



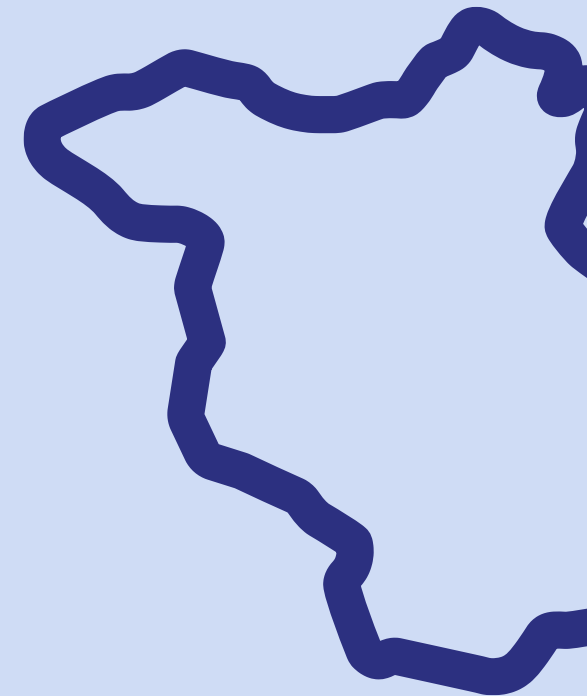
Kulturtourismus in Brandenburg

Potenziale & Chancen

Landeskulturkonferenz, 5. Dezember 2025

Christian Woronka

Geschäftsführer TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH



Kulturtourismus – wovon sprechen wir?

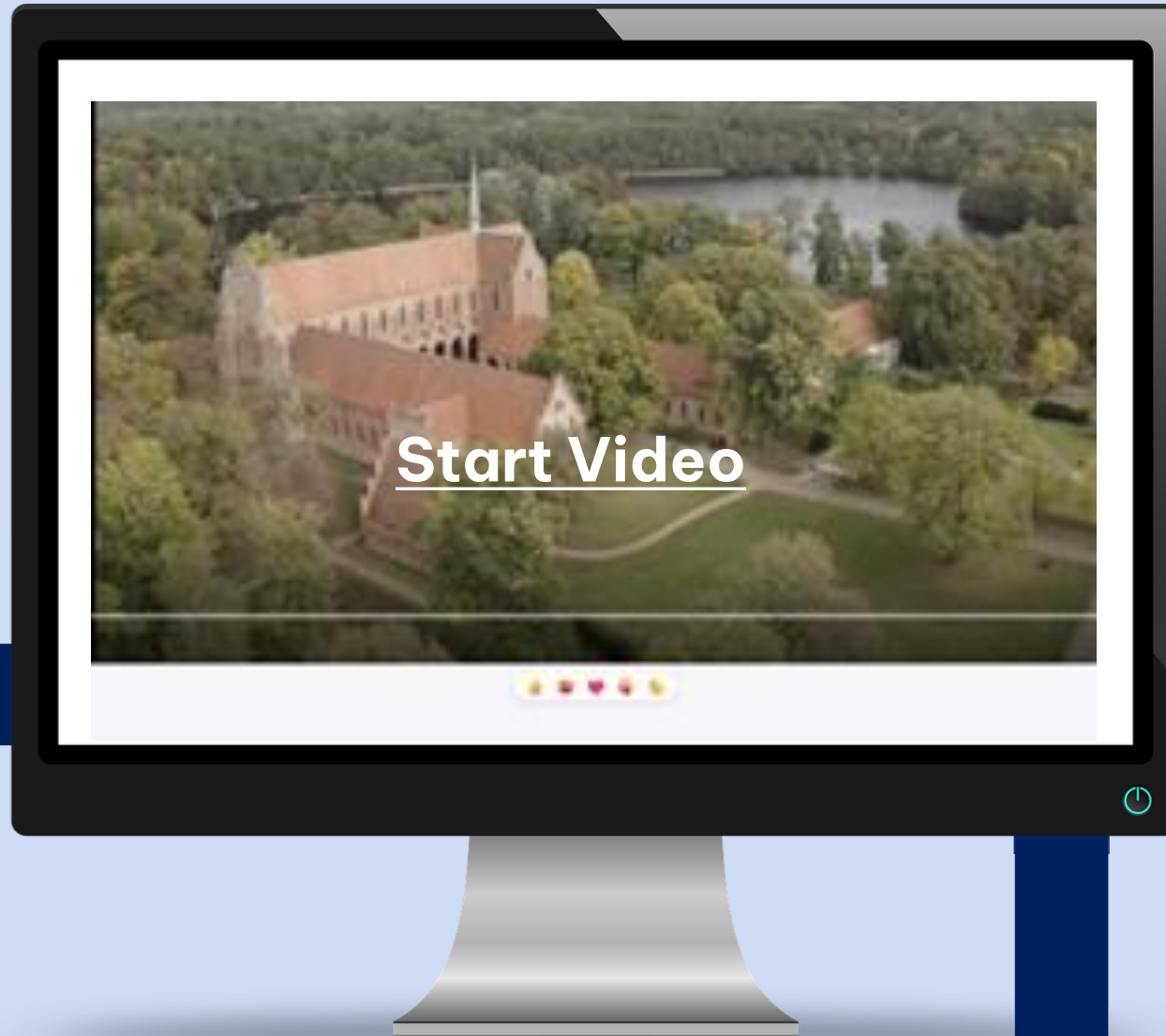
Eine Einordnung



Einordnung Kulturtourismus

Was ist Kulturtourismus in Brandenburg?

brandenburg



Kulturtourismus in Stadt & Land



Kulturtourismus in Stadt & Land



Kulturtourismus in Stadt & Land



Starke Netzwerke



branden
burg

Zahlen, Daten, Fakten

Tourismus in Brandenburg



Tourismusstrategie Brandenburg

Vision

brandenburg

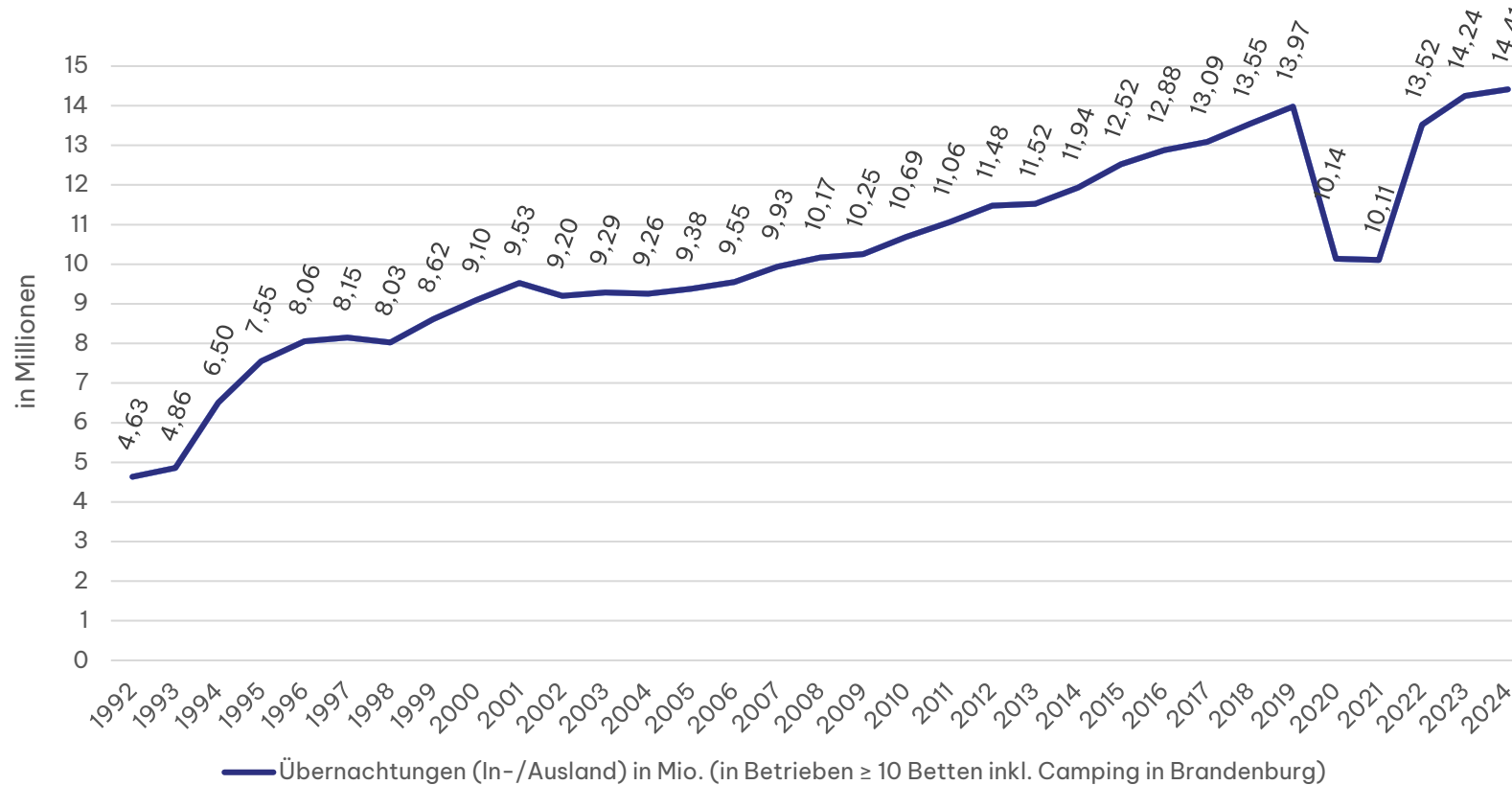
”

Brandenburg ist der lebenswerteste Urlaubs- und Erholungsraum in der Mitte Europas, in dem die touristische Entwicklung im Einklang mit Umwelt und Menschen steht.

Entwicklung Übernachtungen

1992-2024

brandenburg



Jahresverlauf 2025



Übernachtungen*

11,3 Mio
(-1,4 %)



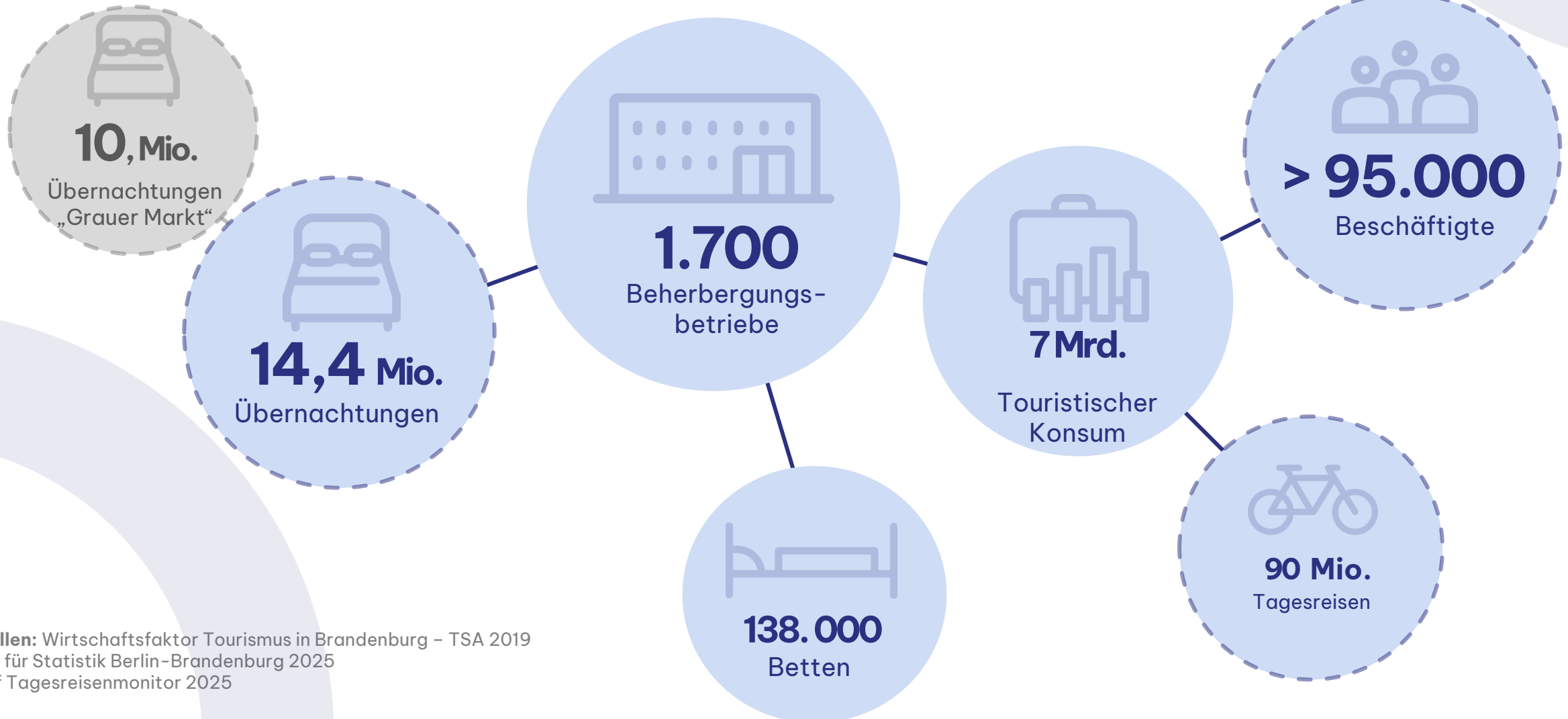
Ankünfte*

4,2 Mio
(-1,0 %)

Tourismus in Brandenburg

Kennziffern auf einen Blick

brandenburg

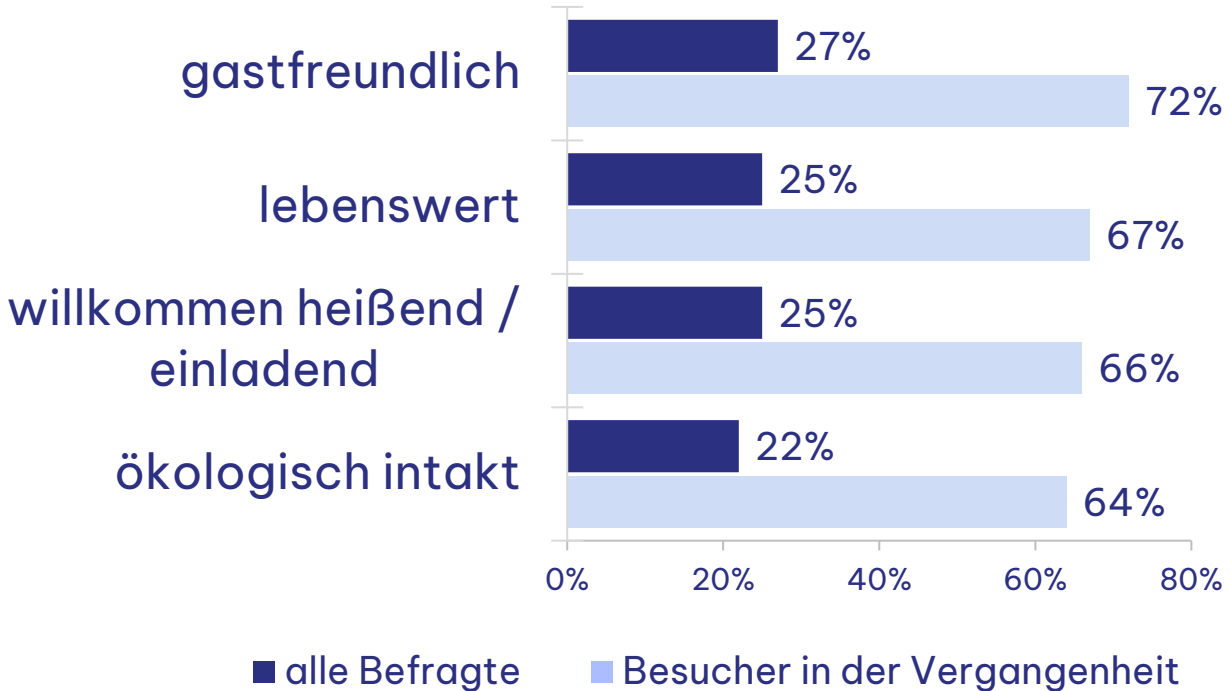


Quellen: Wirtschaftsfaktor Tourismus in Brandenburg – TSA 2019
Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2025
dwif Tagesreisenmonitor 2025

Effekte des Tourismus

Wahrnehmung Lebensqualität & Willkommenskultur

TOP 4 Ranking



Top-2 Wert auf Skala von „5 = trifft vollkommen zu“ bis „1 = trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: inspektour (international) GmbH, Destination Brand 2023, Modul 2 – Lebensqualität und Willkommenskultur von Reisezielen

Wahrgenommene Effekte des Tourismus

brandenburg



Entspricht
den Werten
in Deut-
schland



Wert liegt
2% über
Bundes-
durchschnitt



Wert liegt
2% über
Bundes-
durchschnitt

branden
burg

Zahlen, Daten, Fakten

Kulturtourismus in Brandenburg



Top 3 Hauptaktivitäten Übernachtungs- gäste*

65%

Aufenthalt in
der Natur

47%

Besuch kultureller
u. historischer
Sehenswürdig-
keiten

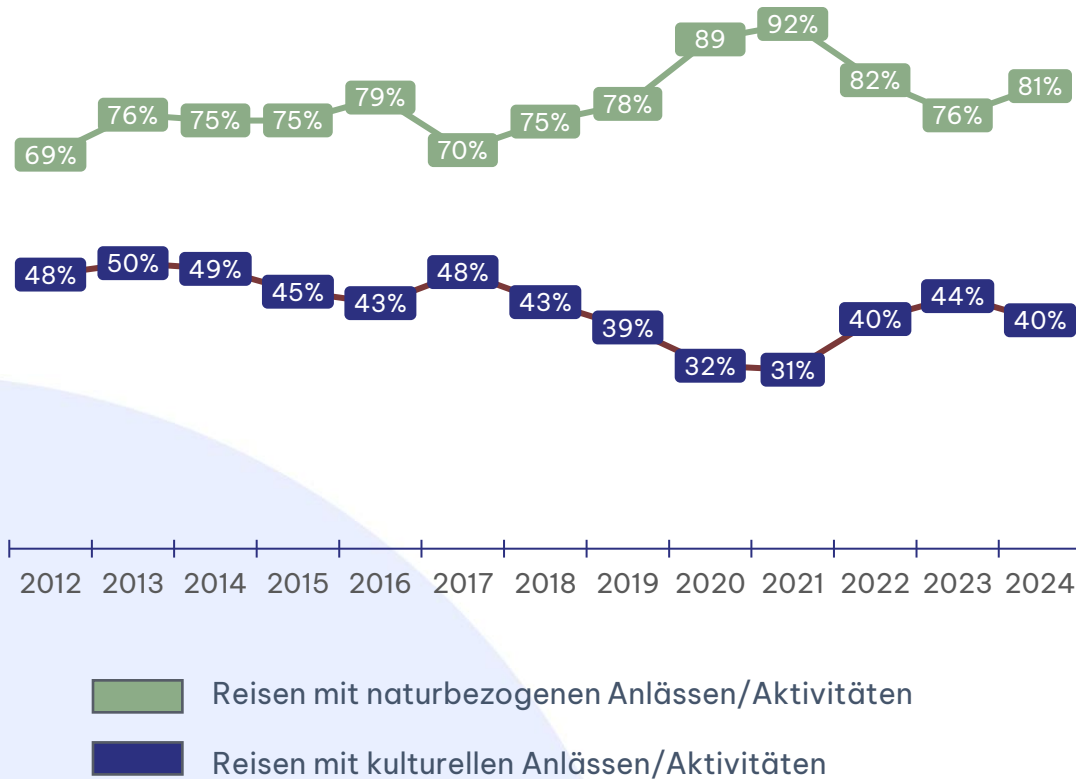
34%

Aktivitäten
am/im/auf dem
Wasser

*Mehrfachnennungen waren möglich

Charakter der Urlaubsreise

Natur- und kulturbezogene Anlässe/Aktivitäten



Quelle: YouGov DestinationMonitor Deutschland für Brandenburg

- Für **81%** der Urlaubsgäste hatte die Reise 2024 einen **naturbezogenen Charakter**.

➤ Für sie war die **Natur der Hauptanlass der Reise**

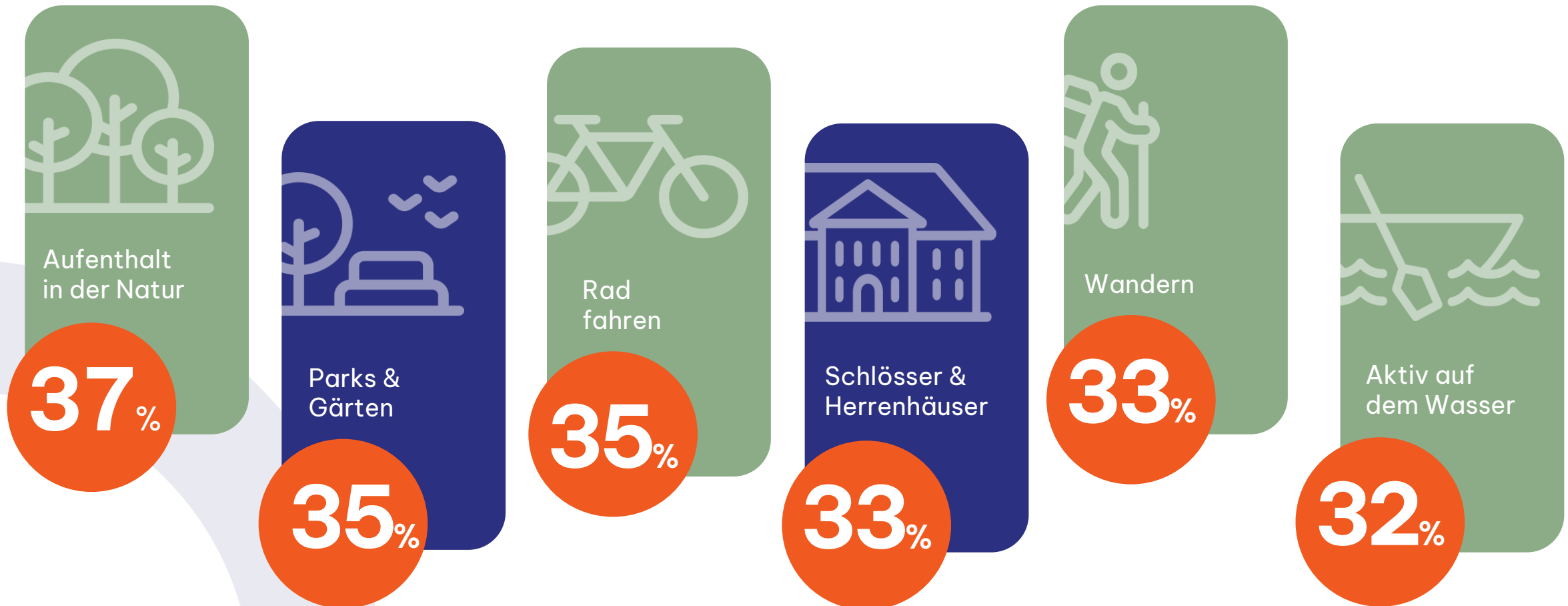
- **Urlaubsreisen mit einem kulturellen Charakter** lagen im Jahr 2024 bei **40%**.

➤ **Kultur ist Teil des Gesamterlebnisses**

Themenkompetenz Brandenburg

Hier sehen die Gäste Brandenburgs Stärken

brandenburg



Quelle: Inspektour (international) GmbH 2021; Basis: Alle Befragte, n=1.000; Top-Two-Box auf Skala von „5 = sehr gut geeignet“ und „4 = gut geeignet“

Der **Tagesreisen** sind ein **wichtiger Motor** für den Tourismus.

90 Mio.
Tagesreisen

2,6 Mrd.
EUR Umsatz
jährlich

Trends und Reisemotive

- Trend zu kürzeren (Urlaubs-)Reisen und spontanen Kurzurlauben
- steigendes Preisbewusstsein
- Sehnsucht nach Zeitwohlstand
- Wunsch nach echter Gemeinschaft
- Bedürfnis nach aktivem "Machen" statt passivem Konsumieren
- Horizonte erweitern
- Bedürfnis nach authentischen Natur- und Kulturerlebnissen



Trends & Reismotive

Kürzere Reisen und spontane Kurzurlaube



Trends & Reismotive

Sehnsucht nach Zeitwohlstand



Trends & Reismotive

Wunsch nach echter Gemeinschaft



Trends & Reismotive



**Bedürfnis nach authentischen
Natur- und Kulturerlebnissen**

Trends & Reismotive

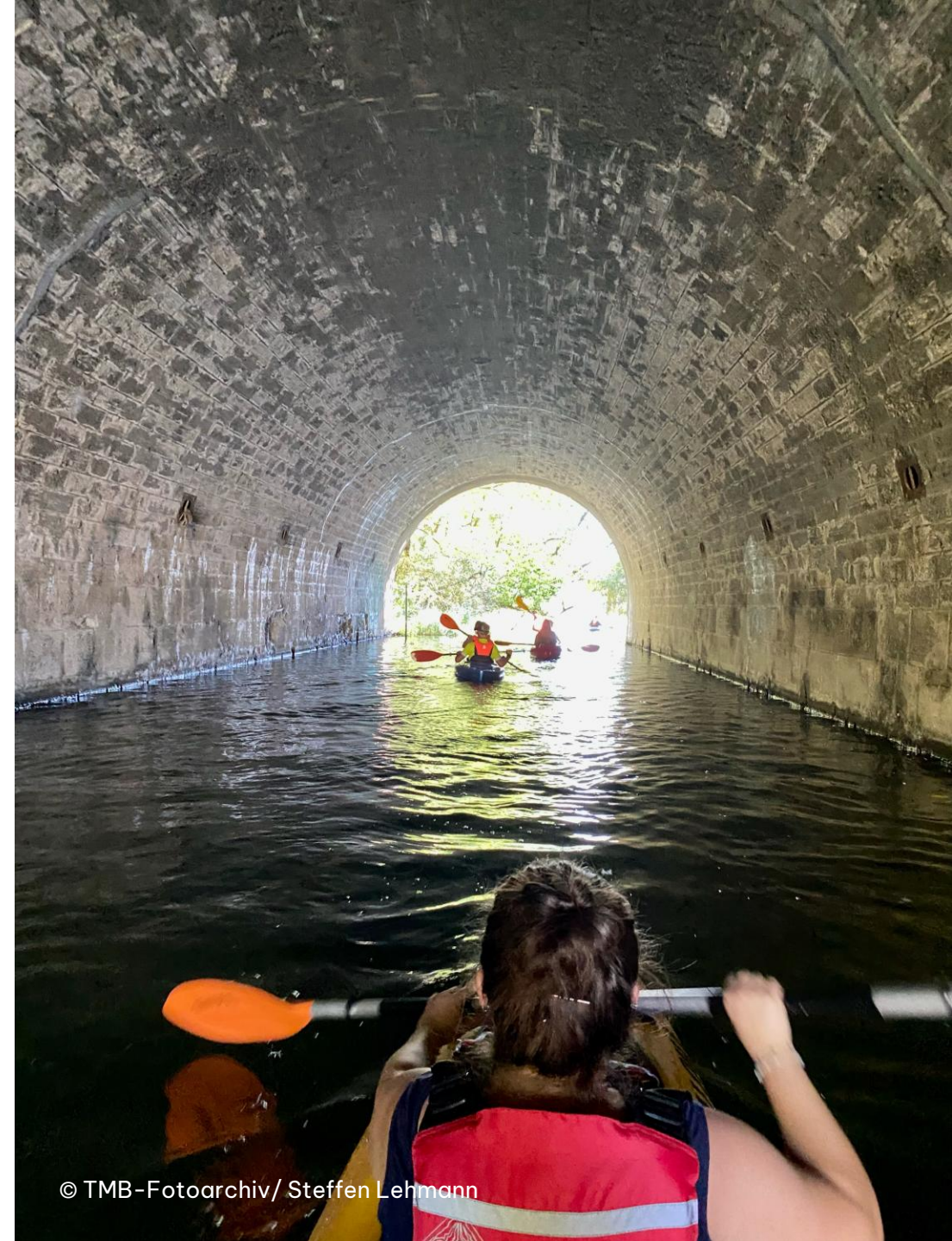


Bedürfnis nach aktivem „Machen“
statt passivem Konsumieren

Weitere Potenziale

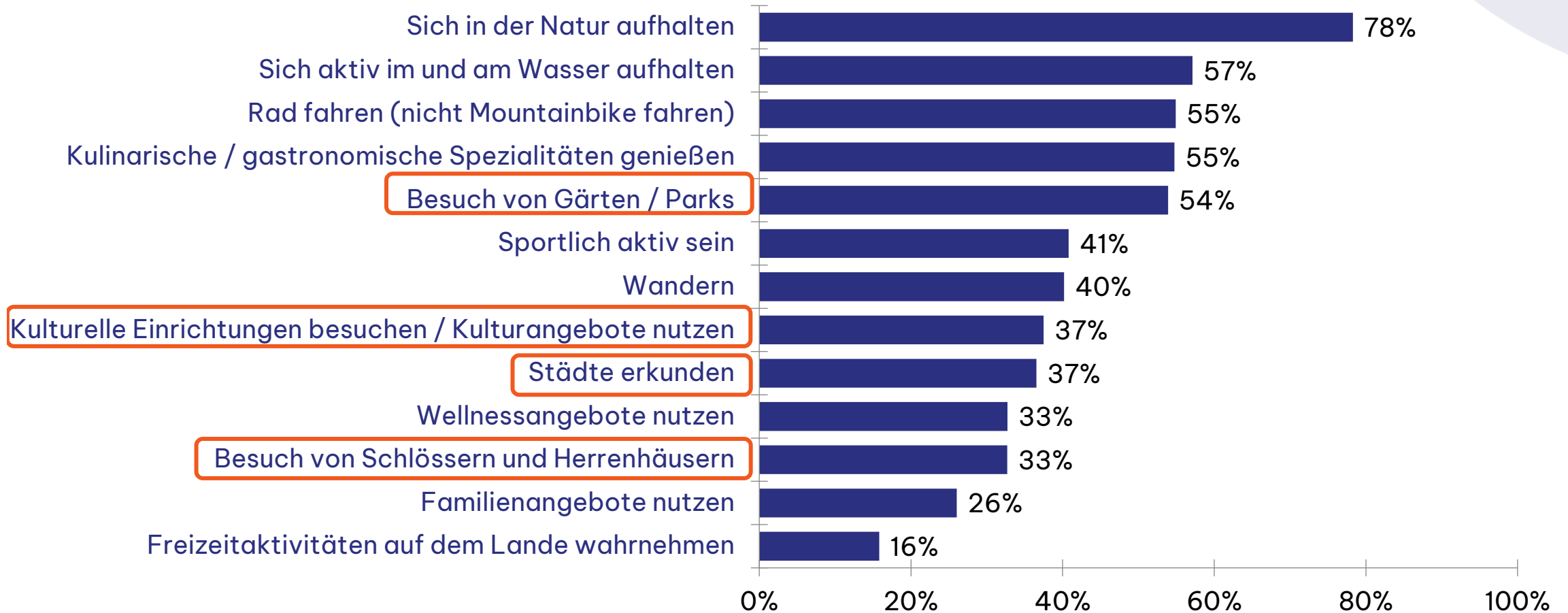
Junge Zielgruppe ansprechen – aber wie?

- neue Erlebnisse
- Event-Travel -Events als gutes Eingangstor für Kulturangebote
- Erholung
- Nachhaltigkeit



Weitere Potenziale

Einheimische noch stärker ansprechen



Fragestellung: „Welche der folgenden Freizeitaktivitäten haben Sie selbst innerhalb der letzten 12 Monate in Brandenburg wahrgenommen?“

Quelle: inspektour (international) GmbH, Selbstbildstudie 2024 (Einwohnerbefragung); Basis: Alle Befragte, n = 400 (Einwohner Brandenburg); Angabe in % der Fälle

Weitere Potenziale

Barrierefreie Angebote schaffen

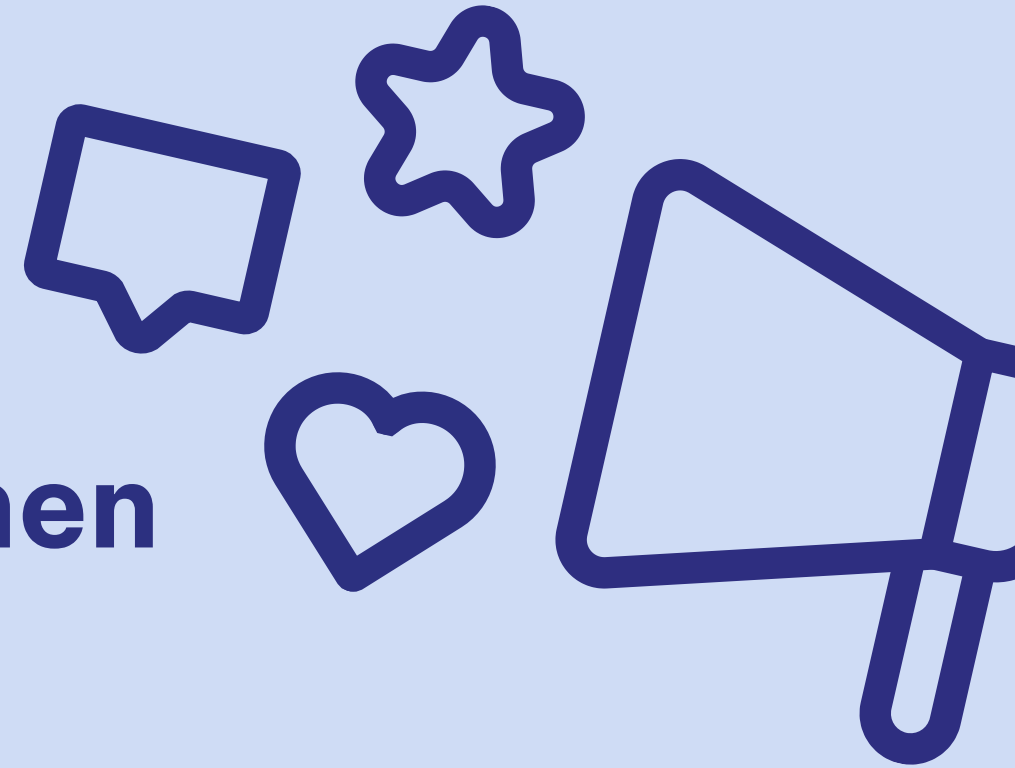
- Landesweites Informationssystem „Brandenburg für Alle“ seit 2007
- Derzeit 968 Anbieter, darunter 114 Museen + weitere Kulturanbieter
- Integration in unsere Kommunikationskanäle
- Workshops zur Verbesserung von barrierefreien & komfortablen Angeboten



branden
burg

Kultur sichtbar machen

analog & digital



Wie wird Kultur sichtbar?

branden
burg

Contentnetzwerk & Veranstaltungskalender

40.000
Veranstaltungen

>470
Redakteure

>500
Websites
& Apps

>400
Digitale
Touchpoints

>300
Nutzer DZT
Data Hub

Gärten & Parks 2023

**Steigerung der Bekanntheit
Brandenburgs als Gartenland**

**Kombination von
Kultur- und Aktivthemen**

**Entwicklung von
Gartentouren**

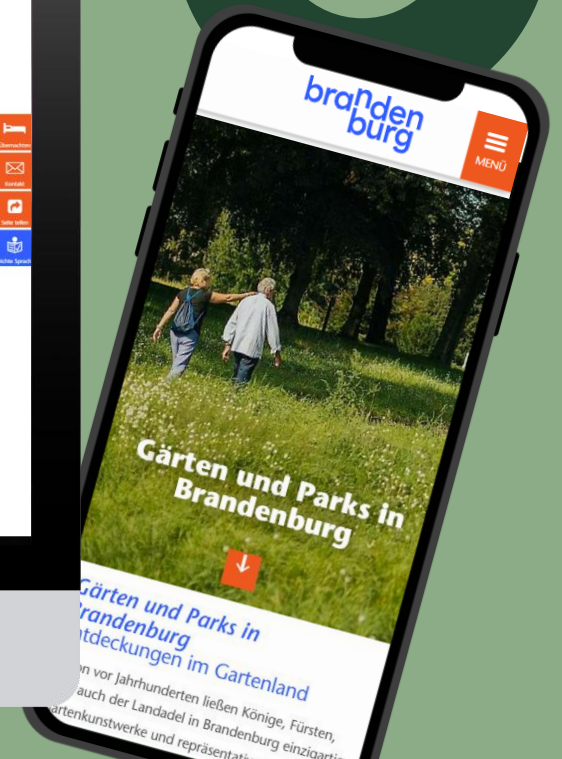
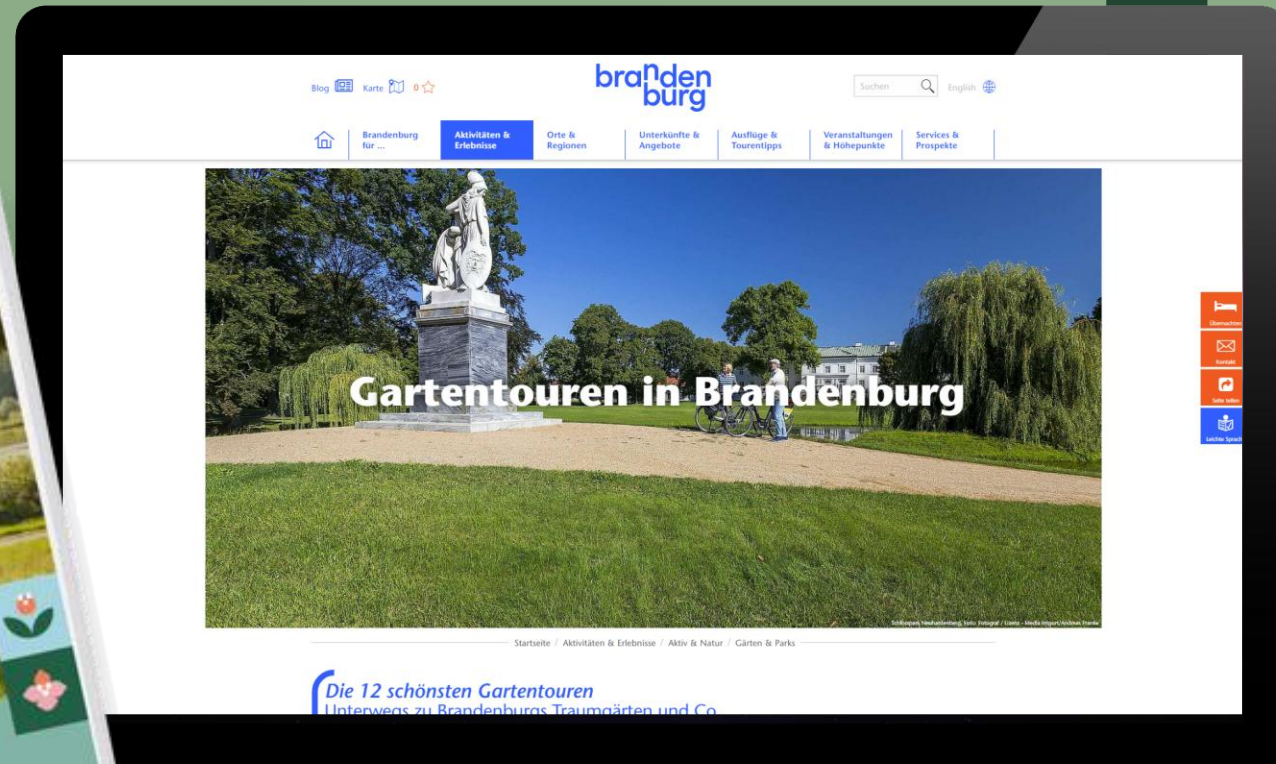


Kulturkampagne

brandenburg

Gärten & Parks 2023

Gartenmagazin als zentrales Medium,
weiterführende Inspiration im Web



Wie wird Kultur sichtbar?

branden
burg

Initiative Filmland Brandenburg

Domain filmland-brandenburg.com
mit 52 Drehorten als Point of Interest



Unsere Markenkommunikation

„Kraft schöpfen“ – 2024/2025

- Kommunikation von Brandenburg-Erfahrungen mit Kulturbezug
- Mit Blick hinter die Kulissen
- Videoproduktion mit Portraits, z.B. im Museumsdorf Baruther Glashütte
- Ausspielung über eigene und externe Kanäle



Unser Kommunikationsschwerpunkt

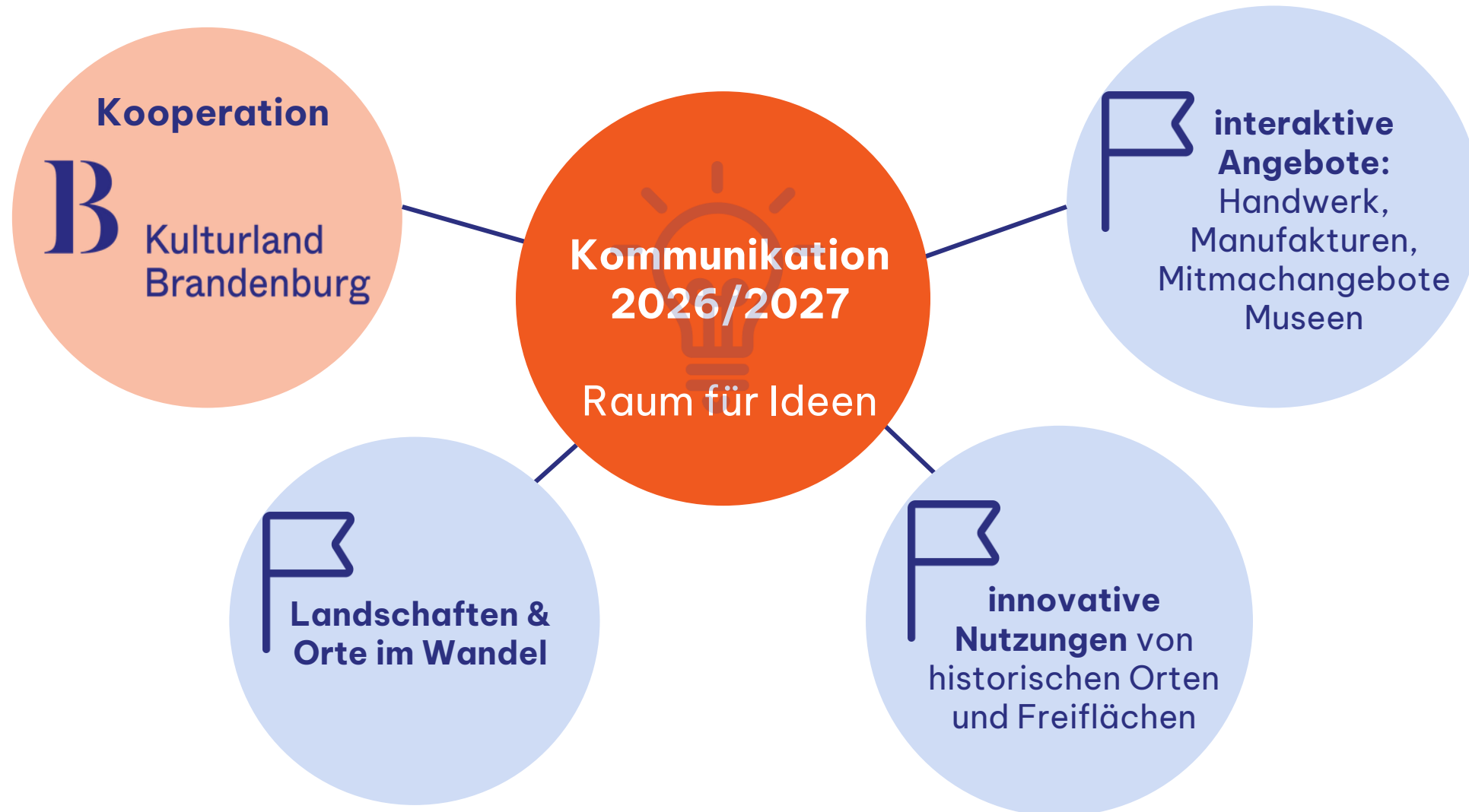
Was erzählen wir 2026 & 2027?

Brandenburg gibt dir die Freiheit und die Auszeit, die du brauchst, um deine Ideen zu entwickeln.



Unser Kommunikationsschwerpunkt

2026 & 2027



branden
burg

**Was können wir
gemeinsam tun?**



Was können wir gemeinsam tun?

Sichtbarkeit steigern

Transformationsprozesse
kreativ und positiv
vermitteln

Partizipative & inklusive
Angebote schaffen

Brandenburg als
weltoffenes, tolerantes
Land präsentieren

Weiterentwicklung von kombinierten
Kultur- und Naturangeboten

Vernetzung stärken

Einheimische stärker ansprechen

Datenlage durch Besuchermonitoring verbessern

