12.2025
- Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025
- Anhang zur Bilanz für das Geschäftsjahr 2025

Bilanz zum 31. Dezember 2025

Tourismus und Stadtmarketing Tübingen GmbH, An der Neckarbrücke 1, 72072 Tübingen

AKTIVA

	Geschäftsjahr 2025 EUR
A. Umlaufvermögen	
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	
1. sonstige Vermögensgegenstände	**12.213,97**
- davon gegen Gesellschafter (GJ 11.781,00)	
II. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	**23.794,41**
Summe A K T I V A	**36.008,38**

PASSIVA

		Geschäftsjahr 2025 EUR
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	25.000,00	
II. Jahresfehlbetrag	-4.888,28	**20.111,72**
B. Rückstellungen		
1. sonstige Rückstellungen		**1.600,00**
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13.734,16	
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr (GJ 13.734,16)		
2. sonstige Verbindlichkeiten	562,50	**14.296,66**
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr (GJ 562,50)		
Summe P A S S I V A		**36.008,38**

Gewinn- und Verlustrechnung vom 9. Oktober 2025 bis 31. Dezember 2025

Tourismus und Stadtmarketing Tübingen GmbH, An der Neckarbrücke 1, 72072 Tübingen

		Geschäftsjahr 2025
	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse		92,07
2. sonstige betriebliche Erträge		9.900,00
3. sonstige betriebliche Aufwendungen		14.880,35
4. Ergebnis nach Steuern		**-4.888,28**
5. Jahresfehlbetrag		**-4.888,28**

A. Allgemeine Angaben

Die Tourismus und Stadtmarketing Tübingen GmbH hat ihren Sitz in Tübingen und ist im Handelsregister des Amtsgerichts Stuttgart unter HRB 802348 eingetragen.

Der Jahresabschluss wurde auf der Grundlage der Rechnungslegungsvorschriften des Handelsgesetzbuchs aufgestellt. Ergänzend zu diesen Vorschriften wurden die Regelungen des GmbHG beachtet.

Größenabhängige Erleichterungen wurden nur bei der Offenlegung (§ 326 bzw. § 328 HGB) des Jahresabschlusses in Anspruch genommen.

Soweit ein Wahlrecht hinsichtlich einer Angabe in der Bilanz bzw. in der Gewinn- und Verlustrechnung einerseits oder dem Anhang andererseits besteht, wurde dieses Wahlrecht aus Gründen der Übersichtlichkeit grundsätzlich zu Gunsten der Angabe in der Bilanz bzw. in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgeübt.

I. Bilanzierungsmethoden

Im Jahresabschluss sind sämtliche Vermögensgegenstände, Schulden, Rechnungsabgrenzungsposten, Aufwendungen und Erträge enthalten, soweit gesetzlich nichts anderes bestimmt ist. Die Posten der Aktivseite sind nicht mit Posten der Passivseite, Aufwendungen nicht mit Erträgen, Grundstücksrechte nicht mit Grundstückslasten verrechnet worden.

Das Anlage- und Umlaufvermögen, das Eigenkapital, die Schulden sowie die Rechnungsabgrenzungsposten wurden in der Bilanz gesondert ausgewiesen und hinreichend aufgegliedert.

Das Anlagevermögen weist nur Gegenstände aus, die bestimmt sind, dem Geschäftsbetrieb dauernd zu dienen. Aufwendungen für die Gründung des Unternehmens, die Beschaffung des Eigenkapitals und den Abschluss von Versicherungsverträgen, sowie für immaterielle Vermögensgegenstände, die nicht entgeltlich erworben wurden, werden nicht bilanziert.

Rückstellungen wurden nur im Rahmen des § 249 HGB und Rechnungsabgrenzungsposten wurden nach den Vorschriften des § 250 HGB gebildet.

II. Bewertungsmethoden

Bei der Bewertung wurde von der Fortführung des Unternehmens ausgegangen. Die Vermögensgegenstände und Schulden wurden einzeln bewertet. Es ist vorsichtig bewertet worden, namentlich sind alle vorhersehbaren Risiken und Verluste, die bis zum Abschlussstichtag entstanden sind, berücksichtigt worden, selbst wenn diese erst zwischen dem Abschlussstichtag und der Aufstellung des Jahresabschlusses bekannt geworden sind. Gewinne sind nur berücksichtigt worden, wenn sie bis zum Abschlussstichtag realisiert wurden. Aufwendungen und Erträge des Geschäftsjahres sind unabhängig vom Zeitpunkt der Zahlung berücksichtigt worden.

Einzelne Positionen wurden wie folgt bewertet:

1. Forderungen

- Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände wurden grundsätzlich mit dem Nennbetrag angesetzt.

2. Rückstellungen

- Die sonstigen Rückstellungen wurden nach vernünftiger kaufmännischer Schätzung mit dem notwendigen Erfüllungsbetrag angesetzt und berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen.

3. Verbindlichkeiten

- Die Verbindlichkeiten wurden mit ihrem Erfüllungsbetrag nach dem Höchstwertprinzip ausgewiesen.

B. Erläuterungen zu einzelnen Posten der Bilanz

Die Gesellschaft besitzt kein Anlagevermögen zum Abschlussstichtag. Daher wurde auf den Ausweis eines Anlagespiegels verzichtet.

Die Restlaufzeit der sonstigen Vermögensgegenstände beträgt unter 1 Jahr.

Rückstellungen sind nur im Rahmen von § 249 HGB gebildet worden. Die Zusammensetzung der Position „sonstige Rückstellungen“ zum Abschlussstichtag ergibt sich aus nachfolgendem Rückstellungsspiegel:

	Stand 09.Oktober 2025	Verbrauch V (-) Auflösung A (-) Zuführung Z (+)	Stand
	€	€	€
Jahresabschluss-kosten	0,00	(V) 0,00 (A) 0,00 (Z) 1.600,00	1.600,00
Summe	0,00	(V) 0,00 (A) 0,00 (Z) 1.600,00	1.600,00

C. Erläuterungen zu den einzelnen Posten der Gewinn- und Verlustrechnung

Für das Geschäftsjahr 2025 sind keine Angaben zu den einzelnen Posten der Gewinn- und Verlustrechnung erforderlich.

D. Sonstige Angaben

I. Angaben über Mitglieder der Unternehmensorgane

(1) Geschäftsführer

Familienname	Vorname	Ausgeübter Beruf	Vertretungsbefugnis
Flink	Thorsten	Wirtschaftsgeograph	einzelvertretungsberechtigt

Die Angabe nach § 285 Nr. 9a HGB unterbleibt aufgrund der Inanspruchnahme der Schutzklausel des § 286 Abs. 4 HGB.

(2) Aufsichtsrat

Die Gesellschaft hat einen Aufsichtsrat, der aus dem Vorsitzenden (zugleich Oberbürgermeister der Stadt Tübingen) und maximal 19 weiteren Mitgliedern besteht. Die weiteren Mitglieder setzen sich aus Personen des Gemeinderats (80%) und Mitgliedern vom Bürger- und Verkehrsverein Tübingen e.V. (20%) zusammen. Für Aufsichtsratsmitglieder wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr Vergütungen von € 562,50 gewährt.

Vorname Familienname	Ausgeübter Beruf
Boris Palmer (Vorsitzender)	Oberbürgermeister
Tom Besenfelder	Zimmermann
Claudia Braun	Diplom-Psychologin
Benedikt Döllmann	Student der Umweltnaturwissenschaften
Ingeborg Höhne-Mack	Studiendirektorin i.R.
Stefan Klepp	Dipl. Physiker
Anne Kreim	Ingenieurin i.R.
Manoah Kunze	Student der Politik- und Wirtschaftswissenschaften
Asli Kücük	Referentin politische Bildungsarbeit
Julia Mayer	Verwaltungsbeamtin/Public Management B.A / Politikwissenschaft und Management M.A.
Heinrich Riethmüller	Buchhändler
Ulf Siebert	Gastronom
Michael Lucke	Bürgermeister a.D.
Alexander Stangl	Hotelier
Stefan Herrmann	Hotelier

(4) Beirat

Die Gesellschaft hat einen Beirat. Der Beirat berät die Geschäftsführung und den Aufsichtsrat in allen den Gegenstand des Unternehmens betreffenden Fragen. Er kann Anregungen geben und Empfehlungen aussprechen.

Die Beiräte haben im Berichtsjahr keine Bezüge erhalten.

II. Arbeitnehmer

Während des abgelaufenen Geschäftsjahres waren keine Arbeitnehmer beschäftigt.

III. Nicht in der Bilanz enthaltene Geschäfte gemäß § 285 Nr. 3 HGB

Sonstige finanzielle Verpflichtungen, die nicht in der Bilanz auszuweisen und auch keine Haftungsverhältnisse i. S. von § 251 HGB sind, die für die Beurteilung der Lage des Unternehmens von Bedeutung sind, bestanden am Abschlussstichtag aus:

Sonstige finanzielle Verpflichtungen	Höhe der Verpflichtungen	davon gegen verbundene Unternehmen	Erläuterungen
	€	€	
Betriebspachtvertrag	36.000	36.000	
Miete	16.144		GWG – Gesellschaft für Wohnung- und Gewerbebau Tübingen mbH

IV. Angaben nach § 285 Nr. 21 HGB

Die nachfolgenden Verträge sind mit der Stadt Tübingen und dem Bürger- und Verkehrsverein e.V. abgeschlossen

Art des Geschäftes	Wert in T€	Wesentlicher Inhalt
Geschäftsbesorgungsvertrag TST GmbH – BVV e.V.	60	TST GmbH wickelt die Geschäfte des BVV e.V.als Geschäftsbesorger ab
Miete GWG Tübingen GmbH	16	Der Mietvertrag „An der Neckarbrücke 1“ wurde unverändert übernommen
Pachtvertrag BVV. e.V.	36	Betriebspachtvertrag

V. Nachtragsbericht

Zm 01.01. des Folgejahres begann die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft durch die Übernahme der laufenden gewerblichen Tätigkeit des Bürger- und Verkehrsvereins Tübingen e.V. Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft ergeben sich zukünftig zudem auch durch weitere Aufgabenzuweisungen der Gesellschafterin einhergehend mit der finanziellen Ausstattung.

VI. Ergebnisverwendung

Die Geschäftsführung schlägt vor, das Bilanzergebnis in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen. Hierüber muss die Gesellschafterversammlung noch abschließend entscheiden.

E. Unterzeichnung des Jahresabschlusses

Nachfolgend unterzeichne ich den vorstehenden Jahresabschluss bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2025 und der Gewinn- und Verlustrechnung vom 9. Oktober 2025 bis 31. Dezember 2025 sowie dem Anhang für das Geschäftsjahr 2025:

Tübingen, den

Sven Hahn
(Geschäftsführer)

Lagebericht der Geschäftsführung

Tourismus und Stadtmarketing Tübingen GmbH (TST)

1. Geschäftsjahr 2025

Beim Geschäftsjahr 2025 handelt es sich bei der Tourismus und Stadtmarketing Tübingen GmbH (TST) um ein Rumpfgeschäftsjahr. Daher wurde vom Aufsichtsrat beschlossen, auf die externe Prüfung des Jahresabschlusses zu verzichten. Die Gesellschaft wurde erst im Lauf des Jahres 2025 gegründet. Die tatsächliche Arbeit hat die TST dann im Jahr 2026 aufgenommen.

2. Rahmenbedingungen

Die TST wurde gegründet, um das außergewöhnlich hohe touristische Potenzial Tübingens besser als bisher zu nutzen. Zudem steht hinter der Gründung der Gesellschaft die Erkenntnis, dass die Angebote in der lokalen Wirtschaft – Einzelhandel, Gastronomie, Kultur, Freizeitangebote -, die von den Bürgern der Stadt geschätzt werden, nur durch die zusätzliche wirtschaftliche Kraft von Gästen und Touristen dauerhaft erhalten werden können.

In Summe bietet Tübingen ungewöhnlich hohes Potenzial für den Tourismus durch seine Vielfalt, die Bandbreite, die Vielzahl und die Qualität der Leistungsträger in den genannten Branchen. Darüber hinaus bietet die Stadt eine außergewöhnlich attraktive Architektur, eine landschaftlich einzigartige Lage und in der Mischung aus historischer Altstadt, Stadtgeschichte und kultureller Dichte im Zusammenspiel mit der Innovationskraft der Unternehmen, der Universität und der engagierten Zivilbevölkerung eine herausragende Basis, um Gäste von einem Besuch der Stadt zu überzeugen.

Zeitgleich sind die wirtschaftliche Lage und der ökonomische Ausblick speziell im Südwesten düster. Mehrere Jahre ohne signifikantes Wirtschaftswachstum, die dauerhafte, strukturelle Krise der Automobil- und Zulieferindustrie in Baden-Württemberg und Unsicherheiten auf globaler Ebene lassen die Menschen im Ausgabeverhalten zurückhaltend agieren. Geld wird gespart, unnötige Ausgaben werden hinterfragt. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für touristische Angebote sowie für die Leistungsträger einer attraktiven (Innen-) Stadt – Einzelhandel, Gastronomie, Eventveranstalter, Kulturbetriebe, etc. – sind zunehmend schwierig. Hinzu kommen übergreifende Entwicklungen wie beispielsweise das Wachstum des Onlinehandels gegenüber dem stationären Einzelhandel.

Das große Potenzial der Stadt steht damit einer schwierigen wirtschaftlichen Gesamtsituation gegenüber.

3. Chance durch Gründung der TST

Die Gründung der TST ist ein konsequenter und richtiger Schritt, um der zuvor beschriebenen Problematik so gut als möglich zu begegnen. Zwar wird Tübingen übergreifende wirtschaftliche Entwicklungen nicht aufhalten können. Doch die Bündelung der Aufgaben in einer neuen

Struktur sowie der Weg von der Vereinsstruktur hin zu einer GmbH versetzen die TST in die Lage, konsequent zu handeln. Dabei ist die Rolle der TST eine komplett andere als die des bisher mit dem Tourismusmarketing betrauten Bürger- und Verkehrsvereins (BVV). Während aufgrund der stets angespannten finanziellen Situation des BVV und aufgrund des aus der Vereinsstruktur gewachsenen Fokus auf die Belange der Mitglieder keine dauerhafte und konsequente strategische Arbeit möglich war, ist die TST in der privilegierten Lage, ein solides Fundament für die kommenden Jahre in der touristischen Arbeit zu schaffen.

4. wirtschaftliche Erwartung

Mit Blick auf die Lage der kommunalen Haushalte ist die finanzielle Ausstattung der TST keine Selbstverständlichkeit. Unser ausdrückliches Ziel ist es, mit den zusätzlichen finanziellen Mitteln, die uns zur Verfügung stehen, bewusst und verantwortungsvoll umzugehen.

Die neuen Aufgaben, die Entwicklung und der Aufbau der Gesellschaft sowie der wachsende personelle Bedarf erfordern diese zusätzlichen finanziellen Mittel, die von der Stadt auf Basis der neuen Bettensteuer erwirtschaftet werden sollen.

Neben den genannten neuen Aufgaben wurde beim BVV über die vergangenen Jahre ein enormer Investitionsstau aufgebaut. Die derzeitige Ausstattung der TST, die vom BVV übernommen wurde, ist weder mit Blick auf Digitalisierung, Arbeitsumfeld, Büromaterial oder die Immobilie zeitgemäß und entspricht nicht den Anforderungen. Diesen Investitionsstau abzubauen, wird eine der zentralen Aufgaben und Kostenfaktoren der kommenden Monate und Jahre. Diese Arbeit ist notwendig, um die TST überhaupt erst in die Lage zu versetzen, die in die Gesellschaft gesetzten Erwartungen erfüllen zu können.

Zudem basiert die Finanzplanung sowie die von der Politik verabschiedete Finanzierung durch die Stadt auf Annahmen und Planzahlen, die auf dem Weg hin zur Gründung der TST geschätzt wurden. Hier zeigt sich, dass einige dieser Erwartungen sich nicht erfüllt haben oder nur schwer zu erfüllen sind. So wurden die Personalkosten zu gering beziffert, was unter anderem mit den höheren Tarifabschlüssen im öffentlichen Dienst zu erklären ist.

Zudem wurde für die kommenden Jahre ein neues, zusätzliches Geschäftsfeld eingeplant, mit dem die TST im gewerblichen Bereich signifikant zusätzliche Gewinne erzielen soll. Wie dieses Geschäftsfeld aussehen könnte, wurde jedoch nicht näher definiert. Ob sich diese Erwartung erfüllen lässt, ist bislang vollkommen unklar.

Es kommt hinzu, dass sich Teile des bisherigen wirtschaftlichen Bereichs des BVV, wie etwa der Verkauf von Tickets für kulturelle Veranstaltungen, stärker als in der Planung angenommen, ins Digitale verlagert. Diesen Verlust an Einnahmen zu kompensieren, ist eine große Herausforderung.

In Summe ist die Ausstattung der TST mit Blick auf das wirtschaftliche Umfeld und die Steuereinnahmen der Kommune bemerkenswert. In der Gesamtschau gibt es jedoch drohende Engpässe. Sollten sich diese Befürchtungen bewahrheiten, müssten entweder die Anforderungen an die TST reduziert oder die Finanzierung der Gesellschaft nachgebessert werden.

5. dringende Aufgaben

Die Arbeit der TST wird sich in den ersten Jahren nach der Gründung auf zwei grundlegende Bereiche fokussieren. Auf der einen Seite müssen interne Aufgaben bewältigt werden. Auf der anderen Seite muss die TST so rasch wie möglich eine sichtbare Rolle nach außen einnehmen.

Interne Arbeit: Die interne Arbeit dient maßgeblich dazu, die TST in die Lage zu versetzen, dauerhaft schlagkräftig und sinnvoll zu arbeiten. Zu den Aufgaben, die hier im Fokus stehen, gehören unter anderem die stringente Organisationsentwicklung. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kommen aus zwei vollkommen verschiedenen Kontexten und Sektoren. Während die ehemaligen Angestellten des BVV die Struktur eines Vereins gewohnt sind, haben die Mitarbeiterinnen der Wirtschaftsförderung Tübingen (WIT) eine wesentlich engere Bindung an die Stadtverwaltung. Zudem stand hier immer der allgemeine Auftrag und nicht der Bedarf der Vereinsmitglieder im Fokus.

Zum Aufbau der Organisationsstruktur gehört u.a. die komplette Erneuerung der IT und der digitalen Infrastruktur. Hier sind sämtliche Programme und Werkzeuge, angefangen von der Telefonanlage über die Anwendungen im Büroalltag, die Tools für die Buchhaltung, die Ticket- und Hotelbuchungen, die Datenbanksoftware, die Schnittstellen zu Partnern bis hin zur Software der Website und des Social-Media-Auftritts neu aufzubauen.

Im Zusammenspiel mit den zuvor beschriebenen Prozessen wird die TST so rasch wie möglich einen übergeordneten Strategieprozess durchlaufen. Dieser Prozess soll die Vorarbeit hin zur Gründung der Gesellschaft konsequent fortsetzen, Ziele und Methoden zur Erreichung der eigenen Ziele liefern, Zielgruppen und Quellmärkte präzise identifizieren sowie die Strukturen und Arbeitsabläufe intern sowie in Kooperation mit externen Partnern beleuchten, um die hochgesteckten Erwartungen an die TST zu erfüllen.

Zudem ist der Strategieprozess die zentrale Chance, externes Know-How in die Arbeit der TST einzubringen und von positiven und erfolgreichen Beispielen aus anderen Organisationen im Tourismus zu profitieren. Des Weiteren ermöglicht es dieser Prozess, die Partner der TST - die Leistungsträger der lokalen Wirtschaft, die Bürgerschaft und Zivilgesellschaft der Stadt sowie die Entscheider in Politik und Verwaltung - in die Entwicklung und Zielsetzung der Gesellschaft nachhaltig einzubinden.

Die Auswahl / Ausschreibung des externen Dienstleisters sowie den Start des Prozesses werden wir so schnell und konsequent wie möglich vorantreiben.

Externe Arbeit: Neben der dringend notwendigen internen Arbeit ist es von zentraler Bedeutung, dass die TST so rasch wie möglich aufzeigt, dass durch die Gründung spürbare Verbesserungen erzielt werden. Zu diesen Aufgaben zählen unter anderem die Unterstützung von Vorhaben, die zentrale Bedeutung für die Wahrnehmung und das Image der Stadt nach außen haben. Dazu zählt unter anderem die Unterstützung des Jubiläums der Universität Tübingen im Jahr 2027 sowie die tatkräftige Unterstützung des Jubiläums der Stadt im Jahr 2028.

Darüber hinaus wird die TST wesentlich stärker in Marketing und Außenwerbung investieren, als es BVV und WIT in der Vergangenheit möglich war. Solange der Bereich Marktforschung und Datenerhebung noch nicht ausreichend entwickelt ist, wird es vorerst das Ziel sein müssen, die Sichtbarkeit und die Reichweite der vorrangingen Angebote und Stärken Tübingens spürbar und sichtbar zu verbessern.

Ein weiterer zentraler Punkt ist der Ausbau des Bereichs Datenerhebung und Marktforschung. Die Zahlengrundlage für Entscheidungen im Bereich Tourismus und Stadtmarketing ist bislang dünn. Neben konkreten Zahlen fehlt es vor allen Dingen an einer sinnvollen Vergleichbarkeit Tübingens mit anderen Standorten. Auch hier wird ein längerer Prozess und eine dauerhafte Anstrengung notwendig sein, um die TST auf ein adäquates Niveau zu heben. Für den Anfang wird die TST sich an der Studie des Instituts für Handelsfroschung (IFH) aus Köln „Vitale Innenstädte“ erstmals beteiligen. Des Weiteren werden wir in die Frequenzmessungen der Firma Hystreet investieren, um digital und in Echtzeit gemessene Zahlen zur Passantenfrequenz in der Innenstadt zu erhalten.

6. Struktur der Gesellschaft – Zukunft des BVV

Der BVV hält aktuell 20 Prozent der Anteile an der TST. Im Zusammenspiel zwischen Vorstand und Mitgliedern muss geklärt werden, ob der Verein aufgelöst oder weitergeführt wird. Die ehemals zentrale Aufgabe, Tourismusarbeit hat nun die TST übernommen. Daher müssten bei einer Weiterführung des Vereins ein neuer Vereinszweck und neue ehrenamtliche Verantwortliche gefunden werden. Die Arbeit und die Ausrichtung des BVV wären in diesem Fall eine komplett andere als zuvor.

Mit der Zukunft des BVV ist die Frage nach dem Umgang mit dem Vermögen des BVV verbunden. Zwar liegt die Entscheidung über den einzuschlagenden Weg in vollem Umfang bei den Mitgliedern des Vereins. Es wäre allerdings inhaltlich betrachtet nicht sinnvoll, das im Tourismus erwirtschaftete Vermögen des Vereins an anderer Stelle auszugeben und es nicht der Förderung der Tourismusarbeit in Tübingen zur Verfügung zu stellen.

Sollten sich zudem aus einer Auflösung oder einer grundlegenden Veränderung des BVV Kosten für die TST ergeben – bspw. für den Kauf der Anlagen und Gebäude des Campingplatzes,

müsste die TST dafür finanziell entsprechend ausgestattet sein. Aus dem laufenden und vom Gemeinderat genehmigten Budget wären derartige Ausgaben nicht zu stemmen.

7. künftiger Sitz der TST

Der aktuelle Standort der TST ist das Gebäude des BVV an der Neckarbrücke. Die Lage ist gut. Das Gebäude ist aber zu lange nicht modernisiert worden. Zudem ist das Gebäude sowohl mit Blick auf die Arbeitsplätze sowie mit Blick auf den Shop und Tourist-Info (TI) schlicht zu klein und limitiert. Die TST steht zu diesem Thema in konstruktiven Gesprächen mit der Stadtverwaltung. Es wurden bereits konkrete Szenarien erarbeitet, wie die künftige räumliche Struktur der TST aussehen kann und muss.

Ziel muss es sein, Umzüge und Investitionen in provisorische Lösungen so gering wie möglich zu halten. Daher ist eine konsequente Arbeit mit Blick auf eine zukunftssichere und dauerhafte Lösung wichtig und richtig. Neben dem Anspruch moderne und attraktive Arbeitsplätze für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anbieten zu können, ist es von großer Bedeutung künftig eine flexiblere und attraktivere TI für Gäste und Besucher der Stadt anbieten zu können. Die TI ist sowohl Aushängeschild der Stadt Tübingen nach außen, gleichzeitig aber auch Grundlage für die wirtschaftliche / gewerbliche Arbeit der TST. Um langfristig und nachhaltig wirtschaften zu können, muss dieser wirtschaftliche Teil der TST auf solide Grundlagen – auch mit Blick auf die Lage und den Zuschnitt der Immobilie – gestellt werden.

Tübingen 07.08.2026



Sven Hahn
Geschäftsführer
Tourismus und Stadtmarketing Tübingen GmbH