



# ZAHLEN | DATEN | FAKTEN

TOURISMUS IN BRANDENBURG

**THE GERMAN CAPITAL REGION**  
excellence in tourism

3	Tourismus in Brandenburg – eine Erfolgsgeschichte	.....
4	Brandenburgs Natur- und Kulturlandschaften	.....
6	Brandenburg hat Reichweite	.....
8	Eine umsatz- und beschäftigungsstarke Branche	.....
9	... mit einem dynamischen Wachstum	.....
10	Positive Effekte fürs ganze Land	.....
12	Boomender Auslandsmarkt	.....
13	Woher die inländischen Gäste kommen	.....
14	Zwölf Mal eine Reise wert	.....
16	Auf nach Brandenburg	.....
18	Innovationen und Nachhaltigkeit zusammengedacht	.....
20	Qualität garantiert	.....
21	Brandenburg für Alle	.....
22	Die touristische Marke Brandenburg	.....
24	ContentNetzwerk – Digitaler Vorreiter im Deutschlandtourismus	.....
25	Gemeinsam im Tourismusnetzwerk	.....
26	Kontakt & Impressum	.....

# TOURISMUS IN BRANDENBURG – EINE ERFOLGSGESCHICHTE

Seit über 10 Jahren verzeichnet der brandenburgische Tourismus ein kontinuierliches Übernachtungsplus. Seit 2008 hat das kein anderes ostdeutsches Bundesland geschafft.<sup>1</sup>

Die Brandenburger Betriebe beherbergten im Jahr 2018 5,05 Millionen Gäste mit **13,5 Millionen Übernachtungen** (In- und Ausland). Damit ist das Reiseland Brandenburg mit 3,2 Prozent mehr Gästen und 3,5 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahr beliebt wie noch nie.<sup>2</sup>



UMSÄTZE AUS DEM TOURISMUS<sup>4</sup>

6,1 Mrd.



ERWERBSTÄTIGE IM TOURISMUS<sup>4</sup>

100 Tsd.



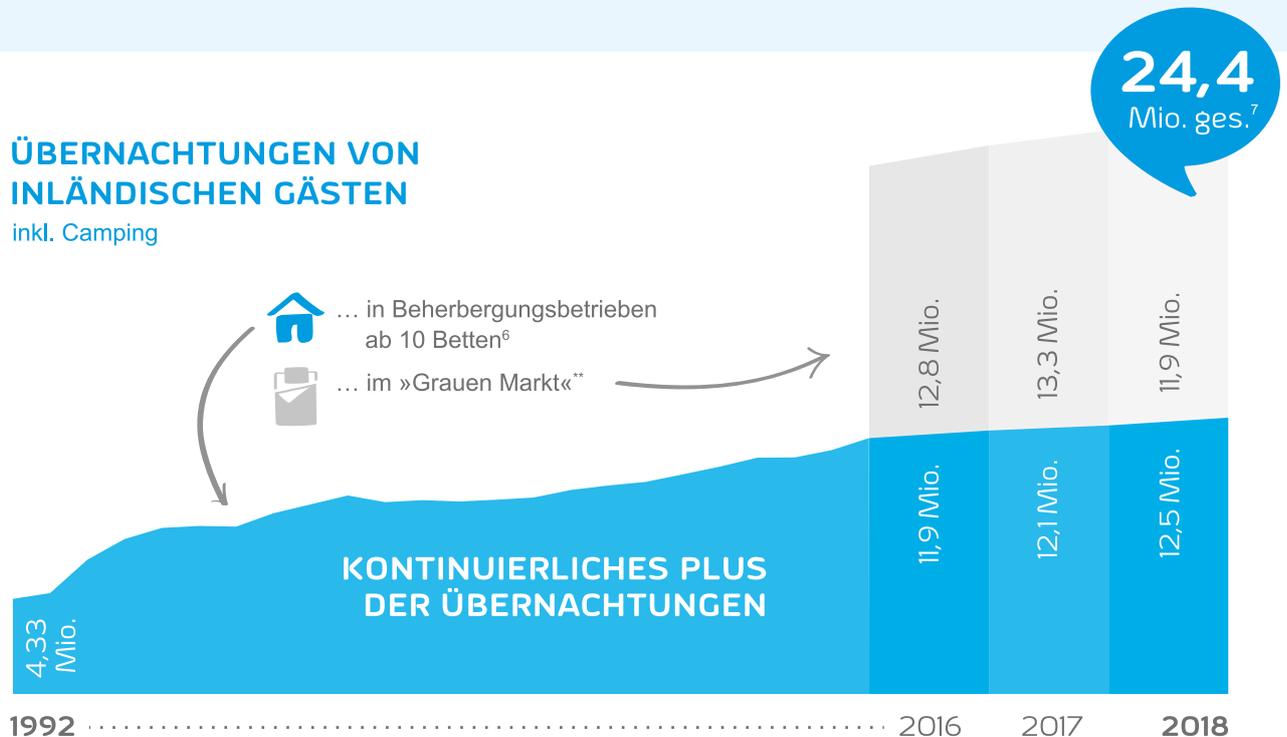
UNTERKÜNFTE AB 10 BETTEN<sup>5</sup>

1.685\*

\* inklusive Campingplätzen

## ÜBERNACHTUNGEN VON INLÄNDISCHEN GÄSTEN

inkl. Camping



\*\* Grauer Markt: Übernachtungen in nichtgewerblichen, privaten Unterkünften bzw. in Betrieben unter 10 Betten (erhoben ab einer Wohnortdistanz des Gastes von 50 km)

Quellen:

- 1 Ostdeutscher Sparkassenverband, Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2019
- 2 Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2018
- 3 dwif-Consulting GmbH, Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg, 2015
- 4 DIW Econ, IMT und dwif 2017, TSA Tourismus-Satellitenkonto Brandenburg, Daten 2015
- 5 Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Juli 2019
- 6 Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 1992–2018
- 7 GfK SE, GfK DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg, 2018

# BRANDENBURGS NATUR- UND KULTURLANDSCHAFTEN

Vom Radwegenetz bis zur Marina, von der Dorfkirche bis zum Schloss, von kleinen Geheimtipps bis zu außergewöhnlichen Event-Locations – Brandenburgs touristische Infrastruktur ist ganz hervorragend aufgestellt.

## EINZIGARTIGE KULTURLANDSCHAFT

**17** Schlösser, Paläste und Prunkbauten sowie drei historische Parkanlagen in der Stadt **Potsdam** <sup>1</sup>

**500** Schlösser und Herrenhäuser <sup>2</sup> mit herausragenden Parkanlagen, wie z. B. **Branitz** oder **Neuhardenberg**

## UNESCO-Welterbe

**Potsdamer Kulturlandschaft** seit 1990 | **Bauhaus Denkmal Bundesschule Bernau** seit 2017 <sup>3</sup>

**400** Museen <sup>4</sup> **20** Gedenkstätten & Erinnerungsorte <sup>5</sup>

**6** staatliche Theater <sup>4</sup> **36** freie Theater <sup>6</sup>

Brandenburgisches Staatsorchester Frankfurt | Deutsches Filmorchester Babelsberg | Philharmonisches Orchester des Staatstheaters Cottbus | Brandenburger Symphoniker

**1.500** Dorf- und Klosterkirchen <sup>7</sup>

**22.000** eingetragene Bau-, Kunst- und Bodendenkmale <sup>7</sup>

## NATUR- UND WANDERPARADIES

Dichte **Kiefern- und Buchenwälder** als Lebensraum bedrohter **Niedermoore** Tier- und Pflanzenarten

Weitläufige **Seenlandschaften**

„Qualitätswege Wanderbares Deutschland“ <sup>8</sup>:

**Fläming** Burgenwanderweg  
Kunstwanderweg

Märkischer Landweg  
Uckermärker Landrunde **Uckermark**

**Seenland** Naturparkroute Märkische  
**Oder-Spree** Schweiz | Schlaubetal-Wanderweg | Oderland-Wanderweg

## TOP RADREISE-DESTINATION <sup>9</sup>

**12.000** km ausgeschilderte Radrouten

**30** Radfernwege } touristisches  
**30** regionale Routen } Radwegenetz von ca.  
**7.000** km

**490** Bett&Bike Betriebe

Etablierung und Ausweitung einer regionalen **Knotenpunktwegweisung**



### Quellen:

- [1 http://www.potsdamtourismus.de/potsdam-entdecken/schloesser-und-gaerten/](http://www.potsdamtourismus.de/potsdam-entdecken/schloesser-und-gaerten/)
- [2 http://www.reiseland-brandenburg.de/aktivitaeten-erlebnisse/kultur/schloesser-herrenhaeuser/](http://www.reiseland-brandenburg.de/aktivitaeten-erlebnisse/kultur/schloesser-herrenhaeuser/)
- [3 http://www.welterbedeutschland.de](http://www.welterbedeutschland.de)
- [4 http://www.mwfk.brandenburg.de/mwfk/de/kultur/kulturlandschaft-brandenburg](http://www.mwfk.brandenburg.de/mwfk/de/kultur/kulturlandschaft-brandenburg)
- [5 http://www.bpb.de/geschichte/nationalsozialismus/erinnerungsorte/](http://www.bpb.de/geschichte/nationalsozialismus/erinnerungsorte/)
- [6 https://www.freie-theater-brandenburg.de/spielstaetten.html](https://www.freie-theater-brandenburg.de/spielstaetten.html)
- [7 http://www.bldamwp.bldam-brandenburg.de/denkmalinformationen/geoportal-denkmaldatenbank/denkmaldatenbank/](http://www.bldamwp.bldam-brandenburg.de/denkmalinformationen/geoportal-denkmaldatenbank/denkmaldatenbank/)
- [8 https://www.wanderbares-deutschland.de/wanderwege](https://www.wanderbares-deutschland.de/wanderwege)
- [9 presse.reiseland-brandenburg.de/documents/das-radland-brandenburg-in-zahlen-88460](http://presse.reiseland-brandenburg.de/documents/das-radland-brandenburg-in-zahlen-88460)



## LAND DER FLÜSSE UND SEEN<sup>10</sup>

**33.000** km Fließ-  
gewässer & **3.000** Seen

Brandenburg ist eines der **gewässerreichsten Bundesländer**<sup>11</sup>

**1.500** km schiffbare Bundes- und Landeswasserstraßen, davon **470 km** führerscheinfrei für Sport- und Hausboote

**6.500** km Wasserstraßen für Kanuten und Ruderer

**>17.000** Liegeplätze

**814** Sportboothäfen, Marinas und Wasserwanderrastplätze

**128** Kanuanbieter mit insg. **3.526 Kanus**\*

**83** Charteranbieter mit **1.280** Motor-yachten, Haus- und Segelbooten sowie Flößen\*

**65** Fahrgastschiffahrtbetreiber mit **180 Schiffen**\*

**274** offizielle Badestellen<sup>12</sup>

\* Berlin und Brandenburg

## GESUNDHEIT UND WELLNESS<sup>13</sup>

**8** staatlich anerkannte **Kurorte**:  
Bad Belzig | Bad Freienwalde | Bad Liebenwerda | Bad Saarow | Bad Wilsnack | Buckow | Burg/Spreewald | Templin

**16** staatlich anerkannte **Erholungsorte** **9** **Thermen**

**Wellnesshotels** mit hohen Qualitätsstandards

**Gesunde Erlebnisse** in der Natur

## TAGUNGEN, KLAUSUREN, EVENTS UND COWORKING

Über **100** **MICE-Standorte** mit **Tagungslocations**<sup>14</sup>

in Schlössern, Herrenhäusern, Gutshöfen und modernen Hotels – viele zur exklusiven Nutzung

**>40** außergewöhnliche **Coworking Spaces** und **Kreativorte**<sup>15</sup>

**Einzigartige Eventlocations** in alten Industrieanlagen, Kirchen, Schlössern oder in tropischen Erlebnisparks

**Kompetente Serviceanbieter** für individuelle Team-Incentives, erfolgreiche Kundenevents oder unvergessliche Weihnachtsfeiern

Quellen:

10 Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg – Wassersportentwicklungsplan des Landes Brandenburg – Fortschreibung (wep4), 2016

11 [www.brandenburg.de/de/das-land/bb1.c.475252.de](http://www.brandenburg.de/de/das-land/bb1.c.475252.de)

12 <https://badestellen.brandenburg.de/home/-/bereich/liste>

13 <https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/gesundheitstourismus>

14 <https://www.tagen-in-brandenburg.de/>

15 <https://www.kreativorte-brandenburg.de>

# BRANDENBURG HAT REICHWEITE



Ob online, gedruckt, im Radio oder TV: Brandenburg hat Reichweite!  
Über die verschiedensten Kanäle informieren und inspirieren wir.

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



40 Mio. Printauflagen  
Reichweite Pressearbeit\*

130 Pressemitteilungen sowie  
Presse- und Newsletterbeiträge\*

148 Presse- und Bloggerreisen\*\*  
mit 343 Journalisten  
sowie Bloggern aus dem  
In- und Ausland\*\*

## Informations- und Vermittlungsservice der TMB\*



11.095 beantwortete Anrufe

2.700 beantwortete Anfragen  
per E-Mail

1.008 Chatanfragen

4.700 Bestellungen  
15.200 versandte  
Broschüren

## Messen im In- und Ausland



Messeteilnahmen Ausland  
u. a. Ferien Wien, FESPO  
Zürich, World Travel  
Show Warschau,  
Vagabond Kopenhagen

Messeteilnahmen Inland  
u.a. Boot Düsseldorf, ITB 2019,  
Berlin Travel Festival,  
Tag der Deutschen Einheit  
in Kiel



**WIR  
PRÄGEN  
DAS IMAGE VON  
BRANDENBURG  
IN DER WELT**

## Überregionale Kampagnen (Beispiele)



**Dein Sommer. Unser Element.**  
Wasserkampagne 2019  
[www.deutschlands-seenland.de](http://www.deutschlands-seenland.de)

323.000 Seitenaufrufe  
170.000 Besucher

62,5 Mio. Page Impressions

500.000  
vertriebene Kampagnenmagazine

1,1 Mio. erreichte Leser durch  
Medienkooperationen  
in Berlin und Stuttgart

7,7 Mio. Kontakte durch  
Out-of-home Media

**Fontane ohne Worte**  
Kulturkampagne 2019  
[bb.reisen/\\_YBhc](http://bb.reisen/_YBhc)

225.000 Seitenaufrufe  
154.000 Besucher

2,86 Mio. Page Impressions

180.000 Fontane-  
Themenkarten

31.000 Fontane-  
Tourensets

300.000 erreichte Leser des  
Tagesspiegels durch  
Medienkooperation

Dezember 2019

\* Circa-Angaben für die TMB, 2018

\*\* Circa-Angaben für alle Reiseregionen und die TMB zusammengefasst, 2018



### Die-Prignitz.de

 58.910 Unique User 2018  
 1.759 Follower  
 @prignitztourismus  
 1.152 Abonnenten  
 @die\_prignitz

### Havelland-Tourismus.de

 215.242 Unique User 2018  
 2.040 Follower  
 @Havellandsehnsucht  
 1.250 Abonnenten  
 @havellandsehnsucht

### Reiseregion-Fläming.de

 29.833 Unique User 2018  
 1.905 Follower  
 @derflaeming  
 1.969 Abonnenten  
 @derflaeming

### Elbe-Elster-Land.de

 857 Follower  
 @ElbeElsterLand

### Lausitzerseenland.de

 223.000 Unique User 2018  
 7.968 Follower  
 @lausitzerseenland.de  
 1.995 Abonnenten  
 @lausitzerseenland

### Ruppiner-Reiseland.de

 28.282 Unique User 2018  
 833 Follower  
 @dasruppinerseenland  
 1.180 Abonnenten  
 @das\_ruppinerseenland

### Tourismus-Uckermark.de

 82.560 Unique User 2018  
 6.593 Follower @Uckermark  
 3.616 Abonnenten  
 @uckermark\_erleben

### Barnimerland.de

 51.155 Unique User 2018  
 1.012 Follower  
 @ErlebnisBarnim

### Seenland-Oderspree.de

 360.000 Unique User 2018  
 1.684 Follower  
 @SeenlandOderSpree  
 1.028 Abonnenten  
 @seenlandoderspree

### PotsdamTourismus.de

 219.849 Unique User 2018  
 2.296 Follower  
 @deinpotsdam  
 7.312 Abonnenten  
 @deinpotsdam

### Dahme-Seenland.de

 429 Follower  
 @dahmeseenland  
 464 Abonnenten  
 @dahmeseenland

### Spreewald.de

 553.270 Unique User 2018  
 12.554 Follower  
 @spreewald.de  
 3.266 Abonnenten  
 @spreewald.de

### Reiseland-Brandenburg.de

 1,8 Mio. Unique User 2018  
 35.000 Follower auf »Erlebe Brandenburg«\*  
 8.500 Abonnenten @visitbrandenburg\*  
 93.000 Downloads der Brandenburg App\*

\* Circa-Angaben inkl. polnischer und tschechischer Seiten, November 2019

2018

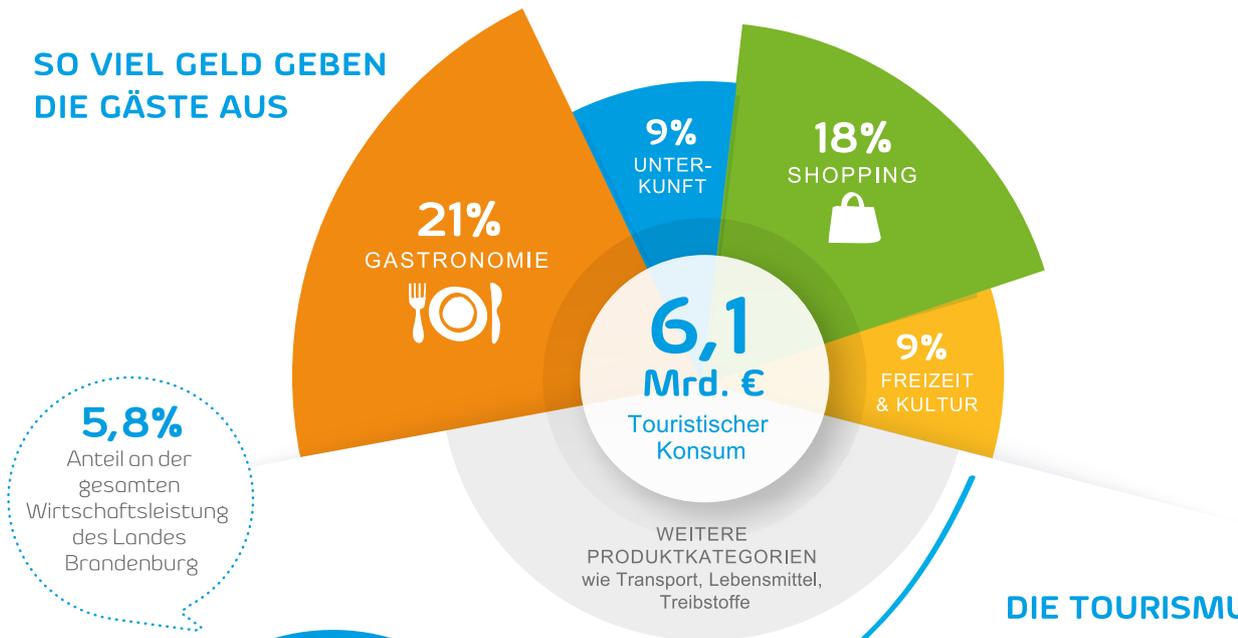
2019

WIR  
ZEIGEN,  
WIE SCHÖN  
BRANDENBURG  
IST

# EINE UMSATZ- UND BESCHÄFTIGUNGSSTARKE BRANCHE

Der Tourismus in Brandenburg hat in den letzten 30 Jahren ein rasantes Wachstum hingelegt. Mit fast viermal so vielen Gästen seit Anfang der 90er Jahre leistet die Tourismuswirtschaft einen erheblichen Beitrag zur gesamten Wirtschaftsleistung des Bundeslandes. Im Vergleich mit den Bruttowertschöpfungs- und Beschäftigungseffekten auf Bundesebene ist Brandenburgs Tourismuswirtschaft anteilig gesehen überdurchschnittlich groß.

## SO VIEL GELD GEBEN DIE GÄSTE AUS



## DIE TOURISMUSWIRTSCHAFT IST EINE SEHR BESCHÄFTIGUNGSINTENSIVE BRANCHE

Der Beschäftigungseffekt des Tourismus übersteigt den entsprechenden Bruttowertschöpfungseffekt deutlich.



18 Tsd. INDIREKT\*



9,3% Anteil an der Gesamtbeschäftigung des Landes Brandenburg

Quelle: DIW Econ, IMT und dwif 2017, TSA Tourismus-Satellitenkonto Brandenburg, Daten 2015

\* Die indirekten Effekte beschreiben diejenige Bruttowertschöpfung und Beschäftigung, die sich aus der Herstellung von Vorleistungsprodukten für die Herstellung touristischer Güter und Dienstleistungen ergibt (beispielsweise Dienstleistungen für den Betrieb von Flughäfen als Vorleistung für Fluglinien oder Wäschereileistungen als Vorleistung eines Hotels).

\*\* Die direkten Effekte beschreiben die unmittelbare Wirkung der touristischen Nachfrage auf Bruttowertschöpfung bzw. Beschäftigung. Diese Effekte ergeben sich aus der Nachfrage der Touristen nach Gütern und Dienstleistungen von Unternehmen, die unmittelbar mit der Erstellung touristisch nachgefragter Produkte befasst sind (beispielsweise Hotels, Reisbüros oder Fluglinien).

# ... MIT EINEM DYNAMISCHEN WACHSTUM

Im Vergleich mit den anderen vier ostdeutschen Bundesländern (ohne Berlin) liegt Brandenburg beim Wachstum der Gästezahlen gemeinsam mit Sachsen-Anhalt auf dem 1. Platz.

## ENTWICKLUNG DER GÄSTEZAHLEN



## STEIGENDE UMSATZRENDITEN

... im Beherbergungsgewerbe



... in der Gastronomie



Quelle: dwif-Consulting GmbH, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL-Daten)

## ANSTIEG DER AUSLASTUNG DER BEHERBERGUNGSKAPAZITÄT 2013–2018

Im Zeitraum 2013–2018 ist die Bettenauslastung in Brandenburg mit 4,6%-Punkten stärker als in Deutschland mit 4,2%-Punkten gestiegen. Besonders positiv ist, dass alle Betriebsformen bei der Auslastung zulegen konnten.



\* Jugendherbergen u. ä. Betriebe, Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime, Ferienzentren, -häuser, -wohnungen, Vorsorge- und Rehabilitationskliniken  
Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2013 und 2018

# POSITIVE EFFEKTE FÜRS GANZE LAND

Neben den Städten profitiert der ländliche Raum ganz besonders vom Tourismus – und das nicht nur im Sommer, sondern auch im Frühling, Herbst und Winter.

Im Sommer  
**Verdreifachung**  
der Gästeankünfte  
seit 1992



**25,5%**  
Frühling



**34,6%**  
Sommer

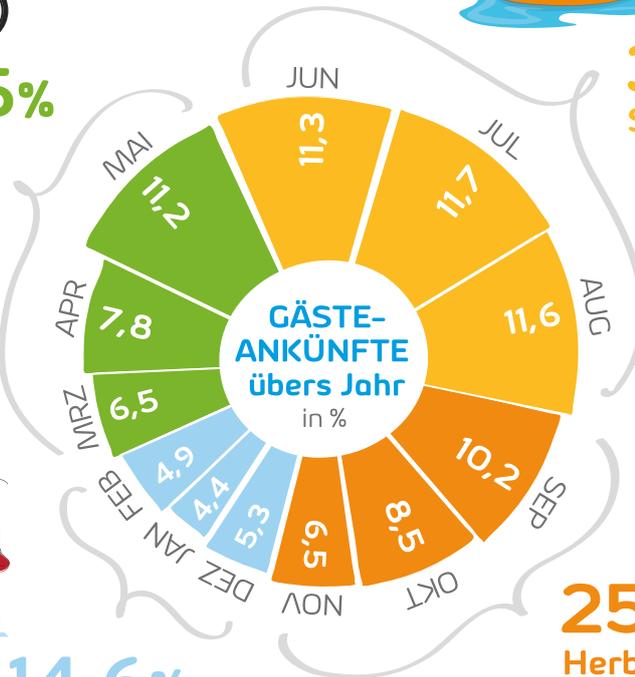
Im Frühling,  
Herbst und Winter  
**Vervierfachung**  
der Gästeankünfte  
seit 1992



**14,6%**  
Winter



**25,2%**  
Herbst

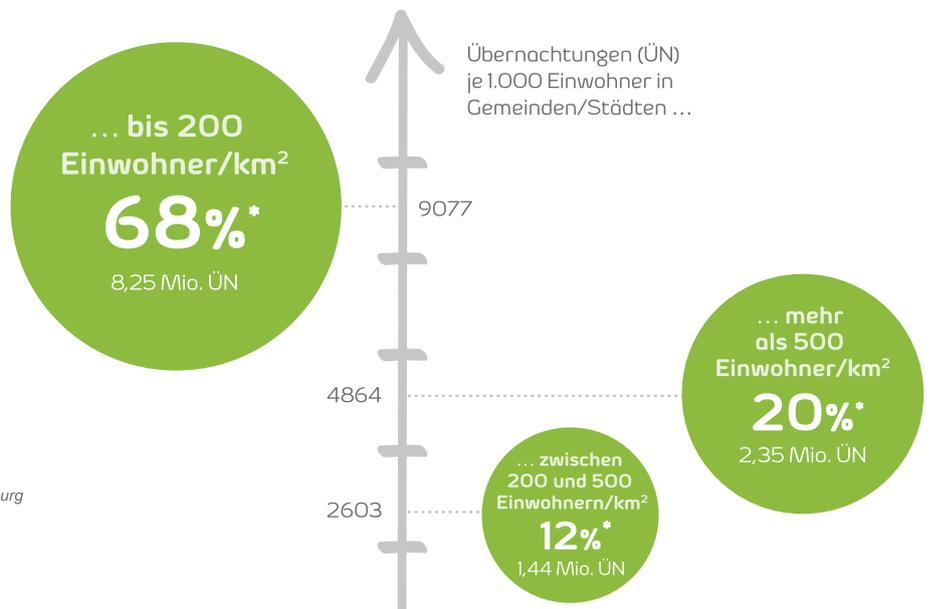


Quelle: DESTATIS 2018

## TOURISMUS STÄRKT DEN LÄNDLICHEN RAUM

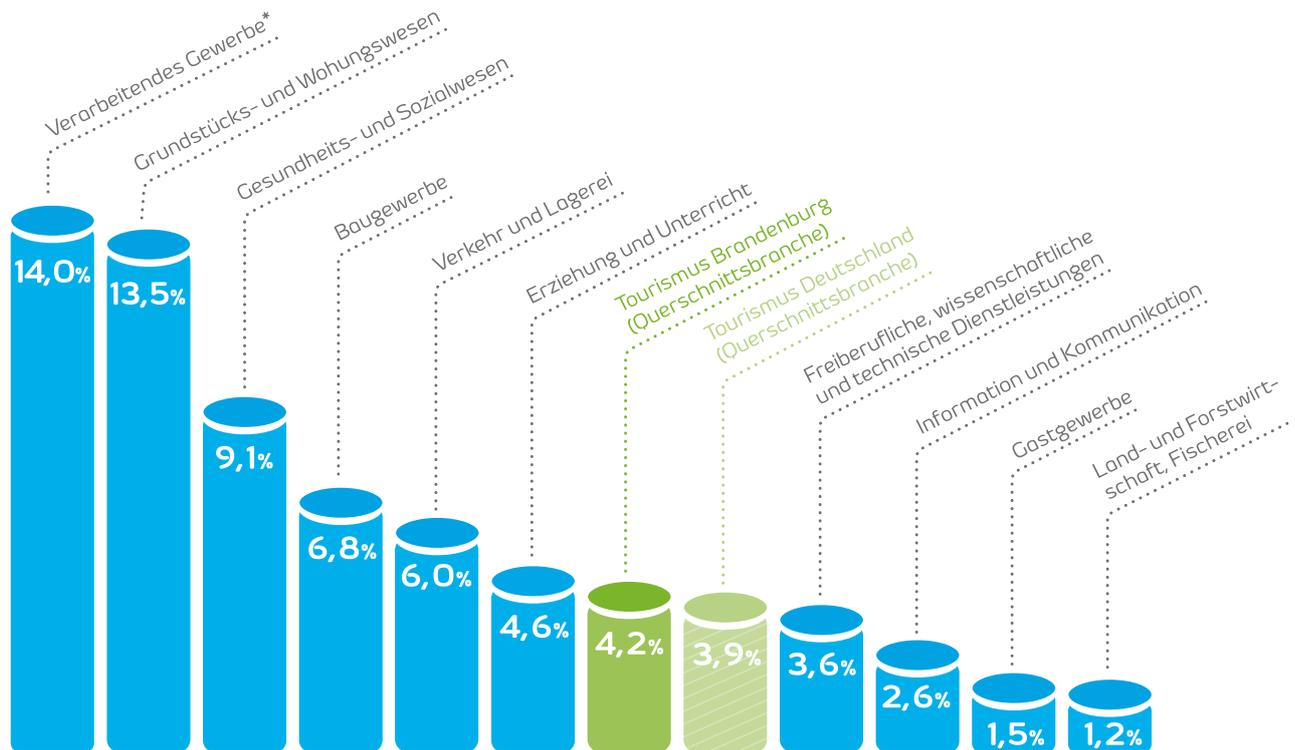
In den vielen ländlichen Gemeinden und kleineren Städten wurden 2018 die meisten Übernachtungen absolut und in Bezug auf die Einwohnerzahl (Tourismusintensität) registriert.

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Bevölkerungsentwicklung und Flächen der kreisfreien Städte, Landkreise und Gemeinden im Land Brandenburg 2017 sowie Übernachtungen nach Gemeinden 2018)  
\* Anteil an den Übernachtungen, eigene Darstellung



## DIREKTE TOURISTISCHE BRUTTOWERTSCHÖPFUNG IM BRANCHENVERGLEICH

Der Anteil der direkten Bruttowertschöpfung der brandenburgischen Tourismuswirtschaft an der gesamten Bruttowertschöpfung des Landes ist höher als der entsprechende gesamtdeutsche Anteilswert. Auch im Vergleich mit einer Auswahl verschiedener Branchen in Brandenburg liegt die Tourismuswirtschaft auf einem guten mittleren Platz.



\* umfasst z. B. Maschinenbau, Fahrzeugbau, Herstellung von Metallerzeugnissen, Herstellung von Nahrungsmitteln etc.  
Quelle: DIW Econ, IMT und dwif (2017), TSA Tourismus-Satellitenkonto Brandenburg, Daten 2015, S.10

## EINE ZIEMLICH „JUNGE“ BRANCHE

Die Ausbildungsquote im Tourismus ist überdurchschnittlich hoch: Rund 4,8% der Arbeitsplätze sind hier Ausbildungsplätze, im Brandenburg-Durchschnitt aller Branchen sind es nur rund 3%.



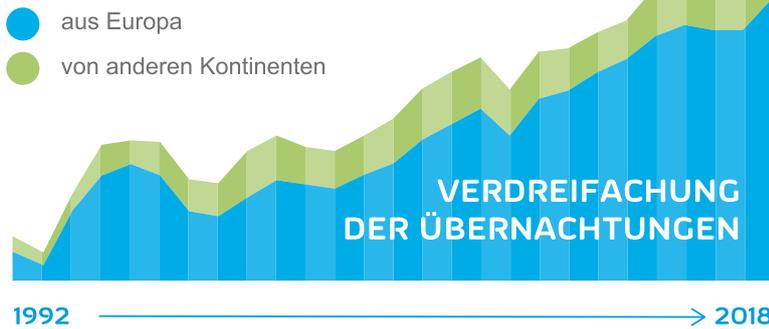
Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, aufbereitet durch die Wirtschaftsförderung Land Brandenburg GmbH, 2017

**4,8%**  
Ausbildungsplätze  
(Anteil an den Arbeitsplätzen im Tourismus)

# BOOMENDER AUSLANDSMARKT

Im Jahr 2018 wurde erstmals die Millionengrenze überschritten: Mit 1,07 Mio. Übernachtungen ausländischer Gäste – das sind rund 8% aller Übernachtungen – ist Brandenburg auch international ein Reiseziel.

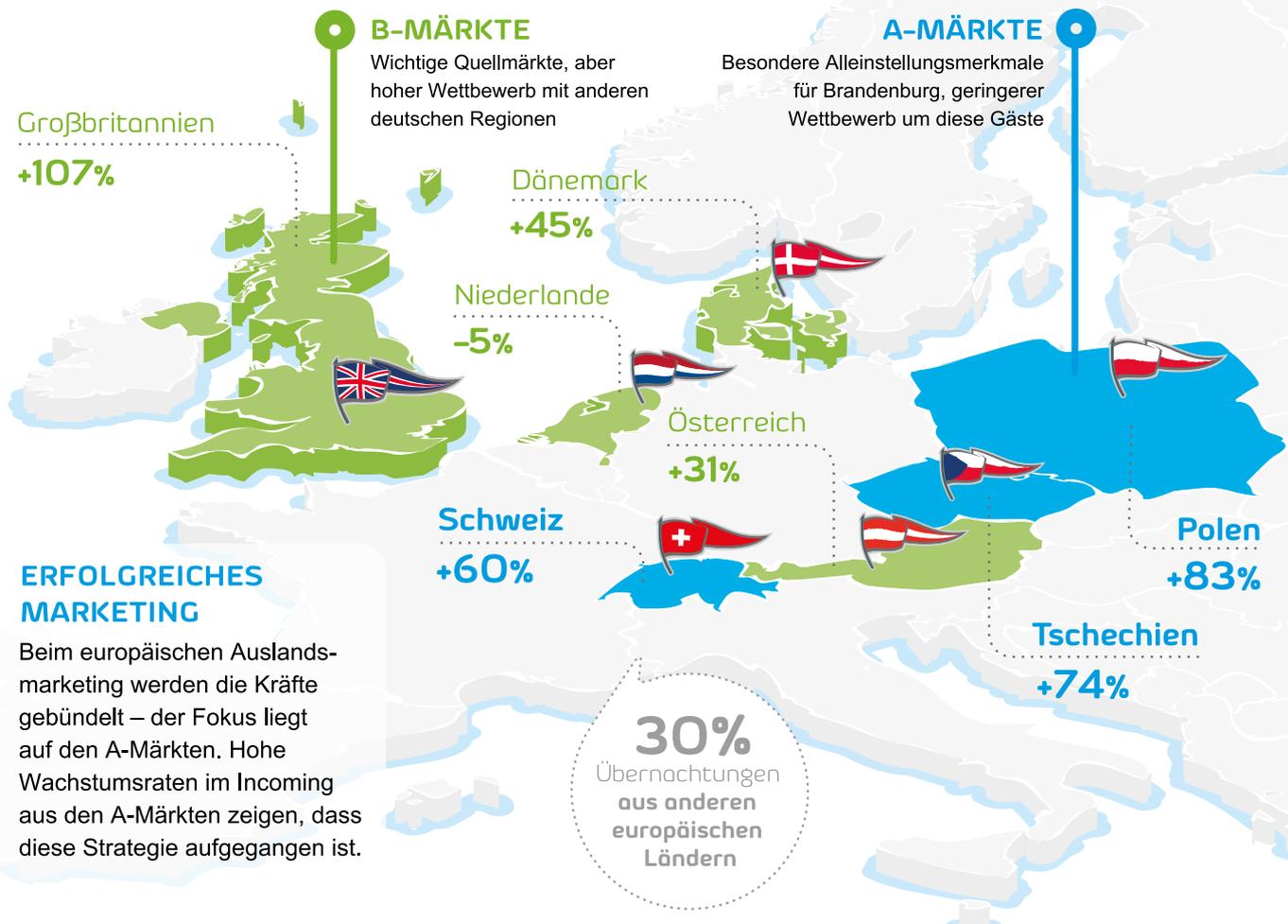
## ÜBERNACHTUNGEN VON AUSLÄNDISCHEN GÄSTEN



Quelle: DESTATIS 1992–2018

Mehr als **1 Mio.**  
Übernachtungen ausländischer Gäste gesamt pro Jahr

**53%**  
Übernachtungen **A-Märkte** und **B-Märkte** zusammen

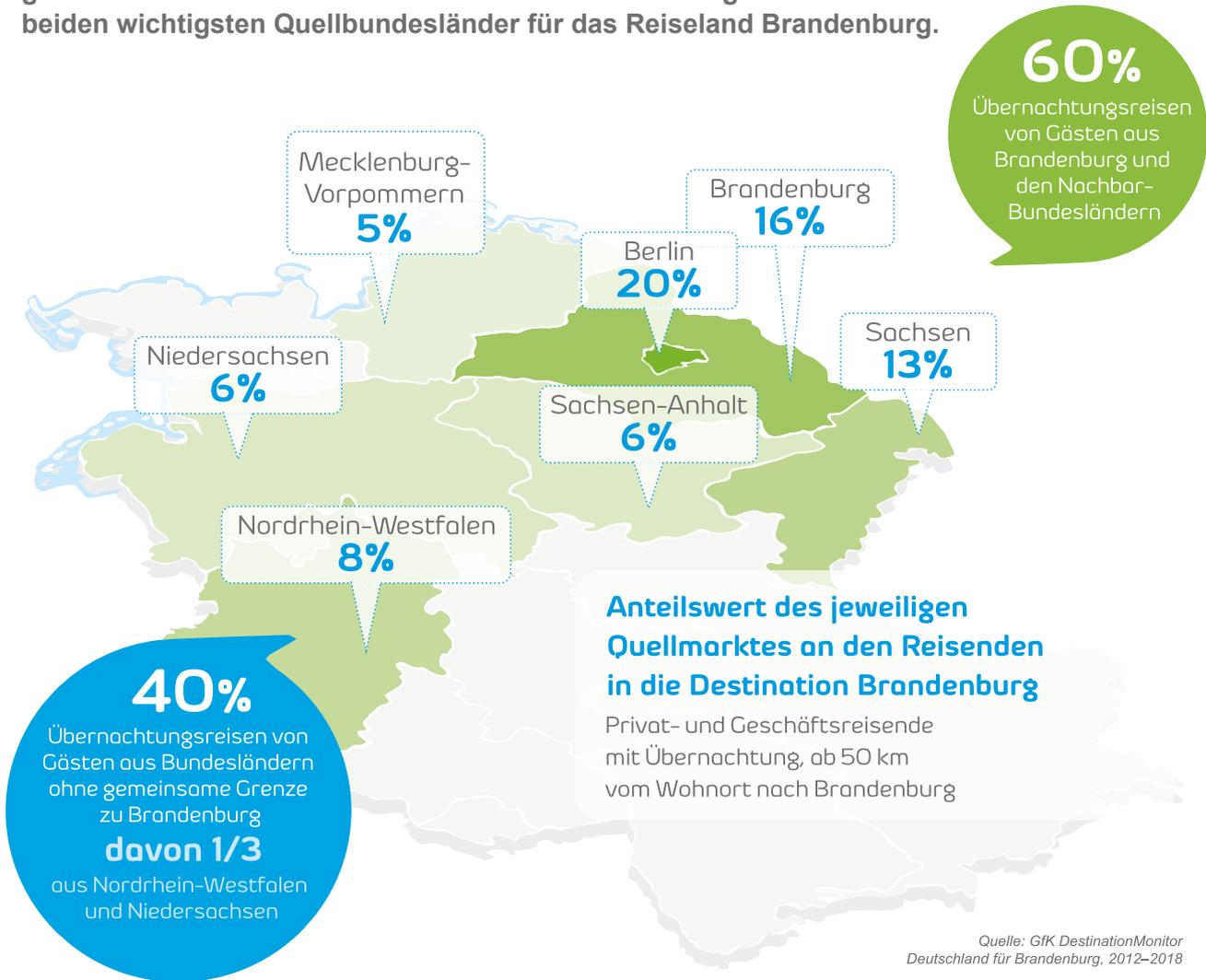


2010 → 2018

Quelle: DESTATIS, Anstieg der Übernachtungszahlen von 2010 gegenüber 2018

# WOHER DIE INLÄNDISCHEN GÄSTE KOMMEN

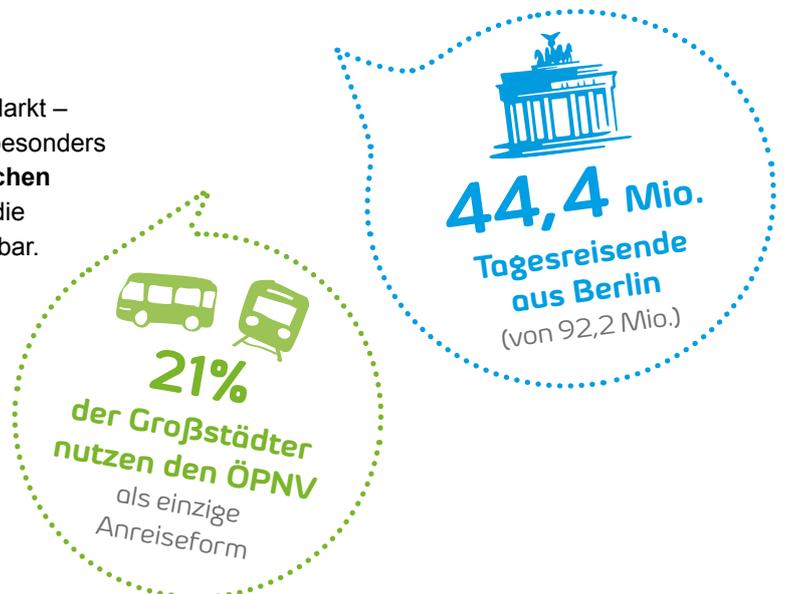
Die Einwohner Berlins und Brandenburgs schätzen ihre Region und machen hier gerne Urlaub. Mit rund einem Drittel aller Übernachtungsreisen sind dies die beiden wichtigsten Quellbundesländer für das Reiseland Brandenburg.



## QUELLMARKT BERLIN

Berlin ist bei den Tagesreisen der wichtigste Markt – und hier hat die Anreise mit dem ÖPNV eine besonders große Bedeutung. Mit insgesamt **33 touristischen Ausflugslinien in allen Reisegebieten** sind die touristischen Ziele auch ohne Auto gut erreichbar.

Quelle: dwif-Consulting GmbH, Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg, 2015



# ZWÖLF MAL EINE REISE WERT

Wer einen Urlaub in Brandenburg plant, hat die Wahl zwischen zwölf Reisegebieten mit jeweils ganz eigenem Profil. Die Übernachtungszahlen und auch die Unterkunfts-kapazitäten haben sich überall positiv entwickelt – ein klares Zeichen, dass die Gäste die Vielfalt der Reisegebiete zu schätzen wissen.

29 Einwohner = 1 Bett in einem Unterkunfts-betrieb (ohne Campingplätze)

## VIELFÄLTIGE ÜBERNACHTUNGSANGEBOTE

Unterkunftsart	Anzahl der Unterkunfts-betriebe
HOTELS	24% 400
HOTELS GARNI	7% 112
GASTHÖFE	12% 197
PENSIONEN	14% 230
CAMPINGPLÄTZE	10% 172
SONSTIGE UNTERKÜNFTE*	34% 574

**1.685** Unterkünfte

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Juli 2019

\* Sonstige Unterkünfte: Jugendherbergen und ähnliche Betriebe, Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime, Ferienzentren, -häuser, -wohnungen, Vorsorge- und Rehabilitationskliniken

### Prignitz

398.956  
3.656

... dörfliche Idylle, Ruhe und Natur – eine perfekte Region, um die Einfachheit des Landlebens zu spüren.

### Havelland

1.167.574  
7.819

... im Fokus stehen Ribbeck und die Birne, die Stadt Brandenburg an der Havel und natürlich der namensgebende Fluss mit seinen zahlreichen Seen.

### Fläming

1.215.650  
8.337

... direkt hinter Berlins südwestlicher Stadtgrenze beginnend, beliebt bei Aktivurlaubern und Kreativ-begeisterten.

## CAMPING IST ANGESAGT



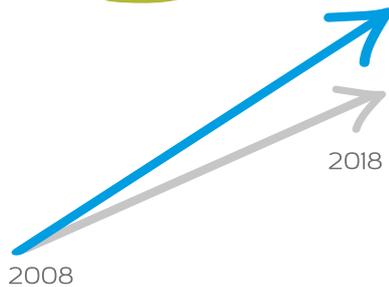
Jede 6. Übernachtung auf einem Campingplatz in Ost-Deutschland findet in Brandenburg statt<sup>1</sup>

Brandenburg ist **Campingland Nr. 2** nach Mecklenburg-Vorpommern<sup>1</sup>

+69%  
1,3 Mio. Übernachtungen in Brandenburg<sup>2</sup>

+50%  
3,45 Mio. Übernachtungen in Deutschland gesamt<sup>2</sup>

Jede 5. Ankunft auf einem Campingplatz in Ost-Deutschland findet in Brandenburg statt<sup>1</sup>



Quellen:  
1 Ostdeutscher Sparkassenverband, Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2018  
2 DESTATIS 2018

### Ruppiner Seenland

🌙 1.457.025

📄 9.631

... eine Landschaft die immer noch so aussieht, wie sie Theodor Fontane vor 130 Jahren in seinen »Wanderungen durch die Mark Brandenburg« beschrieb.

### Uckermark

🌙 1.012.548

📄 6.647

... ein Naturpark, ein Nationalpark und ein Biosphärenreservat stehen für eine Reise-region mit großem Engagement zum Thema Nachhaltigkeit.

### Barnimer Land

🌙 905.925

📄 6.241

... tiefe Wälder, verträumte Seen, stille Wasserstraßen und sanfte Hügellandschaften – eine Landschaft, mit der es die letzte Eiszeit besonders gut gemeint hat.

### Seenland Oder-Spree

🌙 2.238.356

📄 14.889

... die Stille hören und Wildnis erleben – im Wasserreich Brandenburgs an Naturseen und Flüssen.

### Spreewald

🌙 1.972.256

📄 10.714

... eine malerische Landschaft, in der sich Fließe durch geheimnisvoll anmutende Wälder, kleine Wiesen und idyllische Siedlungen schlängeln.

## DIE VIELFALT MACHT ES AUS

Übernachtungen und Bettenkapazität in gewerblichen Unterkünften und besondere Stärken der REISEGEBIETE IM LAND BRANDENBURG

🌙 13.546.724 Übernachtungen (gesamt Jan–Dez 2018)

📄 86.466 Betten (ohne Campingplätze, gesamt Juli 2019)

### Potsdam

🌙 1.277.928

📄 6.045

... Geschichte lauschen, Kultur erleben, Wasser spüren – eine der schönsten Städte Deutschlands, zum UNESCO-Welterbe gehörend.

### Dahme-Seenland

🌙 1.062.239

📄 6.599

... eine der wasserreichsten Regionen des Landes mit besten Voraussetzungen für einen Boots-, Wander- oder Radurlaub.

### Elbe-Elster-Land

🌙 238.070

📄 1.668

... brandenburgische Kulturgeschichte erleben im historischen Grenzgebiet zwischen Preußen und Sachsen.

### Lausitzer Seenland

🌙 600.197

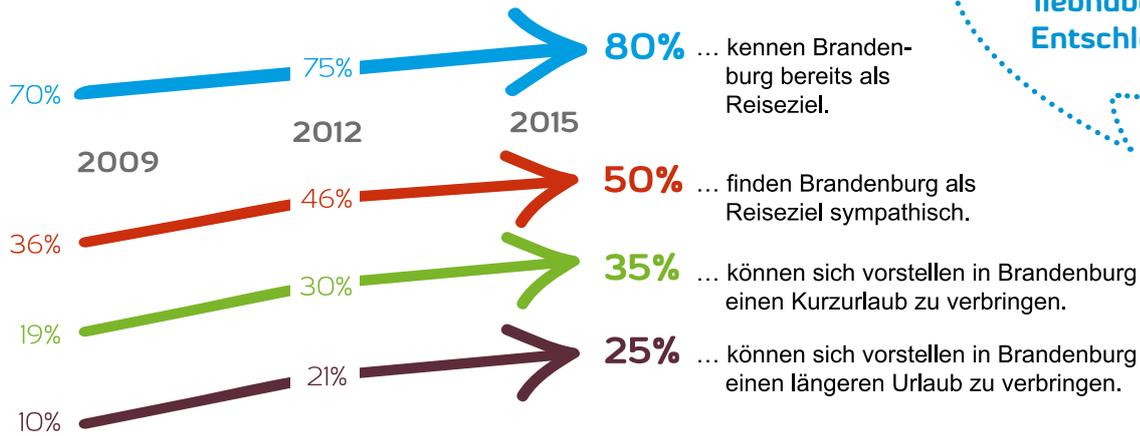
📄 4.220

... vom Braunkohlerevier zum Urlaubsparadies – im Lausitzer Seenland entsteht Europas größte künstliche Wasserlandschaft.

# AUF NACH BRANDENBURG

Authentisch und echt, ehrlich und glaubwürdig – Brandenburg wird zunehmend als sympathisches Reiseziel wahrgenommen.

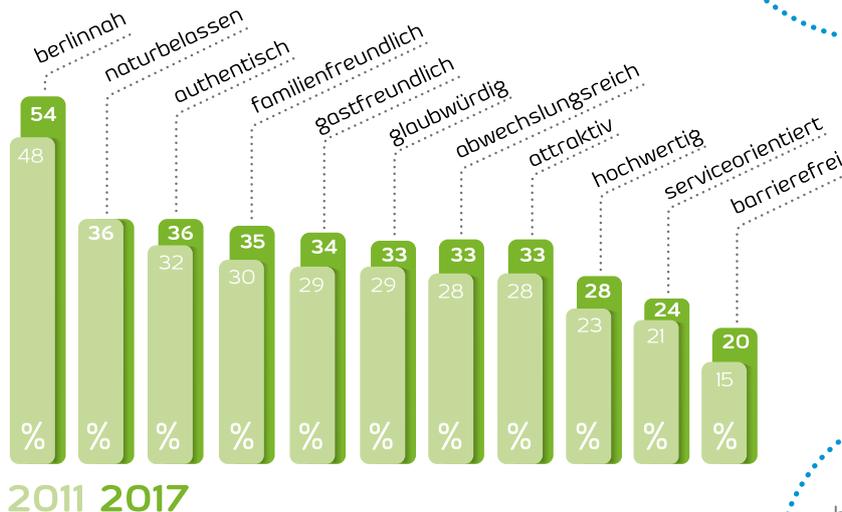
## BRANDENBURG IST ALS REISEZIEL SEHR BEKANNT



Überdurchschnittlich bekannt bei **Kultur- und Naturliebhabern** sowie **Entschleunigern**

Quelle: inspektour GmbH, Destination Brand – Die Markenstärke deutscher Reiseziele, 2009, 2012, 2015 (Angabe in % der Befragten; repräsentierte deutsche Bevölkerung)

## DIE MARKE BRANDENBURG GEWINNT WEITER AN PROFIL



Quelle: inspektour GmbH, Destination Brand – Die Profileigenschaften deutscher Reiseziele, 2011, 2017, gestützte Eigenschaftsbeurteilung Reiseziel „Brandenburg“ durch alle Befragte; repräsentierte deutsche Bevölkerung (Top-Two-Box, Angabe in % der Fälle)

**71%** bewerten den **AUFENTHALT** als **SEHR GUT** (2. Platz im Deutschlandvergleich)

**72%** können sich vorstellen Brandenburg als Reiseziel ganz bestimmt **WEITER ZU EMPFEHLEN**

**47%** haben die Absicht Brandenburg ganz bestimmt **WIEDER ZU BESUCHEN**

Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg 2018 (Urlaubsreisen der Inländer ab einer Übernachtung, Top-Wert in %)



**60%** Aufenthalt in der Natur

**46%** Besuch von kulturellen Einrichtungen und historischen Sehenswürdigkeiten



## BRANDENBURGS GÄSTE SCHÄTZEN DIE VIelfALT

Ein Dreiklang aus Landschaft, Kultur und Aktivitäten in der Natur – die **acht TOP-Aktivitäten** der Gäste während ihres Urlaubs spiegeln das abwechslungsreiche Profil Brandenburgs wieder.

**16%** Rad fahren



**20%** Wandern



**36%**

Aktivitäten im, am oder auf dem Wasser



**29%**

Zeit mit der Familie, dem Partner oder Freunden verbringen



**23%**

Besuch von Events und Veranstaltungen



**24%**

Typische Speisen und Getränke genießen



# INNOVATIONEN UND NACHHALTIGKEIT ZUSAMMENGEDACHT

Den brandenburgischen Tourismus prägen kluge und kreative Köpfe, Vollblutunternehmerinnen und -unternehmer, serviceorientierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, engagierte Kulturschaffende, Ehrenamtliche, ambitionierte Dienstleisterinnen und Dienstleister, außerordentliche Ideen und leistungsstarke Partnernetzwerke – im Kleinen wie im Großen. Nachhaltigkeit und Innovation gehen dabei Hand in Hand.

## Summer of Pioneers

PRIGNITZ | WITTENBERGE

Die Elbestadt Wittenberge lädt Kreativarbeiter ein, für 6 Monate die Stadt und die Region zu erleben. Dafür werden günstige Wohnräume sowie ein gemeinsamer Coworkingspace in der Alten Ölmühle zur Verfügung gestellt.

[bb.reisen/5MR8](https://bb.reisen/5MR8)

## Der Tradition verpflichtet

HAVELLAND | GROß BEHNITZ

Das Landgut Stober steht für hohe Nachhaltigkeitsziele, Energieautarkie, Abfallvermeidung, Lebensmittel aus der Region und soziales Engagement. Mehrfach in Folge wurde das Hotel mit dem Meeting Experts Green Award ausgezeichnet.

[bb.reisen/FNR8](https://bb.reisen/FNR8)

## Menschen im Mittelpunkt

POTSDAM

Azubi-Paten, individuelle Durchlaufpläne, webbasierte Lernplattformen, umfangreiche Trainings und Schulungen, regelmäßige Feedbackgespräche und ein multinationales Team. Das Kongresshotel Potsdam geht innovative Wege, um dem Fachkräftemangel zu begegnen.

[bb.reisen/LTR8](https://bb.reisen/LTR8)

## Fläming-Schmiede

FLÄMING

Der erste Crowdfunding-Wettbewerb im Deutschlandtourismus war Geburtshelfer und Finanzierungsschub für kreative Projekte, Vermarktungsinstrument für die Reiseregion und Netzwerk.

[bb.reisen/7NR8](https://bb.reisen/7NR8)

## Lutherpass

ELBE-ELSTER-LAND

Ausgehend vom Landkreis Elbe-Elster wurde ein mehrfach preisgekrönter Wegweiser geschaffen, der durch die Spuren der Reformation in elf Städten und drei Bundesländern leitet.

[bb.reisen/xTR8](https://bb.reisen/xTR8)

Weitere gute Beispiele unter [tourismusnetzwerk-brandenburg.de/gutgemacht](https://tourismusnetzwerk-brandenburg.de/gutgemacht)

## Das Brandenburg-Zimmer

RUPPNER SEENLAND | BOLTENHOF

In enger Zusammenarbeit mit einer Design-Absolventin, der FH Potsdam und Handwerkern aus der Region ist ein Gästezimmer auf dem Gut Boltenhof entstanden, das Land auf eine neue Art erlebbar macht.

[bb.reisen/DPR8](http://bb.reisen/DPR8)

## Nachhaltigste Tourismusdestination Deutschlands

UCKERMARK

Die Uckermark setzt auf Klimafreundlichkeit der Angebote im Zusammenspiel mit ihren eindrucksvollen Naturlandschaften. Das überzeugte auch die Jury vom Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13.

[bb.reisen/RPR8](http://bb.reisen/RPR8)

## Solar Explorer

BARNIMER LAND | WERBELLINSEE

Mit 100% selbst gewonnener Energie gleitet die Solar Explorer lautlos über den Werbellinsee.

[bb.reisen/XPR8](http://bb.reisen/XPR8)

## Smarte Erholung

SEENLAND ODER-SPREE | BAD SAAROW

Das Hotel Esplanade entwickelte zusammen mit dem Teltower Medizintechnikunternehmen GETEMED eine neue Anwendung, um Gäste auf ihrem Weg zu einem gesünderen Leben zu begleiten.

[bb.reisen/nXR8](http://bb.reisen/nXR8)

INNOVATIV & NACHHALTIG



## Klima-Cent

LAUSITZER SEENLAND

Entwicklung eines innovativen Finanzierungs- und Steuerungsmodells, durch das nationale Klimaschutzaktivitäten in der Tourismusbranche realisiert werden sollen.

[bb.reisen/cTR8](http://bb.reisen/cTR8)

## Wie aus Biomilch Käse wird

DAHME SEENLAND | MÜNCHEHOF

Die Gläserne Molkerei Münchehofe verbindet Design und Geschmack in Bio-Qualität mit Erlebbarkeit des Angebots.

[bb.reisen/IRR8](http://bb.reisen/IRR8)

## Mobilitäts-Modellregion

SPREEWALD | WIRTSCHAFTSRAUM

Ausgehend vom Tourismus wird hier Mobilität zusammengedacht für die Bürgerinnen und Bürger, für die Auszubildenden und Mitarbeitenden in den Unternehmen und für die Gäste.

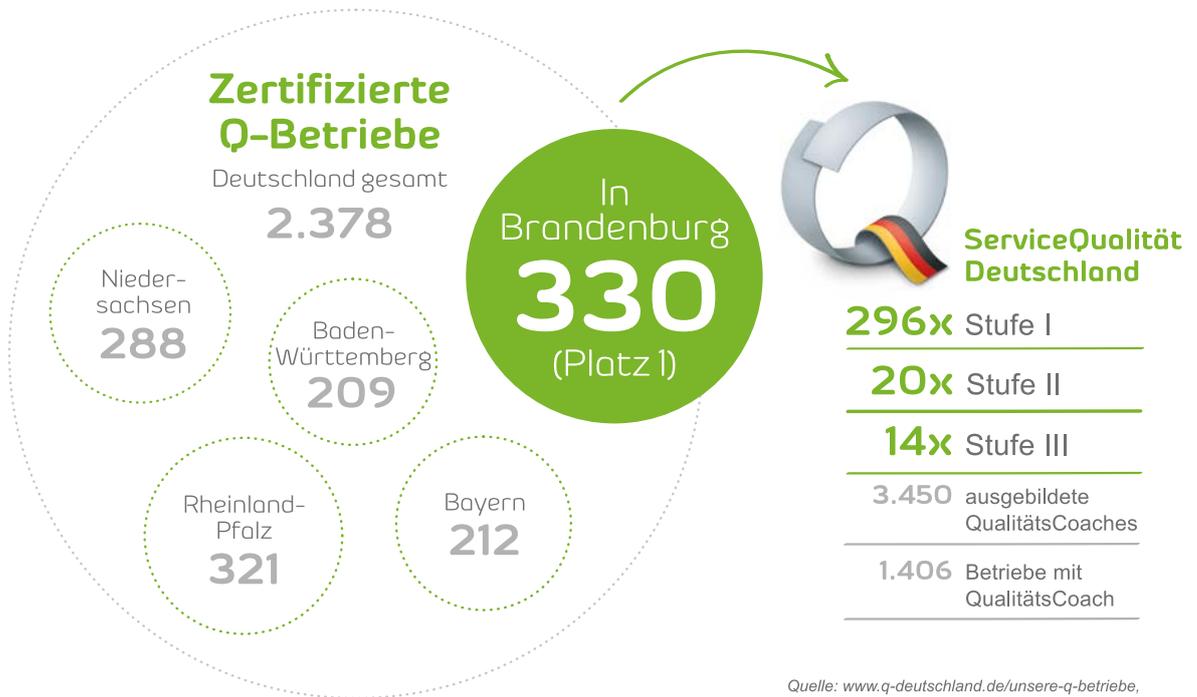
[bb.reisen/BSR8](http://bb.reisen/BSR8)

# QUALITÄT GARANTIERT

Wenn der Service stimmt, sind die Gäste zufrieden. Damit das auch in Brandenburg so ist, wird das Thema Qualitätssicherung seit Jahren sehr ernst genommen. Im Vergleich aller Bundesländer hat Brandenburg die meisten Service-Q-Betriebe und die Q-Region Spreewald ist sogar deutschlandweit einzigartig.

**9** von 15  
Q-Gemeinschaften  
deutschlandweit  
**AUS**  
**BRANDENBURG**

## GUTER SERVICE – ZUFRIEDENE GÄSTE



Quelle: [www.q-deutschland.de/unsere-q-betriebe](http://www.q-deutschland.de/unsere-q-betriebe), Top 5 des Ländervergleichs, Stand 25.11.2019

**Erste**  
ausgezeichnete  
**Q-Region**  
in Deutschland



### Q-Region Spreewald

Das Bekenntnis zur Qualitätsregion wurde in einem Kriterienkatalog festgeschrieben. Im Mittelpunkt stehen dabei für alle eine hohe Kundenorientierung, Servicequalität und das Thema „Nachhaltigkeit“.

#### Q-Gemeinschaften

Qualitätsdorf Burg, Qualitätsgemeinde Schwie- lochsee, Qualitätsstädte Lübben & Lübbenau

#### Q-Betriebe

... erfüllen bereits die hohen Standards des Service-Q, sind gut vernetzt und wirtschaften innovativ und erfolgreich.

Quelle: [www.q-deutschland.de/aktuelles/detail/news/qualitaets-region-spreewald/](http://www.q-deutschland.de/aktuelles/detail/news/qualitaets-region-spreewald/)

# BRANDENBURG FÜR ALLE

## BRANDENBURGISCHE TOURISMUSBETRIEBE SETZEN AUF BARRIEREFREIHEIT

### Qualitätsfaktor für alle Nutzergruppen

Der demografische Wandel führt zu einer deutlichen Zunahme älterer, reisefreudiger Gäste, aber auch die Familie mit kleinen Kindern nimmt barrierefreie Angebote gerne an. Service, Komfort und Nutzbarkeit für unterschiedliche Nutzergruppen sind deshalb unverzichtbare Qualitätsmerkmale.



Barrierefreiheit ist  
für die Bevölkerung

UNENT-  
BEHR-  
LICH  
**10%**

NOT-  
WENDIG  
**40%**

KOMFOR-  
TABEL  
**100%**

### Barrierefreiheit im Tourismus

- ✓ **zentrales Querschnittsthema** in der Landestourismuskonzeption
- ✓ **Lausitzer Seenland** und **Ruppiner Seenland** sind **Modellregionen** in der Arbeitsgemeinschaft „Leichter Reisen – Barrierefreie Urlaubsziele in Deutschland“
- ✓ **Praxisleitfaden** „Barrierefreier Tourismus im Land Brandenburg“ mit **Checklisten für Gastgeber, Kommunen und Regionen**
- ✓ Informationen zur Barrierefreiheit für **zahlreiche touristische Angebote** online abrufbar

Checklisten, Begleitmaterial sowie weiterführende Informationen unter [www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/barrierefrei)

Quelle: <https://presse.reiseland-brandenburg.de/pressreleases/neuer-infoservice-fuer-blinde-und-sehbehinderte-menschen-2851569>



## Infoservice für blinde und sehbehinderte Menschen

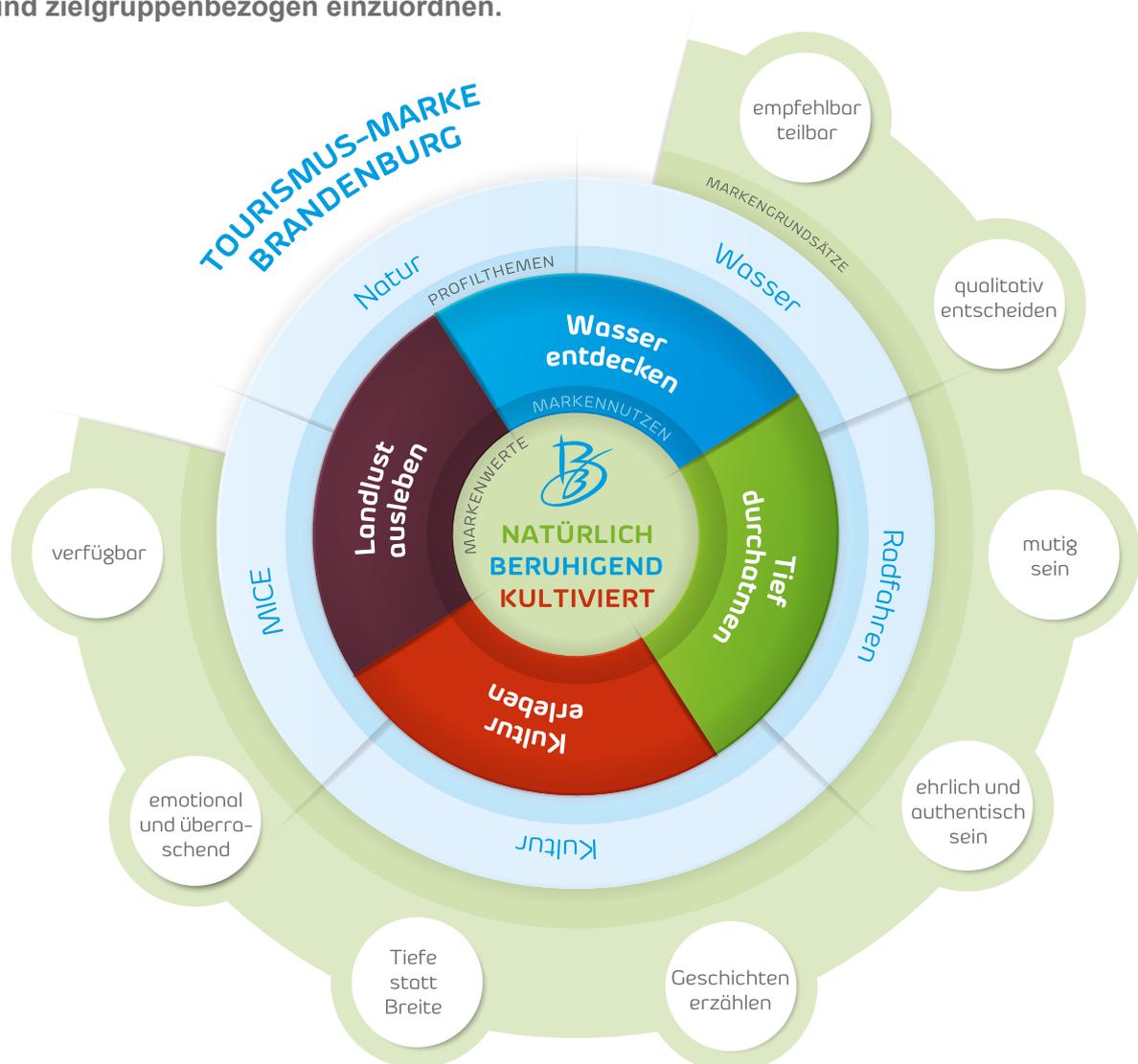
Magazin „Brandenburg für alle. Barrierefrei reisen“ als **Daisy-Hörbuch**

mit **über 70 ausgewählten Angeboten** für Rollstuhlnutzer, höreingeschränkte Menschen und Besucher mit Lernschwierigkeiten, Nahrungsmittelunverträglichkeiten oder Allergien sowie mit **16-seitigem Spezialteil** für blinde und sehbehinderte Urlaubsgäste

[www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de)

# DIE TOURISTISCHE MARKE BRANDENBURG

Mit der touristischen Marke Brandenburg soll eine einzigartige, klare und emotional geprägte Vorstellung des Urlaubslandes Brandenburg im Bewusstsein potenzieller Gäste verankert werden. Die Marke ist durch Markenwerte, Profilt Themen und Markennutzen unter setzt und ermöglicht es damit allen touristischen Akteuren, ihre Angebote thematisch und zielgruppenbezogen einzuordnen.



## DIE TOURISMUSMARKE IN DER PRODUKTENTWICKLUNG

### Das Bild im Kopf Die Marke

Marke im Tourismus erzeugt bei den Kunden ein eindeutiges, emotional gestütztes Bild von einer Urlaubsregion.

### Die Prüffragen für die Produktentwicklung Die Markengrundsätze

Die Markengrundsätze helfen dabei zu überprüfen, ob ein neues Produkt der Marke Brandenburg entspricht.

## DIE FÜNF ZIELGRUPPEN



### Genussorientierte Natururlauber

Suchen aktiven Urlaub auf dem Land und in der Natur, gerne auf und am Wasser. Möchten Rad fahren und wandern. Der Fokus liegt auf dem Naturerlebnis, kombiniert mit starken, genussreichen Elementen (z. B. regionaltypische Küche). Übernachten in hochwertigen Hotels, Pensionen sowie Ferienwohnungen und -häusern.

### Eventorientierte Smartshopper

Interessieren sich für Events, Veranstaltungen, Naturaufenthalte und den Besuch von historisch/kulturellen Sehenswürdigkeiten. Präferieren Privatunterkünfte, Ferienwohnungen und Campingplätze, wohnen aber auch in Hotels. Sind aktiv und suchen das Besondere zu gutem Preis-Leistungs-Verhältnis.



### Intellektuelle Kulturliebhaber

Möchten kulturelle und historische Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen besuchen. Schätzen naturräumliche Angebote. Bevorzugen Komfort und Hotels. Achten auf Preis-Leistungsverhältnis.

### Qualitätsbewusste Entschleuniger

Suchen Auszeit vom Alltag und Urlaub auf dem Land. Bevorzugen Bewegung und Entschleunigung in der Natur ohne große Anstrengung zum Erhalt der Vitalität. Interessieren sich für Shopping, Wellness, Sehenswürdigkeiten und Events. Buchen Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen.



### Gesellige Familien

Möchten im Urlaub gemeinsam Zeit miteinander verbringen. Bevorzugen Angebote am und im Wasser. Nutzen Erlebnis-einrichtungen. Buchen vor allem Ferienhäuser und -wohnungen, aber auch Campingplätze.

Viele weitere  
Informationen unter  
[tourismusmarke-  
brandenburg.de/  
marke](http://tourismusmarke-brandenburg.de/marke)

## Im Sinne der Marke Das touristische Angebot

Die Summe aller Einzelangebote ergibt ein stimmiges Gesamtbild – die Marke Brandenburg.

## Gemeinsam in eine Richtung Die Strategie

Die Landestourismuskonzeption liefert Richtung und Weg für die touristische Angebotsentwicklung und schafft die inneren Voraussetzungen.

# CONTENTNETZWERK – DIGITALER VORREITER IM DEUTSCHLANDTOURISMUS



Deutscher  
Tourismuspreis  
**2018**  
1. PREIS

In einem bundesweit einzigartigen Contentverbund arbeiten über **450 Redakteure** in gemeinsamen touristischen Datenbanken. Einzigartig ist die einheitliche Datenstruktur – Leistungsträger, Reisegebiete und die TMB GmbH pflegen hier gemeinsam alle touristischen Informationen ein.

## Gemeinsame Dateieingabe ①

TMB Tourismus-Marketing  
Brandenburg GmbH

Regionen, Orte &  
Organisationen

Gastgeber



Ausspielung auf  
über **50 Websites**

Einbindung in  
**Apps** wie DB-Regio App,  
VBB u. v. m.

**MeinBrandenburg**  
& MiniBrandenburg

Open Data ③

\* Technische Unterhaltung und Betreuung  
der Redakteure durch die TMB GmbH

## SOFTWARE MeinBrandenburg

Die Software MeinBrandenburg sorgt dafür, dass all diese Daten nutzergerecht, regionsbezogen und tagesaktuell für den Gast ausgespielt werden. Und das Ganze optimiert für den Internetbrowser, das Smartphone oder eine Touchscreen-Steile direkt vor Ort.

**13.500 POIs**  
(bis Jan. 2020)

**32.000 Events**  
(insg. 2019)

**3.000 buchbare Angebote**  
(insg. 2019)

Der  
**GAST**  
ist **VOR**  
**ORT**

Die  
**HÄUFIGSTEN**  
**FRAGEN**  
der Gäste

Alle  
Informationen  
mit **Mein**  
**Brandenburg**  
oder Mini  
Brandenburg

Weitere  
Informationen  
unter  
**tourismusnetzwerk-  
brandenburg.de/  
landesweites-  
contentnetzwerk**



# GEMEINSAM IM TOURISMUSNETZWERK

Die digitale Kommunikation ist eine wichtige Ergänzung zum analogen Austausch. Mit dem Tourismusnetzwerk Brandenburg wurde ein partnerschaftliches, digitales Instrument zum Wissensaustausch innerhalb der Branche etabliert.

[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de)

## Informieren

- Ansprechpartner zu jedem Tourismusthema
- Aktuelle Branchen-News
- Förderung

## Vernetzen

- Projektpartner suchen und finden
- Online-Arbeitsgruppen
- Datenbank mit touristischen Projekten im Land Brandenburg
- Beteiligungsangebote für Messen und Marketing

## Weiterbilden

- E-Learnings
- Seminare & Fachveranstaltungen
- Checklisten
- Praxisleitfäden

### Ihre Informationen, Nachrichten und Veranstaltungen im Tourismusnetzwerk veröffentlichen?

Kontaktieren Sie uns unter [tourismusnetzwerk@reiseland-brandenburg.de](mailto:tourismusnetzwerk@reiseland-brandenburg.de)



## KOOPERATIONSPARTNER



# KONTAKT

Ansprechpartner und Informationen auf  
**TOURISMUSNETZWERK-BRANDENBURG.DE**

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH  
Clustermanagement Tourismus  
Am Neuen Markt 1, 14467 Potsdam  
[www.tourismuscluster-brandenburg.de](http://www.tourismuscluster-brandenburg.de)

### Fachliche Beratung und Redaktion:

tourismuskontor Heike Helmers  
[www.tourismus-kontor.de](http://www.tourismus-kontor.de)  
Isabell Kudobe, Madlen Wetzels, Birgit Kunkel  
TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH  
Clustermanagement Tourismus

### Gestaltung und Grafiken:

FISCHUNDBLUME Design GbR  
Yvonne Berthold & Katrin Hellmann  
[www.fischundblume.de](http://www.fischundblume.de)

### Stand:

Dezember 2019

### Fotos:

Titelbild: TMB-Fotoarchiv/Steffen Lehmann  
S. 17: TMB-Fotoarchiv/Dieter Damschen,  
Steffen Lehmann, Yorck Maecke, Michael  
Handelmann, Leo Seidel, Blacky Schwarz,  
Wolfgang Ehn, Paul Hahn  
S. 25: shutterstock

### Illustrationen:

Titelbild, S. 5, 21, 23: fischundblume  
S. 5, 10–11, 14, 23: fischundblume/istockphoto.de

### Hinweise zur Verwendung der Broschüre:

Nachdruck – auch auszugsweise – und Nutzung  
von Abschnitten zu gewerblichen Zwecken be-  
dürfen ausdrücklich der schriftlichen Genehmi-  
gung des Herausgebers. Die Nennung der Quel-  
le ist unbedingt erforderlich. Belegexemplare  
erbeten.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf  
die gleichzeitige Verwendung männlicher und  
weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche  
Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen  
für beiderlei Geschlecht.

## QUELLENVERZEICHNIS

### Literatur

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 1992–2019  
 DESTATIS, 1992–2018  
 dwif-Consulting GmbH, Ausflugs- und Mobilitätsverhalten der Berliner Bevölkerung im Freizeit- und Urlaubsverkehr im Land Brandenburg, 2015  
 dwif-Consulting GmbH, Daten DSV 2019 (Sonderauswertung EBIL-Daten)  
 DIW Econ, IMT und dwif 2017, TSA Tourismus-Satellitenkonto Brandenburg, Daten 2015  
 GfK SE, GfK DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg, 2012–2018  
 inspektour GmbH, Destination Brand – Die Markenstärke deutscher Reiseziele, 2009, 2012, 2015  
 inspektour GmbH, Destination Brand – Die Profileigenschaften deutscher Reiseziele, 2011, 2017  
 Ostdeutscher Sparkassenverband, Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresberichte 2018 und 2019  
 Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg, Wassersportentwicklungsplan des Landes Brandenburg, Fortschreibung (wep4), 2016  
 TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Radverkehrsanalyse Brandenburg 2017  
 Statistik der Bundesagentur für Arbeit, aufbereitet durch die Wirtschaftsförderung Land Brandenburg GmbH, 2017

### Internet

<https://badestellen.brandenburg.de/home/-/bereich/liste>  
<http://www.bldamwp.bldam-brandenburg.de/denkmalinformationen/geoportal-denkmaldatenbank/denkmaldatenbank/>  
<http://www.bpb.de/geschichte/nationalsozialismus/erinnerungsorte/>  
<https://www.brandenburg.de/de/das-land/bb1.c.475252.de>  
<https://www.freie-theater-brandenburg.de/spielstaetten.html>  
<https://www.kreativorte-brandenburg.de>  
<https://mwfk.brandenburg.de/mwfk/de/kultur/kulturlandschaft-brandenburg/darstellende-kunst/>  
<http://www.mwfk.brandenburg.de/mwfk/de/kultur/kulturlandschaft-brandenburg>  
<http://www.potsdamtourismus.de/potsdam-entdecken/schloesser-und-gaerten/>  
[www.q-deutschland.de/unsere-q-betriebe](http://www.q-deutschland.de/unsere-q-betriebe)  
<https://www.reiseland-brandenburg.de>  
<http://www.reiseland-brandenburg.de/aktivitaeten-erlebnisse/kultur/schloesser-herrenhaeuser/>  
[presse.reiseland-brandenburg.de/pressereleases/neuer-infoservice-fuer-blinde-und-sehbehinderte-menschen-2851569](http://presse.reiseland-brandenburg.de/pressereleases/neuer-infoservice-fuer-blinde-und-sehbehinderte-menschen-2851569)  
[presse.reiseland-brandenburg.de/documents/das-radland-brandenburg-in-zahlen-88460](http://presse.reiseland-brandenburg.de/documents/das-radland-brandenburg-in-zahlen-88460)  
 Social Media Daten der Reiseregionen, November 2019  
<https://www.tagen-in-brandenburg.de/>  
[www.tourismusmarke-brandenburg.de](http://www.tourismusmarke-brandenburg.de)  
<https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/gesundheitstourismus>  
<https://www.wanderbares-deutschland.de/wanderwege>  
<http://www.welterbedeutschland.de>



EUROPÄISCHE UNION

Europäischer Fonds für  
Regionale Entwicklung



**BRANDENBURG**