

A scenic photograph of a sunset over a calm lake. The sun is low on the horizon, creating a bright glow and reflecting on the water. A small white boat is on the lake, with a person standing on its roof. The foreground is filled with tall reeds and grasses. The sky is a mix of orange, yellow, and blue.

Sparkassen- Tourismusbarometer

Sonderveröffentlichung
Wirtschaftsfaktor Tourismus 2025
für Brandenburg

**Wertschöpfung.
Beschäftigung.
Steuern.**



tourismusbarometer.de



**Ostdeutscher
Sparkassenverband**

I. DER WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS IM KONTEXT VON ÖKONOMIE, LEBENSQUALITÄT UND STANDORT

Tourismus wirkt über Umsätze hinaus: Er stärkt Ökonomie, Lebensqualität und Standortattraktivität.

Der Orientierungsrahmen: Das touristische Wirkungsdreieck

Den inhaltlichen Rahmen bildet das touristische Wirkungsdreieck: Es bündelt die Wirkungslogik der Tourismus- und Freizeitentwicklung in drei Dimensionen: Ökonomie, Lebensqualität und Standortattraktivität und zeigt gleichzeitig, dass diese Bereiche nicht nebeneinanderstehen, sondern sich gegenseitig verstärken können. Damit wird deutlich: Wirtschaftliche Effekte sind ein wichtiger Kern des Tourismus, sie entfalten ihre volle Bedeutung jedoch erst im Zusammenspiel mit der Frage, wie Tourismus zur Lebensrealität vor Ort beiträgt und welche Impulse daraus für die Attraktivität als Arbeits-, Wohn- und Investitionsstandort entstehen.

Dimension 1: Ökonomische Effekte – Wertschöpfung sichtbar und belastbar machen

Auf der ökonomischen Seite der Abbildung werden jene Effekte verortet, die häufig im Vordergrund stehen, etwa Umsätze und Steueraufkommen sowie Einkommen, Beschäftigte und Kaufkraft. Diese Wirkungen sind besonders relevant, weil sie konkrete, messbare Beiträge des Tourismus zur regionalen Wertschöpfung verdeutlichen und damit in politischen und administrativen Kontexten eine wichtige Grundlage für Prioritätensetzung, Budgetentscheidungen und Förderlogiken bilden.

Touristische Nachfrage stärkt zahlreiche Branchen und macht Wertschöpfung messbar.

Zugleich macht die Grafik deutlich, dass wirtschaftliche Effekte nicht nur „im Tourismus“ entstehen, sondern entlang von Liefer- und Leistungsketten in viele Branchen hineinwirken, z. B. in Handel, Handwerk, Verkehr, Kultur, Dienstleistungen oder die Ernährungswirtschaft. Der Tourismus wird dadurch anschlussfähig für eine breitere Standort- und Regionalentwicklungspolitik. Für diese Dimension liefert der Wirtschaftsfaktor Tourismus die zentrale datenbasierte Grundlage.

Dimension 2: Effekte auf die Lebensqualität – Tourismus als Beitrag zum Lebensraum

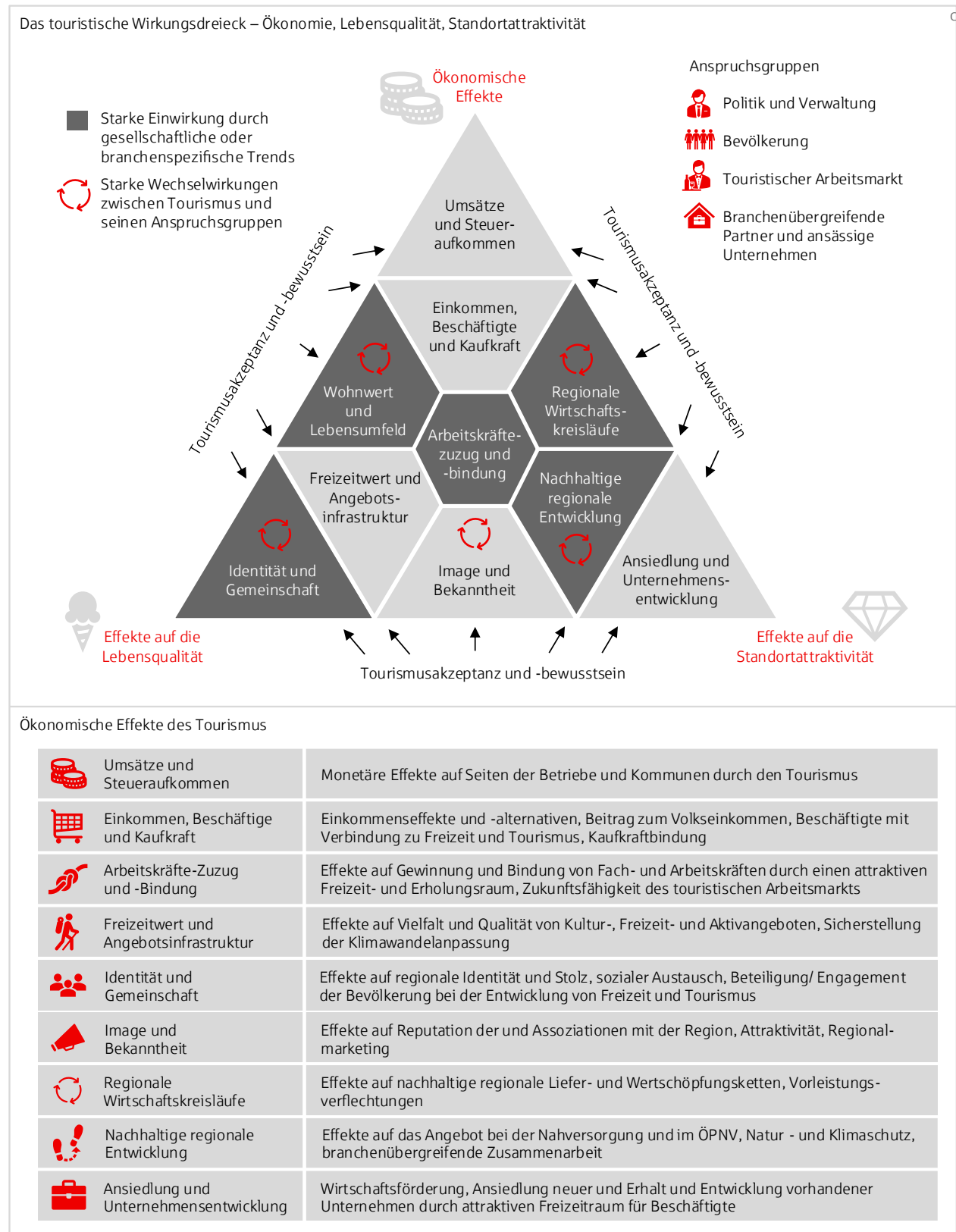
Gleichzeitig zeigt das Wirkungsdreieck, dass Tourismus über monetäre Effekte hinaus wirkt, insbesondere in Richtung Lebensqualität. Hier werden Wirkungsbereiche sichtbar, die direkt in die Lebensrealität vor Ort hineinreichen, etwa über Freizeit- und Erholungsangebote, Begegnungsqualität oder identitätsstiftende Aspekte. Diese Perspektive ist für Brandenburg bedeutsam, weil attraktive Freizeit- und Erholungsräume nicht nur Gästen nutzen, sondern auch der Bevölkerung vor Ort: Sie unterstützen Teilhabe, Gesundheits- und Erholungsfunktionen, stärken Heimatbindung und können das gesellschaftliche Miteinander fördern.

Freizeit- und Erholungsangebote erhöhen nicht nur die Attraktivität für Gäste, sondern auch die Lebensqualität für die Bevölkerung vor Ort.

Dimension 3: Effekte auf die Standortattraktivität – Wettbewerbsvorteile für Regionen schaffen

Die dritte Dimension macht sichtbar, dass Tourismus auch als Standortfaktor wirkt: Er prägt über Außenwahrnehmung und Profilbildung die Attraktivität von Regionen, stärkt Kooperationen und Wertschöpfungsnetzwerke und kann Impulse für Ansiedlung, Unternehmensentwicklung sowie die Zukunftsfähigkeit regionaler Arbeitsmärkte setzen. In Zeiten von Fachkräftemangel und Standortwettbewerb gewinnt diese Sichtweise zusätzlich an Gewicht: Lebens- und Freizeitqualität sind zunehmend Standortargumente.

Abb. 1: Wirkungsdreieck und Wirkungsfelder des Tourismus



Quelle: dwif 2026

Voraussetzung und Zielsetzung für die Wirkung: Tourismusakzeptanz und Tourismusbewusstsein

Damit die im Wirkungsdreieck dargestellten Effekte des Tourismus tatsächlich greifen, braucht es Tourismusakzeptanz und Tourismusbewusstsein: Die zentralen Anspruchsgruppen (Politik und Verwaltung, Bevölkerung, touristischer Arbeitsmarkt sowie branchenübergreifende Partner und Unternehmen) müssen die Beiträge des Tourismus kennen, nachvollziehen können und als fair bzw. sinnvoll erleben. Genau hier setzt der Wirtschaftsfaktor Tourismus an: Er macht die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus mit belastbaren Kennzahlen sichtbar und ordnet zugleich die Wirkungszusammenhänge zu Lebensqualität und Standortattraktivität ein. So entsteht eine gemeinsame, faktenbasierte Grundlage, um den Tourismus netzwerkorientiert als Gemeinschaftsaufgabe weiterzuentwickeln, Kooperationen zu stärken und fundierte Entscheidungen für attraktive, zukunftsfähige Regionen in Brandenburg zu ermöglichen.

Belastbare Kennzahlen schaffen Akzeptanz und machen Tourismus als Gemeinschaftsaufgabe greifbar.

Die zehn Wirkungsfelder des Tourismus

Die drei Dimensionen des touristischen Wirkungsdreiecks lassen sich in zehn Wirkungsfelder übersetzen, die den Beitrag von Tourismus- und Freizeitentwicklung ganzheitlich abbilden. Tourismus wird so nicht auf einzelne Kennzahlen reduziert, sondern als Wirkungsgefüge verstanden: Auf der ökonomischen Ebene werden zentrale Beiträge wie Umsätze, Steueraufkommen, Einkommen, Beschäftigung und Kaufkraft sichtbar; zugleich wird der Bezug zum Arbeitsmarkt über die Perspektive von Arbeitskräftezu- und -abzug deutlich. Darüber hinaus werden Wirkungen greifbar, die unmittelbar in die Lebensqualität vor Ort hineinreichen, etwa über Freizeitwert und Angebotsinfrastruktur, Wohn- und Lebensumfeld sowie Identität und Gemeinschaft. Ergänzend zeigt die Dimension der Standortattraktivität, wie Tourismus über Image und Bekanntheit, regionale Wirtschaftskreisläufe und nachhaltige regionale Entwicklung auch branchenübergreifende Impulse setzen kann, bis hin zu Ansiedlung und Unternehmensentwicklung. In der Zusammenschau machen die Wirkungsfelder deutlich, dass Tourismus an vielen Stellen gleichzeitig wirkt, sich Effekte überlagern und gegenseitig verstärken können und genau diese Breitenwirkung bildet den roten Faden für den Wirtschaftsfaktor Tourismus.

II. ÖKONOMISCHE EFFEKTE: WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS IN BRANDENBURG

Wie stark der Tourismus wirtschaftlich wirkt, lässt sich der amtlichen Beherbergungsstatistik nicht unmittelbar entnehmen. Anders als klar abgegrenzte Branchen bildet der Tourismus keine eigene statistische Kategorie, sondern verteilt sich als Querschnittsphänomen auf zahlreiche Wirtschaftsbereiche. Von der touristischen Nachfrage profitieren deshalb Einzelhandel, Gastgewerbe, Verkehrsunternehmen und ein breites Spektrum weiterer Dienstleister gleichzeitig. Über Vorleistungsbeziehungen setzen sich diese Impulse zudem in weiteren regionalen Wirtschaftszweigen fort. Damit die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus dennoch belastbar bestimmt werden kann, ist es zweckmäßig, ihn nachfrageseitig abzugrenzen und seine Effekte über die Ausgaben der Gäste zu erfassen und zu quantifizieren.

Methodik und Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Brandenburg setzt daher beim Nachfragevolumen der Tages- und Übernachtungsgäste an und berücksichtigt für das Basisjahr 2025 sowohl den gewerblichen als auch den sogenannten grauen Beherbergungsmarkt in seinen wichtigsten Segmenten, also jene Übernachtungen in Kleinbetrieben, Privatquartieren, Ferienwohnungen und Freizeitwohnsitzen, die von der amtlichen Beherbergungsstatistik nicht erfasst werden. Betrachtet werden das Ausgabeverhalten der Gäste sowie die daraus abgeleiteten Umsatz- und Einkommenswirkungen. Ergänzend wird dargestellt, in welchen Branchen die touristischen Umsätze anfallen und wie sie über Vorleistungen in weitere Wirtschaftsbereiche hineinwirken. Ausgewiesen werden zudem die Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte sowie zentrale Kennziffern im Vergleich zur Vorgängeruntersuchung 2019.

2.1 Bedeutung des Tourismus in Brandenburg

Die touristische Nachfrage in Brandenburg erreicht 2025 ein hohes Niveau. Insgesamt werden 130,0 Millionen Aufenthaltstage gezählt – über Tagesreisen und alle Übernachtungssegmente hinweg. Gegenüber 128,7 Millionen Aufenthaltstagen im Jahr 2019 ergibt sich ein Plus von rund 1,0 Prozent.

Diese Entwicklung ist vor dem Hintergrund der vergangenen Jahre besonders relevant. Preissteigerungen, verändertes Konsumverhalten und gestiegene Kosten haben Reiseentscheidungen und Ausgabenstrukturen spürbar beeinflusst. Dass Brandenburg dennoch wieder an das Vorkrisenniveau anschließt und dieses leicht übertrifft, spricht für eine robuste Nachfragebasis und eine hohe Attraktivität des Landes als Reise- und Ausflugsziel.

Getragen wird dieses Niveau maßgeblich vom Tagestourismus: Lage, Natur- und Kulturräume sowie die starke Bedeutung von Ausflugs- und Naherholungsanlässen sichern Brandenburg eine breite Ausflugsnachfrage. Die Zusammensetzung der Nachfrage wird in Abschnitt 2.2 im Detail dargestellt.

Die Nachfragebasis für den Tourismus in Brandenburg hat sich auch unter den aktuellen Rahmenbedingungen als robust erwiesen.

Die wirtschaftliche Bedeutung dieser Nachfrage reicht über die unmittelbar touristischen Anbieter hinaus: Ausgaben der Gäste erzeugen Umsätze vor Ort und lösen über Vorleistungen zusätzliche Effekte in weiteren Wirtschaftsbereichen aus. Wie groß diese Umsatz-, Einkommens- und Steuereffekte ausfallen, zeigen die Abschnitte 2.4 bis 2.6.

Für Kommunen und Unternehmen ergeben sich daraus klare Ansatzpunkte. Investitionen in Infrastruktur, Angebotsqualität, Produkte und Vermarktung stärken nicht nur die touristische Wettbewerbsfähigkeit, sondern erhöhen zugleich die Standortqualität für Einwohnerinnen und Einwohner. Tourismus wirkt damit in Brandenburg nicht nur als Nachfrage- und Umsatzfaktor, sondern auch als Impulsgeber für regionale Entwicklung und Lebensqualität.

2.2 Touristisches Nachfragevolumen

In den 130,0 Millionen Aufenthaltstagen enthalten sind privat und geschäftlich motivierte Tagesreisen ebenso wie Übernachtungen in gewerblichen Betrieben, im Campingsegment, in Privatunterkünften und Freizeitwohnsitzen sowie bei Freunden, Verwandten und Bekannten. Mit 96,5 Millionen Tagesreisen entfallen 74,2 Prozent des gesamten Nachfragevolumens auf den Tagestourismus. Die Übernachtungen erreichen 33,5 Millionen Aufenthaltstage und machen damit 25,8 Prozent der touristischen Nachfrage aus.

Der Tagestourismus bildet damit das mengenmäßig stärkste Segment im Brandenburg-Tourismus. Gegenüber 2019 liegt die Zahl der Tagesreisen mit 96,5 Millionen nur leicht unter dem damaligen Niveau von 97,0 Millionen. Dies zeigt, dass der Tagestourismus seine zentrale Rolle weitgehend behauptet hat. Seine Bedeutung liegt vor allem in der räumlichen Breitenwirkung: Tagesgäste erzeugen Nachfrage in Städten, Gemeinden, Ausflugsräumen, Natur- und Kulturlandschaften und tragen dazu bei, dass touristische Effekte nicht allein an klassischen Übernachtungsstandorten entstehen. Für viele Betriebe ist dieses Segment zudem ein wichtiger Baustein zur Auslastung im Jahresverlauf.

Tagesreisen prägen die touristische Nachfrage in Brandenburg und sichern breite Nachfrageimpulse in der Fläche.

Die Anlässe für Tagesreisen sind vielfältig. Sie reichen von Ausflügen, Natur- und Wassererlebnissen über Kultur-, Freizeit- und Veranstaltungsbesuche bis hin zu Gastronomie-, Einkaufs- und Aufenthaltsanlässen in Städten und Orten. Gerade in Brandenburg spielen Nähe, Erreichbarkeit und Naherholung eine wichtige Rolle. Daraus ergeben sich konkrete Ansatzpunkte für Kommunen, Betriebe und Points of Interest, Tagesgäste gezielt anzusprechen, Aufenthaltsqualität zu erhöhen und zusätzliche Ausgaben vor Ort zu ermöglichen.

Bei den entgeltlichen Übernachtungen – also Aufhalten in gewerblichen Betrieben, in der Privatvermietung und in Freizeitwohnsitzen sowie auf Camping- und Reisemobilstellplätzen – zeigt sich eine verhalten positive Entwicklung. Das Volumen steigt von 20,6 Millionen im Jahr 2019 auf 21,3 Millionen im Jahr 2025, ein Plus von rund 3,4 Prozent. Die entgeltliche Übernachtungsnachfrage hat sich damit gegenüber dem Vorkrisenniveau weiter gefestigt. Ergänzend bleibt auch das VFR-Segment, also Übernachtungen bei Freunden, Verwandten und Bekannten, mit 12,3 Millionen Übernachtungen ein volumenstarker Bestandteil des Übernachtungstourismus in Brandenburg. Gegenüber 2019 mit 11,2 Millionen Übernachtungen liegt das Segment ebenfalls höher.

Auch die Struktur der entgeltlichen Übernachtungen zeigt mehrere relevante Säulen. Hotels und Hotelgarnis bilden mit 29,4 Prozent das größte Segment. Es folgen Touristik- und Dauercamping einschließlich Reisemobilisten mit 22,2 Prozent sowie die Privatvermietung und das Freizeitwohnen mit 18,0 Prozent. Auf andere Beherbergungstypen wie Gasthöfe, Pensionen oder Erholungs- und Ferienheime entfallen 12,1 Prozent, auf Ferienwohnungen und Ferienzentren 11,3 Prozent und auf Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen 7,0 Prozent. Der Brandenburger Beherbergungsmarkt ist damit zwar von der Hotellerie geprägt, zugleich aber breit aufgestellt: Camping, Privatvermietung, Freizeitwohnen und Ferienunterkünfte sprechen unterschiedliche Zielgruppen und Reiseanlässe an. Diese Mischung trägt zur Stabilität des Marktes bei und eröffnet Ansatzpunkte für eine differenzierte Angebotsentwicklung.

Abb. 2: Zeitvergleich und touristische Umsätze nach Marktsegmenten

Zeitvergleich wichtiger Kennziffern			
	2019	2025	Entwicklung 2025 ggü. 2019
Zahl der Übernachtungen in Betrieben	20,57 Mio.	21,27 Mio.	+3,4 %
Bruttoumsätze von Übernachtungsgästen in Betrieben	2.069,5 Mio. €	2.389,7 Mio. €	+15,5 %
Tagesgäste	97,0 Mio.	96,5 Mio.	-0,5 %
Bruttoumsätze aus dem Tagestourismus	2.415,3 Mio. €	2.721,3 Mio. €	+12,7 %
Zahl der VFR-Übernachtungen	11,17 Mio.	12,27 Mio.	+9,8 %
Bruttoumsätze aus den VFR-Übernachtungen	278,1 Mio. €	346,0 Mio. €	+24,4 %
Bruttoumsätze Gesamt	4.762,9 Mio. €	5.457,0 Mio. €	+14,6 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	2.249,3 Mio. €	2.704,4 Mio. €	+20,2 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	1.440,7 Mio. €	1.541,2 Mio. €	+7,0 %
Bruttoumsätze sonstige Dienstleistungsbereiche	1.072,9 Mio. €	1.211,4 Mio. €	+12,9 %
Touristischer Einkommensbeitrag	2.261,5 Mio. €	2.605,1 Mio. €	+15,2 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	3,8 %	3,5 %	-0,3 %-Punkte
Einkommensäquivalent	94.838 Personen	90.204 Personen	-4,9 %

Aufenthaltstage und Umsätze in Brandenburg 2025 (Werte gerundet)					
	Marktsegment	Aufenthalts- tage	x	Tages- ausgaben Ø	= Bruttoumsatz
	Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten	4,73 Mio.	x	43,20 €	= 204,3 Mio.€
	Privatquartiere (< 10 Betten) sowie Freizeitwohnsitze	3,83 Mio.	x	84,50 €	= 323,2 Mio.€
	Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping)	12,71 Mio.	x	146,50 €	= 1.862,2 Mio.€
	Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden (VFR)	12,27 Mio.	x	28,20 €	= 346,0 Mio.€
	Tagesreisen (gesamt)	96,50 Mio.	x	28,20 €	= 2.721,3 Mio.€
	Insgesamt	130,04 Mio.			5.457,0 Mio.€

Quelle: dwif 2026

2.3 Ausgabenstruktur der Gäste in Brandenburg

Bei den Tagesausgaben der Gäste werden alle Ausgaben erfasst, die während des Aufenthalts im Zielgebiet getätigt werden. Höhe und Struktur dieser Ausgaben unterscheiden sich deutlich zwischen Tages- und Übernachtungsgästen. Darüber hinaus beeinflussen auch das jeweilige Reisemotiv und die Unterkunftsform das Ausgabenniveau.

Potenziale zur Steigerung der Wertschöpfung im Tagestourismus

Die Ausgaben der Gäste unterscheiden sich in Brandenburg deutlich nach der Aufenthaltsform. Tagesreisende geben im Durchschnitt 28,20 Euro je Tagesreise aus. Bei Gästen in entgeltlichen Unterkünften liegen die Ausgaben mit 112,40 Euro je Übernachtung deutlich höher. Daraus ergibt sich ein grundsätzliches Muster: Der Tagestourismus entfaltet seine wirtschaftliche Bedeutung vor allem über das große Nachfragevolumen, während Übernachtungsgäste je Aufenthalt einen wesentlich stärkeren Umsatz- und Wertschöpfungsimpuls setzen.

Im Tagestourismus liegt der Hebel im Volumen: Schon geringe Mehrausgaben je Tagesreise können Umsätze und Wertschöpfung spürbar erhöhen.

Bei Tagesreisen verteilen sich die Ausgaben relativ ausgewogen auf mehrere Bereiche. Rechnerisch entfallen 10,60 Euro auf den Einzelhandel, 10,20 Euro auf das Gastgewerbe und 7,40 Euro auf sonstige Dienstleistungen, etwa Freizeit- und Kulturangebote oder lokale Mobilitätsleistungen. Angesichts von 96,5 Millionen Tagesreisen entsteht daraus eine erhebliche wirtschaftliche Breitenwirkung. Gleichzeitig liegt das Ausgabenniveau unter dem bundesweiten Durchschnitt von 33,50 Euro je Tagesreise. Daraus ergeben sich Ansatzpunkte, Tagesgäste stärker zu zusätzlichen Ausgaben vor Ort zu motivieren – etwa über eine attraktive Aufenthaltsqualität, die Verknüpfung von Ausflugsanlässen mit Gastronomie, Einzelhandel, Kultur- und Freizeitangeboten, regionalen Produkten, Veranstaltungen oder gut sichtbaren Zusatzangeboten entlang zentraler Besuchs- und Bewegungsräume.

Übernachtungsgäste: Hoher Wertschöpfungsimpuls pro Aufenthaltstag

Übernachtungsgäste in entgeltlichen Unterkünften setzen pro Aufenthaltstag in Brandenburg deutlich höhere Ausgabenimpulse als Tagesgäste. Von durchschnittlich 112,40 Euro je Übernachtung entfallen 75,00 Euro auf das Gastgewerbe (ein hoher Anteil davon über die Kosten für die Unterkunft). Weitere 19,10 Euro fließen in sonstige Dienstleistungen und 18,30 Euro in den Einzelhandel.

112,40 Euro je Übernachtung über alle entgeltlichen Beherbergungsformen: Übernachtungsgäste erzeugen einen deutlich höheren Wertschöpfungsimpuls je Aufenthaltstag.

Innerhalb des Übernachtungsmarktes variiert das Ausgabenniveau je nach Unterkunftsform, Reisemotiv und Zielgruppe. Für Brandenburg ergeben sich daraus Ansatzpunkte, Qualität und Ausgabenintensität im Übernachtungstourismus gezielt weiterzuentwickeln, etwa durch höherwertige Angebote, kombinierte Natur-, Kultur- und Erlebnisbausteine, regionale Kulinarik, Aktiv- und Wasserangebote sowie die Ansprache ausgabenstärkerer Zielgruppen.

2.4 Umsätze aus dem Tourismus

Die touristischen Umsätze in Brandenburg liegen 2025 deutlich über dem Niveau vor der Corona-Pandemie. Der Bruttoumsatz aus dem Tourismus steigt von 4.762,9 Millionen Euro im Jahr 2019 auf 5.457,0 Millionen Euro im Jahr 2025. Das entspricht einem Zuwachs von rund 14,6 Prozent. Die nominale Umsatzentwicklung fällt damit deutlich stärker aus als die Entwicklung des Nachfragevolumens. Der Tourismus bleibt ein wichtiger Umsatz- und Wertschöpfungsfaktor für Brandenburg.

5,5 Milliarden Euro Bruttoumsatz zeigen die hohe wirtschaftliche Relevanz des Tourismus in Brandenburg.

Die Umsatzentwicklung wird von allen Nachfragegruppen getragen, allerdings mit unterschiedlicher Dynamik. Der Tagestourismus bleibt mit 2.721,3 Millionen Euro im Jahr 2025 der größte Umsatzbereich. Gegenüber 2019 mit 2.415,3 Millionen Euro ergibt sich ein Plus von rund 12,7 Prozent. Da die Zahl der Tagesreisen im gleichen Zeitraum nahezu stabil bleibt, verweist die Umsatzsteigerung vor allem auf höhere Ausgaben je Tagesreise beziehungsweise veränderte Preis- und Ausgabenstrukturen. Der Tagestourismus bleibt damit eine zentrale Umsatzbasis des Brandenburg-Tourismus.

Auch das entgeltliche Übernachtungsgeschäft entwickelt sich positiv. Die Bruttoumsätze aus den entgeltlichen Übernachtungen steigen von 2.069,5 Millionen Euro im Jahr 2019 auf 2.389,7 Millionen Euro im Jahr 2025. Das entspricht einem Zuwachs von rund 15,5 Prozent. Dieses Segment wächst damit etwas stärker als der touristische Gesamtumsatz und gewinnt innerhalb der Umsatzstruktur an Bedeutung. Treiber ist das höhere Ausgabenniveau je Aufenthaltstag, das sich direkt in der Umsatzstruktur niederschlägt.

VFR-Übernachtungen ergänzen die touristische Umsatzwirkung mit 346,0 Millionen Euro im Jahr 2025. Gegenüber 2019 mit 278,1 Millionen Euro entspricht dies einem Plus von rund 24,4 Prozent. Trotz des

deutlich geringeren Umsatzvolumens im Vergleich zu Tagesreisen und entgeltlichen Übernachtungen zeigt die Entwicklung, dass auch Besuche bei Freunden, Verwandten und Bekannten zusätzliche Nachfrage vor Ort auslösen. Die Ausgaben wirken häufig im Einzelhandel, in der Gastronomie sowie bei Freizeit- und Mobilitätsangeboten und tragen damit ebenfalls zur regionalen Wertschöpfung bei.

Die dargestellten Bruttoumsätze sind als nominale Werte zu verstehen und nicht inflationsbereinigt. Steigende Umsätze bedeuten daher nicht automatisch einen entsprechenden realen Nachfragezuwachs oder eine verbesserte Ertragssituation der Betriebe. Detaillierte Zahlen im Sinne einer branchenspezifischen Entwicklung der Kosten bei den Betrieben in Brandenburg im gleichen Zeitraum stehen nicht zur Verfügung. Allerdings gibt die Entwicklung des Verbraucherpreisindex laut Statistischem Bundesamt eine Orientierung: Zwischen den beiden Berechnungen des Wirtschaftsfaktors Tourismus für Brandenburg stieg dieser um über 20 Prozent. Eine Steigerung der Bruttoumsätze um knapp 15 Prozent bedeutet somit einen realen Ertragsrückgang.

Ertragssituation der Betriebe unter Druck – Kostensenkung und Effizienzgewinne sind ebenso gefragt wie innovative Geschäftskonzepte und passfähige Produkte für die Bedarfe der Gäste.

Die Zahlen des vorliegenden Wirtschaftsfaktors Tourismus spiegeln daher auch Preisentwicklungen, Kostensteigerungen und veränderte Ausgabenstrukturen wider. Zugleich machen sie dennoch deutlich, welche wirtschaftliche Größenordnung der Tourismus in Brandenburg erreicht und welche Bedeutung touristische Nachfrage für Umsätze, Einkommen und regionale Wirtschaftskreisläufe hat.

2.5 Direkte Profiteure und Branchenstruktur der Bruttoumsätze

Der größte Anteil am touristischen Bruttoumsatz entfällt in Brandenburg mit 2.704,4 Millionen Euro (49,6 Prozent) auf das Gastgewerbe. Es ist damit der wichtigste direkte Umsatzbereich. Auch Einzelhandel und sonstige Dienstleistungen profitieren in erheblichem Umfang vom Tourismus. Auf den Einzelhandel entfallen 1.541,2 Millionen Euro (28,2 Prozent), auf die sonstigen Dienstleistungen 1.211,4 Millionen Euro (22,2 Prozent). Touristische Ausgaben entstehen damit nicht nur im Gastgewerbe, sondern sind ebenso durch Einkaufs-, Stadtaufenthalts-, Versorgungs- und Ausflugsanlässe geprägt. Die sonstigen Dienstleistungen umfassen unter anderem Ausgaben für Freizeit-, Kultur-, Mobilitäts- und weitere Dienstleistungsangebote.

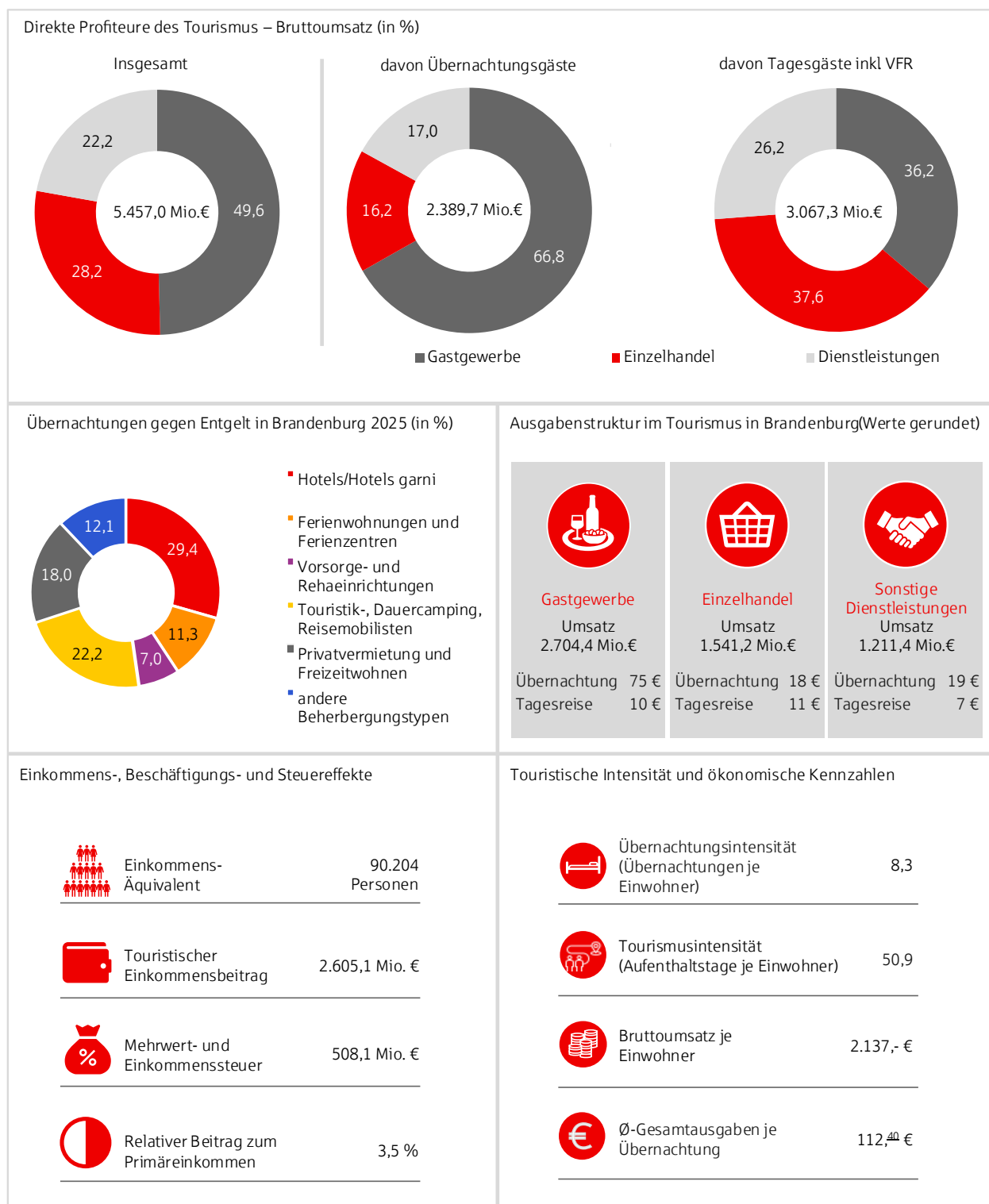
Touristische Nachfrage wirkt in Brandenburg branchenübergreifend – mit dem Gastgewerbe als klarer Umsatzschwerpunkt.

Besonders deutlich werden die Unterschiede beim Blick auf die Nachfragegruppen:

- Bei Übernachtungsgästen mit einem Bruttoumsatz von 2.389,7 Millionen Euro dominiert das Gastgewerbe mit 66,8 Prozent. Unterkunft und Gastronomie binden hier also den Großteil der Ausgaben. Der Einzelhandel erreicht 16,2 Prozent, sonstige Dienstleistungen 17,0 Prozent.
- Bei Tagesgästen inklusive VFR mit einem Bruttoumsatz von 3.067,3 Millionen Euro verteilt sich die Umsatzwirkung breiter. Der Einzelhandel liegt mit 37,6 Prozent leicht vor dem Gastgewerbe mit 36,2 Prozent; sonstige Dienstleistungen machen 26,2 Prozent aus.

Die unterschiedlichen Ausgabenprofile zeigen, dass Übernachtungs- und Tagestourismus jeweils eigene wirtschaftliche Funktionen erfüllen. Übernachtungsgäste stärken vor allem das Gastgewerbe, während Tagesgäste inklusive VFR stärker auch Einzelhandel und Dienstleistungen einbeziehen. Für Brandenburg ist daher die aktive Bearbeitung beider Segmente wichtig, durch Tourismusorganisationen und Betriebe ebenso wie durch unterstützende Rahmenbedingungen und Investitionen der öffentlichen Hand.

Abb. 3: Wirtschaftsfaktor Tourismus Brandenburg – zentrale Kennziffern und ökonomische Effekte



Quelle: dwif 2026

2.6 Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte

Aus dem touristischen Bruttoumsatz von 5.457,0 Millionen Euro ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer ein Nettoumsatz von 4.851,9 Millionen Euro. Daraus entstehen 1.642,2 Millionen Euro direkte Wertschöpfung bei den unmittelbar profitierenden Betrieben. Über Vorleistungen in Höhe von 3.209,7 Millionen Euro werden zusätzlich 962,9 Millionen Euro indirekte Wertschöpfung in vorgelagerten Wirtschaftsbereichen ausgelöst. Zusammengenommen ergibt sich daraus ein touristischer Einkommensbeitrag von 2.605,1 Millionen Euro.

Gegenüber 2019 mit 2.261,5 Millionen Euro entspricht dies einem Zuwachs von rund 15,2 Prozent. Touristische Umsätze gehen in Brandenburg in erheblichem Umfang in Einkommen über und sichern Kaufkraft im Land. Zugleich liegt der relative Beitrag des Tourismus zum Primäreinkommen 2025 bei 3,5 Prozent und damit unter dem Wert von 2019 (3,8 Prozent). Dies ist nicht als Bedeutungsverlust des Tourismus zu verstehen, sondern im Verhältnis zur gesamtwirtschaftlichen Einkommensentwicklung einzuordnen: Wenn das Primäreinkommen insgesamt stärker wächst, kann der relative Anteil sinken, obwohl der touristische Einkommensbeitrag absolut zunimmt.

2,6 Milliarden Euro touristisches Einkommen zeigen die Bedeutung des Tourismus für Wertschöpfung und Kaufkraft in Brandenburg.

Die Einkommenswirkung wird zusätzlich über eine Umrechnungskennziffer greifbar gemacht, da in der Querschnittsbranche Tourismus über den nachfrageseitigen Ansatz keine konkrete Beschäftigtenzahl ausgewiesen werden kann. Viele Leistungen werden sowohl von Einheimischen als auch von Gästen genutzt. Das Einkommensäquivalent von 90.204 Personen ist daher keine direkte Zählung von Arbeitsplätzen, sondern eine rechnerische Vergleichsgröße. Auch der Rückgang gegenüber 2019 mit 94.838 Personen ist vor diesem Hintergrund einzuordnen: Hintergrund ist, dass das Einkommensäquivalent den touristischen Einkommensbeitrag auf eine Referenzgröße je Person (durchschnittliches Arbeitnehmerentgelt) bezieht. Wenn diese Referenzgröße gesamtwirtschaftlich steigt, unter anderem durch stärkere Lohnzuwächse in höher entlohten Branchen, kann bei gleicher oder sogar steigender touristischer Einkommenssumme die rechnerische „Personenzahl“ geringer ausfallen.

Darüber hinaus generiert der Tourismus in Brandenburg 508,1 Millionen Euro an Mehrwert- und Einkommensteueraufkommen. Die touristische Nachfrage trägt damit nicht nur zu Umsätzen, Einkommen und Kaufkraft bei, sondern leistet auch einen messbaren Beitrag zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben. Die Ergebnisse liefern somit eine belastbare Grundlage, um die wirtschafts- und standortpolitische Bedeutung des Tourismus gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit zu kommunizieren und die Finanzierung von Investitionen und Tourismusorganisationen zu sichern.

2.7 Touristische Intensität und zentrale Kennziffern

Intensitätskennziffern helfen, die touristische Bedeutung Brandenburgs unabhängig von der reinen Größe des Landes einzuordnen. Die Übernachtungsintensität von 8,3 Übernachtungen je Einwohner beschreibt die klassische Perspektive auf den entgeltlichen Übernachtungstourismus. Sie zeigt, wie stark Brandenburg als Übernachtungsstandort genutzt wird. Die Tourismusintensität von 50,9 Aufenthaltstagen je Einwohner fällt deutlich höher aus, weil sie neben den Übernachtungen auch die zahlreichen Tagesreisen einbezieht. Der Abstand zwischen beiden Kennziffern macht deutlich, dass der Tagestourismus für Brandenburgs touristische Nutzung und wirtschaftliche Wirkung eine zentrale Rolle spielt.

Der Bruttoumsatz je Einwohner von 2.137 Euro übersetzt die touristische Wirtschaftsleistung in eine anschauliche Vergleichsgröße. Er zeigt, welche Größenordnung touristische Ausgaben im Verhältnis zur Bevölkerung erreichen. Die durchschnittlichen Ausgaben von 112,40 Euro je entgeltlicher Übernachtung verdeutlichen zugleich den besonders hohen Umsatz- und Wertschöpfungsimpuls je Aufenthaltstag. Bei der Interpretation einwohnerbezogener Kennziffern ist zu berücksichtigen, dass Zeitvergleiche auf der durch den Zensus 2022 angepassten Bevölkerungsbasis beruhen. Die Kennziffern ergänzen damit die absoluten

Ergebnisse um eine kompakte Einordnung der touristischen Intensität und wirtschaftlichen Relevanz Brandenburgs.

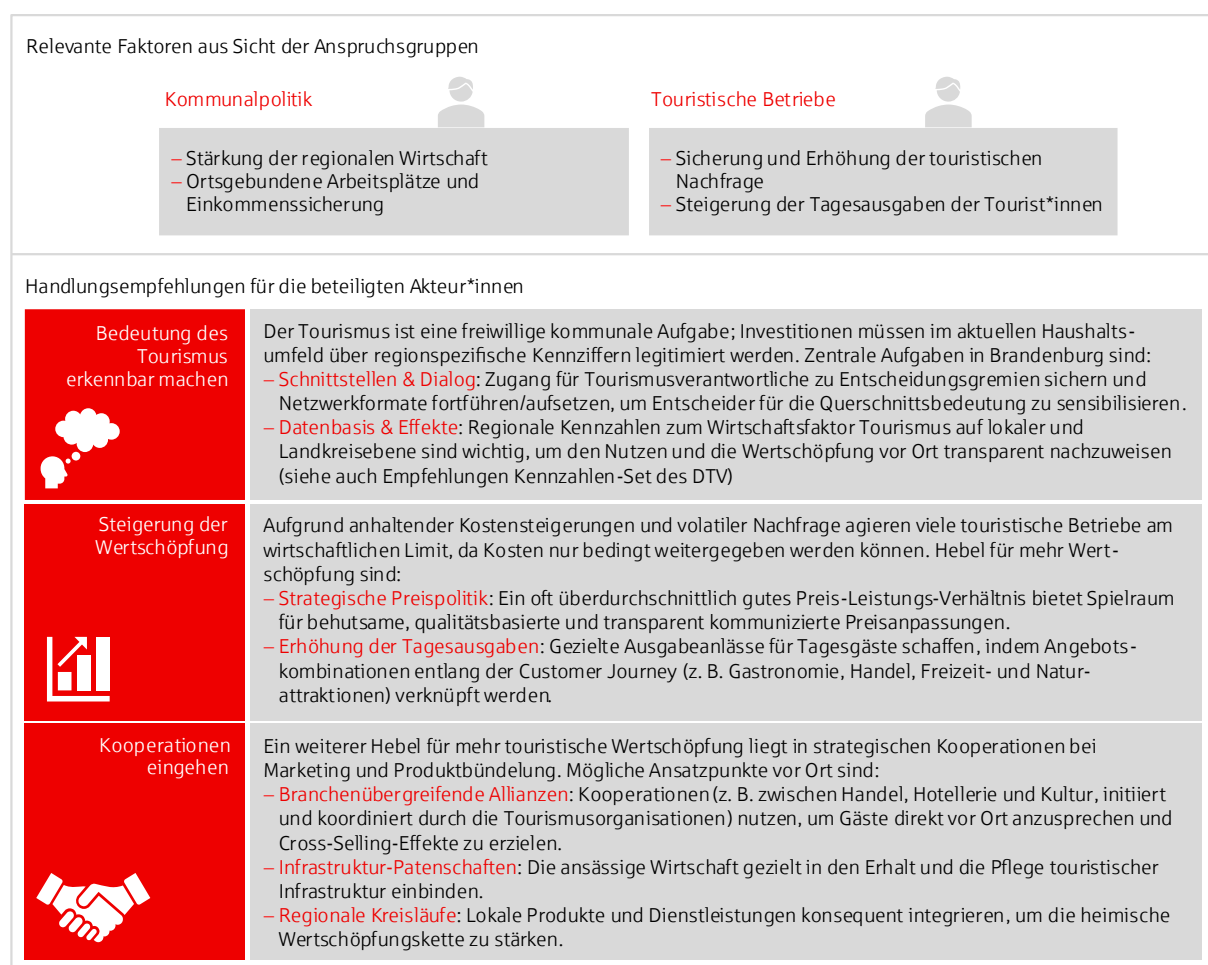
Kennziffern als Grundlage für Kommunikation und Steuerung

Die im Rahmen des Wirtschaftsfaktors Tourismus ermittelten Kennziffern machen die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Brandenburg nachvollziehbar und belastbar kommunizierbar. Sie verbinden Nachfragevolumen, Ausgabenverhalten, Umsätze sowie Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte zu einem Gesamtbild der touristischen Wirkung im Land.

Für Politik, Verwaltung und Wirtschaft liefern die Ergebnisse eine wichtige Argumentationsgrundlage. Sie zeigen, dass Investitionen in touristische Infrastruktur, Angebotsqualität und Angebotsentwicklung nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus stärken, sondern auch regionale Wertschöpfung und fiskalische Effekte auslösen. Die Kennziffern unterstützen damit die Sensibilisierung für den Tourismus als Wirtschaftsfaktor in Brandenburg.

Zugleich bieten die Ergebnisse Ansatzpunkte für die strategische Weiterentwicklung. Sie ermöglichen Zeitvergleiche, zeigen Potenziale zur Steigerung der Wertschöpfung und machen Handlungsfelder sichtbar – etwa bei der Weiterentwicklung touristischer Angebote, der Erhöhung der Ausgaben von Tagesgästen oder der stärkeren Verknüpfung von Beherbergung, Gastronomie, Kultur-, Freizeit- und Einzelhandelsangeboten. Sie bilden damit eine Grundlage für eine zielgerichtete Tourismusentwicklung in Brandenburg.

Abb. 4: Ansatzpunkte zur Stärkung der touristischen Wertschöpfung in Brandenburg



Quelle: dwif 2026

Impressum

Herausgeber:

Ostdeutscher Sparkassenverband
Leipziger Straße 51
10117 Berlin
info@osv-online.de
www.osv-online.de

mit Unterstützung durch
Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen

Ansprechpartner:

Thomas Wolber
Telefon (030) 20 69-15 21
Telefax (030) 20 69-25 21
tourismusbarometer@osv-online.de

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH
dwif – Büro Berlin
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
Telefon (030) 7 57 94 90
info-berlin@dwif.de
www.dwif.de

dwif – Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon (089) 23 70 28 90
E-Mail info@dwif.de

Bildnachweis Titel:

Steffen Lehmann, TMB Touris-
mus Marketing Brandenburg
GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Kein

Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder in irgendeinem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.