

Jahresbericht 2025

Sparkassen- Tourismusbarometer

**Gäste.
Unternehmen.
Lebensqualität.**



tourismusbarometer.de



Ostdeutscher
Sparkassenverband

Reisegebiete in Ostdeutschland

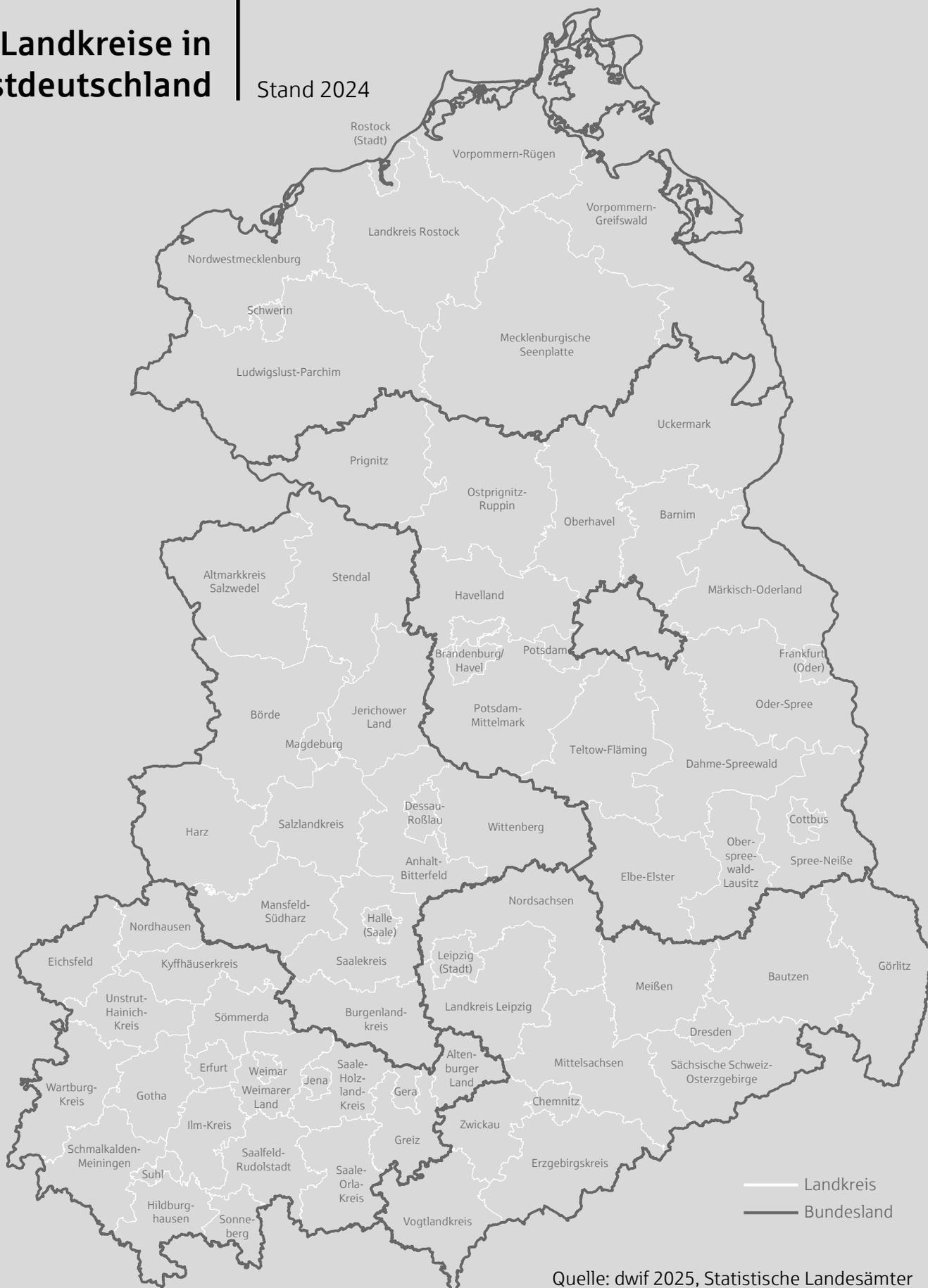
Stand 2024



Quelle: dwif 2025, Statistische Landesämter

Landkreise in Ostdeutschland

Stand 2024



— Landkreis
— Bundesland

Quelle: dwif 2025, Statistische Landesämter

Beirat

Gunnar Bauer, Ministerium für Wirtschaft Infrastruktur Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommern; Haiko Elschner, Harzsparkasse; Kay Facklam, Sparkasse Mecklenburg-Nordwest; Markus Frick, Kurverwaltung Ostseebad Insel Poel, Matthias Gilbrich, Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft Kultur und Tourismus; Christoph Gösel, Thüringer Tourismus GmbH; Karsten Heinsohn, dwif-Consulting GmbH; Elmar Heisterkamp, Ministerium für Wirtschaft Tourismus Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt; Daniel Höhn, Sparkasse Meißen; Annika Jeschke, IMG Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH; Mario Kerner, Sparkasse Burgenlandkreis; Andrea Kis, Landestourismusverband Sachsen e.V.; Ulrike Köppel, weimar GmbH; Norbert Kunz, Deutscher Tourismusverband e. V.; Martin Linsen, Ministerium für Wirtschaft Arbeit und Energie des Landes Brandenburg; Sebastian Menzel, Tourismusverband Fläming e. V.; Marko Mühlbauer, Sparkasse Vogtland; Ministerialrat Frank Ortmann, Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft Kultur und Tourismus; Ralf Osterberg, Sparkasse Ostprignitz-Ruppin; Carola Schmidt, Harzer Tourismusverband e. V.; Martin Schulze, Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V.; Lars Schwarz, DEHOGA Landesverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.; Marcus Starick, Sparkasse Niederlausitz; Axel Walter, Bad Saarow Kur GmbH; Ludger Weskamp, Ostdeutscher Sparkassenverband; Ulrich Wolff, Sparkasse Vorpommern; Thomas Wolber, Ostdeutscher Sparkassenverband; Christian Woronka, TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

(Stand: 1. Juni 2025)

Wir denken Tourismus anders. Denn Gäste, Unternehmen und Lebensqualität bilden eine Symbiose für die Menschen in unseren Regionen. Darauf haben wir unser Sparkassen-Tourismusbarometer 2025 neu ausgerichtet. Die neuen Inhalte und Datensets sind auf das Gemeinwohl in den Regionen und auf die nachhaltige Gestaltung der regionalen Entwicklung gerichtet.

Attraktive Landschaften, reiches Kulturerbe und überzeugende Gastgeber locken Ausflügler und Übernachtungsgäste zu uns. Vielerorts sind Destinationen und Betriebe mit Unternehmergeist und kreativen Ideen erfolgreich. Entscheidend dabei ist, die Angebote so zu gestalten, dass sie auch für die Menschen in den Regionen erlebbar sind und zur Lebensqualität der Einheimischen beitragen.

Wir erweitern unser Monitoring der Tourismusentwicklung um die Perspektive des regionalen Nutzens von Tourismus- und Freizeitinfrastruktur für die Einheimischen, für die anderen Wirtschaftsbranchen, für die Kommunen sowie für die Mitarbeiter in Tourismus- und Freizeitunternehmen. Denn Einheimische sind wesentlich für den Destinationserfolg. Ein ausgeprägtes Tourismusbewusstsein und eine gelebte Gastfreundschaft der Einheimischen strahlen auf die Gäste aus. Auch diese anderen Erfolgsfaktoren wollen wir messen. Mit unserem Sparkassen-Tourismusbarometer 2025 bieten wir belastbare Fakten und geben Orientierung.

Sparkassen, ihre kommunalen Partner und ihre Kunden tragen gemeinsam dazu bei, unsere Regionen attraktiv zu gestalten, für die Menschen, die hier leben und die hier zu Gast sind.

Ich wünsche Ihnen mit dem Sparkassen-Tourismusbarometer viele neue Ideen für Ihre Arbeit.

Berlin, im Juli 2025



Ludger Weskamp

*Geschäftsführender Präsident
des Ostdeutschen Sparkassenverbandes*

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	9
I Einführung	15
II Ostdeutschland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich	17
1 Rahmenbedingungen	18
2 Touristische Nachfrage	20
3 Tagesreisen	26
4 Touristisches Angebot	29
5 Betriebstypen im Vergleich	32
6 Destinationstypen im Vergleich	35
III Freizeitwirtschaft und Gastgewerbe in Ostdeutschland	38
1 Touristische Wetterstationen	39
1.1 Rahmenbedingungen 2024.....	39
1.2 Eckpunkte der Besucherentwicklung in Ostdeutschland 2023.....	39
1.3 Saisonverlauf.....	39
1.4 Besucherentwicklung nach Kategorien in Ostdeutschland 2024.....	40
1.5 Preisstruktur in der Freizeitwirtschaft.....	44
2 Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe	46
2.1 Konjunktur- und Marktbewertung.....	46
2.2 Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen.....	51
3 Qualität der Betriebe	54

IV	Lebensqualität in den Regionen	62
1	Tourismusbewusstsein und Tourismusakzeptanz	63
2	Neue Kennzahlenfelder	69
	Anhang	77
	Literatur	115
	Onlinequellen	115
	Datenquellen	115
	Fußnoten	116
	Impressum	117



Management Summary

Rahmenbedingungen

Ein Zusammenspiel wirtschaftlicher Einflüsse und ambivalenter Entwicklungen beim Reiseverhalten, das zwischen Wandel und Kontinuität changiert, sowie die anhaltenden Transformationsprozesse im Kontext von Nachhaltigkeit und Digitalisierung prägen die aktuellen Rahmenbedingungen für die Tourismusbranche in Ostdeutschland. So wirkt sich die wirtschaftliche Stimmung im Land auch auf das Konsum- und Reiseverhalten aus. Die wirtschaftliche Entwicklung bildet derzeit den bedeutendsten Einflussfaktor für die Urlaubsplanung. Nach den Krisen und Umbrüchen der vergangenen Jahre ist das Reiseverhalten in vielen Bereichen inzwischen zu den gewohnten Mustern zurückgekehrt. Teilweise werden sogar neue Rekordwerte erreicht. Reiselust und -absichten sind hoch, die Reisehäufigkeit hat insgesamt zugenommen, und die steigende Inlandsnachfrage wirkt sich positiv auf den Tourismus aus.

Nachfrageentwicklung: 2024 wurde Übernachtungszahl des Vorjahres in Ostdeutschland übertroffen

2024 war für den Ostdeutschland-Tourismus ein erfolgreiches Jahr. Laut amtlicher Statistik konnten die Beherbergungsbetriebe mit zehn und mehr Betten 28,9 Millionen Gäste begrüßen, die 85,7 Millionen Übernachtungen tätigten. Im Hinblick auf Ankünfte wie Übernachtungen ist das ein Top-Ergebnis und der zweitbeste je gemessene Wert. Die Zahl der Ankünfte stieg 2024 im Vergleich zum Vorjahr um 3,3 Prozent, die der Übernachtungsnachfrage um 1,2 Prozent. Damit lag Ostdeutschland leicht unter dem bundesweiten Durchschnitt (Ankünfte: +3,5 Prozent, Übernachtungen +1,8 Prozent). Auch im Mittelfristvergleich mit dem Jahr 2019 unterbietet Ostdeutschland den Bundesdurchschnitt. Während Ostdeutschland das Niveau des Jahres 2019 um 2,4 Prozent verfehlt, wurde es deutschlandweit 2024 leicht übertroffen (+0,1 Prozent). Nach Rückgängen in den Vorjahren ist der Marktanteil Ostdeutschlands an allen Übernachtungen 2024 mit 17,3 Prozent stabil geblieben. Der Incoming-Tourismus zeigte sich 2024 dynamischer als das Binnengeschäft. Die Übernachtungszahlen aus dem

Ausland stiegen gegenüber dem Vorjahr um 4,6 Prozent. Bundesweit gab es bei den Übernachtungen aus dem Ausland einen etwas stärkeren Zuwachs um 5,4 Prozent. Im Incoming-Geschäft fehlen in Ostdeutschland somit lediglich 2,7 Prozent zum Top-Wert aus dem Jahr 2019. Bundesweit sind es noch 5,4 Prozent. Die in den Vorjahren zu beobachtende große Spannweite zwischen den Bundesländern und Regionen hat sich 2024 wieder normalisiert.

Angebotsentwicklung: Beherbergungsbetriebe in Ostdeutschland weiter rückläufig, leichter Kapazitätsabbau

Bereits das fünfte Jahr in Folge ging die Zahl der geöffneten Beherbergungsbetriebe 2024 in Ostdeutschland zurück. 2024 gab es 8.838 geöffnete Beherbergungsbetriebe in Ostdeutschland und damit 0,7 Prozent weniger als im Vorjahr – ein Minus in etwa auf Bundesniveau. Gegenüber 2019 standen somit rund 680 Beherbergungsbetriebe weniger dem Markt zur Verfügung (-7,1 Prozent), obwohl die Kapazitäten sowohl gegenüber dem Vorjahr (+0,6 Prozent) als auch im Vergleich zu 2019 (+0,4 Prozent) leicht erhöht wurden. 2024 gab es in Ostdeutschland somit rund 797.000 Schlafgelegenheiten in gewerblichen Betrieben mit zehn und mehr Betten, was einem Fünftel aller Schlafgelegenheiten in Deutschland entspricht. Der Marktanteil Ostdeutschlands bleibt damit weiterhin stabil. Insbesondere kleinere, häufig familiengeführte Betriebe schlossen in den letzten Jahren, was sich an einer seit Jahren kontinuierlich steigenden Betriebsgröße zeigt. 2024 lag sie in Ostdeutschland bei 90,2 Schlafgelegenheiten je Betrieb, was einem Plus von 6,7 Schlafgelegenheiten im Vergleich zu 2019 entspricht. Bundesweit waren die Betriebe mit durchschnittlich 82,2 Schlafgelegenheiten je Betrieb etwas kleinteiliger strukturiert. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten ist 2024 im Vergleich zum Vorjahr mit 33,9 Prozent stabil geblieben und lag somit weiterhin unter der bundesweiten Auslastung von 37,9 Prozent. Sowohl in Ostdeutschland (-1,5 Prozentpunkte) als auch bundesweit (-1,3 Prozentpunkte) wurde das Auslastungsniveau von 2019 noch nicht ganz erreicht.

ÜN 2024 ggü. 2023	ÜN-Volumen 2024	Top-3-Quellmärkte 2024 mit Entwicklung 2024 ggü. 2023	Performance Score 2024 Rang 2024, Pfeile Entw. ggü. Vorjahr) Neuer Score	Freizeitwirtschaft 2024 ggü. 2023	Gastgewerbe: Nettozimmerpreis 2024, Umsatzrendite 2023
  +/-0%	8,4 Mio.	 +8,4%  +12,0%  -2,2%	83,4 Rang 10 	+3,0%	80,60 €  0,7%
  +1,8%	10,1 Mio.	 +8,6%  +4,4%  -1,3%	83,5 Rang 8 	+1,9%	92,60 €  6,8%
  +0,6%	20,0 Mio.	 +7,4%  +16,1%  +11,1%	84,5 Rang 3 	+1,5%	96,80 €  7,3%
  +1,2%	14,4 Mio.	 +8,0%  +1,2%  +7,5%	83,1 Rang 11 	-1,3%	98,70 €  9,6%
  +2,3%	32,9 Mio.	 +1,6%  +0,2%  +20,2%	84,8 Rang 1 	+0,4%	140,00 €  11,2%

Freizeitwirtschaft: Preissteigerungen beeinflussen Besuchsverhalten, Besucherzahlen des Vorjahres in Ostdeutschland übertroffen, touristische Verkehrsträger mit größten Zuwächsen, Outdooranlagen mit Problemen

Die Rahmenbedingungen für die Freizeit- und Kulturangebote waren 2024 vor allem durch Preissteigerungen beeinflusst. Inflation und steigende Preise in vielen Bereichen reduzierten das für Ausflüge zur Verfügung stehende Budget. Gleichzeitig ist auch die Bereitschaft gestiegen, mehr für Freizeitangebote auszugeben als noch im Jahr 2014. Allerdings sind es vor allem die Besserverdienenden, die höhere Preise als angemessen empfinden. Ausgaben, auch im Freizeitbereich, wurden von vielen Menschen stärker abgewogen, wobei zum Teil kostengünstige Angebote preisintensiveren vorgezogen wurden – ein Trend, der sich auch in den kommenden Jahren fortsetzen wird, wovon preisgünstigere Angebote profitieren könnten. 2024 war für die Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland erneut ein erfolgreiches Jahr. Die Besucherzahlen stiegen um 1,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In allen am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen gab es einen Zuwachs (+3,3 Prozent). Damit wurde das Besucherniveau des Jahres 2019 zu 93 Prozent wieder erreicht. Auch hier schnitt Ostdeutschland etwas schlechter ab als alle am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen, die bereits bei 95 Prozent der Ergebnisse von 2019 lagen. Etwas mehr als die Hälfte der Einrichtungen meldete sowohl in Ostdeutschland als auch insgesamt 2024 ein Plus, im Vergleich zu 2019 war es jeweils rund ein Drittel. Bei etwas mehr als der Hälfte der Kategorien konnten die Zahlen des Jahres 2023 gesteigert werden, allen voran bei Bergbahnen und Privaten Eisenbahnen. Die in den letzten Jahren erfolgreichen Outdoor-Kategorien lagen jedoch im Minus. 2025 sind die Eintrittspreise in den Freizeiteinrichtungen gestiegen, allerdings erneut weniger stark als im Vorjahr. In allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern verteuerten sich die Eintrittspreise im Frühjahr 2025 um 3,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der durchschnittliche Preisanstieg in den Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland lag mit 3,3 Prozent geringfügig unter dem aller teilnehmenden Bundesländer. Die Ausflugsschiffahrt, Museen/Ausstellungen, Landschaftsattraktionen und Freilichtmuseen/Besucherbergwerke übertrafen hierbei den Durchschnitt aller ostdeutschen Einrichtungen am deutlichsten. Erlebnisbäder und Thermen in Ostdeutschland passten ihre Preise weniger stark an

als in anderen Bundesländern, sind aber weiterhin teurer als im bundesdeutschen Durchschnitt.

Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe: trotz kurzer Erholung stetig neue Herausforderungen

Die konjunkturelle Entwicklung im ostdeutschen Gastgewerbe gleicht einer Achterbahnfahrt – nach einer kurzen Erholungsphase 2023 führten inflationsbedingte Preisanpassungen, die Rückkehr der regulären Mehrwertsteuer in der Gastronomie oder auch die weltweiten politischen Spannungen im Jahr 2024 zu fortlaufenden Herausforderungen. Preisbereinigt musste das Gastgewerbe in Ostdeutschland im Jahr 2024 einen Umsatzrückgang von 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen. Bereits im Vorjahr hatten steigende Kosten und sinkende Umsätze die Gewinnmargen um 2,1 Prozent schrumpfen lassen. Mit nur noch 8,4 Prozent erreichten sie 2023 den niedrigsten Stand seit 2017 und spiegelten damit den bundesweiten Trend wider. Die Rentabilität vieler Betriebe gerät dadurch zunehmend unter Druck. Zudem werden sich die Folgen der ausgelaufenen Mehrwertsteuersenkung erst in den Geschäftsbilanzen für das Jahr 2024 vollständig zeigen. Ostdeutschland zählte im Jahr 2023 insgesamt 26.582 steuerpflichtige Gastgewerbebetriebe. Vor einigen Jahren war tendenziell noch eine rückläufige Entwicklung, ausgehend von einem höheren Niveau, zu beobachten. Denn im Jahr 2019 überstieg die Zahl der Abmeldungen die der Anmeldungen um fast 500. Und auch die Fluktuation im Gastgewerbe war in den Jahren vor 2019 mit jeweils 7.000 bis 8.000 Gewerbeabmeldungen höher.

Die ostdeutsche Hotellerie verzeichnete einen Anstieg der Übernachtungspreise im Jahr 2024 gegenüber dem Vorjahr um 3,3 Prozent (Bundesdurchschnitt +3,8 Prozent). Damit kostet eine Übernachtung in Ostdeutschland im Jahr 2024 105,70 Euro und ist somit 13 Euro günstiger als im Bundesdurchschnitt (118,80 Euro). Im Jahr 2024 lag die Zimmerauslastung durchschnittlich bei 62,5 Prozent (+1,4 Prozentpunkte gegenüber 2023), bundesweit stieg die Auslastung im selben Zeitraum um etwa zwei Prozentpunkte. Die gute Preis- und Auslastungsentwicklung führt dazu, dass der RevPAR in Ostdeutschland im Jahr 2024 ein Rekordhoch von 66 Euro erreicht.

Qualität: Gästezufriedenheit in Ostdeutschland übertrifft bundesweiten Durchschnitt

Neue Methodik: Auf Empfehlung von TrustYou erfolgt in diesem Jahr die Umstellung auf einen Score – den Performance Score. Dieser bildet die Bewertungen der zwölf Monate des vergangenen Kalenderjahres ab. Aufgrund der neuen Methodik ist ein Vergleich mit den in den Vorjahren ausgewiesenen Werten nicht mehr möglich. Die Gästezufriedenheit in Ostdeutschland ist 2024 um 0,4 Punkte gestiegen und lag bei 84,2 Punkten. Damit liegt Ostdeutschland beim Performance Score über dem bundesweiten Durchschnitt von 83,3 Punkten (+0,5 Punkte gegenüber 2023). Das Niveau des Jahres 2019 ist allerdings bisher weder in Ostdeutschland (-0,9 Punkte) noch bundesweit (-1,0 Punkte) erreicht. Mit Mecklenburg-Vorpommern (84,8 Punkte) und Sachsen (84,5 Punkte) liegen zwei ostdeutsche Bundesländer unter den Top 3. Auch Thüringen (83,5 Punkte) und Sachsen-Anhalt (83,4 Punkte) positionieren sich über dem Bundesdurchschnitt. Lediglich Brandenburg verfehlt diesen mit 83,1 Punkten knapp. In allen fünf Bundesländern bekundeten die Gäste größere Zufriedenheit mit den Beherbergungsbetrieben als noch im Vorjahr.¹ Auch der Blick auf die Regionsebene zeigt ein erfreuliches Bild. In drei Vierteln der Regionen ist die Gästezufriedenheit in den Beherbergungsbetrieben gestiegen. In den Regionen Thüringer Rhön, Saaleland, Westmecklenburg, Potsdam und Seenland Oder-Spree konnten 2024 Zuwächse von 1,0 bis 1,2 Punkten erreicht werden. Die Thüringer Rhön schaffte es damit, sich bundesweit unter den Top-Ten-Destinationen zu platzieren. Eine besonders stark rückläufige Gästezufriedenheit wurde im Spreewald, im Elbe-Elster-Land, in Chemnitz Zwickau Region, in der Altmark und im Weimarer Land festgestellt. Die Rückgänge bewegten sich zwischen 0,5 und 0,7 Punkten. Im Vergleich mit 2019 ist die Gästezufriedenheit erst in neun von 42 Regionen gestiegen. Die Uckermark, das Barnimer Land, die Sächsische Schweiz, die Thüringer Rhön und das Thüringer Vogtland schnitten dabei am erfolgreichsten ab. Mit dem Eichsfeld (Platz 3), der Thüringer Rhön (Platz 9), Oberlausitz/Niederschlesien (Platz 11), der Sächsischen Schweiz (Platz 14), dem Elbe-Elster-Land (Platz 21), dem Erzgebirge (Platz 24) und dem Vogtland (Platz 29) liegen sieben Regionen im bundesweiten Destinationsranking unter den Top 30.

Neues Modul: Lebensqualität in den Regionen

Mit der Neuausrichtung des Tourismusbarometers seit 2025 kommt das Modul „Lebensqualität in den Regionen“ als elementarer Bestandteil hinzu. Ziel ist es, die Steigerung der Lebensqualität in den Regionen und den Beitrag, den Tourismus und Freizeit dazu leisten, kennzahlenbasiert darzustellen. Es wird ein Monitoring des regionalen Nutzens des Tourismus für die Einwohner, für die anderen Wirtschaftsbranchen, für die Kommunen sowie für die Mitarbeiter in Tourismus- und Freizeitunternehmen aufgebaut. In der Ableitung aus den Kennzahlen und Informationen sollen Stellschrauben identifiziert werden, die gemeinwohlorientierten Tourismus nach vorne bringen können. Zur Perspektive des Beitrags von Tourismus und Freizeit auf die Lebensqualität kommt die Perspektive hinzu, welche übergeordneten Kennzahlen für die Entwicklung von Freizeit und Tourismus eine Relevanz haben.

Der Schwerpunkt im Tourismusbarometer 2025 liegt auf dem Status quo in Ostdeutschland zu den Themen Tourismusakzeptanz, -bewusstsein, Lebensqualität und Identität. Weiterhin werden die Kennzahlenfelder Pendlerverflechtungen, Mobilität, digitale Anbindung, Kaufkraft und öffentliche Haushalte beleuchtet. Künftig wird laufend geprüft, welche übergeordneten für die Tourismusedwicklung relevanten Kennzahlen verfügbar sind.

Bevölkerungsbefragung zu den Themen Tourismusbewusstsein, -akzeptanz und Lebensqualität

Bei den Zielgruppen der touristischen Arbeit und in einer zukunftsweisenden Tourismusedwicklung stehen die Besucher, die Betriebe, die Beschäftigten und eben die Bevölkerung im Mittelpunkt. Die Bevölkerung ist dabei Nutzergruppe (z. B. Freizeitverhalten, Tagesreisen) und „Betroffene“ touristischer Maßnahmen gleichermaßen. Der Perspektivwechsel: Einheimische wurden als zentrale Komponente des Erfolgs erkannt, zusätzliche Kennzahlen sind erforderlich, die über die quantitative Messung des Destinationserfolgs und neben der wirtschaftlichen Bedeutung auch soziale Aspekte mitberücksichtigen. Gleichzeitig nimmt die Bevölkerung nur selten die positiven Auswirkungen des Tourismus insbesondere auf die eige-

¹ Bei den im Rahmen des OSV-Forums 2025 ausgewiesenen Werten handelt es sich um vorläufige Werte. Diese weichen von den an dieser Stelle ausgewiesenen Werten ab.

ne Lebensqualität wahr. Es gilt also, die Einheimischen als Zielgruppe direkt in die Tourismusentwicklung miteinzubinden und sie stärker für die Vorteile des Tourismus zu sensibilisieren, nicht nur in Destinationen mit hoher Tourismusintensität.

Positive Tourismusakzeptanz in Ostdeutschland

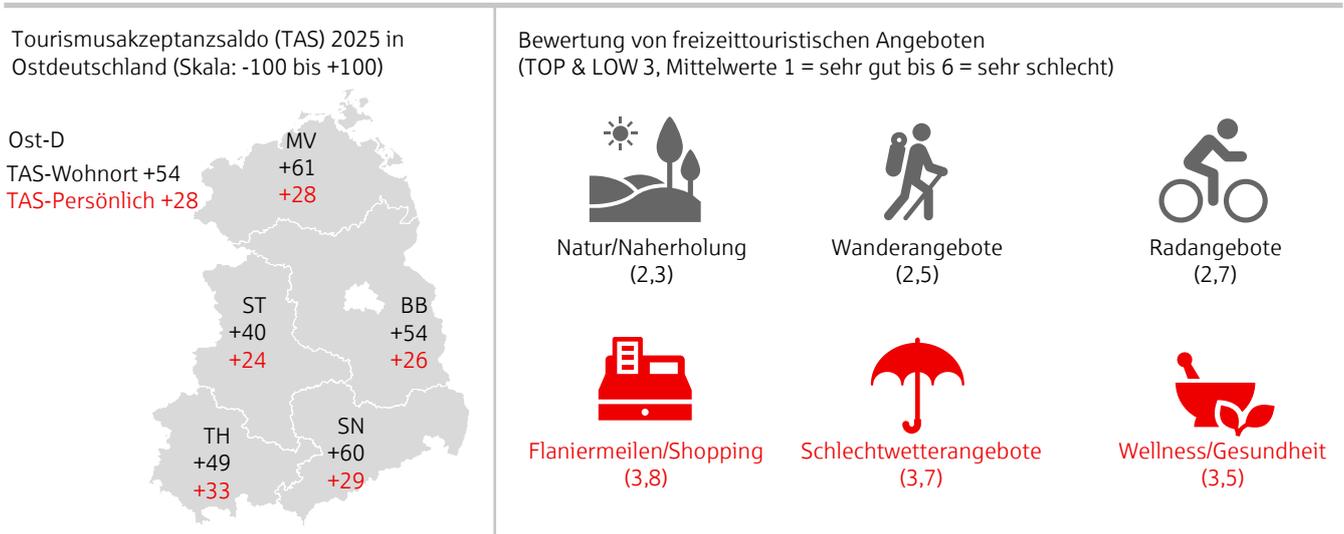
Im Januar 2025 wurde die Tourismusakzeptanz auf Basis des Saldenkonzepts, dem sogenannten Tourismusakzeptanz-Saldo (TAS) gemessen. Der TAS kann einen Wert von -100 (die negativen Auswirkungen des Tourismus überwiegen), bis +100 erreichen (die positiven Auswirkungen des Tourismus überwiegen) und wird in über 100 Destinationen in Deutschland standardisiert gemessen.

Mit einem Wert von +54 werden die Auswirkungen des Tourismus auf den eigenen Wohnort von der Bevölkerung in Ostdeutschland positiv bewertet. Zum Vergleich: Im Sommer 2024 wurde für Deutschland ein Wert von +42 ermittelt. Dabei zeigen sich innerhalb Ostdeutschlands regionale und altersbezogene Unterschiede. Das touristisch geprägte Mecklenburg-Vorpommern erreicht mit einem Tourismusakzeptanzsaldo für den Wohnort (TAS-W) von +61 sogar den Spitzenplatz in Ostdeutschland und zudem den besten jemals gemessenen Wert in Mecklenburg-Vorpommern. An dieser Stelle ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Erhebung 2025, anders als bei den Vorerhebungen, außerhalb der Hochsaison mit deutlich weniger Tourismusaufkommen stattfand, was die Werte positiv beeinflusst haben könnte. In Sachsen

wird ebenfalls ein sehr starker TAS-W von +60 erreicht. Brandenburg befindet sich innerhalb des Durchschnitts (+54), während Thüringen (+49) und Sachsen-Anhalt (+40) unterdurchschnittliche Ergebnisse liefern. Zwar nehmen Einheimische häufig die positiven Auswirkungen des Tourismus auf den Wohnort und die Wirtschaft vor Ort wahr, ihnen fehlt zum Teil jedoch das Bewusstsein für den positiven Beitrag des Tourismus für die eigene Lebensqualität. Der Tourismusakzeptanzsaldo für sich persönlich (TAS-P) liegt in Ostdeutschland bei +28 und damit weiterhin im positiven Bereich. Im Vergleich zum TAS-W fällt der Neutralanteil mit 47,1 Prozent jedoch deutlich höher aus.

Gastfreundschaftliches Verhalten ist den Einheimischen wichtig

Insgesamt geben 94,0 Prozent der Befragten in Ostdeutschland an, dass ihnen persönlich ein gastfreundschaftliches Verhalten wichtig ist (Spitzenwert Sachsen: 96,2 Prozent). Zudem leben gut 90 Prozent der Befragten gerne an ihrem Wohnort. Hier ist Thüringen mit 93,2 Prozent Spitzenreiter. Einheimische in Mecklenburg-Vorpommern macht es besonders stolz, an ihrem Wohnort zu leben (88,4 Prozent). Hier wird auch die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus höher als in anderen Bundesländern eingeschätzt (72,7 Prozent), während Sachsen-Anhalt (63,4 Prozent) und Thüringen (63,7 Prozent) dabei etwas zurückbleiben. Dies spiegelt auch die relative Bedeutung der Tourismuswirtschaft im Branchenvergleich wider.



Unterschiedliche Identifikation mit dem Wohnort

56,2 bzw. 55,0 Prozent der Einheimischen identifizieren sich in hohem Maße mit ihrem Wohnort und dem Bundesland, in dem sie leben. Bezogen auf die Identifikation mit dem Wohnort zeigen sich hier besonders hohe Differenzen zwischen den Altersklassen: Einheimische über 60 Jahren geben zu 65,0 Prozent an, eine hohe Identifikation mit dem Wohnort zu besitzen, von den unter 30-Jährigen sagen dies lediglich 32,3 Prozent. In Mecklenburg-Vorpommern ist die Identifikation am stärksten ausgeprägt, sowohl was den Wohnort als auch das Bundesland anbelangt, in Sachsen-Anhalt besteht die geringste Identifikation.

Neun von zehn Einheimischen bewerten ihre Lebensqualität als mittel bis hoch. Es zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede sowohl bei der Tourismusakzeptanz als auch bei den Themen Identifikation und Lebensqualität bezüglich der Altersklassen: Junge Menschen fühlen sich weniger stark mit der Gemeinschaft verbunden, nehmen die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus weniger wahr und sehen weniger Vorteile durch den Tourismus für die eigene Lebensqualität.

Einschätzung der Lebensqualität variiert

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einheimischen Ostdeutschlands auch nach der Einschätzung ihrer Lebensqualität befragt. Diese konnten die Befragten dabei auf einer Skala von null, sehr niedrige Lebensqualität, bis zehn, sehr hohe Lebensqualität, angeben. 40,5 Prozent stufte ihre Lebensqualität dabei als hoch ein, weitere 50,2 Prozent als mittel. Bundesländer mit einem höheren Anteil einer hohen Lebensqualität sind Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg, während Sachsen mit 37 Prozent zurückfällt. Hier gilt jedoch zu beachten: Es handelt sich um eine rein subjektive Einschätzung der eigenen Lebensqualität.

Kernerkenntnisse aus der Bevölkerungsbefragung

Grundsätzlich werden die Auswirkungen des Tourismus als positiv für den eigenen Wohnort und die Menschen selbst eingestuft.

Den Einheimischen ist ein gastfreundschaftliches Verhalten gegenüber Gästen wichtig.

Positive Effekte wie ein verbessertes Image durch den Tourismus werden wahrgenommen.

Negative Effekte zeigen sich insbesondere in der Mobilität vor Ort und sind in touristischen Destinationen stärker zu spüren.



Einführung



Einführung

Das Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV) wurde 1998 konzipiert. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH.

Ziele

Vorrangiges Ziel des Tourismusbarometers ist die kontinuierliche, problemorientierte Beobachtung der Tourismusedwicklung in den neuen Bundesländern. Träger der Tourismusbarometer – auch in Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz und im Saarland – sind die jeweiligen Sparkassenverbände.

Das Tourismusbarometer macht die Nutzer auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusedwicklung aufmerksam. Als Frühwarnsystem dient es dazu, rechtzeitig auf problematische Entwicklungen hinzuweisen und Handlungsbedarf zu identifizieren.

Das kontinuierliche Monitoring steht für zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Damit unterstützt das Tourismusbarometer strategische Entscheidungsfindungen für Infrastrukturentwicklung und Marketing.

Das Tourismusbarometer

ermöglicht durch den Einsatz eines jährlich gleichbleibenden Datensets strukturelle, regionale und deutschlandweite Vergleiche sowie Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus in den einzelnen Bundesländern und Regionen.

- schließt wesentliche Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik.
- bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zum Markterfolg unterschiedlicher touristischer Freizeiteinrichtungen, der sogenannten touristischen Wetterstationen.
- analysiert die aktuelle wirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen. gibt einen Überblick über das aktuelle Qualitätsniveau der Betriebe in Ostdeutschland.
- beinhaltet seit 2025 ein neues Kennzahlenset, um die Lebensqualität in den Regionen beeinflusst durch den Tourismus zu betrachten.
- nimmt ein mehrjähriges Themenpanel in den Fokus, das der Beirat² des Tourismusbarometers festlegt. Das Themenpanel 2025/2026 befasst sich mit dem Thema: „Tourismusbewusstsein in Orten, Destinationen und Ländern“

Tourismus im Wettbewerbsvergleich	Wirtschaftliche Lage der Betriebe	Lebensqualität in der Region	Themenpanel
Länder und Regionen	Freizeit- und Kultureinrichtungen	Neues Basiskennzahlenset	Tourismusbewusstsein in Orten, Destinationen und Ländern
Betriebs- und Destinationstypen	Wirtschaftliche Situation des Gastgewerbes	Tourismusbewusstsein	
Tagesreisen	Qualität der Betriebe	Tourismusakzeptanz	
Expertenmeinungen (Stimmungsbarometer) DIHK-Saisonumfrage regional			
Fokus Benchmarking	Fokus Betriebswirtschaft	Fokus Region (Kommunen)	

Abb. 1: Module des Tourismusbarometers
Quelle: dwif 2025

² siehe Verzeichnis der Beiratsmitglieder



Ostdeutschland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich



Ostdeutschland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich

1 Rahmenbedingungen

Ein Zusammenspiel wirtschaftlicher Einflüsse und ambivalenter Entwicklungen beim Reiseverhalten, das zwischen Wandel und Kontinuität changiert, sowie die anhaltenden Transformationsprozesse im Kontext von Nachhaltigkeit und Digitalisierung prägen die aktuellen Rahmenbedingungen für die Tourismusbranche in Ostdeutschland. So wirkt sich die wirtschaftliche Stimmung im Land auch auf das Konsum- und Reiseverhalten aus. Die Menschen blicken inzwischen weniger pessimistisch in die Zukunft und erwarten eine steigende Konjunktur. Auch bei der Anschaffungsneigung sind Verbesserungen festzustellen. Die Einkommenserwartungen steigen angesichts weiterhin hoher Preise und ungenügender Einkommen sowie der unsicheren Lage in Wirtschaft und Politik allerdings nur moderat an. Zudem führen Verunsicherung und fehlende Planungssicherheit zu einer zunehmenden Sparneigung der Verbraucher. So bleibt das Konsumklima bislang nahezu unverändert auf einem niedrigen Niveau – ein Zustand, der sich nach der Regierungsbildung und der Verabschiedung eines Haushalts verbessern könnte. Gleichzeitig liegt die Inflation seit einem Jahr recht stabil bei zwei Prozent – und damit nahe der durch die EZB definierten Preisstabilität.

Wirtschaftliche Entwicklung wirkt sich stark auf die Urlaubsplanung aus

Für die Tourismusbranche bedeutet das: Die wirtschaftliche Entwicklung bildet derzeit den bedeutendsten Einflussfaktor für die Urlaubsplanung. Trotz gestiegener Preise ist das verfügbare Budget für mehr als die Hälfte der Reisenden im Zweijahresvergleich unverändert geblieben. Allerdings steht jedem vierten Reisenden in diesem Jahr sogar mehr Geld zur Verfügung, was dazu führt, dass man sich beispielsweise in höherem Maße Qualität und Komfort gönnt, häufiger und länger verreist. Auf der anderen Seite müssen sich dagegen knapp 25 Prozent der Bevölkerung bei ihren Urlaubsausgaben aus finanziellen Gründen zurückhalten. Die Konsequenz: Entweder

wird der Urlaub ganz gestrichen oder die Anzahl und Dauer der Reisen sowie der Komfort werden reduziert. Gespart wird darüber hinaus durch die Wahl günstigerer Destinationen und/oder Unterkünfte sowie bei den Nebenkosten vor Ort.

Viele Menschen betrachten Reisen als etwas Besonderes und haben unverändert das Bedürfnis danach. Verglichen mit der vorpandemischen Ära erfährt die Urlaubszeit bei einigen nun mehr Wertschätzung und wird bewusster genossen. Nach den Krisen und Umbrüchen der vergangenen Jahre ist das Reiseverhalten in vielen Bereichen inzwischen zu den gewohnten Mustern zurückgekehrt. Teilweise werden sogar neue Rekordwerte erreicht. Reiselust und -absichten sind hoch, die Reisehäufigkeit hat insgesamt zugenommen, und die steigende Inlandsnachfrage wirkt sich positiv auf den Tourismus aus. Allerdings bestehen einkommensabhängig teilweise deutliche Unterschiede. Ein kleinerer Teil der Bevölkerung muss sich als Folge der Pandemie bei der Anzahl, der Dauer bzw. den Kosten der Urlaubsreisen einschränken.

Rückkehr zum alten Reiseverhalten und neue Rekordwerte

Auch bei den Reisezielen und Urlaubsformen zeigt sich grundsätzlich Stabilität: Rund drei Viertel der Urlaubsreisen und jede vierte Kurzurlaubsreise führen ins Ausland. Deutschland ist und bleibt weiterhin das beliebteste Reiseland der Deutschen. Unter den Bundesländern zählen die Küstenländer Schleswig-Holstein (laut Reiseanalyse erstmals auf Rang eins), Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen sowie Bayern und Baden-Württemberg zu den beliebtesten Reisezielen. Hoch im Kurs stehen wie bisher je nach Studie insbesondere Bade- und Entspannungsurlaube. Stark nachgefragt sind zudem Familien- und Natururlaube, Städte- und Erlebnisreisen sowie Urlaub auf dem Land oder in den Bergen.

Angesichts der stark nachgefragten Destinationen im Mittelmeerraum verwundert es nicht, dass sich die

Pauschalreise weiterhin hoher Beliebtheit erfreut. Auch die Wahl des Verkehrsmittels hängt stark vom Reiseziel ab. Das Auto stellt weiterhin ein wichtiges Verkehrsmittel für die An- und Abreise dar, Flugreisen haben im Vergleich zu 2022 wieder an Bedeutung gewonnen.

Wann der Haupturlaub gebucht wird, hängt für jeden zweiten von der eigenen finanziellen Sicherheit ab. Ein Drittel plant und bucht den Urlaub schon sehr früh, dies gilt insbesondere für die höheren Einkommensklassen. Eine langfristige Vorbestellung ist zudem unter älteren Reisenden stärker verbreitet als in jüngeren Altersgruppen. Ungebrochen ist der langfristige Trend zur Onlinebuchung, während alle anderen Buchungswege rückläufig sind oder auf vergleichsweise niedrigem Niveau weitgehend stagnieren.

Langfristiger Trend zur Onlinebuchung ungebrochen, Flexibilität weiterhin wichtig

Ein zentrales Buchungskriterium für den Haupturlaub bildet für die Mehrheit der Reisenden eine unkomplizierte und planmäßige An- und Abreise. Wichtig sind zudem eine intakte Natur vor Ort, hochwertige Leistungen sowie Internet und Mobilfunk. Knapp die Hälfte sucht nach Möglichkeiten der Kostenoptimierung. Der Wunsch nach Flexibilität bei den Umbuchungs- und Stornierungsbedingungen hat zwar an Bedeutung verloren, findet sich aber nach wie vor unter den Top-Ten-Entscheidungskriterien. Jeder dritte Reisende ist sogar bereit, hierfür einen moderaten Aufpreis zu zahlen. Auch ein Plus an Qualität trifft auf eine höhere Zahlungsbereitschaft.

Der hohen Bedeutung einer intakten Natur am Urlaubsort zum Trotz, finden sich explizite Nachhaltig-

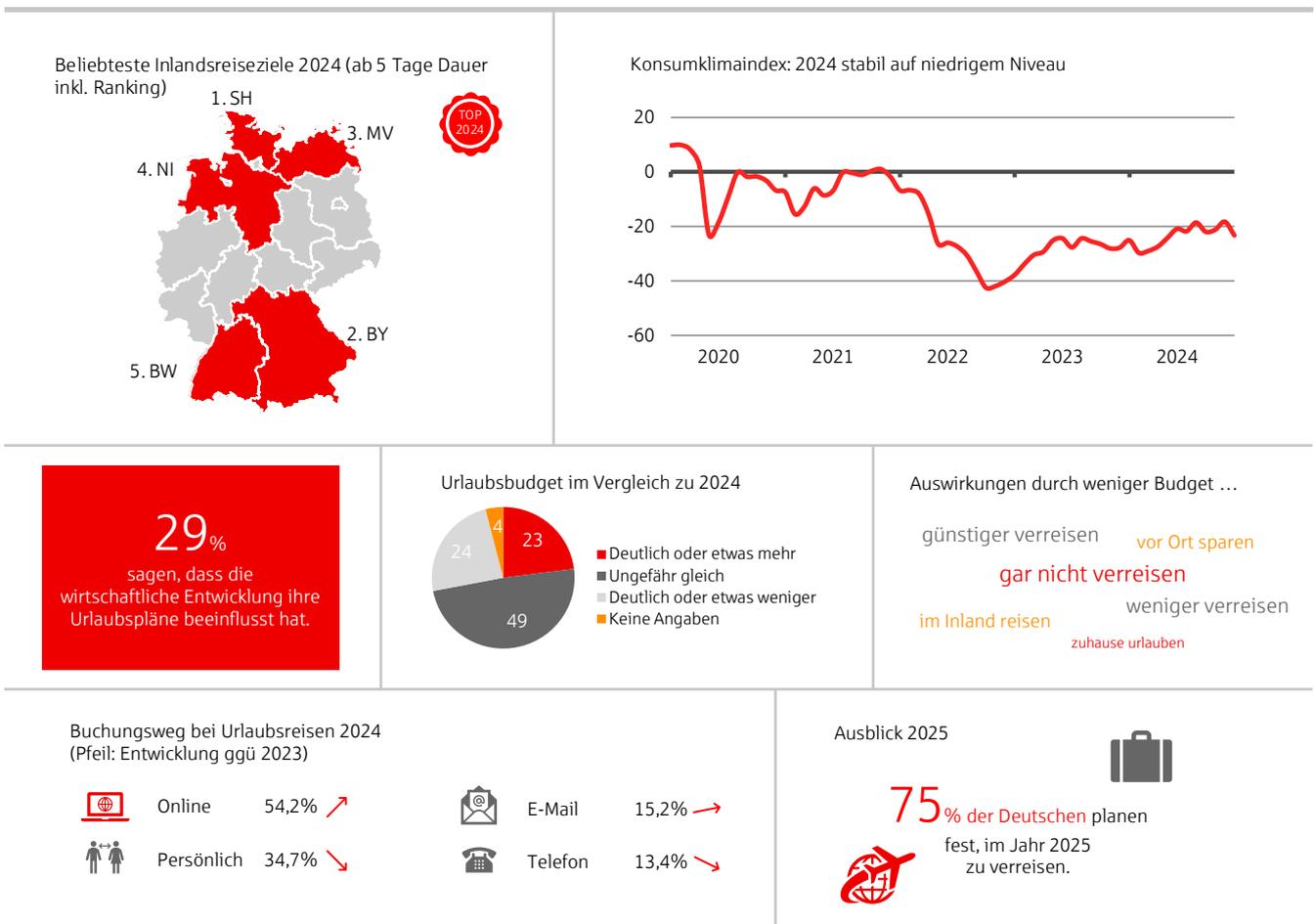


Abb. 2: Rahmenbedingungen
Quelle: dwif 2025, Daten FUR ReiseAnalyse 2025, GfK Konsumklima

keitsaspekte bei den Entscheidungskriterien erst auf hinteren Plätzen. Ein nachhaltiges Mobilitätsangebot vor Ort, Nachhaltigkeit insgesamt und eine nachhaltige An- und Abreise sind aus Sicht der Kunden zwar relevant, bei der konkreten Buchungsentscheidung jedoch weniger wichtig als viele andere Kriterien. Auch die Bereitschaft, einen Aufpreis für die Gesamtnachhaltigkeit der Reise oder einen Ausgleich für den ökologischen Fußabdruck zu leisten, ist vergleichsweise gering ausgeprägt.

Starke Nachfragepotenziale als Grundlage für ein erfolgreiches Tourismusjahr

Der Ausblick auf das Reisejahr 2025 ist von einer erwarteten starken Urlaubsnachfrage geprägt. Die Touristiker in Ostdeutschland sind gefordert, attraktive, bezahlbare und komfortabel online buchbare Angebote zu schaffen, die den Bedürfnissen ihrer Zielgruppen entsprechen und eine angemessene Flexibilität gewährleisten. Es gilt, die Natur als besonders relevante Grundlage für einen erfolgreichen Tourismus dauerhaft zu bewahren und schon aus Eigeninteresse verstärkt Nachhaltigkeitsaspekte zu integrieren, auch wenn diese nicht zwingend direkt umsatzwirksam werden. Durch die Kombination von Qualität, Nachhaltigkeit und bezahlbaren Preisen können die Destinationen und Betriebe in Ostdeutschland die Erwartungen der Reisenden erfüllen und gleichzeitig die wirtschaftliche und ökologische Tragfähigkeit des Tourismus sicherstellen.³

2 Touristische Nachfrage

2024 war ein Jahr der Stabilisierung im Deutschland-Tourismus. Nach einigen Jahren des Auf und Ab fielen die Entwicklungsraten 2024 wieder deutlich moderater aus und die Zeit der großen Einbrüche und Aufholjagden ist vorerst vorbei. Aus Kundensicht wird das Preis-Leistungs-Verhältnis immer wichtiger und beeinflusst die Reiseentscheidung. Die Konkurrenzsituation zwischen In- und Ausland sowie innerhalb der deutschen Destinationen ist dadurch erneut gewachsen und es bleibt abzuwarten, wie sich diese Rahmenbedingungen künftig auf den Erfolg der Destinationen in Nordrhein-Westfalen auswirken werden.

2024 war für den Ostdeutschland-Tourismus ein erfolgreiches Jahr. Laut amtlicher Statistik konnten die

Beherbergungsbetriebe mit zehn und mehr Betten 28,9 Millionen Gäste begrüßen, die 85,7 Millionen Übernachtungen tätigten. Im Hinblick auf Ankünfte wie Übernachtungen ist das ein Top-Ergebnis und der zweitbeste je gemessene Wert. Die Zahl der Ankünfte stieg 2024 im Vergleich zum Vorjahr um 3,3 Prozent, die der Übernachtungsnachfrage um 1,4 Prozent. Damit lag Ostdeutschland leicht unter dem bundesweiten Durchschnitt (Ankünfte: +3,5 Prozent, Übernachtungen +1,8 Prozent). Auch im Mittelfristvergleich mit dem Jahr 2019 unterbietet Ostdeutschland den Bundesdurchschnitt. Während Ostdeutschland das Niveau des Jahres 2019 um 2,4 Prozent verfehlt, wurden es deutschlandweit 2024 leicht übertroffen (+0,1 Prozent). Nach Rückgängen in den Vorjahren ist der Marktanteil Ostdeutschlands an allen Übernachtungen 2024 mit 17,3 Prozent stabil geblieben. Die Aufenthaltsdauer lag 2024 ebenso wie im Vorjahr bei 3,0 Tagen. Bundesweit ging die Aufenthaltsdauer von 2,7 Tagen auf 2,6 Tage zurück und liegt damit wieder auf Vor-Pandemie-Niveau.

Übernachtungszahlen in Ostdeutschland gestiegen

Der Incoming-Tourismus zeigte sich 2024 dynamischer als das Binnengeschäft. Die Übernachtungszahlen aus dem Ausland stiegen gegenüber dem Vorjahr um 4,6 Prozent. Bundesweit gab es bei den Übernachtungen aus dem Ausland einen etwas stärkeren Zuwachs um 5,4 Prozent. Im Incoming-Geschäft fehlen in Ostdeutschland somit lediglich 2,7 Prozent zum Top-Wert aus dem Jahr 2019. Bundesweit sind es noch 5,4 Prozent. Der Anteil der internationalen Übernachtungen in Ostdeutschland lag 2024 mit 6,3 Prozent wieder auf dem Niveau des Jahres 2019 und damit 0,2 Prozentpunkte höher als im Vorjahr. Übernachtungen aus dem Ausland haben in Ostdeutschland damit weiterhin eine deutliche geringere Bedeutung als im Bundesgebiet insgesamt, wo der Anteil bei 17,2 Prozent lag. Dieser Wert konnte im Jahr 2024 leicht gesteigert werden, wenngleich man bundesweit vom Top-Ergebnis des Jahres 2019 noch 0,9 Prozentpunkte entfernt war.

Ausgeglichener Jahresverlauf mit leicht erhöhter Dynamik in der Nebensaison

³ GfK/NIM, ADAC-Tourismusstudie 2025, Deutsche Tourismusanalyse 2025/Zukunftsinstitut, Erste ausgewählte Ergebnisse der 55. Reiseanalyse.

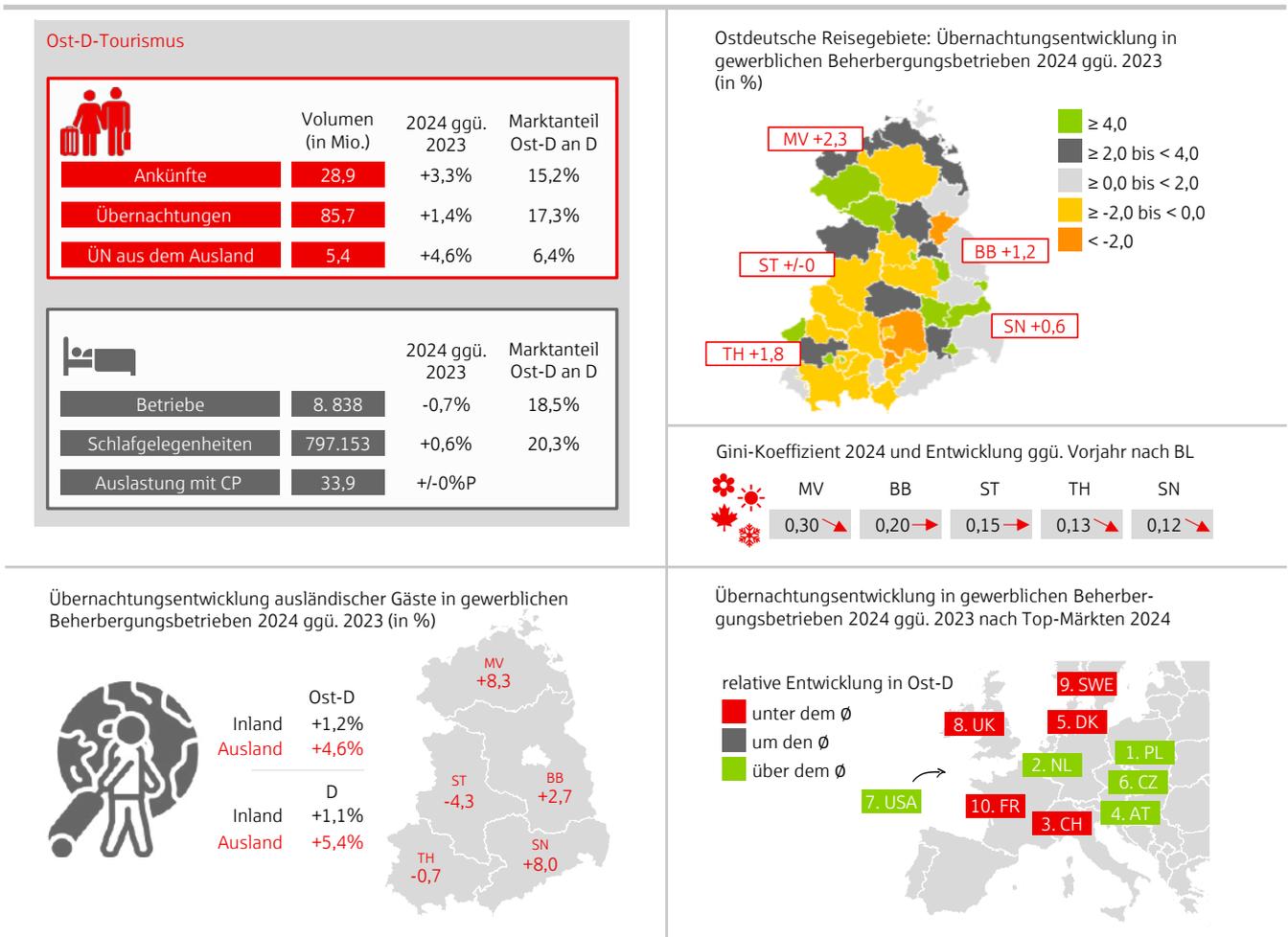


Abb. 3: **Touristische Nachfrage in Ostdeutschland**
 Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter

Nahezu in allen Monaten des Jahres 2024 stiegen die Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Lediglich im April (-13,6 Prozent) und im September (-1,8 Prozent) ging die Übernachtungsnachfrage zurück. Das Minus im April resultierte aus einer veränderten Lage der Osterfeiertage und -ferien in den Jahren 2023 (April) und 2024 (März). Während die Nachfrage in den Sommermonaten Juni bis August nur leicht über dem Vorjahresniveau lag (+0,1 bis +0,6 Prozent), zeigte sich die Nebensaison dynamischer. Im Februar vermeldeten die Statistischen Ämter ein Übernachtungswachstum von 7,6 Prozent, im November von 4,8 Prozent.

Städtisch geprägte Bundesländer 2024 vorn

Die in den Vorjahren zu beobachtende große Spannweite zwischen den Bundesländern und Regionen hat

sich 2024 wieder normalisiert. Erneut konnten die Stadtstaaten und städtisch geprägte Bundesländer punkten, allen voran Bremen (+4,0 Prozent), Berlin (+3,4 Prozent) und Hessen (+3,2 Prozent). Mit Bayern (+2,5 Prozent), Baden-Württemberg und Mecklenburg-Vorpommern (jeweils +2,3 Prozent) folgen einige der deutschen Top-Urlaubsländer.

Saisonalität in den ostdeutschen Bundesländern leicht rückläufig

Die Saisonalität der Nachfrage ist in Ostdeutschland unterschiedlich stark ausgeprägt. Sie lässt sich anhand des Gini-Koeffizienten, der ein statistisches Maß für die Ungleichverteilung ist, darstellen. Die Wertausprägung liegt dabei zwischen 0 (völlige Gleichverteilung) und 1 (völlige Ungleichverteilung). Bundes-

weit lag der Gini-Koeffizient bei 0,15, was einer eher ausgeprägten Saisonalität entspricht. Nachdem er in den Vorjahren höher ausfiel, sank er 2024 wieder auf das Niveau des Jahres 2019. In Ostdeutschland weisen Sachsen (0,12) und Thüringen (0,13) eine im Bundesvergleich unterdurchschnittliche Saisonalität auf, die in beiden Bundesländern 2024 leicht zurückging. Sachsen-Anhalt liegt mit 0,15 auf Vorjahresniveau ebenso wie Brandenburg mit 0,20. Mecklenburg-Vorpommern ist das Bundesland mit der höchsten Saisonalität in Deutschland und kommt auf einen Gini-Koeffizienten von 0,30, wobei gegenüber dem Vorjahr und dem Jahr 2019 eine leichte Verbesserung um 0,01 zu konstatieren ist. Gerade in den Regionen mit einer stark ausgeprägten Saisonalität muss stetig weiter am Ausbau der Ganzjahresangebote gearbeitet werden, um den Druck in den besucherstarken Monaten etwas zu reduzieren und für eine ganzjährig verträgliche Auslastung für die Betriebe im Gastgewerbe zu sorgen. Gerade auf Rügen/Hiddensee (0,35), in der Mecklenburgischen Schweiz und Seenplatte (0,33), in Vorpommern (0,30) und im Altenburger Land (0,29) ist hier noch hohes Potenzial. Städte wie Leipzig (0,09) und Erfurt (0,09), aber auch Mittelgebirgsregionen mit Sommer- und Wintersaison wie das Erzgebirge (0,07) sowie weitere Regionen in Sachsen und Thüringen sind hier besser aufgestellt.

Mecklenburg-Vorpommern 2024 mit höchster Wachstumsrate in Ostdeutschland, Brandenburg im Mittelfristvergleich auch bundesweit mit Top-Platzierung

Mecklenburg-Vorpommern war 2024 das einzige ostdeutsche Bundesland, das den Bundesdurchschnitt übertraf. Ein Übernachtungsplus von 2,3 Prozent gegenüber 2023 bedeutete 32,9 Millionen Übernachtungen. Damit belegte Mecklenburg-Vorpommern Platz fünf im Bundesländerranking und entwickelte sich dynamischer als die anderen beiden Küstenbundesländer. Der Mittelfristvergleich zeigt jedoch ein etwas anderes Bild, da zum Übernachtungsniveau des Jahres 2019 noch 3,6 Prozent fehlen, was dem drittgrößten Rückgang nach Berlin und Sachsen entspricht. Bis auf die Mecklenburgische Schweiz und Seenplatte, wo die Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahr um 1,0 Prozent zurückgingen, übertrafen alle mecklenburgischen Regionen das Vorjahresergebnis. Am dynamischsten zeigte sich dabei Westmecklenburg, wo die Übernachtungszahlen um 6,7

Prozent stiegen, womit auch das Niveau von 2019 fast wieder erreicht wurde. Die erfolgreichste Region in Mecklenburg-Vorpommern ist die Mecklenburgische Ostseeküste. Mit einem Übernachtungsplus von 2,4 Prozent gegenüber 2023 generiert sie 9,6 Millionen Übernachtungen und übertrifft damit auch das Ergebnis von 2019 um 1,4 Prozent. In Vorpommern (+3,5 Prozent) und Rügen/Hiddensee (+1,6 Prozent) wurde das Vorjahresergebnis ebenfalls übertroffen. Beide Regionen liegen jedoch noch rund 500.000 Übernachtungen unter dem Niveau des Jahres 2019, was einem Rückgang um 4,7 bzw. 7,7 Prozent entspricht. Beim Incoming-Tourismus war Mecklenburg-Vorpommern 2024 deutschlandweit das Bundesland mit der höchsten Wachstumsrate (+8,3 Prozent). Gleichzeitig ist man von den einstigen Top-Werten noch deutlich entfernt. 2024 fehlte gegenüber 2019 noch rund jede zehnte Übernachtung aus dem Ausland. Nach wie vor sind es die skandinavischen Quellmärkte Dänemark und Schweden, die im Küstenbundesland schwächeln. Die Übernachtungen aus Dänemark gingen 2024 noch einmal um rund ein Fünftel zurück, so dass das Nachbarland Dänemark nur noch der fünftwichtigste ausländische Quellmarkt ist. Gegenüber dem Jahr 2019 fehlte sogar rund ein Drittel der Übernachtungen. Der schwedische Markt entwickelte sich noch schlechter. Zwar wurde gegenüber dem Vorjahr ein leichtes Übernachtungsplus (+3,5 Prozent) erzielt, der Rückgang gegenüber 2019 lag jedoch bei über 40 Prozent. Der einstige Top-Drei-Markt landet bezogen auf das Übernachtungsvolumen nur noch auf dem sechsten Platz. Die beiden Top-Quellmärkte Niederlande und Schweiz übertrafen beide leicht das Vorjahresergebnis. Auch hier fehlten jedoch noch 7,3 bzw. 16,8 Prozent der Nachfrage gegenüber 2019. Lediglich Österreich konnte durch ein deutliches Plus im Jahr 2024 (+17,7 Prozent) das Niveau des Jahres 2019 bereits wieder erreichen.

***i* Digitale Services im Prima Camping Resort Boddenblick**

In Mecklenburg-Vorpommern, am Barther Bodden in Groß Kordshagen, eröffnete 2024 ein neuer Campingplatz. Ob Zelt, Wohnmobil oder Tiny House, der Campingplatz soll möglichst die Vorteile anderer Campingplätze in sich vereinen. Es gibt mehr Platz als üblich, der Check-In funktioniert per App über einen QR-Code, und in der hauseigenen Gastronomie werden Service Roboter eingesetzt, um dem Arbeits-

kräftemangel entgegenzuwirken. Auch im digitalen Minimarkt ist das Einkaufen und Bezahlen per App möglich und E-Ladesäulen gibt es auf dem Groß Kordshagener High-Tech-Campingplatz ebenfalls.⁴

Die Übernachtungszahlen in Thüringen sind gegenüber dem Vorjahr um 1,8 Prozent und damit genau im Bundesdurchschnitt gestiegen. Der Abstand zum Top-Wert des Jahres 2019 beträgt damit nur noch 2,7 Prozent. Dynamiktreiber im Thüringen-Tourismus sind die Städte Erfurt und Weimar. Beide übertrafen das Vorjahresergebnis deutlich um 9,0 bzw. 8,7 Prozent und zählten damit zu den zehn dynamischsten Regionen in Deutschland. Auch das Eichsfeld schaffte mit einem Plus von 6,4 Prozent den Sprung in die Top Ten. Die Welterbe-Region Wartburg-Hainich (+3,3 Prozent) sowie die Thüringer Rhön (+0,9 Prozent) übertrafen ebenfalls das Vorjahresergebnis. Im Thüringer Vogtland zeigte sich die Nachfrage stabil. In den anderen Thüringer Regionen waren Einbußen zwischen 0,4 im volumenstarken Thüringer Wald und 3,7 Prozent im Altenburger Land zu verzeichnen. Die Übernachtungszahlen 2024 mit jenen des Jahres 2019 ins Verhältnis zu setzen, ist aufgrund einer Umstellung der Reiseregionen in der Amtlichen Statistik nicht möglich. Entgegen dem bundesweiten Trend ging die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland in Thüringen im Jahr 2024 zurück (-0,7 Prozent), was den Abstand zum Niveau von 2019 weiter vergrößerte (-12,4 Prozent). Aus den beiden Top-Quellmärkten Polen und Niederlande, die zusammen rund ein Viertel aller internationalen Übernachtungen generieren, konnte 2024 ein Wachstum von 8,6 bzw. 4,4 Prozent verbucht werden. Allerdings fehlen im Vergleich mit dem Jahr 2019 aus dem niederländischen Markt weiterhin rund ein Fünftel der Übernachtungen, wohingegen die Niederlande bundesweit bereits wieder im Plus sind. Aus den Alpenanrainern Österreich (-8,2 Prozent) und Schweiz (-1,3 Prozent), beide mit jeweils knapp über 40.000 Übernachtungen in Thüringen, gab es 2024 jeweils einen Übernachtungsrückgang, das Niveau des Jahres 2019 war für beide jedoch in Reichweite. Mit rund 27.000 Übernachtungen und einem Zuwachs von 6,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr legte der US-amerikanische Markt wieder kräftig zu. Das Niveau des Jahres 2019 rückte damit wieder in greifbare Nähe.

Brandenburg nahm den Schwung der Vorjahre mit ins Jahr 2024, wengleich die Wachstumsrate sich etwas abschwächte. Mit 1,2 Prozent mehr Übernachtungen

als 2023 wurde das zweite Jahr in Folge ein neuer Top-Wert von 14,4 Millionen Übernachtungen erreicht. Brandenburg (+3,1 Prozent) ist damit nach Schleswig-Holstein, Hamburg und Bremen das Land mit der bundesweit vierthöchsten Wachstumsrate gegenüber 2019. Konnten im Vorjahr noch alle brandenburgischen Regionen das Vorjahresergebnis übertreffen, so gestaltete sich das Bild 2024 etwas differenzierter. Das größte Plus gab es im Elbe-Elster-Land (+13,6 Prozent), das damit die zweitdynamischste Region bundesweit war. Erneut machte das Dahme-Seenland mit 11,8 Prozent einen deutlichen Sprung nach vorn, auch getrieben von der Lage des Hauptstadtflughafens BER in der Region. Die Stadt Potsdam profitierte weiterhin vom boomenden Städtetourismus und vermeldete um 5,0 Prozent gestiegene Übernachtungszahlen. Auch im Lausitzer Seenland (+5,7 Prozent) und in der Prignitz (+4,1 Prozent) gab es ein spürbares Wachstum. Ebenfalls konnten das Ruppiner Seenland, die Uckermark, das Seenland-Oder-Spree und der Spreewald ihre Vorjahresergebnisse um 0,1 bis 2,8 Prozent steigern. Im Fläming (-1,6 Prozent) und im Havelland (-0,4 Prozent) wurde der Wert knapp verfehlt. Das Barnimer Land stellt 2024 einen Sonderfall dar. Die in der amtlichen Statistik dargestellten Rückgänge um rund ein Fünftel hängen vermutlich zu großen Teilen mit der deutlichen Reduktion der Bettenkapazitäten einer Vorsorge- und Rehaklinik zusammen. Der Rückgang in den Marktsegmenten Hotellerie, Feriencentren, -häuser, -wohnungen sowie Camping lag nur bei 1,1 Prozent. Mittelfristig entwickelten sich viele Brandenburger Regionen sehr positiv. Gegenüber 2019 war die Hälfte der Regionen in Brandenburg im Plus. Das Dahme-Seenland, die Prignitz, das Elbe-Elster-Land sowie das Lausitzer Seenland übertrafen dieses Niveau dabei im zweistelligen Bereich, was bundesweit nicht vielen Regionen gelang. Auch im Incoming-Tourismus lief es für Brandenburg in den letzten Jahren besser als in vielen anderen Bundesländern. 2024 legten die Übernachtungszahlen aus dem Ausland um 2,7 Prozent zu. Im Mittelfristvergleich gegenüber 2019 ist Brandenburg damit das Bundesland, in dem sich der Incoming-Tourismus am besten entwickelt hat (+8,2 Prozent). Die gute Erreichbarkeit der Bundeshauptstadt durch den ÖPNV, Potsdam mit seinem kulturellen Erbe sowie der BER auf Brandenburger Landesgebiet tragen hierzu in entscheidendem Maße bei. Der polnische Markt ist der unangefochtene Top-Quellmarkt in Brandenburg und legte auch 2024 erneut kräftig zu (+8,0 Prozent), so dass das Wachstum gegenüber

⁴ www.prima-resorts.com

2019 die 50-Prozent-Marke übertraf. Wie auch bei anderen osteuropäischen Ländern handelt es sich bei vielen dieser Gäste um Saisonarbeiter und Monteure. Der zweitstärkste Quellmarkt, die Niederlande, wuchs 2024 ebenfalls weiter (+1,2 Prozent). Auf dem dritten Platz folgte 2024 Großbritannien mit einem Plus von 7,5 Prozent, wobei hier gegenüber 2019 noch rund jede zehnte Übernachtung fehlte. Direktflugverbindungen in die USA haben maßgeblich dazu beigetragen, dass der US-amerikanische Markt in Brandenburg boomt. Knapp ein Zehntel mehr Gäste gegenüber dem Vorjahr und fast eine Verdoppelung gegenüber 2019 konnten 2024 vermeldet werden.

In Sachsen wurde das Vorjahresniveau mit +0,6 Prozent nur leicht übertroffen. Das Bundesland hat damit nach wie vor den zweitstärksten Übernachtungsrückgang gegenüber 2019 (-3,7 Prozent). Sieben der neun Reiseregionen konnten das Niveau von 2019 noch nicht wieder erreichen. Besonders deutlich wurde das im Elbland (-16,9 Prozent) und in Chemnitz Zwickau Region (-12,3 Prozent). Auch im Erzgebirge fehlte noch knapp jede zehnte Übernachtung. In Dresden hingegen näherte man sich dem Vorkrisenniveau wieder an. 2024 übertrafen vier sächsische Regionen die Übernachtungszahlen des Vorjahres. Dresden zeigte sich dabei mit 4,5 Prozent Wachstum am dynamischsten. Oberlausitz-Niederschlesien, die Sächsische Schweiz und das Elbland legten jeweils um rund zwei Prozent zu. In Leipzig, im Erzgebirge, in Chemnitz Zwickau Region und im Vogtland blieben die Übernachtungszahlen nahezu stabil. Der Rückgang in Leipzig Region hängt mit einer Umstellung der Erfassung von Vorsorge- und Rehakliniken zusammen. Sachsen ist mit 10,9 Prozent das Bundesland mit dem höchsten Anteil ausländischer Übernachtungen in Ostdeutschland. Der Incoming-Tourismus hat wieder sehr gut Fahrt aufgenommen. 8,0 Prozent mehr Übernachtungen aus dem Ausland gegenüber dem Vorjahr bedeuten die zweitstärkste Wachstumsrate im Bundesländervergleich. Der Rückstand gegenüber 2019 ist mit 1,2 Prozent sowohl im Bundes- als auch im Ostdeutschlandvergleich unterdurchschnittlich. Getragen wurde diese Entwicklung vom polnischen Markt, der gegenüber 2019 um rund ein Drittel gewachsen ist und auch 2024 im Plus lag. Aber auch die Niederlande und Österreich als zweit- und drittstärkste Quellmärkte entwickelten sich positiv und erreichten 2024 zweistellige Wachstumsraten. Österreich war auch gegenüber 2019 deutlich im Plus (+7,8 Prozent), ebenso ist der US-amerikanische Markt weiter

im Kommen und wuchs 2024 zweistellig. Rund 60 Prozent aller Übernachtungen aus den USA werden dabei allein in Dresden verbucht.

Die Übernachtungszahl in Sachsen-Anhalt blieb gegenüber dem Vorjahr mit 8,4 Millionen stabil. Das Niveau des Jahres 2019 wurde damit um 3,4 Prozent verfehlt. Die Regionen entwickelten sich dabei sehr heterogen. Die Region Harz und Harzvorland als touristisches Schwergewicht des Bundeslandes blieben 2024 um 0,9 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Gegenüber dem bisherigen Top-Jahr 2019 fehlte damit noch rund jede zehnte Übernachtung. Auch in Halle, Saale-Unstrut wurden sowohl das Vorjahresniveau (-0,9 Prozent) als auch die Übernachtungszahl von 2019 (-4,7 Prozent) unterschritten. In der Welterbe-Region Anhalt-Wittenberg konnten die Verluste gegenüber 2019 durch ein Plus im Jahr 2024 (+3,1 Prozent) kompensiert werden. Magdeburg, Elbe-Börde-Heide erreichte 2024 zwar nicht das Vorjahresniveau, lag aber dennoch 5,8 Prozent über den Übernachtungszahlen von 2019. Die Altmark entwickelte sich in Sachsen-Anhalt am dynamischsten. Das erneute Plus im Jahr 2024 sorgte dafür, dass die Übernachtungszahlen 7,8 Prozent über denen des Jahres 2019 lagen. Im ostdeutschen Destinationsranking bedeutet das die fünftöchste Entwicklungsrates im Vergleich zu 2019. Die Entwicklung wird vom innerdeutschen Markt getragen. Die Zahl der Incoming-Übernachtungen brach 2024 um 4,3 Prozent ein, was dem größten Rückgang aller deutschen Bundesländer entsprach. Im Vorjahr wurde der Wert von 2019 bereits übertroffen, 2024 lag Sachsen-Anhalt 2,5 Prozent darunter. Wie auch in anderen ostdeutschen Bundesländern ist Polen der bedeutendste ausländische Quellmarkt und entwickelte sich in den letzten Jahren entsprechend dynamisch. Auch hier spielen Saisonarbeiter und Monteure eine große Rolle, worauf die vergleichsweise hohe Aufenthaltsdauer schließen lässt. Der zweitstärkste Quellmarkt Niederlande wuchs 2024 zweistellig, ist aber gegenüber 2019 ebenfalls noch zweistellig im Minus. Ein umgekehrtes Bild zeigt sich bei dem drittstärksten Quellmarkt, Dänemark. Hier gab es zwar 2024 einen leichten Rückgang, mittelfristig betrachtet legte der dänische Markt jedoch deutlich zu und steigerte die Übernachtungszahlen gegenüber 2019 um rund ein Viertel. Auch im Falle Österreichs und der Schweiz waren gegenüber dem Vorjahr leichte Einbußen zu verzeichnen. Der britische Markt brach deutlich ein.



3 Tagesreisen

Die touristische Gesamtnachfrage ergibt sich aus zwei wesentlichen Gruppen: Tages- und Übernachtungsgäste. Während die Übernachtungsgäste größtenteils in der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst werden (Betriebe ab zehn Schlafgelegenheiten), gibt es zum Tagestourismus keinerlei offizielle statistische Erfassung der Landesämter. Im neuen Tourismusbarometer führen wir daher ein dauerhaftes Monitoring des Tagestourismus in Ostdeutschland ein – als Sonderauswertung aus unserer exklusiven Primärerhebung, dem dwif-Tagesreisenmonitor. Im Rahmen des dwif-Tagesreisenmonitors werden in einem Online-Panel pro Jahr rund 16.000 Deutsche zu ihrem Tagesreiseverhalten befragt. Jede Woche wird das Tagesreiseverhalten der letzten Woche abgefragt. Hierbei sind alle Tagesreisen (Tagesgeschäftsreisen und Tagesausflüge an Orte, die über und unter 50 Kilometer entfernt sind) erfasst. Die Befragungen laufen kontinuierlich seit 2016, sodass stets aktuelle Ergebnisse vorliegen und Zeitreihen möglich sind.

Wochengenaue Entwicklung der Tagesreisen in Deutschland

Beim Blick auf die durchschnittliche Anzahl der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche zeigte sich 2024 noch immer eine starke Zurückhaltung und damit entsprechend eine geringe Tagesreiseintensität der Deutschen. Lediglich in den Sommermonaten lag das Volumen auf Normalniveau. Diese Entwicklung hatte unterschiedliche Gründe. Zum einen das kühle und nasse Wetter im Frühjahr und im Frühsommer sowie (damit verbunden) eine Reihe von Extremwetterereignissen, aber auch Sondereffekte wie die Europameisterschaft, die sich erfahrungsgemäß negativ auf die Ausflugsaktivitäten auswirken. Nicht zuletzt bremsen auch weiterhin die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen die Tagesreiseaktivitäten der Deutschen. Dies bestätigt auch unsere Sonderfrage aus dem dwif-Tagesreisenmonitor, bei der im Jahr 2024 immer noch 36,2 Prozent der Deutschen angaben, dass sie aufgrund dessen weniger Ausflüge als normalerweise unternehmen.

Volumen und Struktur des Tagestourismus

Die allgemeine Zurückhaltung bei den Tagesreiseaktivitäten spiegelt sich auch in den Zahlen für Ostdeutschland. Hier fanden 2024 rund 445 Millionen Tagesreisen statt, was rund drei Prozent weniger als 2022 und knapp zehn Prozent weniger als 2019 entspricht.

Rund 445 Mio. Tagesreisen in und nach Ostdeutschland im Jahr 2024

Das Grundmotiv der Tagesreisen ist überwiegend privater Natur. 89,8 Prozent der Tagesreisen in und nach Ostdeutschland wurden zu Freizeit Zwecken getätigt, 10,2 Prozent entfallen auf Tagesgeschäftsreisende. In Zahlen entspricht das rund 400 Millionen Tagesausflügen und 45 Millionen Tagesgeschäftsreisen im Jahr 2024.

Ausgaben und Umsätze der Tagesgäste

Die Ausgaben der Tagesgäste in Ostdeutschland lagen 2024 bei durchschnittlich 30,80 Euro pro Person und Tag. Für Einkäufe (inkl. Lebensmittel) und den Gastronomiebesuch wurden auf Tagesreisen in und nach Ostdeutschland am meisten Geld ausgegeben. Für den Einzelhandel bedeutet das konkret 12,50 Euro pro Person und Tagesreise, für die Gastronomie 11,00 Euro. Für weitere Dienstleistungen wurde mit 7,30 Euro weniger Geld aufgewendet.

Durch die 445 Millionen Tagesreisen in und nach Ostdeutschland wurde ein Bruttoumsatz von insgesamt über 13,7 Milliarden Euro generiert. Insgesamt ist der Umsatz aus dem Tagestourismus in Ostdeutschland somit trotz des geringeren Gesamtvolumens weiter gestiegen – aufgrund höherer Ausgaben der Tagesgäste (2022: 13,2 Mrd. Euro).

Der Einzelhandel ist der Hauptprofiteur des Tagestourismus in Ostdeutschland. Rund 5,6 Milliarden Euro wurden im Jahr 2024 in diesem Segment ausgegeben (40,6 Prozent). Auf die Gastronomie entfiel ein Umsatzanteil von 4,9 Milliarden Euro (35,7 Prozent). Im Dienstleistungssektor konnten 3,2 Milliarden Euro Bruttoumsatz quantifiziert werden (23,7 Prozent).

Verhalten der Tagesgäste

Räumlich verteilen sich die Tagesreisen in Ostdeutschland auch 2024 relativ breit. 37,3 Prozent finden in ländlichen Räumen (Gemeinden <20.000 Einwohner) statt, 35,2 Prozent in Großstädten ab 100.000 Einwohner und 27,5 Prozent in Klein- und Mittelstädten (20.000 bis <100.000 Einwohner).

Die Tagesreisen in und nach Ostdeutschland sind dabei weitestgehend saisonunabhängig – sie werden also quasi „immer“, nicht nur am Wochenende oder in der Hauptsaison unternommen. Über die Hälfte der Tagesreisen findet unter der Woche von Montag bis Freitag statt (2024: 55,5 Prozent; 2019: 53,5 Prozent) und auch in den Herbst- und Wintermonaten zeigt der dwif-Tagesreisenmonitor hohe Tagesreiseaktivitäten (2024: 48,9 Prozent; 2019: 49,0 Prozent).

Tagestourismus fördert den Erhalt des freizeittouristischen Angebots vor Ort

Tagesreisen in und nach Ostdeutschland erfolgten auch 2024 schwerpunktmäßig in der näheren Umgebung. 40,2 Prozent der Tagereisen wurden in einem Radius von 25 Kilometer vom Wohnort unternommen, weitere 26,2 Prozent in einer Entfernung zwischen 25 und 50 Kilometern. Die durchschnittliche einfache Wegstrecke für Tagesreisen in und nach Ostdeutschland betrug 2024 rund 56 Kilometer.

Die Hauptanlässe der Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen in Ostdeutschland veränderten sich im Vergleich zu 2019 kaum. Der mit Abstand wichtigste Grund für einen Tagesausflug in und nach Ostdeutschland ist ein klassischer Besuch von Verwandten, Bekannten oder Freunden (33,7 Prozent). Weitere häufigere Hauptanlässe sind die Ausübung spezieller Aktivitäten, z. B. Baden, Wandern, Radfahren (12,7 Prozent), Spazierfahrten (12,3 Prozent) und der Besuch von Sehenswürdigkeiten/Attraktionen (11,4 Prozent). Den größten Anteil in diesem Bereich bilden mit 45,3 Prozent klassische Geschäftsreisen in und nach Ostdeutschland. 29,3 Prozent der Tagesgeschäftsreisenden nehmen an Messen, Kongressen oder Tagungen teil, 19,8 Prozent kommen aufgrund von Schulungen und Seminaren.

Besonders im Hinblick auf die Aktivitäten ist die Vielfalt des Tagestourismus von hoher Bedeutung für den Erhalt und Bestand des freizeittouristischen Angebots. Auch hier nähert sich das Aktivitäten-Spektrum 2024 dem des Jahres 2019 an. Die am häufigsten unternommenen Aktivitäten der Tagesreisenden sind neben dem Besuch von Verwandten/Bekanntem (34,0 Prozent) vor allem Gastronomiebesuche (24,5 Prozent), Shopping-Aktivitäten (19,4 Prozent) und der Besuch von Sehenswürdigkeiten/Freizeiteinrichtungen (18,5 Prozent).

Tagesreisende nutzen hauptsächlich den motorisierten Individualverkehr

Das wichtigste Verkehrsmittel für die Anreise bei den Tagesreisen in und nach Ostdeutschland ist der motorisierte Individualverkehr (2024: 76,3 Prozent; 2019: 74,6 Prozent). Analog zu 2019 nutzen weiterhin nur 16,3 Prozent der Reisenden ÖPNV und Bahn. Dementsprechend spielen Auto und Co. auch vor Ort für 67,0 Prozent der Tagesgäste eine größere Rolle. 56,9 Prozent der Tagesreisenden legen im Zuge ihres Aufenthalts vor Ort weitere Strecken zu Fuß zurück. ÖPNV und Fahrrad spielen bei der Vor-Ort-Mobilität eine eher untergeordnete Rolle.

Tagesausflüge in Ostdeutschland werden von fast allen Menschen unternommen

Das durchschnittliche Alter der Tagesreisenden in und nach Ostdeutschland liegt bei rund 44 Jahren. Dabei werden private Tagesreisen in allen Altersklassen durchgeführt. 35,6 Prozent aller Tagesgäste in Ostdeutschland steht aktuell (noch) nicht oder nicht mehr im Berufsleben. Das belegt, dass sowohl jüngere als auch ältere Alterskohorten nicht unerheblich zum Tagestourismus beitragen. Auch mit Blick auf das Bildungsniveau (35,2 Prozent verfügen über Abitur oder ein abgeschlossenes Studium) und der Einkommensklassen sind die Tagesreisenden in Ostdeutschland breit verteilt.

Tagesreisen in den ostdeutschen Bundesländern

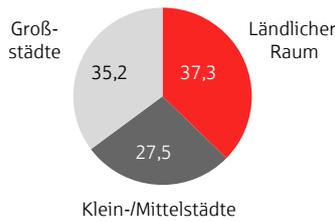
Volumen und Umsätze

Tagesreisen 445 Mio.
Bruttoumsatz 13,7 Mrd. €

Ausgaben (pro Tag/Kopf) & profitierende Branchen

Branchen	Ausgaben	Umsatz	Anteil
Gastronomie	11,00 €	4,9 Mrd. €	35,7%
Einzelhandel	12,50 €	5,6 Mrd. €	40,6%
Dienstleistungen	7,30 €	3,2 Mrd. €	23,7%

Räumliche Verteilung (in %)



Saisonale Verteilung

Montag bis Freitag	55,5%
Herbst-/Wintermonate*	48,9%

* Nov bis Apr



66,4% der Tagesreisen im Radius von 50 km vom Wohnort
durchschnittlich einfach zurückgelegte Wegstrecke: 56 km

Soziodemografie

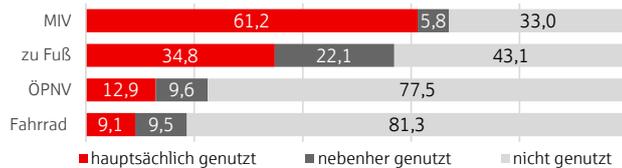
- Ø Alter: 44 Jahre
38,4% aus 2-Personen-Haushalten
- 57,3% verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.500 € oder mehr
- 54,2% sind Berufstätige, 35,6% haben aktuell (noch) kein Arbeitsverhältnis (mehr)

Hauptanreiseverkehrsmittel

- Pkw/Motorrad/Wohnmobil (MIV) 76,3%
- ÖPNV 12,6%
- Bahn (Fernverkehr) 3,8%
- Fahrrad 4,2%
- zu Fuß 1,6%

Der motorisierte Individualverkehr dominiert bei der Anreise und der Mobilität vor Ort!

Mobilität vor Ort (in %)



Top-Aktivitäten (aggregiert)

Besuch von Verwandten und Bekannten	34,0%	Landschafts-/Naturattraktionen	16,1%
Besuch von Restaurants, Cafés, Bars etc.	24,5%	Veranstaltungen, Aufführungen etc.	15,5%
Shopping-Aktivitäten	19,4%	Wandern/Radfahren	10,0%
Sehenswürdigkeiten/Freizeiteinrichtungen	18,5%	Wellness, Thermen, Baden/Schwimmen	9,1%
Erholungs-/Spazierfahrt, nichts Bestimmtes	16,7%	Ausübung von Sportarten	5,0%

Tagesreisen in Deutschland

Durchschnitt der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche (Tagesausflugsintensität)

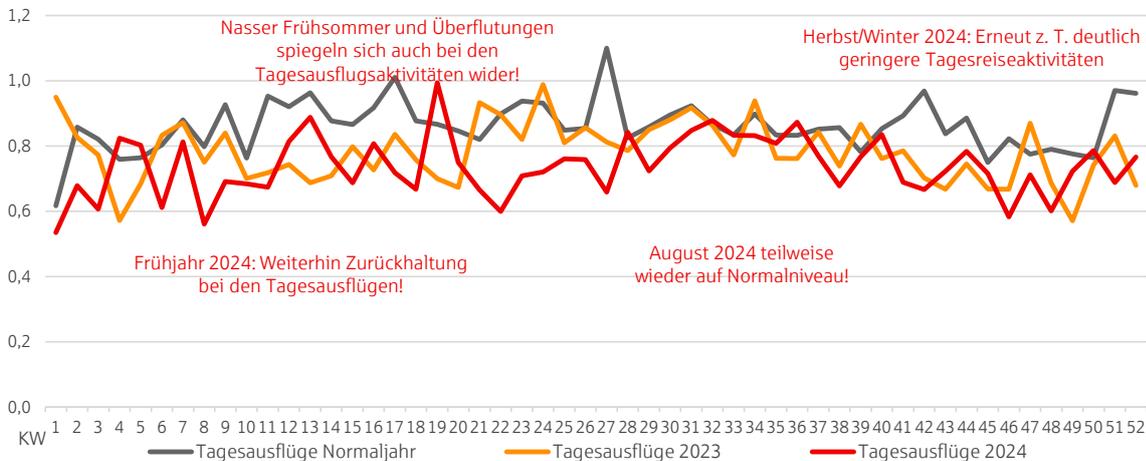


Abb. 4: Tagesreisen
dwif 2025, Daten dwif-Tagesreisenmonitor (Stand: Dezember 2024)

i Willibot und die Vergangenheit der Gemeinde Kloster Lehnin

In Brandenburg in der Gemeinde Kloster Lehnin können Wanderer entlang des acht Kilometer langen Willibald-Alexis-Wanderweges sich auf eine interaktive Zeitreise durch die Geschichte der Region begeben. Der Chatbot „Willibot“ erweckt mittels KI an den 15 Erlebnisstationen das Wirken des Schriftstellers Willibald Alexis sowie die sagenumwobene Umgebung des Klosters Lehnin zum Leben.⁵

4 Touristisches Angebot

Bereits das fünfte Jahr in Folge ging die Zahl der geöffneten Beherbergungsbetriebe 2024 in Ostdeutschland zurück. 2024 gab es 8.838 geöffnete Beherbergungsbetriebe in Ostdeutschland und damit 0,7 Prozent weniger als im Vorjahr – ein Minus in etwa auf Bundesniveau. Gegenüber 2019 standen somit rund 680 Beherbergungsbetriebe weniger dem Markt zur Verfügung (-7,1 Prozent), obwohl die Kapazitäten sowohl gegenüber dem Vorjahr (+0,6 Prozent) als auch im Vergleich zu 2019 (+0,4 Prozent) leicht erhöht wurden. Bundesweit fiel das Kapazitätswachstum etwas stärker aus. 2024 gab es in Ostdeutschland somit rund 797.000 Schlafgelegenheiten in gewerblichen Betrieben mit zehn und mehr Betten, was einem Fünftel aller Schlafgelegenheiten in Deutschland entspricht. Der Marktanteil Ostdeutschlands bleibt damit weiterhin stabil. Insbesondere kleinere, häufig familiengeführte Betriebe schlossen in den letzten Jahren, was sich an einer seit Jahren kontinuierlich steigenden Betriebsgröße zeigt. 2024 lag sie in Ostdeutschland bei 90,2 Schlafgelegenheiten je Betrieb, was einem Plus von 6,7 Schlafgelegenheiten im Vergleich zu 2019 entspricht. Bundesweit waren die Betriebe mit durchschnittlich 82,2 Schlafgelegenheiten je Betrieb etwas kleinteiliger strukturiert. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten ist 2024 im Vergleich zum Vorjahr mit 33,9 Prozent stabil geblieben und lag somit weiterhin unter der bundesweiten Auslastung von 37,9 Prozent. Sowohl in Ostdeutschland (-1,5 Prozentpunkte) als auch bundesweit (-1,3 Prozentpunkte) wurde das Auslastungsniveau von 2019 noch nicht ganz erreicht.

Beherbergungsbetriebe in Ostdeutschland weiter rückläufig, leichter Kapazitätsausbau

In Brandenburg blieb die Zahl der Betriebe gegenüber dem Vorjahr nahezu stabil, gegenüber 2019 ist sogar ein leichter Zuwachs zu verzeichnen, womit das Bundesland erneut über dem Ostdeutschland- und Bundesschnitt lag und neben dem Saarland das einzige Bundesland mit einer mittelfristig steigenden Betriebszahl ist. 1.718 Beherbergungsbetriebe begrüßten 2024 die Gäste. In neun der zwölf Reiseregionen stieg die Zahl der Betriebe gegenüber 2019 oder blieb stabil. Leichte Rückgänge musste nur das Ruppiner Seenland, Potsdam und das Lausitzer Seenland hinnehmen. Die Zahl der Schlafgelegenheiten hat in Brandenburg 2024 ebenfalls weiter zugenommen und lag 7,8 Prozent über der des Jahres 2019. Den größten Ausbau gab es dabei im Dahme-Seenland mit einem Plus von rund 2.700 Schlafgelegenheiten, was einer Steigerung um 29,2 Prozent entspricht. Auch 2024 legten die Kapazitäten im Dahme-Seenland erneut deutlich zu. In der Prignitz, dem Ruppiner Seenland und der Uckermark war ebenfalls ein zweistelliges Kapazitätswachstum zu verbuchen. In allen anderen Regionen verharrten die Kapazitäten auf dem Niveau von 2019 oder legten leicht zu. 2024 bauten vor allem Feriententren, -häuser und -wohnungen ihre Kapazitäten deutlich aus, auch Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime legten entgegen dem bundesweiten Trend zu. Die durchschnittliche Betriebsgröße in Brandenburg lag 2024 bei 80,6 Schlafgelegenheiten je Betrieb und damit im Mittelfeld der ostdeutschen Bundesländer, Tendenz weiter steigend. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten sank leicht um 0,2 Prozentpunkte auf 32,9 Prozent, was auf Einbußen bei den Gruppenunterkünften sowie im Ferienwohnungssegment zurückzuführen ist.

Marktbereinigung in einigen Küstenregionen

In Mecklenburg-Vorpommern gab es 2024 insgesamt 2.788 Beherbergungsbetriebe mit rund 319.000 Schlafgelegenheiten. Mecklenburg-Vorpommern ist somit das kapazitätsstärkste ostdeutsche Bundesland, gleichzeitig aber auch jenes mit der stärksten Marktbereinigung in den letzten Jahren. 2024 gab es 524 Betriebe weniger als 2019, allein 2024 schlossen 100 Betriebe, knapp zwei Drittel davon Ferienwohnungen und -häuser, die anderen Schließungen betrafen vor allem die Hotellerie. Alle Regionen im Bundesland sind davon betroffen. Der Blick auf die Kapazitäten zeigt ein etwas differenzierteres Bild.

Mecklenburg-Vorpommern zählte zwar zu den wenigen Bundesländern, die im Vergleich zu 2019 Kapazitätsrückgänge verzeichnen (-2,4 Prozent), konnte aber 2024 einen leichten Zuwachs um 0,5 Prozent vermelden. Die Mecklenburgische Ostseeküste und Westmecklenburg bauten dabei ihre Kapazitäten sowohl gegenüber dem Vorjahr als auch gegenüber 2019 aus. In der Mecklenburgischen Schweiz stiegen die Kapazitäten zumindest 2024 wieder an, wenngleich sie noch 2,0 Prozent hinter dem Wert des Jahres 2019 zurücklagen. Eine deutliche Marktbereinigung fand hingegen in Rügen/Hiddensee sowie in Vorpommern statt. Beide Regionen verfehlten knapp das Vorjahresniveau. In Summe gab es im Vergleich zu 2019 aber über 8.000 Schlafgelegenheiten weniger. Die Rückgänge im Bundesland betrafen fast alle Betriebstypen, lediglich Hotels und Hotels garnis, Vorsorge- und Rehakliniken sowie Campingplätze konnten die Kapazitäten steigern. In Rügen/Hiddensee (rund -5.000 Betten) und in Vorpommern (rund -4.000 Betten) reduzierte sich vor allem die Zahl der Schlafgelegenheiten in den Ferienhäusern und -woh-

nungen stark. Mit 114,5 Schlafgelegenheiten je Betrieb bleibt Mecklenburg-Vorpommern auch 2024 das Flächenbundesland mit der größten Betriebsstruktur. Die durchschnittliche Betriebsgröße ist gegenüber dem Vorjahr nochmals um 4,5 Schlafgelegenheiten gestiegen. Bis auf Westmecklenburg (80,0 Schlafgelegenheiten) lagen alle Regionen im Bundesland bei über 100 Schlafgelegenheiten je Betrieb. An der Mecklenburgischen Ostseeküste wuchsen die Betriebe mit 7,8 Schlafgelegenheiten mehr je Betrieb am stärksten gegenüber dem Vorjahr. Die Bettenauslastung in Mecklenburg-Vorpommern hat sich 2024 positiv entwickelt (+0,3 Prozentpunkte), ist aber im bundesweiten Vergleich weiterhin vergleichsweise niedrig und liegt unter der von Schleswig-Holstein und Niedersachsen. Regional sind die Unterschiede groß. Die Mecklenburgische Ostseeküste liegt bei 37,0 Prozent und übertrifft damit die Ostsee in Schleswig-Holstein. In Westmecklenburg und in der Mecklenburgischen Schweiz und Seenplatte liegen die Werte unter 30 Prozent.

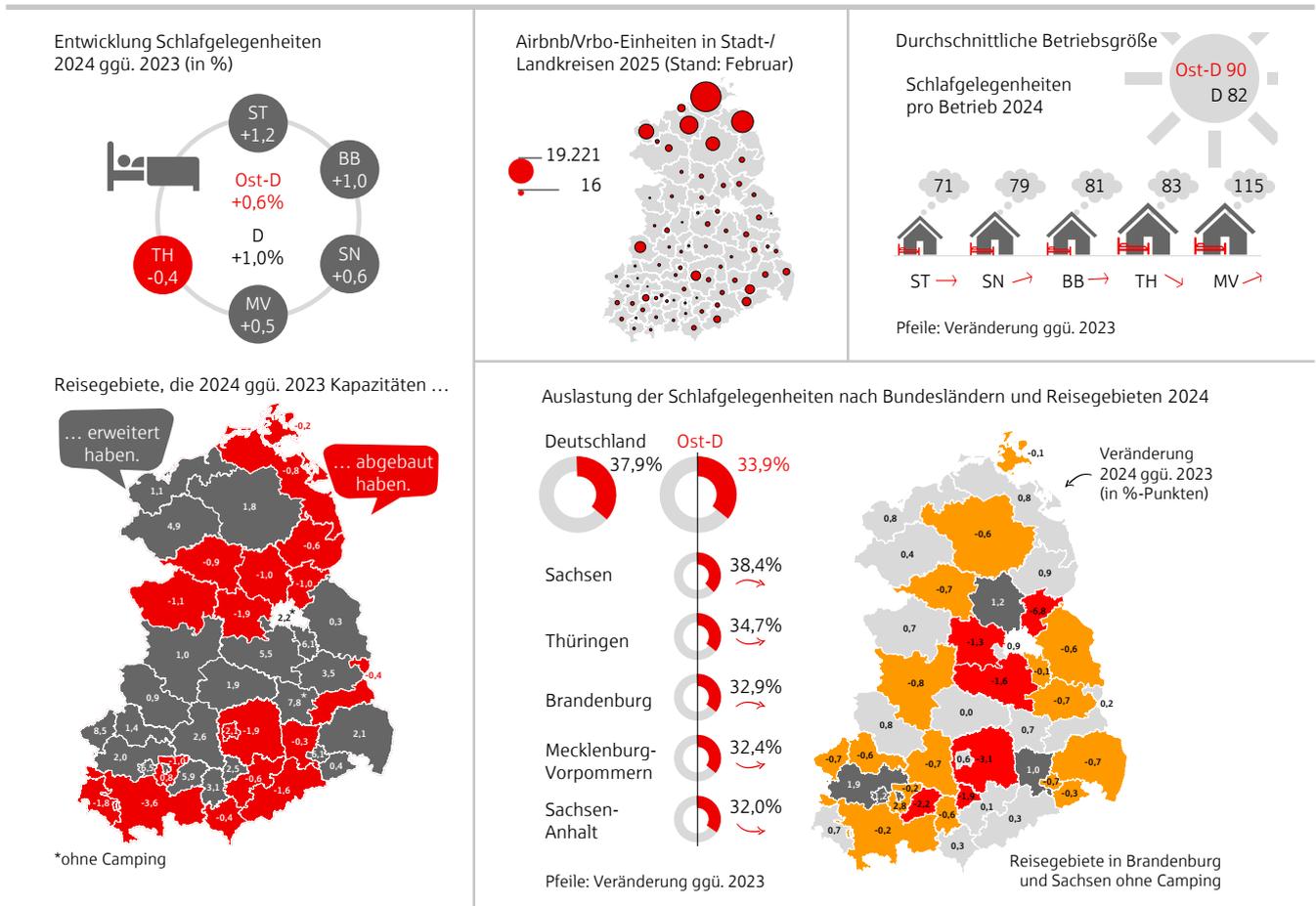


Abb. 5: Touristische Angebot in Ostdeutschland
dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter

Sachsen vermeldete den zweitstärksten Betriebsrückgang in Ostdeutschland gegenüber 2019 (-6,3 Prozent). Auch 2024 ging die Zahl der Betriebe weiter zurück, wobei nahezu alle Regionen davon betroffen waren. Die Kapazitäten nahmen das zweite Jahr in Folge zu und lagen 0,5 Prozent über denen des Jahres 2019. In Dresden kamen im letzten Jahr rund 1.500 Betten in der Hotellerie hinzu, was einem Plus von 7,1 Prozent im Vergleich zu 2019 entspricht. Auch in der Region Oberlausitz-Niederschlesien gab es eine spürbare Zunahme. In Leipzig wurde der Beherbergungsmarkt in den letzten Jahren deutlich ausgebaut. 2024 ging die Bettenzahl um rund 500 zurück, übertraf aber weiterhin die Kapazitäten von 2019 um rund neun Prozent. In den meisten anderen Regionen setzte sich 2024 die Markbereinigung der letzten Jahre fort. Die durchschnittliche Betriebsgröße erhöhte sich auch in Sachsen weiter und lag 2024 bei 79,0 Schlafgelegenheiten je Betrieb. Innerhalb des Bundeslandes fallen die sehr starken Unterschiede auf. Während Leipzig und Dresden über für Städte typischerweise groß strukturierte Betriebe verfügen, sind die Anbietenden im Erzgebirge oder der Sächsischen Schweiz mit weniger als 60 Schlafgelegenheiten je Betrieb deutlich kleiner. Die Betriebsgröße stagnierte in beiden Regionen in den letzten Jahren oder verringerte sich sogar leicht. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten in Sachsen war mit 38,4 Prozent die höchste in Ostdeutschland, ging aber 2024 um 0,4 Prozentpunkte zurück.

i Karls Bande Hotel vom Karls-Erlebnisdorf in Döbeln

Der Freizeitpark Karls-Erlebnisdorf in Döbeln eröffnet erstmalig mit einem Themenhotel ab dem 1. Juni 2025 einen neuen Ort voller Abenteuer und Fantasie für Familien. Das Karls Bande Hotel bietet 56 liebevoll gestaltete Familiensuiten mit Platz für bis zu fünf Personen, in denen zahlreiche Details der Abenteuer von Karls Bande entdeckt werden können. Für jeden Übernachtungsgast im Karls Bande Hotel ist ein Ticket für das Erlebnisdorf inkludiert.⁶

In Sachsen-Anhalt hat die Zahl der Betriebe 2024 das dritte Jahr in Folge leicht zugenommen, das Niveau von 2019 wurde jedoch noch um 3,8 Prozent unterschritten. Obwohl alle Reiseregionen unter den Betriebszahlen des Jahres 2019 lagen, zeigte sich 2024 in Halle, Saale-Unstrut und Magdeburg, Elbe-Börde-Heide ein leichter Aufwärtstrend. Die Kapazitäten in

Sachsen-Anhalt sind gegenüber dem Vorjahr um rund 900 Schlafgelegenheiten gewachsen, so dass dem Markt rund 78.600 Schlafgelegenheiten zur Verfügung standen. Das Wachstum beruht zu großen Teilen auf den Hotels und Hotels garnis, wohingegen es bei den Gruppenunterkünften einen weiteren Rückgang gab. Bis auf die Altmark bauten 2024 alle Reiseregionen ihre Kapazitäten aus. Im Mittelfristvergleich mit dem Jahr 2019 gab es lediglich im Harz eine Marktbereinigung um rund 1.000 Schlafgelegenheiten. Die Betriebe in Sachsen-Anhalt sind mit 71,3 Schlafgelegenheiten je Betrieb weiterhin sehr kleinteilig strukturiert, wobei die durchschnittliche Betriebsgröße in den letzten Jahren geringfügig stieg. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten in Sachsen-Anhalt ist mit 32,0 Prozent im Vorjahresvergleich stabil geblieben, im Ostdeutschland- und Bundesvergleich jedoch unterdurchschnittlich. Der Abstand zum Auslastungswert des Jahres 2019 ist mit -1,1 Prozentpunkten jedoch geringer als bundesweit. Während die Übernachtungsentwicklung in den Regionen Halle, Saale-Unstrut und Magdeburg, Elbe-Börde-Heide nicht mit der Kapazitätsentwicklung Schritt halten konnte und die Auslastung 2024 um -0,7 bzw. -0,8 Prozentpunkte gesunken ist, stieg sie in den Regionen Harz und Harzvorland sowie in der Altmark auf ähnlichem Niveau an.

Thüringen war 2024 das Bundesland mit der größten Steigerung der Betriebszahl. 60 geöffnete Betriebe mehr als im Vorjahr bedeuten ein Plus von 4,9 Prozent. Damit ist man in Thüringen nicht mehr weit von der Betriebszahl des Jahres 2019 entfernt. In allen Thüringer Regionen gab es 2024 mehr Betriebe als im Vorjahr. Ein besonders deutlicher Anstieg ist im Thüringer Wald (+20 Betriebe) sowie in der Welterberregion Wartburg-Hainich und in der Stadt Erfurt (jeweils +10 Betriebe) zu verzeichnen. Trotz steigender Betriebszahl verringerten sich die Kapazitäten in Thüringen 2024 leicht um rund 400 Schlafgelegenheiten, so dass Thüringen neben dem Saarland das einzige Bundesland mit einer sinkenden Zahl an Schlafgelegenheiten war, die auch unter der des Jahres 2019 lag. Der Rückgang zeigte sich 2024 vor allem im Thüringer Wald (rund -2.000 Schlafgelegenheiten), in abgeschwächter Form auch in der Thüringer Rhön und dem Weimarer Land. Am stärksten betroffen war das Campingsegment, in dem sich 2024 die Kapazität in Thüringen um rund 1.800 Schlafgelegenheiten im Vergleich zum Vorjahr verringerte. In der Hotellerie gab es hingegen einen deutlichen Ausbau um 750 Betten. Die durchschnittliche Betriebsgröße ist durch

⁶ www.karls.de

den Wegfall größerer Einheiten im Campingsegment Thüringenweit das zweite Jahr in Folge gesunken und lag 2024 bei 83,4 Schlafgelegenheiten. Mit einer Auslastung der Schlafgelegenheiten von 34,7 Prozent erreicht Thüringen den zweithöchsten Wert in Ostdeutschland. 2024 ist die Auslastung erneut gestiegen.

i **Neue Beherbergungsangebote in Ostdeutschland**

2024/2025 eröffnen mehrere neue Beherbergungsbetriebe. Einige Beispiele:

→ Das „HeyHalle – Dein Stadthotel“ eröffnete im März 2025 in Halle an der Saale. Das Hotel mit 29 Zimmern und 58 Betten befindet sich in einem sanierten, historischen und unter Denkmalschutz stehenden Gebäude.

→ Nach umfangreicher Renovierung eröffnete im Februar das Taschenbergpalais Kempinski Dresden wieder. Das traditionsreiche Grandhotel setzt seit der Eröffnung 1995 bis heute Maßstäbe im Service und Design.

→ Am 16. April 2025 eröffnete das Low Budget Hotel „H2“ im Zentrum der Erfurter Innenstadt. Das Hotel umfasst 32 Vierbett- und 181 Doppelzimmer, von denen drei rollstuhlgerecht und 18 barrierefrei sind.

→ Das Hotel „Ohana“ am Urlaubs- und Freizeitresort „Tropical Islands“ im Süden Brandenburgs eröffnet im Juni 2024. Während das Gebäude äußerlich schlicht und grau ist, sind die Zimmer im Inneren thematisch polynesisch-hawaiianisch eingerichtet

→ Weitere neueröffnete Hotels sind das Schlosshotel Neustrelitz, das Premier Inn Hotel in Halle an der Saale und das „Le Trésor“ in Schwerin sowie das sanierte Aparthotel in Königsstein.⁷

5 Betriebstypen im Vergleich

Die großen Entwicklungsunterschiede zwischen den Betriebstypen sind 2024 endgültig vorbei, was auf eine komplette Normalisierung des Reiseverhaltens schließen lässt. Leichten Übernachtungsrückgängen bei den Gruppenunterkünften und in den Vorsorge- und Rehakliniken in Ostdeutschland steht ein Plus in

der Hotellerie, im Campingsegment und bei den Ferientempeln, -häusern und -wohnungen gegenüber. Der detaillierte Blick auf die verschiedenen Betriebstypen der Beherbergungslandschaft zeigt die Entwicklungen des letzten Jahres auf.

Fokus: Hotellerie

In der ostdeutschen Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe und Pensionen) gab es 2024 insgesamt 5.033 Betriebe und damit erneut 1,1 Prozent weniger als im Vorjahr. Mit insgesamt rund 311.000 Betten stellt die Hotellerie rund 39 Prozent aller gewerblichen Schlafgelegenheiten in Ostdeutschland. Gegenüber dem Vorjahr haben die Kapazitäten in der Hotellerie 2024 um 0,7 Prozent zugenommen, was im Vergleich zu 2019 einem Wachstum von 0,9 Prozent entspricht. Bundesweit legten die Kapazitäten in der Hotellerie mit 2,9 Prozent etwas stärker zu. Knapp 45 Millionen und damit über die Hälfte aller Übernachtungen in Ostdeutschland entfielen auf dieses Marktsegment. Das im Vergleich zu 2023 zweiprozentige Wachstum der Übernachtungszahlen in der ostdeutschen Hotellerie entspricht genau dem Bundesdurchschnitt. Am dynamischsten entwickelte sich die Hotellerie 2024 in Mecklenburg-Vorpommern (+3,2 Prozent). Brandenburg lag leicht über dem Bundesdurchschnitt, Sachsen und Thüringen leicht darunter. Sachsen-Anhalt (-0,2 Prozent) zählt zu den wenigen Bundesländern, in dem die Vorjahreszahlen in der Hotellerie nicht wieder erreicht wurden. Im Vergleich mit dem Jahr 2019 fehlten in diesem Marktsegment noch 4,7 Prozent der Übernachtungen und damit mehr als bundesweit (-2,2 Prozent). Die Hotellerie in Brandenburg setzte sich mit einem Plus von 2,4 Prozent dabei positiv von den anderen ostdeutschen Bundesländern ab.

In den Vollhotels in Ostdeutschland stiegen die Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahr mit 2,5 Prozent etwas stärker als in der Hotellerie insgesamt, wobei auch der Rückstand gegenüber 2019 etwas deutlicher war. 2024 übertrafen die Vollhotels bis auf Sachsen-Anhalt in allen anderen ostdeutschen Bundesländern das Vorjahresergebnis. An das Niveau von 2019 reichte jedoch noch keines der Bundesländer heran. Die Kapazitäten in den Vollhotels wurden 2024 in allen ostdeutschen Bundesländern ausgebaut, gegenüber 2019 muss nur in Brandenburg ein leichtes Minus verbucht werden. Die Vollhotels waren mit 96,7

⁷ www.hotelier.de, www.hey-halle-dein-stadthotel.de, www.kempinski.com, www.h-hotels.com, www.tropical-islands.de

Betten pro Betrieb deutlich größer strukturiert als die anderen Betriebe der Hotellerie. In Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen wird mit jeweils 108 Betten ein höherer Wert erzielt, was mit den Betriebsstrukturen an der Küste und in den sächsischen Städten zusammenhängt.

Die Hotels garnis zeigten sich sowohl bundesweit als auch in Ostdeutschland bereits in den letzten Jahren sehr dynamisch. Auch 2024 wuchsen die Übernachtungszahlen mit 4,0 Prozent überdurchschnittlich. Die Spannweite reichte dabei von +2,0 Prozent in Thüringen bis +5,1 Prozent in Sachsen. Auch die Kapazitäten wuchsen weiter, so dass es nunmehr rund 5.500 Betten mehr in den ostdeutschen Hotels garnis gibt als 2019. In Sachsen-Anhalt fand 2024 ein besonders starker Ausbau um 12,4 Prozent statt. Aus Mecklenburg-Vorpommern wurden wie bereits im Vorjahr rückläufige Kapazitäten bei den Hotels garnis vermeldet, die insbesondere aus einem Rückgang an der Mecklenburgischen Ostseeküste resultierten. Bei der Auslastung liegen die Hotels garnis mit 42,5 Prozent nur knapp unter den Hotels (43,1 Prozent), in Sachsen-Anhalt rangieren die Hotels garnis sogar vor den Hotels.

Hotels garnis weiter dynamisch, Gasthöfe und Pensionen mit rückläufiger Nachfrage

Die Kapazitäten der Gasthöfe und Pensionen in Ostdeutschland gingen 2024 wie auch bundesweit erneut zurück. Im Vergleich zu 2019 gab es rund 5.600 weniger Betten in diesen beiden Betriebstypen. Entgegen dem Trend gab es in Thüringen gegenüber dem Vorjahr eine deutliche Zunahme bei den Pensionen (+11,2 Prozent), was sich in einer weiter steigenden Nachfrage niederschlug. Auch in Brandenburg stiegen die Übernachtungszahlen in den Pensionen, wengleich die Nachfrage insgesamt in Ostdeutschland rückläufig war. Gegenüber 2019 ging in den Gasthöfen und Pensionen mehr als jede achte Übernachtung verloren. Die Gasthöfe und Pensionen sind deutlich kleinteiliger strukturiert als andere Betriebstypen und verfügten in Ostdeutschland zwischen 24 bzw. 23 Betten je Betrieb. In Mecklenburg-Vorpommern werden dabei höhere Werte als in den anderen Bundesländern erreicht. Die ohnehin vergleichsweise niedrige Auslastung in den Gasthöfen und Pensionen verringerte sich 2024 noch weiter.

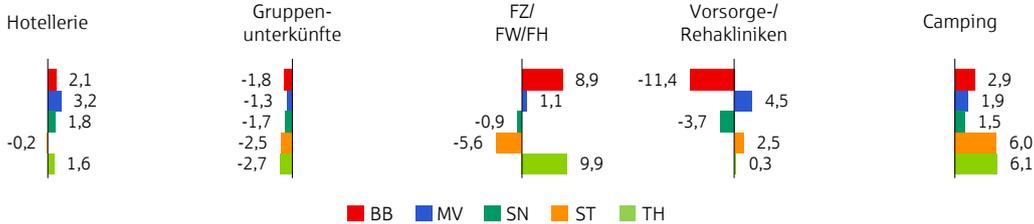
Fokus: Sonstige Beherbergungsbetriebe

Nachdem die Nachfrage in den Ferienzentren, -häusern und -wohnungen im letzten Jahr leicht rückläufig war, fand das Marktsegment 2024 zu alter Stärke zurück. Die Übernachtungszahlen stiegen gegenüber dem Vorjahr um 1,9 Prozent. Bundesweit war das Wachstum mit 2,8 Prozent noch etwas stärker. Im Vergleich zum Jahr 2019 entwickelten sich die Ferienzentren, -häuser und -wohnungen in Ostdeutschland im bundesweiten Vergleich, wo zweistellige Wachstumsraten erzielt wurden, unterdurchschnittlich. Dies lag an einer rückläufigen Nachfrage an den Küsten Mecklenburg-Vorpommerns und in Sachsen-Anhalt. Gerade in Mecklenburg-Vorpommern hat dieses Marktsegment eine hohe Bedeutung. Rund jede dritte gewerbliche Übernachtung entfällt auf die Ferienzentren, -häuser und -wohnungen. Bundesweit ist dies nur bei rund jeder achten der Fall. 2024 gab es rund 145.000 Betten in den Ferienzentren, -häusern und -wohnungen in Ostdeutschland und damit rund 2.000 mehr als im Vorjahr, wobei das Kapazitätswachstum in Deutschland insgesamt etwas stärker zulegen. Insbesondere im Vergleich mit dem Jahr 2019 ist hier eine heterogene Entwicklung zu beobachten. Während die Bettenzahl in diesem Betriebstyp in Ostdeutschland leicht rückläufig war, gab es bundesweit einen Ausbau um rund neun Prozent. Die Entwicklung in Ostdeutschland resultiert aus einer starken Marktbereinigung an den Küsten Mecklenburg-Vorpommerns, wo seit 2019 rund jedes zehnte Bett verloren ging. In allen anderen ostdeutschen Bundesländern erfolgte ein starker Ausbau. Thüringen (+32,6 Prozent) und Brandenburg (+24,6 Prozent) waren hierbei die Treiber. Die Bettenauslastung in den Ferienzentren, -häusern und -wohnungen in Ostdeutschland stieg 2024 leicht auf 29,8 Prozent, blieb damit aber im bundesweiten Vergleich weiterhin unterdurchschnittlich. Sachsen setzt sich dabei positiv mit 34,9 Prozent ab. Thüringen hingegen fuhr 2024 mit 26,2 Prozent den niedrigsten Wert aller deutschen Bundesländer ein. Hier bleibt weiterhin Luft nach oben.

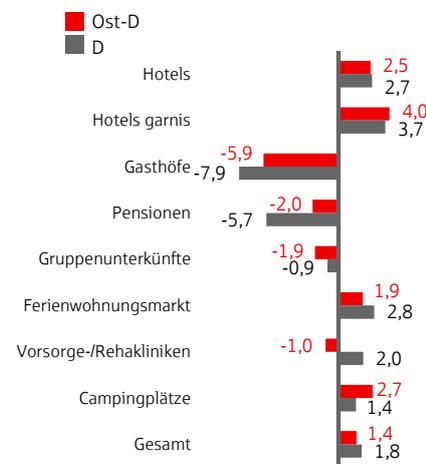
Ferienwohnungsmarkt findet zu alter Stärke zurück, Camping weiterhin erfolgreich

Im Campingsegment in Ostdeutschland entwickelte sich die Nachfrage im Vergleich zu den Vorjahren 2024 zwar etwas verhaltener. Dennoch stiegen die

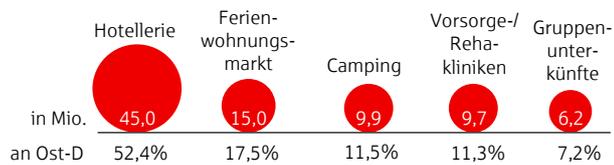
Entwicklung Übernachtungen 2024 ggü. 2023 (in %)



Entwicklung Übernachtungen 2024 ggü. 2023 (in %)



Übernachtungen nach Betriebstypen, Marktanteil an Ost-D insgesamt 2024



Auslastung nach Betriebstypen in Ost-D 2024

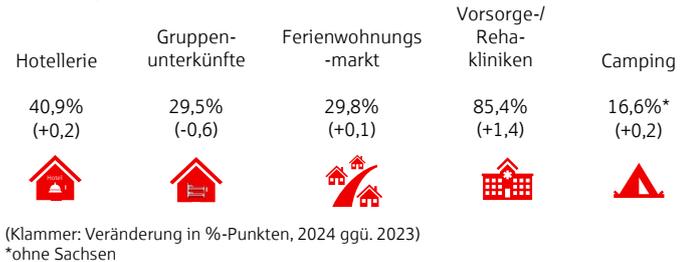


Abb. 6: Betriebstypen im Vergleich
dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter

Übernachtungszahlen um 2,7 Prozent und damit stärker als bundesweit. 2024 präsentierten sich die Campingplätze in Sachsen-Anhalt und Thüringen mit einem Wachstum von jeweils rund sechs Prozent besonders dynamisch. Gegenüber 2019 ist der Campingmarkt das Segment mit dem größten Nachfragewachstum (+16,1 Prozent). Sachsen-Anhalt (+55,0 Prozent) und Sachsen (+28,6 Prozent) schnitten dabei stark überdurchschnittlich ab. In Mecklenburg-Vorpommern war die Entwicklung verhaltener (+9,2 Prozent), wobei die Auslastung hier über das Jahr gesehen für dieses Marktsegment mit 19,0 Prozent jedoch vergleichsweise hoch ausfällt. Die steigende Zahl der Schlafgelegenheiten auf den Campingplätzen bewegte sich 2024 weiter in etwa im Bundesdurchschnitt, so dass 245.000 Schlafgelegenheiten auf Campingplätzen in Ostdeutschland dem Markt zur Verfügung standen. In Thüringen und Brandenburg sanken die Kapazitäten 2024.

Gruppenunterkünfte weiterhin mit verhaltener Entwicklung

Die Gruppenunterkünfte haben die Talsohle bei nahezu stabilen Kapazitäten 2024 noch nicht überall durchschritten. Gegenüber 2019 verzeichnete dieses Marktsegment einen besonders starken Bettenabbau. In Sachsen-Anhalt ging beispielsweise rund jedes fünfte Bett verloren, in Brandenburg und Sachsen waren es deutlich weniger. Dieser Rückgang war teilweise auch mit Qualitätsverbesserungen in bestehenden Betrieben verbunden, wo im Rahmen von Modernisierungsmaßnahmen die Betten pro Zimmer zugunsten separater Bäder reduziert wurden. Bundesweit sanken die Kapazitäten in diesem Marktsegment auf gleichem Niveau wie in Ostdeutschland. Bei der Nachfrage wurde 2024 wieder ein leichter Rückgang um 1,9 Prozent verbucht. Mit einem Minus von 13,8 Prozent im Vergleich zu 2019 zählen die Gruppenunterkünfte

zu den Marktsegmenten mit den größten Verlusten. Jugendherbergen und Hütten verzeichneten dabei in Ostdeutschland größere Verluste als Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime. In Brandenburg gestaltete sich die Entwicklung anders. Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime verfehlten 2024 zwar knapp das Vorjahresergebnis, steigerten aber ihre Übernachtungszahlen gegenüber 2019 um mehr als ein Drittel. Und auch die Jugendherbergen/Hütten konnten die Verluste in den letzten Jahren minimieren. In Thüringen und Sachsen-Anhalt gab es hingegen einen starken Einbruch. Die Auslastungswerte variieren zwischen den einzelnen ostdeutschen Bundesländern erheblich. In Thüringen sank die ohnehin schon niedrige Auslastung weiter. Gerade bei den Erholungs-, Ferien- und Schulungsheimen liegt man mit 24,6 Prozent knapp zehn Prozentpunkte unter dem Niveau des Jahres 2019.

Klinikentwicklung durch statistische Effekte beeinflusst

In den Vorsorge- und Rehakliniken in Ostdeutschland gab es 2024 rückläufige Kapazitäten (-3,3 Prozent), was zu großen Teilen mit veränderten Meldepflichten (z. B. Leipzig Region) oder einer Reduzierung von Bettenzahlen weiter bestehender Kliniken zusammenhängt. Die Übernachtungszahlen waren mit einem Minus von 1,0 Prozent ebenfalls rückläufig, während die Nachfrage bundesweit leicht stieg. Die Bettenauslastung der Kur- und Rehakliniken entwickelte sich 2024 in allen ostdeutschen Bundesländern positiv. Die Brandenburger Kliniken waren dabei bundesweit mit 93,5 Prozent am besten ausgelastet.

6 Destinationstypen im Vergleich

Vier der sechs Destinationstypen in Ostdeutschland erzielten 2024 ein Nachfrageplus. Allen voran die ostdeutschen Küsten, in denen die Übernachtungszahl im Vergleich zum Vorjahr am stärksten stieg. In den Mittelgebirgen wurde das Vorjahresniveau fast wieder erreicht. Im Flach- und Hügelland gab es leichte Einbußen zu vermeiden. In den Städten übertrafen die Werte bereits wieder die Zahlen des Jahres 2019. Innerhalb dieser Muster zeigen viele Marktforschungsstudien und Gästebefragungen immer deutlicher, dass es weniger auf die Destination als solches, sondern auf das Produkterlebnis, das konkrete Angebot

ankommt. Markenführung sowie die Angebots- und Produktentwicklung und zwar entlang der gesamten touristischen Servicekette sind zentrale Erfolgsfaktoren. Dafür braucht es eine enge Zusammenarbeit im Netzwerk, die Optimierung tourismusrelevanter Felder wie Mobilität und strategische Impulse in der nachhaltigen und digitalen Transformation.

Städte

Der Städtetourismus hat sich bundesweit wieder zum Wachstumstreiber entwickelt. Die Übernachtungszahlen der 43 ostdeutschen Städte mit mehr als 25.000 Einwohnern und mehr als 100.000 Übernachtungen stiegen gegenüber dem Vorjahr um 1,8 Prozent. Bundesweit legten die Städte um 3,7 Prozent zu. Über die Hälfte der ostdeutschen Städte vermeldeten 2024 gestiegene Übernachtungszahlen. Weitere 15 Prozent lagen nur knapp unter dem Vorjahresergebnis. Während sich die kleineren Städte zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern 2024 in Summe etwas schwertaten, lief es in allen anderen Größenklassen gut. Die Städte zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern waren dabei mit 5,9 Prozent mehr Übernachtungen am dynamischsten. Rund drei Viertel der Städte dieser Größe vermeldeten eine gestiegene Nachfrage. Die mecklenburgische Landeshauptstadt Schwerin sowie Frankfurt (Oder) präsentierten dabei zweistellige Zuwachsraten. In der Größenklasse zwischen 100.000 und 500.000 Übernachtungen lag das Plus bei 3,6 Prozent. Sechs von zehn Städten steigerten ihre Übernachtungszahlen. Den beiden Landeshauptstädten Erfurt (+9,0 Prozent) und Potsdam (+5,0 Prozent) gelang dies am deutlichsten. Von den beiden ostdeutschen Städten mit mehr als 500.000 Einwohnern lag Leipzig in etwa auf Vorjahresniveau, Dresden legte um 4,5 Prozent zu. Zu der positiven Entwicklung in den ostdeutschen Städten leistete das Wachstum der Übernachtungen aus dem Ausland (+4,9 Prozent) seinen Beitrag. Die Entwicklung der Zahl der internationalen Übernachtungen verlief in den Städten sehr heterogen. Während beispielsweise Jena, Rostock, Meißen, Suhl und Mühlhausen Einbrüche von 20 Prozent und mehr verbuchten, gab es etwa in Erfurt, Bautzen, Wismar, Schwerin, Stralsund, Neuruppin, Werder (Havel) und Zwickau ein ebenso deutliches Wachstum. Die Bedeutung der ausländischen Gäste in den Städten in Ostdeutschland schwankt stark. Niedrigen Werten von drei Prozent und weniger in Werder (Havel), Naumburg (Saale), Saalfeld/Saale oder Schö-

nebeck (Elbe) stehen Werte von rund 20 Prozent und mehr in Dresden, Zwickau sowie Städten im Umland von Berlin gegenüber. Die Zahl der Betten in den ostdeutschen Städten blieb 2024 insgesamt nahezu stabil. In den Vorjahren hatte ein deutlicher Ausbau stattgefunden. Einem Minus in den Städten mit über 500.000 Einwohnern und den kleineren Städten zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern stand ein Ausbau in den Kommunen der mittleren Kategorie gegenüber. Den größten Kapazitätsausbau gab es in Schwerin, gefolgt von Frankfurt (Oder) und Erfurt – alles Städte, in denen auch die Nachfrage mitzog, so dass die Auslastung stieg. Die Auslastungswerte in den ostdeutschen Städten weisen eine hohe Spannweite auf und reichen von über 50 Prozent im Berliner Umland bis hin zu niedrigen Werten von unter 30 Prozent bspw. in mehreren Thüringer Städten, in Wittenberg oder Radebeul.

Fishing for Components in Leipzig

GREENKAYAK will Leipzigs Wasserwege von umhertreibendem Müll befreien. Dafür konnte sich jeder Freiwillige vom 1. Mai bis 30. September 2024 kostenlos für zwei Stunden ein Kajak mieten. Die Bedingung für das kostenlose Leihen eines Kajaks war leicht zu erfüllen – es sollte beim Paddeln so viel Müll wie möglich aus den Gewässern eingesammelt werden. Vom 10. Mai 2024 bis 30. September 2024 haben 1.205 Paddler insgesamt 1.960 Kilogramm Müll aus den Leipziger Gewässern eingesammelt.⁸

Mittelgebirge

In den Mittelgebirgsregionen⁹ in Ostdeutschland blieb die Nachfrage gegenüber dem Vorjahr ebenso wie bundesweit weitestgehend stabil. Viele hessische Regionen und die Eifel in Rheinland-Pfalz zeigten sich 2024 besonders dynamisch. Der Blick ins Detail der ostdeutschen Mittelgebirge zeigt gleichbleibende Übernachtungszahlen im Erzgebirge, ein Plus von 1,5 Prozent in der Sächsischen Schweiz und leichte Einbußen im sächsischen Vogtland und im Harz und Harzvorland. Die Thüringer Mittelgebirge bewegten sich ebenfalls zwischen leichten Rückgängen und leichten Zuwächsen. Vom Niveau des Jahres 2019 sind alle ostdeutschen Mittelgebirgsregionen¹⁰ noch

deutlich entfernt. Im Harz und Harzvorland sowie im Erzgebirge fehlt noch rund jede zehnte Übernachtung, während die Konkurrenz in Baden-Württemberg sowie einige bayerische Mittelgebirgsregionen das Ergebnis von 2019 teils deutlich übertrafen. Die Aufenthaltsdauer in den ostdeutschen Mittelgebirgsregionen variiert zwischen 1,9 Tagen im Thüringer Vogtland und 4,3 Tagen in der Thüringer Rhön. Aufgrund eines hohen Anteils an Klinikübernachtungen kommt die Thüringer Rhön auf diese vergleichsweise hohen Werte. Das gilt auch für das Vogtland in Sachsen, wo die Aufenthaltsdauer 2024 bei 4,0 Tagen lag. Auch angebotsseitig gab es in den ostdeutschen Mittelgebirgen kaum Abweichungen zum Vorjahr. Bundesweit war ein leichtes Kapazitätswachstum von 0,7 Prozent festzustellen, was vor allem durch viele hessische Regionen und die Eifel in Rheinland-Pfalz getragen wurde. In vier der ostdeutschen Mittelgebirgsregionen nahm die Zahl der Schlafgelegenheiten gegenüber dem Vorjahr zu, allen voran im Thüringer Vogtland (+3,1 Prozent). In der kapazitätsstärksten Mittelgebirgsregion in Ostdeutschland, dem Thüringer Wald mit rund 50.000 Schlafgelegenheiten, waren hingegen rund 2.000 Schlafgelegenheiten weniger am Markt als noch im Vorjahr.

Ostdeutsche Küstenregionen überflügeln 2024 die Wettbewerber

Küstenregionen

Die ostdeutschen Küstenregionen entwickelten sich 2024 mit einem Übernachtungswachstum von 2,6 Prozent dynamischer als die schleswig-holsteinischen (+0,2 Prozent) und niedersächsischen Küstenregionen (+1,3 Prozent). In Vorpommern nahmen die Übernachtungszahlen mit 3,5 Prozent am stärksten zu, aber auch an der Mecklenburgischen Ostseeküste (+2,4 Prozent) und auf Rügen/Hiddensee (+1,6 Prozent) gab es ein deutlicheres Plus als bei allen anderen Küstenregionen. Die Ostseeküste in Schleswig-Holstein übertraf die Nachfrage des Vorjahresniveaus hingegen nur leicht. An der Nordsee bewegten sich die Regionen zwischen leichten Rückgängen, Stabilität oder leichtem Wachstum. Trotz der positiven Entwicklung 2024 verfehlten die ostdeutschen Küstenregionen ebenso wie die niedersächsischen das Niveau

⁸ www.greenkayak.org

⁹ Aufgrund einer Umstellung in der amtlichen Statistik liegen für die Thüringer Mittelgebirgsregionen keine Vergleichszahlen für 2019 vor, so dass der Mittelgebirgsvergleich ohne Thüringen erfolgt.

¹⁰ Ohne Thüringen, da für 2019 keine Daten vorliegen.

des Jahres 2019 noch um 3,4 Prozent. Die Küsten in Schleswig-Holstein übertrafen den Wert hingegen um 6,7 Prozent. Die Aufenthaltsdauer auf Rügen/Hiddensee (4,7 Tage) und an der Mecklenburgischen Ostseeküste (3,9 Tage) blieb 2024 stabil. In Vorpommern verringerte sie sich um 0,2 Tage auf 4,6 Tage. Die Kapazitäten an den ostdeutschen Küsten zeigten sich 2024 insgesamt stabil. Einem Ausbau an der Mecklenburgischen Ostseeküste standen stabile Kapazitäten in Rügen/Hiddensee und ein leichter Rückgang in Vorpommern gegenüber. In Schleswig-Holstein und in Niedersachsen gab es insgesamt einen leichten Aus-

i Waldbaden in Bad Doberan

In Bad Doberan eröffnet ein neuer Kur- und Heilwald, in dem Besucher ab Frühjahr 2025 verschiedene Aktiv-, Verweil- und Ruhebereiche nutzen können. Insbesondere in den in Deutschland einzigartigen Küstenwäldern Mecklenburg-Vorpommerns verbinden sich die Aerosole des Meeres mit der gesunden Waldluft. Durch den bewussten und achtsamen Aufenthalt im Wald kann sich die Atmung vertiefen, der Blutdruck normalisieren, und Stresshormone können abgebaut werden. ¹¹

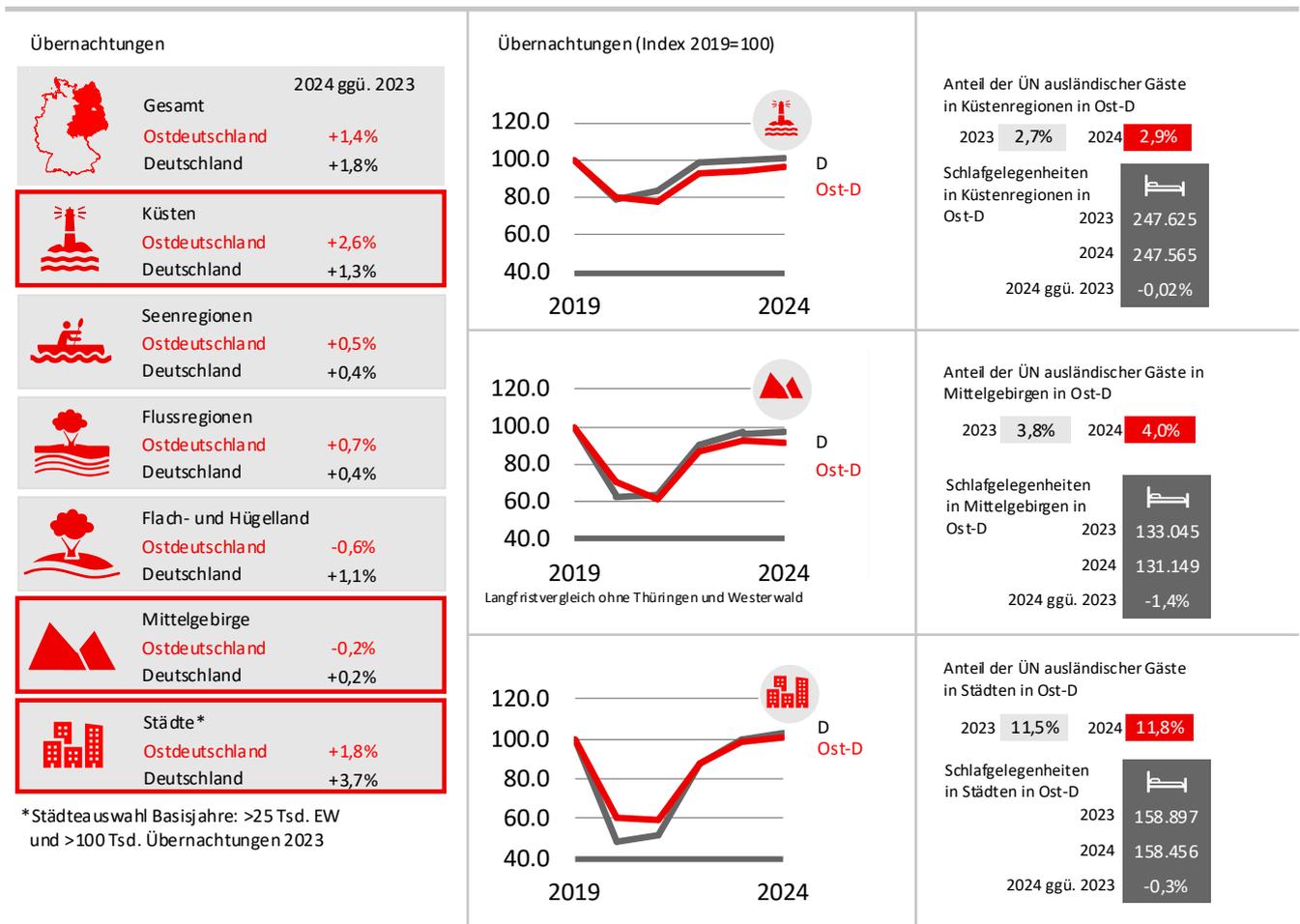


Abb. 7: Destinationstypen im Wettbewerbsvergleich
dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter

¹¹ www.tourismus.mv



Freizeitwirtschaft und Gastgewerbe in Ostdeutschland



Freizeitwirtschaft und Gastgewerbe in Ostdeutschland

1 Touristische Wetterstationen

Freizeit- und Kultureinrichtungen – seien es der Besuch einer neuen Kunstaussstellung, ein Tag mit der Familie im Freizeitpark oder eine Fahrt mit dem Ausflugsdampfer – spielen als attraktive Ziele für Ausflüge vom Wohn- oder Urlaubsort aus eine elementare Rolle für den Tourismus. In Form eines Besuchermonitorings beobachtet das Tourismusbarometer seit vielen Jahren die Wettbewerbssituation der Freizeitwirtschaft. An dem Netzwerk Freizeitwirtschaft beteiligen sich insgesamt 670 Einrichtungen aus zehn Bundesländern. 2024 betrug das Besuchervolumen aller Einrichtungen 64 Millionen und verteilte sich auf 18 Angebotstypen (Kategorien). Allein in Ostdeutschland beteiligten sich 274 Betriebe aus 15 Kategorien. Zusammen begrüßten sie 2024 rund 28 Millionen Besucher, im Durchschnitt also etwa 102.000 Besucher je Einrichtung.

Doch wie ist es gerade im Wettbewerbsvergleich um die ostdeutsche Freizeitwirtschaft bestellt? Wie steht es um die wirtschaftliche Lage der Einrichtungen? Und welche Schlüsselrends zeichnen sich für die nächsten Jahre ab?

1.1 Rahmenbedingungen 2024

Die Rahmenbedingungen für die Freizeit- und Kulturangebote waren 2024 vor allem durch Preissteigerungen beeinflusst. Inflation und steigende Preise in vielen Bereichen reduzierten das für Ausflüge zur Verfügung stehende Budget. Gleichzeitig ist auch die Bereitschaft gestiegen, mehr für Freizeitangebote auszugeben als noch im Jahr 2014, wie eine Studie der Stiftung für Zukunftsfragen¹² im Sommer 2024 zeigt. Die Deutschen sind sich der Inflation und den damit verbundenen steigenden Kosten bewusst und in allen Bereichen bereit, mehr Geld auszugeben als noch vor zehn Jahren. Allerdings sind es vor allem die Besserverdienenden, die höhere Preise als angemessen empfinden. Ausgaben, auch im Freizeitbereich, wurden von vielen Menschen stärker abgewogen, wobei zum Teil kostengünstige Angebote preisintensive-

ren vorgezogen wurden – ein Trend, der sich auch in den kommenden Jahren fortsetzen wird, wovon preisgünstigere Angebote profitieren könnten. Im Freizeitbereich zeigen sich deutliche Unterschiede, welche Preissteigerungen als vertretbar akzeptiert werden. Die als angemessen erachteten Preise für z. B. Theater, Kino oder Spaßbad sind nur begrenzt gestiegen. Die Zahlungsbereitschaft für Freizeitparks, Zoos oder Museen hat sich deutlich erhöht.

1.2 Eckpunkte der Besucherentwicklung in Ostdeutschland 2023

2024 war für die Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland erneut ein erfolgreiches Jahr. Die Besucherzahlen stiegen um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In allen am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen gab es einen Zuwachs um 3,3 Prozent. Damit wurde das Besucherniveau des Jahres 2019 zu 93 Prozent wieder erreicht. Auch hier schnitt Ostdeutschland etwas schlechter ab als alle am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen, die bereits bei 95 Prozent der Ergebnisse von 2019 lagen. Etwas mehr als die Hälfte der Einrichtungen vermeldete sowohl in Ostdeutschland als auch insgesamt 2024 ein Plus, im Vergleich zu 2019 war es jeweils rund ein Drittel. Bei etwas mehr als der Hälfte der Kategorien konnten die Zahlen des Jahres 2023 gesteigert werden, allen voran bei Bergbahnen und Privaten Eisenbahnen. Die in den letzten Jahren erfolgreichen Outdoor-Kategorien lagen jedoch im Minus. >> **Anhang 10**

Ostdeutsche Freizeiteinrichtungen 2024 mit Besucherplus

1.3 Saisonverlauf

Der Saisonverlauf 2024 war durch ein Auf und Ab gekennzeichnet und erstmals seit mehreren Jahren nicht durch Infektwellen stark beeinträchtigt. Eine Besonderheit stellt die Entwicklung in den Monaten

¹² www.stiftungfuerzukunftsfragen.de/was-darf-was-kosten/

März und April dar, die auf die unterschiedlichen Termine der Osterferien und -feiertage in den Jahren 2023 und 2024 (2023 im April, 2024 im März) zurückzuführen ist. Die Monate im Überblick:

- Der Jahresstart zeigte sich uneinheitlich. Während im Januar das Vorjahresergebnis verfehlt wurde, übertraf der Februar dieses in ähnlicher Höhe. Im Januar lagen nur drei Kategorien über dem Vorjahresniveau, viele verzeichneten sogar deutlich zweistellige Rückgänge. Im Februar zählten hingegen alle Kategorien zu den Gewinnern.
- März und April waren wie beschrieben durch den Ostereffekt beeinflusst. Dennoch schnitten im April die Stadtführungen und Ausflugsschiffe besser ab als im Vorjahr.
- Im Mai und Juni entwickelten sich die Zahlen dynamischer als 2023. In beiden Monaten ragten die Museen und Ausstellungen sowie die Erlebnisbäder und Thermen mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten heraus.
- In den besucherstarken Sommermonaten Juli und August sowie im September brachen die Besucherzahlen teils deutlich ein. Im August verzeichneten die Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland rund zehn Prozent weniger Gäste. Lediglich die Privaten Eisenbahnen und die Anbietenden von Stadtführungen vermeldeten gestiegene Zahlen.
- Von Oktober bis zum Jahresende verbuchten die Freizeiteinrichtungen wieder gute Ergebnisse. Im November konnten knapp ein Fünftel mehr Besucher in den Einrichtungen begrüßt werden als im Vorjahr. Selbst die Zoos/Tierparks, die in fast keinem Monat ein Besucherplus vermeldeten, lagen im Plus. Der November war deutlich niederschlagsärmer als im Vorjahr, was zu einem positiven Ergebnis bei den Outdooreinrichtungen beitrug.

Besucherrückgänge in den Sommermonaten

1.4 Besucherentwicklung nach Kategorien in Ostdeutschland 2024

Die Entwicklung der einzelnen Kategorien in Ostdeutschland gestaltete sich nach wie vor sehr heterogen. Während einige Kategorien wie Burgen und

Schlösser sowie Private Verkehrsträger in Ostdeutschland einen deutlichen Besucheranstieg verzeichnen, sind in diesem Jahr die über lange Zeit besonders dynamischen Outdoor-Kategorien Zoos/Tierparks sowie Freilichtmuseen/Besucherbergwerke von Einbußen betroffen. Die Spannweite zwischen der Kategorie mit der besten und der mit der schlechtesten Entwicklung betrug knapp 30 Prozentpunkte und lag damit in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Erstmals werden in diesem Jahr die 15 Kategorien in übergeordnete Themen eingeordnet, um noch besser Entwicklungsrichtungen zu erkennen. Die vier Bereiche sind

- Touristische Verkehrsträger: Ausflugsschiffe/Fähren, Private Eisenbahnen, Bergbahnen
- Kulturangebote: Museen/Ausstellungen, Burgen/Schlösser, Freilichtmuseen/Besucherbergwerke, Stadtführungen, Kirchen, Denkmäler/historische Bauwerke, Theater/Musicals
- Natur- und Landschaftsattraktionen: Landschaftsattraktionen, Naturinfozentren
- Erlebnisangebote: Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Erlebnisbäder/Thermen, Zoos/Tierparks, Besucherführungen in Industrie- und sonstigen Anlagen, Spielscheunen

Touristische Verkehrsträger

- Die touristischen Verkehrsträger entwickelten sich 2024 sehr dynamisch. Insgesamt stiegen die Fahrgastzahlen gegenüber dem Vorjahr um 6,6 Prozent und bewegten sich damit auf einem ähnlichen Niveau wie in allen am Monitoring beteiligten Bundesländern. Bergbahnen und Private Eisenbahnen kamen dabei auf einen Fahrgastanstieg von 8,4 bzw. 8,0 Prozent. Für die Privaten Eisenbahnen waren der Mai, die Hauptferienmonate Juli und August sowie der Oktober und November mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten besonders erfolgreich. Die Fahrgastzahlen der Ausflugsschiffe/Fähren legten leicht zu. Im Vergleich mit dem Jahr 2019 beliefen sich die Rückgänge bei den touristischen Verkehrsträgern auf 7,0 Prozent. Der Ausflugsschiffahrt fehlte noch rund jeder achte Fahrgast und damit mehr als in allen teilnehmenden Bundesländern. Die Bergbahnen (8,5 Prozent) schnitten etwas besser ab als der Durchschnitt in diesem Segment, die Privaten Eisenbahnen lagen noch 3,7 Prozent unter den Fahrgastzahlen von

2019 und damit im Durchschnitt aller Privaten Eisenbahnen. Touristische Verkehrsträger leisten einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Mobilität der Gäste. Vielfach geht es für die Gäste dabei durch landschaftlich attraktive Gebiete, die sie vom Schiff, vom Zug oder von der Bergbahn aus entspannt bewundern können. Darüber hinaus dienen sie gleichzeitig der nachhaltigen Beförderung zwischen oder zu touristischen Hotspots.

Dynamische Entwicklung bei den touristischen Verkehrsträgern, Erlebnisangebote stehen vor Herausforderungen

Kulturangebote

→ Die Kulturangebote in Ostdeutschland blicken auf ein erfolgreiches Jahr 2024 zurück. Sie übertrafen die Besucherzahlen des Vorjahres um 3,1 Prozent. Im Vergleich mit allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern entwickelten sie sich sogar noch etwas dynamischer. Gegenüber 2019 fehlte den Einrichtungen in Ostdeutschland jedoch noch rund jeder zehnte Besucher. Burgen und Schlösser (+7,5 Prozent) sowie Denkmäler/historische Bauwerke (+5,8 Prozent) schnitten dabei 2024 im Vergleich zum Vorjahr am besten ab. Über die Hälfte der Burgen/Schlösser und alle teilnehmenden Denkmäler/historischen Bauwerke übertrafen das Vorjahresergebnis. Besonders erfolgreich waren die Schlösser in Sachsen, die ein Besucherplus von über 10 Prozent vermeldeten. Das Niveau von 2019 war damit bereits wieder zu 97 Prozent erreicht. Die Museen und Ausstellungen in Ostdeutschland vermeldeten 2024 ein Besucherplus von 0,9 Prozent und entwickelten sich damit etwas schwächer als alle Teilnehmenden in diesem Segment (+6,6 Prozent). Die Hälfte der ostdeutschen Museen und Ausstellungen erreichte ein Besucherplus. Besonders erfolgreich waren die Museen und Ausstellungen in Brandenburg. Nach wie vor ist der Rückstand zum Jahr 2019 in dieser Kategorie in Ostdeutschland mit 17,0 Prozent noch deutlich größer als in allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern (-3,6 Prozent). Die Zahl der Teilnehmenden an Stadtführungen in Ostdeutschland stieg 2024 um 4,2 Prozent, was im Vergleich zu 2019 immer noch ein Minus von 14,3 Prozent darstellt. Eine ähnliche Entwicklung war in allen teilnehmenden Bundesländern zu beobachten. Frei-

lichtmuseen/Besucherbergwerke waren wegen ihres Angebots an der frischen Luft in den letzten Jahren eine der Top-Kategorien. 2024 erlebten sie nicht nur in Ostdeutschland einen deutlichen Einbruch. Nur etwas mehr als ein Viertel der Einrichtungen in Ostdeutschland verzeichnete ein positives Ergebnis, insgesamt gingen die Besucherzahlen um rund ein Zehntel zurück. Zwischen Mai und Dezember gab es lediglich im November eine Steigerung der Besucherzahlen. Aufgrund der positiven Entwicklung der Besucherzahlen in den Vorjahren liegen die Freilichtmuseen und Besucherbergwerke dennoch als eine der wenigen Kategorien in Ostdeutschland über dem Besucherniveau des Jahres 2019.

i 4 Jahre kostenloser Eintritt nach Modernisierung des Staatlichen Museums Schwerin

Im Staatlichen Museum Schwerin können ab Oktober 2025 wieder verschiedene Kunstwerke bewundert werden. Wegen Modernisierungsarbeiten an den Innenräumen und der Fassade, die nach historischem Vorbild erfolgen, ist das Museum seit mehr als drei Jahren geschlossen. Nach der Wiedereröffnung wird der Eintritt in das Staatliche Museum Schwerin vier Jahre lang kostenlos sein.¹³

Erlebnisangebote

→ Die Besucherzahlen der Erlebnisangebote, viele Jahre das Zugpferd der Entwicklung bei den Freizeiteinrichtungen, lagen 2024 1,7 Prozent unter denen des Vorjahres und entwickelten sich damit schlechter als in allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern (+2,3 Prozent). Im Vergleich mit dem Jahr 2019 (-4,6 Prozent) fiel das Ergebnis ähnlich aus. Das schlechte Abschneiden resultierte insbesondere aus der Negativentwicklung bei den Zoos und Tierparks in Ostdeutschland, die 2024 Einbußen in Höhe von 5,9 Prozent im Vergleich mit dem Vorjahr verbuchten. Lediglich im Februar, März (Ostereffekt) und November konnte ein Besucherplus registriert werden. Die Zahlen der Erlebnisbäder und Thermen ergaben für das Jahr 2024 ein Plus von 1,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch wenn im Juli und August deutliche zweistellige Einbrüche zu verzeichnen waren, verlief der Großteil der anderen Monate erfolgreich. Ähnlich wie in allen teilnehmenden Einrichtungen lag der

¹³ www.ndr.de



Rückstand zum Niveau von 2019 bei acht Prozent. Die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen in Ostdeutschland vermeldeten 0,9 Prozent weniger Besucher als im Vorjahr und schnitten damit etwas schlechter ab als die Betriebe in allen teilnehmenden Bundesländern, die leicht im Plus lagen. Zwischen Juni und September gab es durchweg einen Rückgang der Besucherzahlen, zum Jahresende hellte sich die Lage wieder auf. Insgesamt erreichte jedoch nicht einmal jede dritte Einrichtung das Vorjahresniveau. Die Besucherzahlen der Freizeit- und Erlebniseinrichtungen in Ostdeutschland wiesen im Vergleich mit allen am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen dieser Kategorie eine positivere Entwicklung auf. Hier zeigt sich einmal mehr, dass sich Investitionen lohnen, denn diese Entwicklung ist auf eine größere Investition in einer Einrichtung zurückzuführen, was die Besucherzahlen gegenüber 2019 stark positiv beeinflusste. Freizeit- und Erlebniseinrichtungen zählen zu den preisintensiveren Angeboten. Vor dem Hintergrund der Teuerung in vielen Bereichen und des geringeren Budgets, über das viele Haushalte verfügen, werden vielfach kostengünstige Freizeitaktivitäten vorgezogen. Daher ist es wichtig, dass Freizeiteinrichtungen strategisch auf diese Herausforderungen reagieren, um ihre Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit zu bewahren, indem sie die Besucheranziehungskraft durch stetige Qualitätsverbesserungen erhöhen, regelmäßige Investitionen tätigen und temporär über Aktionsangebote weitere Gäste auf sich aufmerksam machen. Im Sinne der Besucherlenkung ist bei hoch frequentierten Freizeit- und Erlebniseinrichtungen auch über ein dynamisches Preissystem nachzudenken, indem wenig frequentierte Zeiten kostengünstiger sind als hochfrequentierte.

Natur und Landschaftsattraktionen

→ Natur- und Landschaftsattraktionen waren 2024 die Kategorie in Ostdeutschland, die das Vorjahresergebnis am stärksten unterschritten (-7,1 Prozent). Auch in allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern lag diese Kategorie im Minus, allerdings weniger stark als in Ostdeutschland. Gleichzeitig sind die Natur- und Landschaftsattraktionen diejenigen Einrichtungen, die in Ostdeutschland die Zahlen gegenüber 2019 am deutlichsten steigern konnten. Die Besucherzahlen in den Landschaftsattraktionen in Ostdeutschland schrumpften

gegenüber dem Vorjahr um 4,6 Prozent. Im Vergleich mit allen am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen dieser Kategorie wurde ein leichtes Wachstum verbucht. Die Naturinfozentren verfehlten 2024 das Vorjahresergebnis um 9,2 Prozent. Rund 90 Prozent der Einrichtungen vermeldeten einen Rückgang der Besucherzahlen. Abgesehen vom Januar und Februar, in denen nur ein Teil der Einrichtungen geöffnet war, verzeichneten alle anderen Monate Rückgänge, die in den besucherstarken Sommermonaten besonders ausgeprägt waren. Im Vergleich zu 2019 waren die Einrichtungen in Summe weiterhin im Plus.

Besucherentwicklung in den ostdeutschen Bundesländern

Bis auf die Freizeiteinrichtungen in Brandenburg gelang es 2024 in allen vier anderen Bundesländern, das Vorjahresergebnis zu übertreffen.

→ Am deutlichsten der Fall war das in den Freizeiteinrichtungen in Sachsen-Anhalt, die 3,0 Prozent mehr Besucher als im Vorjahr meldeten. Besonders positiv entwickelten sich die touristischen Verkehrsträger, die damit die Konkurrenz deutlich hinter sich ließen. Auch die Erlebnisangebote lagen insgesamt leicht über dem Vorjahresniveau, wenngleich die Zoos und Tierparks ein deutliches Minus von knapp 10 Prozent einfuhren und auch die Bäder im Minus lagen. Bei den Kulturangeboten gab es insgesamt einen leichten Rückgang, die Stadtführungen steigerten ihre Teilnehmendenzahlen, die Burgen und Schlösser lagen auf Vorjahresniveau, Kirchen und Museen/Ausstellungen verfehlten dieses. Zum Ergebnis von 2019 fehlten den Freizeiteinrichtungen in Sachsen-Anhalt lediglich 1,3 Prozent der Besucher und damit weniger als im Durchschnitt.

→ Die Freizeiteinrichtungen in Thüringen vermeldeten 2024 um 1,9 Prozent gestiegene Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahr. Sowohl die Kulturangebote als auch – und dies noch deutlicher – die Erlebnisangebote waren im Plus. Am erfolgreichsten entwickelten sich die Erlebnisbäder und Thermen, die rund 10 Prozent mehr Besucher als im Vorjahr begrüßen konnten. Die Stadtführungen vermeldeten ein Plus von 2,7 Prozent. Im Vergleich zum Jahr 2019 schneiden die Stadtführungen in Thüringen deutlich besser ab als bei der Konkur-

renz. Insgesamt platzieren sich die Thüringer Freizeiteinrichtungen gegenüber 2019 jedoch unterdurchschnittlich, was in Teilen mit den hohen Besucherzahlen in einigen Kategorien aufgrund des Bauhausjahres zusammenhängt, aber nicht komplett darauf zurückgeführt werden kann.

- Die sächsischen Freizeiteinrichtungen begrüßten 2024 1,5 Prozent mehr Besucher. Hier waren es die Kulturangebote (+6,3 Prozent) und die touristischen Verkehrsträger (+6,0 Prozent), die sich besonders dynamisch entwickelten. Die Natur- und Landschaftsattraktionen verloren hingegen rund jeden zehnten Besucher und auch die Erlebnisangebote büßten mit 6,4 Prozent deutlich an Zuspruch ein. Gegenüber 2019 gab es keinen der übergeordneten Bereiche, der das Besucherniveau wieder erreichte. Die Burgen und Schlösser starteten 2024 durch, aufgrund ihrer häufig auch multimedialen Erlebbarkeit übertrafen sie auch das Ergebnis von 2019. Die Museen und Ausstellungen legten gegenüber dem Vorjahr leicht zu. Gegenüber 2019 fehlt allerdings noch rund jeder fünfte Besucher und damit deutlich mehr als im Durchschnitt dieser Kategorie. Die Zoos und Tierparks übertrafen das Besucherniveau des Jahres 2019, brachen aber 2024 um knapp -10 Prozent ein. Bäder und Thermen erreichten das Vorjahresniveau ebenfalls nicht.
- In Mecklenburg-Vorpommern gab es 2024 ein leichtes Besucherplus in den Freizeiteinrichtungen um 0,4 Prozent. Niedrigen Zuwächsen bei den Kulturangeboten und Erlebnisangeboten steht ein Rückgang bei den Natur- und Landschaftsattraktionen gegenüber. Burgen und Schlösser entwickelten sich dem Trend entsprechend sehr positiv, bei den Museen und Ausstellungen gab es leichte Einbußen. Die Erlebnisbäder und Thermen legten recht deutlich – und zwar stärker als die Konkurrenz – zu. Zoos und Tierparks verloren leicht an Zuspruch. Mecklenburg-Vorpommern ist das einzige ostdeutsche Bundesland, in dem die Besucherzahlen in den Freizeiteinrichtungen im Vergleich mit dem Jahr 2019 überschritten wurden (+5,1 Prozent). Die Zoos und Tierparks und Erlebnisbäder/

Thermen waren hieran mit einem zweistelligen Wachstum maßgeblich beteiligt.

- Brandenburg war 2024 das einzige Bundesland, in dem das Vorjahresniveau nicht erreicht wurde. Die Besucherzahlen gingen um 1,3 Prozent zurück. Freilichtmuseen sowie Natur- und Landschaftsattraktionen brachen deutlich ein, Museen und Ausstellungen übertrafen das Vorjahresergebnis hingegen im zweistelligen Bereich. Die Schlösser sowie die Erlebnisbäder und Thermen im Land lagen ebenfalls im Plus. Gegenüber 2019 fehlte den Brandenburger Einrichtungen noch rund jeder zehnte Besucher. Bei den Schlössern war es sogar rund jeder Fünfte.

1.5 Preisstruktur in der Freizeitwirtschaft

Seit 2014¹⁴ hat das Tourismusbarometer ein regelmäßiges und vergleichbares Monitoringsystem zur Entwicklung der Eintrittspreise in der Freizeitwirtschaft aufgesetzt. Ziel ist es, die unterschiedlichen Preisstrukturen in den einzelnen Kategorien zu ermitteln und Zusammenhänge zwischen Preisentwicklung bzw. -dimension auf der einen sowie Besucherentwicklung und Investitionsverhalten auf der anderen Seite zu prüfen.¹⁵

2025 sind die Eintrittspreise in den Freizeiteinrichtungen gestiegen, allerdings erneut weniger stark als im Vorjahr. In allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern verteuerten sich die Eintrittspreise im Frühjahr 2025 um 4,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Gegenüber dem Frühjahr 2020 lag dieser Wert um knapp ein Viertel höher. Die jährliche Teuerungsrate bewegte sich damit unter der der Jahre 2020 bis 2024, wo sie im Mittel 4,2 Prozent betrug. Naturinformationzentren (+17,3 Prozent) erhöhten ihre Preise am stärksten. Ausflugsschiffe (+7,9 Prozent) und Landschaftsattraktionen (+6,6 Prozent) bewegten sich ebenfalls deutlich über dem Durchschnitt. Die Teuerungsrate bei den Freizeit- und Kultureinrichtungen liegt damit erneut über der des deutschlandweiten Verbraucherpreisindex für Freizeit, Unterhaltung und Kultur im gleichen Zeitraum (+1,1 Prozent).¹⁶

¹⁴ In Einzelfällen kam es zu Veränderungen des Teilnehmerkreises, weshalb die Preisstrukturen aus den Jahren 2020 bis 2024 aktualisiert wurden. Daher weichen die aktuellen Ergebnisse teilweise von denen früherer Jahresberichte ab.

¹⁵ Preisdifferenzierungen sind als Instrument für Marketing und Zielgruppenorientierung in der Freizeitwirtschaft weit verbreitet. Zugrunde gelegt wurde der aktuell günstigste Einzelpreis für einen Erwachsenen ohne Ermäßigung. Betriebe, deren Preisstruktur angesichts verschiedener Angebotsmöglichkeiten stark variiert, blieben bei der Preisanalyse außen vor. Das war vereinzelt bei Theatern (diverse Vorstellungen und Kategorien), aber auch bei touristischen Verkehrsträgern (umfangreiches Streckennetz) der Fall. Ansonsten wurde bei den Verkehrsträgern der Preis für ein Tagesticket/eine Rundfahrt ermittelt. Bei Erlebnisbädern/Thermen floss der Tagespreis ohne Sauna oder die Gebühr für einen vierstündigen Aufenthalt in die Analyse ein. Der Preis für eine kombinierte Berg- und Talfahrt bildete die Basis bei den Bergbahnen.

¹⁶ Vergleich Februar 2025 mit Februar 2024, www.destatis.de

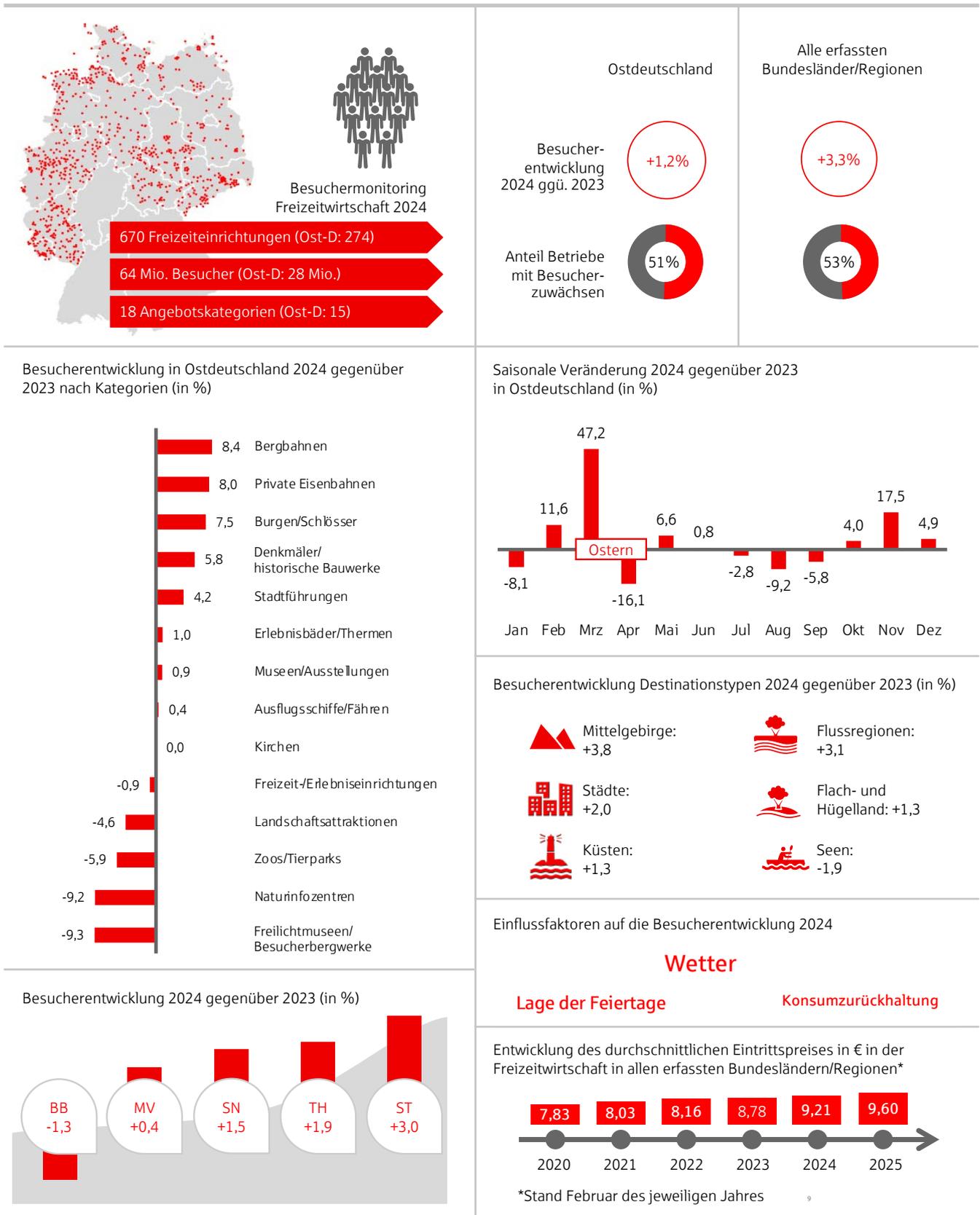


Abb. 8: Freizeitwirtschaft in Ostdeutschland im Überblick
dwif 2025, Daten dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Der durchschnittliche Preisanstieg in den Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland lag mit 3,8 Prozent geringfügig unter dem aller teilnehmenden Bundesländer. Die Museen/Ausstellungen, Landschaftsattraktionen, Stadtführungen und Freilichtmuseen/Besucherbergwerke übertrafen hierbei den Durchschnitt aller ostdeutschen Einrichtungen am deutlichsten. Erlebnisbäder und Thermen in Ostdeutschland passten ihre Preise weniger stark an als in anderen Bundesländern, sind aber weiterhin teurer als im bundesdeutschen Durchschnitt.

2 Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe

2.1. Konjunktur- und Marktbewertung

Die konjunkturelle Entwicklung im ostdeutschen Gastgewerbe gleicht einer Achterbahnfahrt – nach den turbulenten Corona-Jahren kehrte zunächst etwas Ruhe ein. Insgesamt hat sich die Stimmung im Bereich des Gastgewerbes langfristig betrachtet verschlechtert. Während das Jahr 2023 noch von einer Erholung geprägt war, führten inflationsbedingte Preisanpassungen, die Rückkehr der regulären Mehrwertsteuer in der Gastronomie oder auch die weltweiten politischen Spannungen im Jahr 2024 zu fortlaufenden Herausforderungen.

Die wirtschaftliche Lage im Gastgewerbe bleibt somit sowohl in der Gastronomie als auch im Beherbergungsgewerbe angespannt.¹⁷ Während letzteres im Herbst 2024 noch einmal kurz durchatmen konnte, zieht sich die angespannte Stimmung in der Gastronomie wie ein roter Faden durch die vergangenen Jahre. Zum Jahresbeginn 2025 erleben touristische Betriebe mit einem Wert von minus acht die schlechteste Stimmung seit dem von der Pandemie beeinflussten Frühsommer 2022 (minus 23). Der DIHK-Stimmungsindex zur wirtschaftlichen Lage spiegelt diesen Negativtrend ebenso wider wie der ifo-Geschäftsklimaindex, der zuletzt im Dezember 2024 ein neues Tief markierte (84,7 Punkte).

Die Schwäche der deutschen Wirtschaft ist chronisch geworden, schreibt das ifo Institut zum Jahresende 2024.

Dennoch gibt es auch vorsichtige positive Signale: Die Geschäftserwartungen für das Jahr 2025 fallen optimistischer aus als noch zum Jahresende 2024. Offen bleibt die Frage: Ist die Lage tatsächlich so herausfordernd, oder spiegelt sich hier vielmehr eine allgemeine gesellschaftliche Ernüchterung wider? Das Gefühl, dass Optimismus und Aufschwung immer wieder neuen Hürden weichen müssen, dürfte die Stimmung prägen. Dabei zeigt sich das Gastgewerbe stets kritischer als manch anderer Wirtschaftszweig: Obwohl die Branche vor der Pandemie viele Jahre von Wachstum profitierte, wurde die wirtschaftliche Lage oft zurückhaltender bewertet als in anderen Branchen.

Positiver ist die Stimmung bei den ostdeutschen Touristikern. 77 Prozent waren laut dwif-Stimmungsumfrage im Frühjahr 2025 schon mit der Bilanz des letzten Jahres zufrieden, 89 Prozent erwarten sogar eine gleichbleibende, wenn nicht gar steigende Nachfrage für die kommenden Monate. Mit Blick auf die allgemeinen Wirtschaftskennzahlen ist ihre positive Stimmung durchaus begründet. Denn die Inflation liegt seit einem Jahr recht stabil bei rund zwei Prozent und damit nahe der durch die Europäischen Zentralbank definierten Preisstabilität. Nominal betrachtet kann für 2024 sogar erneut ein Umsatzwachstum in Höhe von 0,5 Prozent in Ostdeutschland verbucht werden.

Umsätze und Gewinnmarge sinken – Rentabilität unter Druck

Preisbereinigt musste das Gastgewerbe in Deutschland im Jahr 2024 jedoch einen Umsatzrückgang von 2,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen, wobei das Minus von 2,7 Prozent in Ostdeutschland ähnlich ausfiel. Bereits im Vorjahr hatten steigende Kosten und sinkende Umsätze die Gewinnmargen um 2,1 Prozent schrumpfen lassen. Mit nur noch 8,4 Prozent erreichten sie 2023 den niedrigsten Stand seit 2017 und spiegelten damit den bundesweiten Trend wider. Die Rentabilität vieler Betriebe gerät dadurch zunehmend unter Druck. Zudem werden sich die Folgen der ausgelaufenen Mehrwertsteuersenkung erst in den Geschäftsbilanzen für das Jahr 2024 vollständig zeigen.

¹⁷ ifo Institut Geschäftsklimaindex 2025 und DIHK-Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2025

Der Umsatzrückgang traf insbesondere die Gastronomiebranche: In sämtlichen ostdeutschen Bundesländern verzeichnete sie preisbereinigt rückläufige Umsätze. Aufgrund der anhaltenden Inflation und gestiegenen Kosten sank der reale Umsatz in den ostdeutschen Bundesländern um durchschnittlich 4,1 Prozent.

Etwas stabiler zeigte sich hingegen die Beherbergungsbranche. Während der nominale Umsatz im Jahr 2024 gegenüber 2023 um 2,3 Prozent zulegen konnte, ergibt sich preisbereinigt ein leichtes Minus von 0,6 Prozent. Lediglich Brandenburg und Sachsen konnten reale Umsatzsteigerungen in diesem Bereich verbuchen. Am stärksten betroffen war das Gastgewerbe in Mecklenburg-Vorpommern: Dort sanken die realen Umsätze im Jahr 2024 gegenüber dem Vorjahr um rund vier Prozent. In Thüringen fiel der Rückgang mit 0,9 Prozent im Vergleich dazu moderater aus.

Gewerbean- und abmeldungen im Gastgewerbe

Die Gastgewerbestatistik kann Aufschluss über die wirtschaftliche Lage der Branche geben und spiegelt bundesweite Trends wider. So verzeichnete das Gastgewerbe in Deutschland erneut einen positiven Saldo bei der Angebotsentwicklung im Jahr 2023: Es wurden 1.272 Betriebe mehr an- als abgemeldet. In Ostdeutschland fand eine etwas moderatere Entwicklung statt. Hier überstieg 2023 die Zahl der Gewerbeabmeldungen die Neuanmeldungen lediglich um 21 Betriebe. Im Jahr 2022 waren in Ostdeutschland über 26.000 gastgewerbliche Betriebe laut Umsatzsteuerstatistik gemeldet. Mit etwa 6.200 An- und Abmeldungen im Jahr darauf, blieb die Anzahl der Betriebe bei einem leichten Plus von zwei Prozent weitgehend stabil. Ostdeutschland zählte im Jahr 2023 insgesamt 26.582 steuerpflichtige Gastgewerbebetriebe. Vor einigen Jahren war tendenziell noch eine rückläufige Entwicklung, ausgehend von einem höheren Niveau, zu beobachten. Denn im Jahr 2019 überstieg die Zahl der Abmeldungen die der Anmeldungen um fast 500. Und auch die Fluktuation im Gastgewerbe war in den Jahren vor 2019 mit jeweils 7.000 bis 8.000 Gewerbeabmeldungen höher. Gleichzeitig registrierten die ostdeutschen Bundesländer 2019 aber auch fast zehn Prozent mehr steuerpflichtige Betriebe im Gastgewerbe als zuletzt im Jahr 2023. In Ostdeutschland entfallen – mit einem Verhältnis von fünf zu eins im Jahr 2023 – weiterhin deutlich mehr Gewerbeabmeldungen auf die Gastronomie als auf die Beherbergungs-

branche. Auf Bundeslandebene zeigt sich, dass die absolute Differenz zwischen An- und Abmeldungen vergleichsweise gering ist. So verzeichnet Sachsen im Gastgewerbe im Jahr 2023 lediglich vier Abmeldungen mehr als Neuanmeldungen. Thüringen sticht als einziges ostdeutsches Bundesland – mit einem Überschuss von 14 Neuanmeldungen im Jahr 2023, alle davon im Gastronomiebereich – positiv hervor. Aktuell ist es weniger die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, die Besorgnis erregt, sondern vielmehr die standortbezogene Dynamik und die langfristige Sicherung des gastronomischen Angebots in der Fläche.

Nicht zu vernachlässigen ist der Anteil an Gewerbeübergaben, der deutschlandweit bei rund 20 Prozent liegt. Laut aktuellen Schätzungen der DIHK steht in etwa 85.000 Betrieben des Tourismussektors in Deutschland eine Nachfolge an. Demgegenüber gibt es jedoch lediglich rund 13.000 potenzielle Interessenten. Damit kommen im Jahr 2024 auf einen Nachfolgenden rechnerisch 6,5 übergabewillige Betriebe – ein deutliches Ungleichgewicht, das die langfristige Bestandssicherung vieler Unternehmen vor große Herausforderungen stellt.¹⁸

Insolvenzen im Gastgewerbe – langfristiger Rückgang, aber kurzfristiger Anstieg

Im Jahr 2023 gingen die Insolvenzen im Gastgewerbe bundesweit um rund 24 Prozent im Vergleich zu 2019 zurück. In Ostdeutschland sank die Zahl der Insolvenzen, wenn auch in etwas geringerem Umfang, mit einem Rückgang von 18,2 Prozent. Eine detaillierte Betrachtung der Segmente zeigt, dass diese langfristige rückläufige Tendenz insbesondere auf die Gastronomie zurückzuführen ist. Hier sanken die Insolvenzzahlen in Ostdeutschland von 2019 bis 2023 um 20,4 Prozent. Im Gegensatz dazu verzeichnete die Beherbergungsbranche im selben Zeitraum einen Anstieg der Insolvenzverfahren um fünf Prozent.

Kurzfristig betrachtet steht die Branche vor Herausforderungen: Während die absolute Zahl der Insolvenzverfahren in Ostdeutschland im Vergleich zum Vorjahr nur um 65 Fälle gestiegen ist, entspricht dies einem Zuwachs von 50,8 Prozent. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die ausgesetzte Insolvenzantragspflicht in den Jahren 2020 und 2021 zu einem verzögerten Anstieg der Zahlen geführt hat. Entscheidend

¹⁸ DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2024

wird sein, wie sich dieser Trend in den kommenden Jahren weiterentwickelt. Auf Länderebene stiegen die Insolvenzen 2023 gegenüber dem Vorjahr um durchschnittlich zehn je ostdeutschem Bundesland. Eine Ausnahme bildet Sachsen, wo die Zahl der Verfahren um 23 Fälle gestiegen ist.

Preisentwicklung und Zimmerauslastung

Die Preisentwicklungen, die im Jahr 2023 noch ein dominantes Thema waren, haben sich im Jahr 2024 als moderat erwiesen. Die Preise für eine Hotelübernachtung gingen bundesweit im letzten Jahr leicht nach oben. Die Zahlen von STR-Global mit einem Schwerpunkt auf der Kettenhotellerie und Häusern ab vier Sternen, aber auch den Daten des Hotelverbandes Deutschland bestätigen die Richtung. So verzeichnete die ostdeutsche Hotellerie einen Anstieg der Übernachtungspreise im Jahr 2024 gegenüber dem Vorjahr um 3,3 Prozent (Bundesdurchschnitt plus 3,8 Prozent). Damit kostet eine Übernachtung in Ostdeutschland im Jahr 2024 105,70 Euro und ist somit 13 Euro günstiger als im Bundesdurchschnitt (118,80 Euro).

Deutlichere Preissteigerungen gab es im Vergleich zum Vorjahr in Sachsen-Anhalt (+7 Prozent). Haupttreiber dieser Entwicklung sind der Städtetourismus sowie das Veranstaltungsgeschäft. In Sachsen, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern fällt die Preisentwicklung mit Zuwächsen von einem bis zwei Prozent hingegen deutlich moderater aus. Besonders in Mecklenburg-Vorpommern, wo in den vergangenen Jahren bereits starke Preissteigerungen zu beobachten waren und das Preisniveau vergleichsweise hoch ist, sendet diese Stabilisierung ein positives Signal. Sie ermöglicht den Gästen eine schrittweise Anpassung und schafft zugleich Spielraum für Investitionen seitens der Betriebe. In Brandenburg bewegten sich die Preise auf dem Niveau des Vorjahres, was auf eine ausgeglichene Marktentwicklung hindeutet. Sachsen-Anhalt bleibt nicht nur das günstigste Bundesland in Ostdeutschland, sondern gehört auch zu den drei günstigsten Bundesländern Deutschlands (zusammen mit Sachsen und Thüringen). In der mittelfristigen Betrachtung von 2019 bis 2024 sind die Übernachtungspreise in Ostdeutschland durchschnittlich um 25,7 Prozent gestiegen, während die bundesweite Teuerung im selben Zeitraum bei rund 15 Prozent lag. Die deutlich über der Inflation von 19,9 Prozent (kumuliert von 2019 bis 2024) liegende Preissteigerung

bei Übernachtungen in Ostdeutschland im Vergleich zum bundesweiten Anstieg zeigt eine schrittweise Annäherung an das bundesweite Durchschnittsniveau.

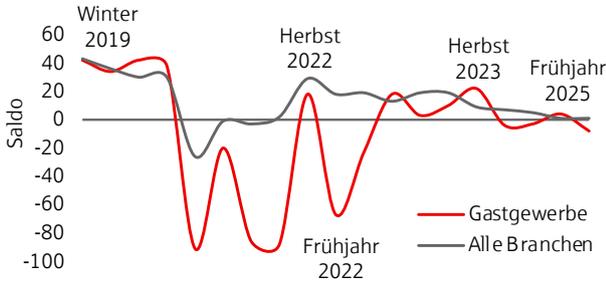
Die Zimmerauslastung im bundesweiten Hotelsegment nähert sich im dritten Jahr in Folge schrittweise dem Vorkrisenniveau von 2019 an – aktuell liegt sie bei knapp 77 Prozent. Eine vergleichbare Entwicklung ist in Ostdeutschland zu beobachten. Im Jahr 2024 lag sie durchschnittlich bei 62,5 Prozent (+1,4 Prozentpunkte gegenüber 2023), bundesweit stieg die Auslastung im selben Zeitraum um etwa zwei Prozentpunkte. Thüringen ist das einzige ostdeutsche Bundesland, das 2024 erstmals das Niveau von 2019 leicht übertroffen hat: Die Auslastung stieg von 60,4 Prozent im Jahr 2019 auf 61,6 Prozent im Jahr 2024. Die höchste Auslastung innerhalb Ostdeutschlands verzeichnet Mecklenburg-Vorpommern mit 64 Prozent, gefolgt von Sachsen mit 63,7 Prozent.

Der RevPAR, der durchschnittliche Umsatz je verfügbarem Zimmer, liegt mit 66 Euro im gesamten ostdeutschen Durchschnitt über dem Vorkrisenniveau von 2019, als sich der RevPAR auf etwa 55 Euro belief. Mit knapp 90 Euro weist Mecklenburg-Vorpommern einen besonders hohen Wert auf, der etwa zehn Euro über dem Bundesdurchschnitt (79,40 Euro) liegt. Die gute Preis- und Auslastungsentwicklung führt dazu, dass der RevPAR in Ostdeutschland ein Rekordhoch erreicht.

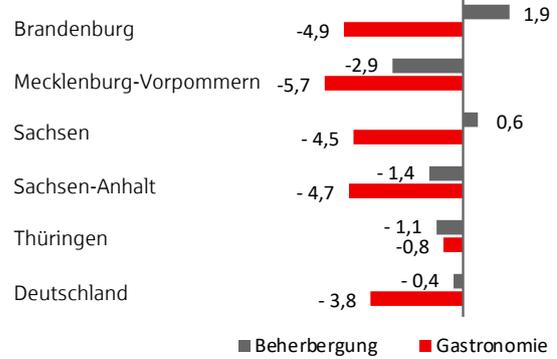
Preise in der Gastronomie

Auch in der Gastronomie setzte sich der Preisanstieg weiter fort. Im Jahr 2024 kostete ein 0,5-Liter-Pils in Ostdeutschland durchschnittlich 4,80 Euro – ein Plus von rund sechs Prozent im Vergleich zu 2023 und damit über der Inflationsentwicklung von 2,2 Prozent. Auch der Preis für einen Cappuccino erhöhte sich um zehn Cent. Der Preisanstieg beim Bier geht dabei einher mit dem kontinuierlichen Rückgang des Bierkonsums, der laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2023 gegenüber dem Vorjahr um 4,5 Prozent eingebrochen ist. Noch deutlicher fiel die Verteuerung für Speisen aus, was u. a. auf die Rückkehr der Mehrwertsteuer von sieben auf 19 Prozent zurückzuführen ist. Während eine Pizza Margherita in Ostdeutschland im Jahr 2023 noch durchschnittlich 9,22 Euro kostete, liegt der Preis 2024 laut dem dwif-Gastropanel bei über zehn Euro.

DIHK-Konjunkturumfrage: Geschäftsklima (Saldo: Anteil Betriebe mit zufriedener Geschäftslage vs. mit unzufriedener Geschäftslage“, quartalsweise Abfrage)



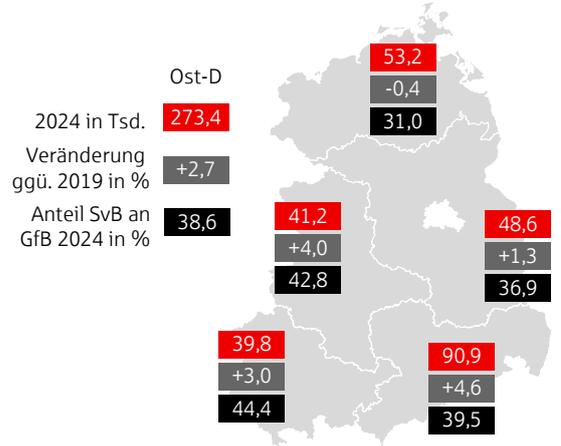
Reale (preisbereinigte) Umsatzentwicklung in Beherbergung und Gastronomie 2023 im Vergleich zum Vorjahr (in %)



Beherbergung: Nettozimmerpreis 2024, 2023 und 2019 (in €) und Veränderung 2024 zu 2019

	2024	2023	2019	ggü. 2019
Deutschland	118,80	114,50	103,10	+15,2%
Ostdeutschland	105,70	101,90	84,10	+25,7%
Brandenburg	98,70	99,20	70,20	+40,6%
Mecklenburg-Vorpommern	140,0	134,30	110,40	+26,8%
Sachsen	96,80	90,30	78,30	+23,6%
Sachsen-Anhalt	80,60	79,90	66,30	+21,6%
Thüringen	92,60	91,70	78,40	+18,1%

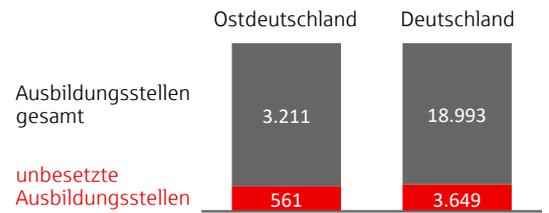
Arbeitsmarkt im Gastgewerbe – Sozialversicherungspflichtige (SvB) und geringfügig Beschäftigte (GfB) kumuliert 2024, Veränderung zu 2019 und Anteil SvB an GfB 2024 (in %)



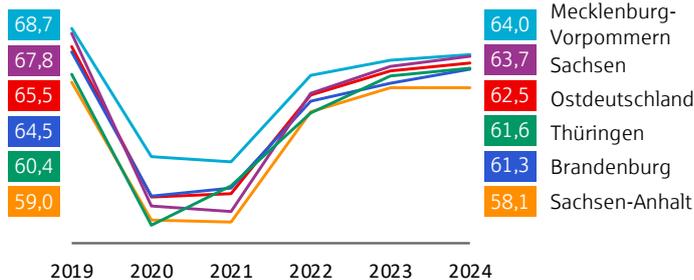
Durchschnittliche Preise in der Gastronomie 2024 für eine Pizza Margherita und ein Pils (0,5l) (in €) und Veränderung zu 2023

	2024	ggü. 2023	2024	ggü. 2023
Ostdeutschland	10,03	+8,8%	4,80	+6,2%
Brandenburg	8,88	+7,8%	4,86	+6,4%
Mecklenburg-Vorpommern	11,11	+12,7%	4,87	+1,3%
Sachsen	10,02	+5,4%	4,50	+3,2%
Sachsen-Anhalt	10,58	+10,4%	4,65	+3,8%
Thüringen	9,66	+8,6%	4,63	+4,8%

Arbeitsmarkt im Gastgewerbe – Ausbildungsstellen gesamt und Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen 2024 (absolute Anzahl)



Zimmerauslastung 2019 – 2024 (in %)



Entgelt im Gastgewerbe – Löhne in der Hotellerie und Gastronomie 2023 (in €) und Veränderung zu 2022 (in %)

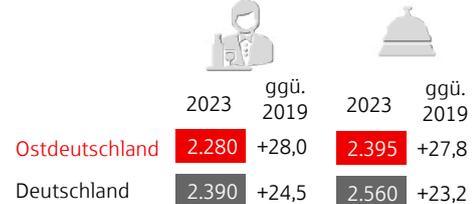


Abb. 9: Kennzahlen zur Konjunktur- und Marktbewertung für das ostdeutsche Gastgewerbe
Quelle: dwif 2025, Daten Bundesagentur für Arbeit, DIHK, Statistisches Bundesamt, STR Global

Arbeitsmarkt im Gastgewerbe

Das Gastgewerbe bleibt ein Jobmotor. Die Zahl der Erwerbstätigen im ostdeutschen Gastgewerbe steigt seit über einem Jahrzehnt kontinuierlich – abgesehen von einem kurzfristigen Einbruch in den Pandemiejahren 2020 und 2021. Im Jahr 2024 erreicht die Branche erneut einen Beschäftigungsrekord: Mit insgesamt 273.740 sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigten sind so viele Menschen im Gastgewerbe in Ostdeutschland tätig wie nie zuvor. Dies entspricht im Vergleich zu 2019 einem Zuwachs von 2,7 Prozent im Jahr 2024. Auch auf Bundesebene lässt sich eine ähnliche Entwicklung ablesen: Die Beschäftigtenzahlen im Gastgewerbe sind deutschlandweit im gleichen Zeitraum um 3,7 Prozent gestiegen.

Ein genauer Blick auf die Zahlen zeigt deutliche Unterschiede in der Beschäftigungsstruktur des Gastgewerbes. Der Anteil der geringfügig Beschäftigten macht im Jahr 2024 in Ostdeutschland fast 39 Prozent aller Erwerbstätigen in der Branche aus – ein Anstieg um 10,2 Prozent gegenüber 2019. Gleichzeitig ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im selben Zeitraum um 1,6 Prozent gesunken. Deutschlandweit liegt das Verhältnis von geringfügig Beschäftigten zu sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2024 bei 50,4 zu 49,6 Prozent. Allerdings relativiert sich der Rückgang der sozialversicherungspflichtigen Stellen bei einer langfristigen Betrachtung. Das Jahr 2019 markierte mit über 170.000 Beschäftigten einen Höchststand in Ostdeutschland, während das Niveau 2024 lediglich 0,3 Prozent unter dem von 2018 liegt. Der Anstieg geringfügiger Beschäftigung ging somit nicht zulasten regulärer Stellen, sondern diese sind vielmehr zusätzlich geschaffen worden.

Regionale Unterschiede: Sachsen mit den meisten Erwerbstätigen

Im Jahr 2024 beschäftigte unter den ostdeutschen Bundesländern Sachsen mit rund 91.000 Personen die meisten Erwerbstätigen im Gastgewerbe. Im Vergleich zu 2019 verzeichnete das Bundesland mit einem Anstieg von 4,6 Prozent das größte Wachstum – insbesondere in der Gastronomie. Zudem verfügte

Sachsen (Stand 2023) mit rund 7.980 steuerpflichtigen gastgewerblichen Betrieben über die höchste Anzahl in Ostdeutschland. Sachsen-Anhalt konnte im Gastgewerbe ebenfalls Beschäftigte hinzugewinnen. Ein möglicher Faktor ist die Fachkräfteinitiative „Fachkraft im Fokus“, die sich offenbar positiv auswirkt: Im Vergleich zu 2019 stieg die Zahl der Erwerbstätigen hier um vier Prozent. Trotz leicht geringerer Fachkräftelücke bleibt der Personalmangel im Gastgewerbe ein zentrales Problem. Der Fachkräftereport 2024 der KOFA zeigt, dass der Bedarf an qualifizierten Kräften in Hotel- und Gaststättenberufen bis Juni 2024 im Vergleich zum Vorjahr nahezu halbiert wurde.¹⁹ Der Hauptgrund ist jedoch nicht ein Überangebot an Arbeitskräften, sondern die angespannte wirtschaftliche Lage, die zu weniger Stellenausschreibungen und zurückgestellten Expansionsplänen führt. Da sich die Branche noch nicht vollständig von den Pandemieauswirkungen erholt hat, gewinnt die Rekrutierung internationaler Fachkräfte weiterhin an Bedeutung. Das Fachkräfteeinwanderungsgesetz eröffnet neue Möglichkeiten, qualifizierte Arbeitskräfte aus Nicht-EU-Ländern zu gewinnen – eine Chance, die Unternehmen gezielt nutzen sollten.

Der Ausbildungsmarkt im Gastgewerbe steht vor großen Herausforderungen. In Ostdeutschland sank die Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen von 2023 auf 2024 um 22 Prozent – fast fünf Prozentpunkte mehr als bundesweit. Besonders betroffen ist Mecklenburg-Vorpommern mit einem Rückgang von 28 Prozent. Positiv zu vermerken ist jedoch, dass die Zahl unbesetzter Ausbildungsstellen in Ostdeutschland – anders als bundesweit (-14,3 Prozent) – ähnlich stark um 20,7 Prozent zurückging. Langfristig betrachtet sinkt der Anteil unbesetzter Ausbildungsstellen in Ostdeutschland kontinuierlich, während er deutschlandweit kurzfristig leicht anstieg. Ein wesentlicher Treiber für den starken Rückgang unbesetzter Stellen ist Brandenburg, wo dieser Wert – vor allem im Beherbergungssegment – um 30,5 Prozent gesenkt wurde. Ein Ausnahmefall in Ostdeutschland ist Sachsen: Hier stieg die Zahl unbesetzter Ausbildungsstellen im Gastgewerbe um 8,7 Prozent, angetrieben durch offene Jobangebote in der Gastronomie.

Mittelfristig sank zwischen 2019 und 2024 die Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen in Ostdeutschland von etwa 5.623 auf rund 3.211, was einem Rück-

¹⁹ (KOFA) Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung - Fachkräftereport Juni 2024

gang von ungefähr 36,8 Prozent entspricht. Gleichzeitig ist ein Anstieg von 10,2 Prozent der geringfügig Beschäftigten in der Branche zu verzeichnen und ein Rückgang der sozialversicherungspflichtigen Stellen von 1,6 Prozent. Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Betriebe vermehrt auf flexible Arbeitskräfte setzen, möglicherweise um Personalkosten zu reduzieren oder auf schwankende Nachfrage zu reagieren. Die sinkende Zahl an Auszubildenden könnte dazu führen, dass weniger Fachkräfte zur Verfügung stehen, wodurch Betriebe vermehrt auf geringfügig Beschäftigte zurückgreifen.

Lohnentwicklung im Gastgewerbe und Mietpreise

Die Gehälter im ostdeutschen Gastgewerbe sind in den vergangenen Jahren stärker angestiegen als im Branchendurchschnitt und nähern sich zunehmend dem westdeutschen Niveau an. 2023 lag das durchschnittliche Bruttogehalt im ostdeutschen Gastgewerbe bei 2.337 Euro – nur noch rund 100 Euro unter dem westdeutschen Durchschnitt. In der Hotellerie verdienen Beschäftigte etwas mehr (2.295 Euro), in der Gastronomie etwas weniger (2.280 Euro). Trotz dieser Annäherung verbleiben die Gehälter im Niedriglohnbereich, der unterhalb der Schwelle von 2.530 Euro beginnt. Mehr als 50 Prozent der Beschäftigten im Gastgewerbe verdienen auch 2024 weniger als diesen Grenzbetrag, in der Gastronomie waren es fast 60 Prozent. In Ostdeutschland verdienen im Jahr 2023 die Sachsen in der Hotellerie mit 2.473 Euro durchschnittlich am meisten, in der Gastronomie waren es die Thüringer mit 2.296 Euro.

Mit ihren Einkommen müssen Beschäftigte im Gastgewerbe, wie andere Arbeitnehmende auch, alle Lebenshaltungskosten decken. Einen Großteil machen dabei die Mietkosten aus. Zwar liegen die Löhne in Ostdeutschland unter dem Bundesdurchschnitt, doch sind auch die Mietpreise geringer. 2022 betrug die durchschnittliche Angebotsmiete in Ostdeutschland 6,70 Euro pro Quadratmeter – fast zwei Euro weniger als im bundesweiten Schnitt (8,50 Euro).²⁰ Das bedeutet für eine 50-Quadratmeter-Wohnung eine Ersparnis von rund 100 Euro im Monat bzw. 1.200 Euro im Jahr. Allerdings gleicht die niedrigere Miete die Lohnlücke nicht vollständig aus. Hochgerechnet auf das Jahr verdienen ostdeutsche Beschäftigte im

Schnitt rund 1.630 Euro weniger als ihre westdeutschen Kollegen – etwa 500 Euro mehr, als durch günstigere Mieten eingespart wird. Ein vollständiger Ausgleich wäre bereits bei einer Lohnsteigerung von 45 Euro pro Monat möglich.

2.2. Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen

i Erläuterungen zu den EBIL-Kennzahlen

Ab einer bestimmten Kredithöhe müssen die gastgewerblichen Betriebe ihre Jahresabschlüsse zu Prüfzwecken bei der finanzierenden Sparkasse einreichen. Diese werden in einer Datenbank zentral bearbeitet (Bezeichnung: EBIL-Datenanalyse). Die elektronischen Bilanzdaten werden eigens für das Tourismusbarometer aufbereitet sowie anonym, regionalisiert und typisiert ausgewiesen. In die folgenden Zeitreihenanalysen sind die Bilanzdaten von jährlich über 5.000 Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben eingeflossen.²¹ Aufgrund der zeitverzögerten Erfassung stammen die aktuellen Daten aus dem Jahr 2023.²² Als Bezugsgröße gilt der Median oder auch Zentralwert.

Umsatzrendite und Cash-Flow-Rate

Die Entwicklung der Umsatzrendite im ostdeutschen Gastgewerbe spiegelt die anhaltenden wirtschaftlichen Herausforderungen der Branche wider. Nach einer Phase höherer Schwankungen in den vergangenen Jahren zeigt sich nun ein moderater Rückgang. Die Umsatzrendite im ostdeutschen Gastgewerbe ist von 2022 auf 2023 um 1,3 Prozentpunkte auf 8,5 Prozent gesunken. Bundesweit fiel der Rückgang mit 2,2 Prozentpunkten noch deutlicher aus, sodass sich der bundesweite Durchschnitt bei 8,4 Prozent einpendelte. Trotz des Minus bleibt dies ein vergleichsweise stabiler Wert, insbesondere im Kontext der erheblichen Schwankungen der vergangenen Jahre.

Noch 2021 erzielte die ostdeutsche Umsatzrendite mit 13,6 Prozent einen Rekordwert und übertraf damals sogar den Bundesdurchschnitt (12,4 Prozent).

²⁰ Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung

²¹ Durchschnitt der jährlichen Bilanzen der vollständigen Jahre von 2013 bis 2023.

²² Der Datensatz für das aktuelle Jahr ist noch nicht vollständig, da weitere Jahresabschlüsse nachträglich eingehen. Mit einem Erfassungsgrad von rund 40 Prozent sind jedoch bereits fundierte Aussagen möglich.

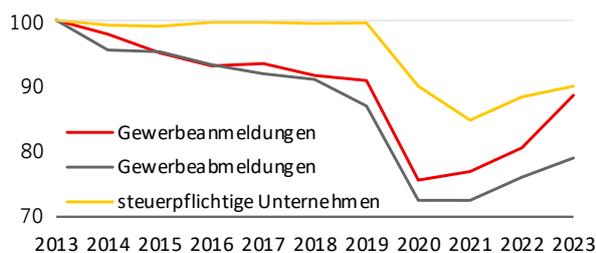
Verglichen mit dem Vorkrisenniveau von 2019 beträgt das Minus nun 0,7 Prozentpunkte. Auch auf der Ebene der ostdeutschen Bundesländer zeigte sich ein ähnlicher Trend: Keines hat das Niveau von 2019 wieder erreicht. Fast alle ostdeutschen Bundesländer verzeichneten 2023 Rückgänge im Vergleich zu 2022. Besonders drastisch fiel der Einbruch in Sachsen-Anhalt aus, wo die Umsatzrendite um 5,2 Prozentpunkte auf nur noch 0,7 Prozent gesunken ist. Lediglich Thüringen zeigte eine leichte Erholung (+0,5 Prozentpunkte). Mecklenburg-Vorpommern blieb mit 11,2 Prozent zwar das Bundesland mit der höchsten Umsatzrendite, doch auch hier sank der Wert um 2,4 Prozentpunkte.

Ein reiner Umsatzanstieg reicht nicht aus – entscheidend ist, was als Gewinn in den Betrieben verbleibt.

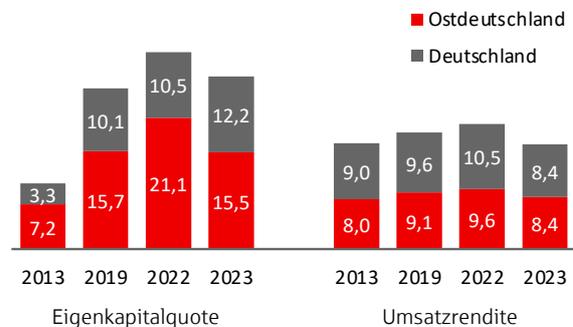
In Ostdeutschland stieg der nominale Umsatz im Gastgewerbe 2023 zwar um 7,2 Prozent, doch inflationsbereinigt musste real ein leichter Rückgang von 0,1 Prozent hingenommen werden. Zusammen mit den steigenden Betriebskosten führte dies bereits im zweiten Jahr in Folge zu sinkenden Gewinnmargen. Mit einem Rückgang um 2,1 Prozentpunkte auf 8,4 Prozent wurde 2023 der niedrigste Wert seit 2017 erreicht – ein kritisches Signal für die Rentabilität der Branche. Die finanziellen Belastungen dürften weiter zunehmen, da die Auswirkungen der ausgelaufenen Mehrwertsteuersenkung erst in den Bilanzen für 2024 vollständig sichtbar werden.

Die Innenfinanzierungskraft des ostdeutschen Gastgewerbes bleibt trotz eines Rückgangs weitgehend stabil. Mit einem Cashflow von 13,3 Prozent im Jahr 2023 liegt Ostdeutschland leicht über dem bundesweiten Durchschnitt von 12,8 Prozent. Damit hat sich die Finanzkraft in Ostdeutschland zwar gegenüber 2022 verringert (damals rund 15 Prozent), doch der

Entwicklung von Gewerbean- und abmeldungen und steuerpflichtigen Unternehmen im ostdeutschen Gastgewerbe 2013 – 2023 (Index 2013 = 100)



Eigenkapitalquote und Umsatzrendite im Gastgewerbe 2013, 2019 und 2023 (in %)



Dynamischer Verschuldungsgrad im Gastgewerbe 2013, 2019, 2022 und 2023 (in %)

	2013	2019	2022	2023
Ostdeutschland	5,8	3,7	3,8	3,7
Deutschland	4,4	3,0	3,2	3,6
Brandenburg	6,2	4,5	3,7	0,8
Mecklenburg-Vorpommern	6,1	3,5	3,3	5,4
Sachsen	4,6	3,1	4,0	3,8
Sachsen-Anhalt	6,1	4,5	k. A.	8,6
Thüringen	6,9	3,5	k. A.	k. A.

Investitionsquote im Gastgewerbe 2013 – 2023 (in %)

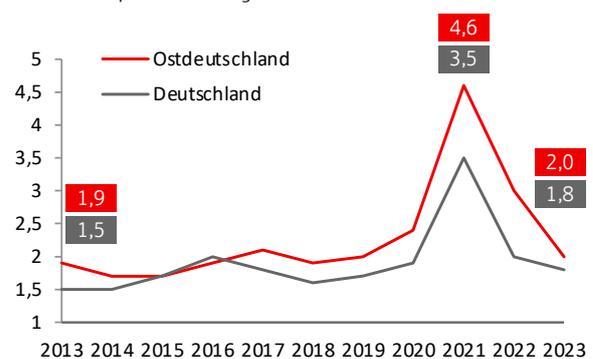


Abb. 10: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen des ostdeutschen Beherbergungsgewerbes
Quelle: dwif 2025, Daten Deutscher Sparkassenverband

Rückgang fiel mit 1,7 Prozentpunkten moderater aus als im Bundestrend, wo er um 2,4 Prozentpunkte sank. Besonders betroffen ist Sachsen-Anhalt, das einen hohen Einbruch des Cashflows um 5,4 Prozentpunkte auf nur noch 6,5 Prozent hinnehmen musste. In den anderen ostdeutschen Bundesländern ist die Abnahme weniger drastisch – der stärkste Rückgang lag mit 3,1 Prozentpunkten in Brandenburg. Trotz der negativen Entwicklung bleibt ein positiver Aspekt: Ostdeutschland ist mit seinem aktuellen Wert nur noch 0,8 Prozentpunkte vom Vorkrisenniveau von 2019 entfernt, während der bundesweite Durchschnittswert sich weiter entfernte (-2,4 Prozentpunkte).

Die sinkende Innenfinanzierungskraft ist eine direkte Folge der wirtschaftlichen Entwicklung. Der inflationsbereinigte reale Umsatzrückgang im ostdeutschen Gastgewerbe, kombiniert mit gestiegenen Betriebskosten setzt die Betriebe weiter unter Druck und erschwert die Finanzierung aus eigener Kraft – eine Herausforderung, die insbesondere mit Blick auf künftige Investitionen an Bedeutung gewinnt. Fehlende finanzielle Reserven erschweren notwendige Investitionen in Qualität, Digitalisierung oder Personal, was wiederum die Attraktivität der Branche für Gäste und Arbeitskräfte mindern kann. Das Gastgewerbe muss daher langfristige Strategien entwickeln, um sich finanziell weiter zu stabilisieren – sei es durch Kostenoptimierung oder gezielte Preisanpassungen.

Eigenkapital und Investitionsfähigkeit

Die wirtschaftliche Stabilität der Betriebe beeinflusst maßgeblich ihre Investitionsfähigkeit, wobei die Eigenkapitalquote neben der Cashflow-Rate als zentraler Indikator dient. In Ostdeutschland ist diese im Jahr 2023 entgegen dem bundesweiten Trend von 21,1 Prozent im Vorjahr auf 15,5 Prozent gesunken. Da die Eigenkapitalquote bundesweit um 1,7 Prozentpunkte anstieg, deutet der Rückgang in Ostdeutschland auf wachsende finanzielle Herausforderungen in der Region hin.

Signifikanter fällt die Situation in Mecklenburg-Vorpommern aus: Hier sank die Eigenkapitalquote um 15,8 Prozentpunkte auf lediglich 6,8 Prozent. Noch niedriger ist der Wert in Thüringen, das mit einer Eigenkapitalquote von 4,6 Prozent – ein Rückgang um

18,2 Prozentpunkte innerhalb eines Jahres – das Schlusslicht bildet. Deutlich stabiler präsentieren sich Brandenburg mit 22,4 Prozent und Sachsen-Anhalt mit 32 Prozent, die vergleichsweise hohe Eigenkapitalquoten aufweisen.

Während die Zinsaufwandsquote von 2022 auf 2023 leicht um 0,4 Prozentpunkte gestiegen ist, sank die Investitionsquote im gleichen Zeitraum um einen Prozentpunkt. Dies könnte auf eingeschränkte Finanzierungsmöglichkeiten oder eine geringere Investitionsbereitschaft aufgrund der nur verhalten positiven Stimmungslage entsprechend dem Geschäftsklimaindex hindeuten. Besonders auffällig ist Brandenburg mit der bundesweit niedrigsten Investitionsquote von nur 1,4 Prozent, während Sachsen-Anhalt mit 3,6 Prozent den höchsten Wert in Ostdeutschland verzeichnet. Nach einem zwischenzeitlichen Höchststand von 4,6 Prozent im Jahr 2021 liegt die Investitionsquote in Ostdeutschland nun wieder auf dem Niveau von 2019 (zwei Prozent). Die verstärkte Investitionstätigkeit in den Jahren 2020 und 2021 führte dazu, dass die Abschreibungsquote in Ostdeutschland seit 2019 leicht angestiegen ist. Bundesweit zeigt sich jedoch der entgegengesetzte Trend mit einer sinkenden Abschreibungsquote. Dies kann verschiedene Ursachen haben. Modernisierungsmaßnahmen an bestehenden Anlagen anstelle von Neubeschaffungen können beispielsweise zu niedrigeren Abschreibungskosten führen.

Kostenentwicklung

Die Löhne sind im Gastgewerbe in Ostdeutschland stärker gestiegen als bundesweit und so auch die Personalaufwandsquote. Während letztere bundesweit nur um 0,1 Prozentpunkte zulegte, erhöhte sie sich in Ostdeutschland von 2022 auf 2023 um 1,4 Prozentpunkte und erreichte mit 37,7 Prozent ein Zehnjahreshoch. Damit liegt sie deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 34,2 Prozent. Ein entlastender Faktor ist hingegen die geringere Mietaufwandsquote. In Ostdeutschland beträgt sie 4,6 Prozent und liegt damit rund drei Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt. Langfristig betrachtet hat sie sich kaum verändert und liegt nur 0,6 Prozentpunkte über dem Niveau von vor zehn Jahren.

Positiv ist auch die langfristige Entwicklung des dynamischen Verschuldungsgrads. Denn dieser ist eine zentrale Kennzahl, die aussagt, in welchem Zeitraum sich ein Betrieb durch selbst erwirtschaftete Liquidität, also dem operativen Cashflow, entschulden kann. Je niedriger dieser ausfällt, desto höher die Liquidität des Betriebes und somit auch die Bonität. Während der Verschuldungsgrad 2013 noch bei 5,8 Jahren lag, ist er in Ostdeutschland bis 2023 auf 3,7 Jahre gesunken. Besonders Brandenburg weist mit 0,8 Jahren eine niedrige Verschuldung auf – ein Rückgang um fast drei Jahre gegenüber dem Vorjahr. Im Gegensatz dazu zeigen sich in Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern weiterhin hohe Verschuldungswerte von 8,6 bzw. über fünf Jahren, was auf größere finanzielle Belastungen in diesen Regionen hindeutet.

Zusammengefasst bleibt festzuhalten, dass sich das Gastgewerbe immer wieder und auch zukünftig mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert sieht. Dabei zeigen sich die zentralen vier Belastungsfaktoren über die Jahre hinweg konstant: Arbeitskosten, Energie- und Rohstoffpreise, wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen und Fachkräftemangel zählen weiterhin zu den größten Sorgen der Betriebe. Lediglich die Gewichtung dieser Faktoren verändert sich regelmäßig. Während sich die Energie- und Rohstoffpreise 2024 zunächst entspannten, rückten die steigenden Arbeitskosten, die sich auch in der Personalaufwandsquote widerspiegeln in den Fokus und stellten für viele Unternehmen die größte finanzielle Belastung dar. Der Fachkräftemangel hingegen verliert in 2024 etwas an Brisanz – nur noch gut jeder zweite Betrieb betrachtet ihn als existenzielles Risiko.

Stabile betriebswirtschaftliche Entwicklung im ostdeutschen Gastgewerbe

Trotz der stetigen Herausforderungen hat sich die betriebswirtschaftliche Situation der ostdeutschen Betriebe stabilisiert und zeigte sich von 2022 bis 2023 in moderater Entwicklung. Ein Vergleich mit dem Jahr 2019 verdeutlicht zudem den positiven Trend: Das ostdeutsche Gastgewerbe hat in dieser Zeit seine Anpassungs- und Widerstandsfähigkeit unter Beweis gestellt. Aktuell verzeichnet die Branche mehr Übernachtungsgäste, eine höhere Auslastung sowie einen

gestiegenen RevPAR im Vergleich zu 2019. Moderate Preissteigerungen knapp über der Inflationsentwicklung von 2,2 Prozent von 2023 auf 2024 deuten auf eine gesunde Marktentwicklung hin, die grundsätzlich nicht ungewöhnlich ist, da eine gewisse Teuerung von etwa zwei Prozent sogar von der Europäischen Zentralbank angestrebt wird, um die Preise stabil zu halten und die Wirtschaft anzukurbeln. Rekordzahlen bei den Erwerbstätigen zeigen die wieder steigende Arbeitskräftenachfrage der Branche, die Zahl der unbesetzten Ausbildungsstellen ging zurück, die Löhne stiegen und der Verschuldungsgrad hat sich verringert.

Und gleichzeitig gilt es, bestehende Risiken nicht aus den Augen zu verlieren. Die Innenfinanzierungskraft muss in ostdeutschen Betrieben weiter gestärkt werden, denn der leichte Rückgang der Cashflow-Rate sollte nicht zur anhaltenden Tendenz werden. Auch sinkende Umsätze und geringere Gewinnmargen setzen die Rentabilität der ostdeutschen Betriebe zunehmend unter Druck. Ebenso erfordern die kurzfristig gestiegene Zahl an Insolvenzen oder auch der Rückgang gemeldeter Ausbildungsstellen eine gezielte strategische Aufmerksamkeit, um langfristig die Wettbewerbsfähigkeit und die Fachkräftebasis zu sichern.

3 Qualität der Betriebe

Qualität im Tourismus spielt eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung von Reiseerfahrungen. Sie umfasst nicht nur die physische Umgebung und Dienstleistungen, sondern auch die Behandlung von Gästen und die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards. Eine hohe Qualität beeinflusst direkt die Weiterempfehlungs- und Wiederbesuchsabsicht. Zufriedene Reisende teilen ihre Erfahrungen online und persönlich und empfehlen Destinationen oder Dienstleistungen weiter. Auch die Wahrscheinlichkeit, dass ein Ziel erneut besucht wird, ist bei zufriedenen Gästen höher. Aktuelle Trends wie Nachhaltigkeit oder Authentizität von Reiseerlebnissen unterstreichen die Bedeutung von Qualität. Reisende suchen vermehrt nach umweltfreundlichen und sozial verträglichen Erlebnissen. Durch Investitionen in die Qualität können Anbieter im Tourismus die Erwartungen der Gäste erfüllen und langfristigen Erfolg erzielen.

Gästezufriedenheit

i Neue Methodik – der Performance Score

Auf Empfehlung von TrustYou erfolgt in diesem Jahr die Umstellung auf einen neuen Score: den Performance Score. Dieser bildet die Bewertungen der zwölf Monate des vergangenen Kalenderjahres ab. Aufgrund der neuen Methodik ist ein Vergleich mit den in den Vorjahren ausgewiesenen Werten nicht mehr möglich.

Die Gästezufriedenheit in Ostdeutschland ist 2024 um 0,4 Punkte gestiegen und lag bei 84,2 Punkten. Damit liegt Ostdeutschland beim Performance Score über dem bundesweiten Durchschnitt von 83,3 Punkten (+0,5 Punkte gegenüber 2023). Das Niveau des Jahres 2019 ist allerdings bisher weder in Ostdeutschland (-0,9 Punkte) noch bundesweit (-1,0 Punkte) erreicht. Mit Mecklenburg-Vorpommern (84,8 Punkte) und Sachsen (84,5 Punkte) liegen zwei ostdeutsche Bundesländer unter den Top 3. Auch Thüringen (83,5 Punkte) und Sachsen-Anhalt (83,4 Punkte) positionieren sich über dem Bundesdurchschnitt. Lediglich Brandenburg verfehlt diesen mit 83,1 Punkten knapp. In allen fünf Bundesländern bekundeten die Gäste größere Zufriedenheit mit den Beherbergungsbetrieben als noch im Vorjahr.²³ >> **Anhang 19**

i Performance Score von TrustYou – Gästezufriedenheit in Bewertungsportalen auf einen Blick

Die Metasuchmaschine TrustYou wertet Beurteilungen von Nutzern zu Unterkünften in Deutschland auf relevanten Online-Portalen aus. Mithilfe statistischer Verfahren ergibt sich der Performance Score von TrustYou als Zusammenfassung aller Bewertungen und zeigt die Online-Reputation von Unternehmungen auf einer Skala von 0 Punkten (negativste Ausprägung) bis 100 Punkten (positive Ausprägung). Auf einen Blick wird klar, wie gut oder schlecht ein Betrieb insgesamt bewertet wurde. Der Performance Score bezieht sich jeweils auf die Bewertungen der vergangenen zwölf Monate.

Die Gästezufriedenheit in Ostdeutschland liegt über dem bundesweiten Durchschnitt

Auch der Blick auf die Regionsebene zeigt ein erfreuliches Bild. In drei Vierteln der Regionen ist die Gästezufriedenheit in den Beherbergungsbetrieben gestiegen. In den Regionen Thüringer Rhön, Saaleland, Westmecklenburg, Potsdam und Seenland Oder-Spree konnten 2024 Zuwächse von 1,0 bis 1,2 Punkten erreicht werden. Die Thüringer Rhön schaffte es damit, sich bundesweit unter den Top-Ten-Destinationen zu platzieren. Eine besonders stark rückläufige Gästezufriedenheit wurde im Spreewald, im Elbe-Elster-Land, in Chemnitz Zwickau Region, in der Altmark und im Weimarer Land festgestellt. Die Rückgänge bewegten sich zwischen 0,5 und 0,7 Punkten. Im Vergleich mit 2019 ist die Gästezufriedenheit erst in neun von 42 Regionen gestiegen. Die Uckermark, das Barnimer Land, die Sächsische Schweiz, die Thüringer Rhön und das Thüringer Vogtland schnitten dabei am erfolgreichsten ab. Mit dem Eichsfeld (Platz 3), der Thüringer Rhön (Platz 9), Oberlausitz/Niederschlesien (Platz 11), der Sächsischen Schweiz (Platz 14), dem Elbe-Elster-Land (Platz 21), dem Erzgebirge (Platz 24) und dem Vogtland (Platz 29) liegen sieben Regionen im bundesweiten Destinationsranking unter den Top 30.

i TrustYou Sentiment Analysis

Die sogenannte Sentiment Analysis erfasst die in den Freitexten der Bewertungsportale geäußerten Gästemeinungen zur Unterkunft und wertet diese über Algorithmen aus. Das Ergebnis gibt Aufschluss über Handlungsbedarf und Verbesserungspotenzial in einzelnen Bereichen des Beherbergungsmarktes und kann als Frühindikator auf Reinvestitionsbedarfe hinweisen. So sind z. B. Daten für die Kategorien Zimmer, Service, Preis und Essen & Trinken verfügbar. Wichtig: Aus dem Durchschnitt der Kategorie-werte ergibt sich nicht direkt der Gesamt-Score.

²³ Bei den im Rahmen des OSV-Forums 2025 ausgewiesenen Werten handelt es sich um vorläufige Werte. Diese weichen von den an dieser Stelle ausgewiesenen Werten ab.

Performance Score (0-100 Punkte)

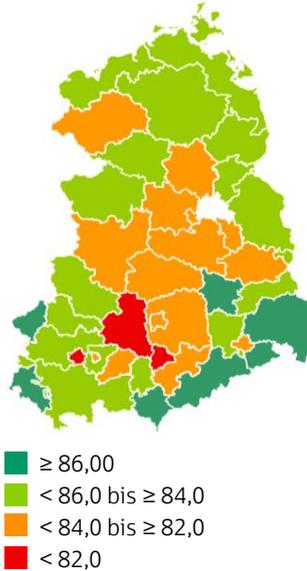


Ostdeutsche Bundesländer 2024

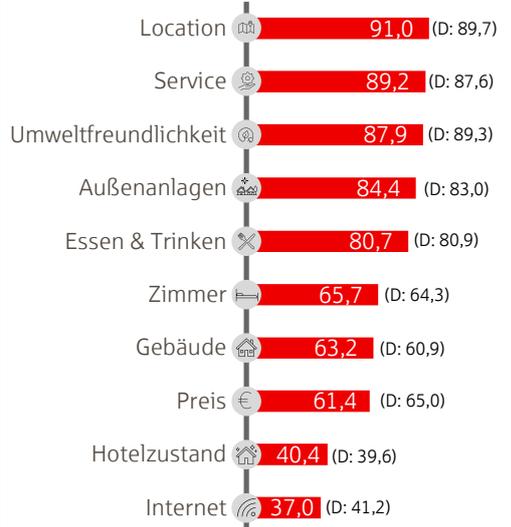
MV	84,8	+0,2
SN	84,5	+0,4
TH	83,5	+0,4
ST	83,4	+0,3
BB	83,1	+0,4
Ost-D	84,2	+0,4
D	83,3	+0,5



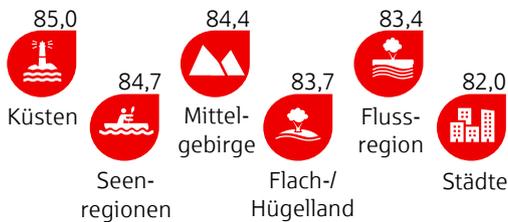
Reisegebiete 2024



Kategoriewerte 2024



Destinationstypen D 2024



Verteilung der Betriebe und Bewertungen auf Punkte Kategorien (in %)

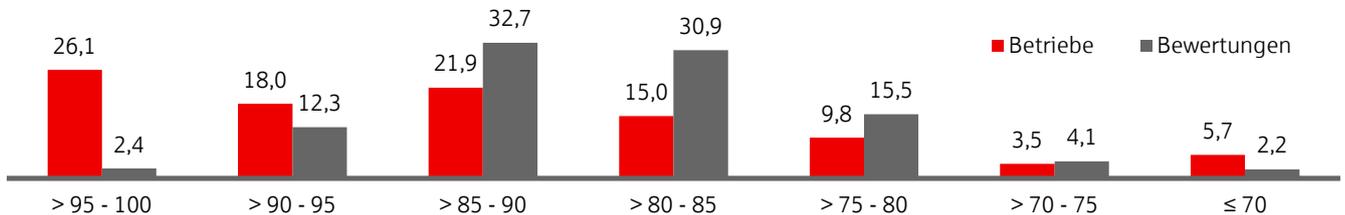


Abb. 11: Gästezufriedenheit in Ostdeutschland
Quelle: dwif 2025, Daten Trust You GmbH

Einen detaillierteren Einblick erhält man über die Kategorien der Sentiment Analysis. In diesem Jahr neu hinzugekommen sind die Kategorien „Zustand des Hotels“ und „Gebäude“.

→ Brandenburg platziert sich bei den meisten Kategorien im hinteren Mittelfeld. Positiv sticht die Kategorie Gebäude hervor, wo Brandenburg im Bundesländerranking den sechsten Platz belegt. In einigen Kategorien hat sich die Gästezufriedenheit in Brandenburg im letzten Jahr verschlechtert. Besonders deutlich drückte sich dies bei der Internetverfügbarkeit (-3,1 Punkte) und im Service (-1,2 Punkte) aus. Auch die Zimmer und die gastronomischen Angebote in den Betrieben wurden schlech-

ter als 2023 bewertet. Mit der Location, dem Gebäude und insbesondere den Außenanlagen der Betriebe (+1,3 Punkte) waren die Gäste hingegen zufriedener als noch im Vorjahr. Auch beim Preis-Leistungs-Verhältnis stieg die Zufriedenheit, wenngleich Brandenburg bundesweit das Schlusslicht bildet. Auf Regionsebene schneiden Prignitz und Uckermark bei der Location der Betriebe im bundesweiten Destinationsvergleich sehr gut ab, das Lausitzer Seenland punktet beim Zustand des Hotels und den Außenanlagen.

→ In Mecklenburg-Vorpommern zeigt sich ein sehr differenziertes Bild. In der Kategorie Strand lässt Mecklenburg-Vorpommern Schleswig-Holstein und Niedersachsen hinter sich. Bei den gastronomi-

schen Angeboten, beim Service, den Außenanlagen und der Location belegt es Plätze unter den Top 5 im Bundesländerranking. In allen Bereichen ging die Gästezufriedenheit jedoch im Vergleich zum Vorjahr zurück. In der Kategorie Zimmer konnte Mecklenburg-Vorpommern zwar seinen sechsten Platz halten, musste aber einen Rückgang um 0,8 Punkte konstatieren. Beim Preis-Leistungs-Verhältnis ging es zwar wieder leicht um +0,2 Punkte bergauf. Nichtsdestotrotz belegt das Küstenland weiterhin einen der letzten Plätze im Bundesländerranking.

→ Sachsen sticht bei der Bewertung der Außenanlagen und der Gebäude (jeweils Platz zwei) positiv hervor und verbesserte in beiden Kategorien seine Gästezufriedenheit im Vergleich zum Vorjahr. Beim Service liegt das Bundesland ebenfalls auf einem sehr guten vierten Platz und hielt die Punktzahl stabil. Die deutlichste Verbesserung wurde beim Preis-Leistungs-Verhältnis gemessen, wodurch das Bundesland zwei Plätze im Destinationsranking nach vorn rückte, sich aber nach wie vor im Mittelfeld befindet. Eine Negativentwicklung erfolgte bei der Internetverfügbarkeit, wo die Gästezufriedenheit um 1,1 Punkte sank und Sachsen damit weiterhin auf den hinteren Plätzen zu finden ist. Auf Regionsebene kann sich Oberlausitz/Niederschlesien in vielen Kategorien gut platzieren. Bei der Location, dem Service, dem Zustand des Hotels, den Außenanlagen und dem Gebäude schafft es die Region bundesweit in die Top Ten. Die Sächsische Schweiz ist bei der Location, den Außenanlagen, den Zimmern, dem Hotelzustand und dem Gebäude ebenfalls in den Top 20 der Destinationen bundesweit zu finden. Das Vogtland schafft es in den Kategorien Service und Zimmer in die Top 30.

→ Sachsen-Anhalt ist 2024 gleich in mehreren Kategorien ganz vorn dabei. Bundesweit bietet das Land aus Sicht der Gäste – obwohl sich dieser Wert im Vergleich zum Vorjahr leicht verschlechtert hat – das beste Preis-Leistungs-Verhältnis in den Beherbergungsbetrieben und liegt auch bei der Bewertung des Gebäudes ganz vorn. Innerhalb des Bundeslandes werden die Altmark und Anhalt-Wittenberg beim Preis-Leistungs-Verhältnis von den Gästen am besten bewertet und gehören bundesweit zu den Top 20. Auch bei der Location spielt Sachsen-Anhalt mit einem zweiten Platz im Bun-

desländerranking weit vorn mit, besonders hervorgetan haben sich dabei Harz und Harzvorland sowie die Altmark. Beim Zustand des Hotels und den Außenanlagen liegt es auf dem dritten bzw. fünften Platz. Luft nach oben gibt es beim Service, der sich im letzten Jahr leicht verschlechtert hat, sowie bei den Zimmern und der Internetverfügbarkeit. In diesen Kategorien liegt das Bundesland im Mittelfeld.

→ Thüringen rangiert bei den meisten Kategorien im Mittelfeld, ist aber Service-Meister 2024. Dazu haben insbesondere die Thüringer Rhön und das Eichsfeld beigetragen, die im bundesweiten Vergleich viele Wettbewerber hinter sich gelassen haben. Auch bei der Bewertung der Location liegt Thüringen mit einem fünften Platz weit vorn in der Gunst der Gäste. Das Preis-Leistungs-Verhältnis hat sich 2024 im Vergleich zum Vorjahr entgegen dem bundesweiten Trend leicht verschlechtert, wodurch Thüringen im Bundesländervergleich einen Platz nach hinten rückte.

Service und Hardware über dem deutschen Durchschnitt, Preis-Leistungs-Verhältnis weiterhin problematisch

Zertifizierungs- und Klassifizierungssysteme

Die Entwicklung der Klassifizierungs- und Zertifizierungssysteme in Ostdeutschland ist weiterhin von einer geringeren Teilnahmereitschaft als in den letzten Jahren gekennzeichnet. In nahezu allen Systemen setzt sich der Rückgang fort. Einen Aufwärtstrend ist nur bei den Nachhaltigkeitslabeln feststellbar.

Im Vergleich zum Vorjahr gibt es in Ostdeutschland 30 Betriebe weniger (-2,9 Prozent) mit einer DEHOGA-Klassifizierung. Bundesweit war die Zahl der DEHOGA-klassifizierten Betriebe um 5,9 Prozent rückläufig. In Brandenburg blieb die Zahl hingegen 2025 stabil. Im Vergleich aller Bundesländer verlor Brandenburg in den letzten Jahren anteilig am wenigsten DEHOGA-klassifizierte Betriebe. In Mecklenburg-Vorpommern wurden 2025 zwölf neue Betriebe (+4,9 Prozent) hinzugewonnen, was den vier Jahre dauernden Abwärtstrend in Mecklenburg-Vorpommern vorerst gestoppt hat. Somit ist Mecklenburg-Vorpommern das einzige Bundesland in Ostdeutschland, das

sich 2025 über neue DEHOGA-Klassifizierungen freuen kann. Kein anderes Bundesland in Deutschland weist einen so starken Zuwachs auf. Dennoch hat auch Mecklenburg-Vorpommern seit 2020 Betriebe eingebüßt. In Sachsen, das im Vorjahr noch einen Zuwachs verzeichnete, gaben 2025 17 Häuser ihre Sterne wieder ab. Seit 2020 sind knapp 14 Prozent der sächsischen Betriebe aus der Klassifizierung ausgeschieden. Auch in Thüringen verringerte sich die Zahl der klassifizierten Hotels und Hotel garnis (-6 Betriebe). In Sachsen-Anhalt sank die Zahl der Hotelklassifizierungen 2025 am stärksten. Nach einer stabilen Entwicklung im Vorjahr gingen 2025 mehr als ein Sechstel der Betriebe verloren. Im Vergleich zu 2020 verzeichnete Sachsen-Anhalt mit einem Minus von 30 Prozent den deutlichsten Rückgang. In Ostdeutschland tragen derzeit 34,9 Prozent der Hotelbetriebe eine DEHOGA-Klassifizierung, womit die Bundesländer trotz leicht rückläufigem Anteil über dem bundesweiten Durchschnitt von 33,7 Prozent liegen. Thüringen belegt mit 46,2 Prozent nach wie vor den ersten Platz im Bundesländerranking. Brandenburg landet mit einem Anteil von 39,3 Prozent erstmals auf dem dritten Platz. Auch Sachsen erreicht mit 38,8 Prozent überdurchschnittliche Werte. In Sachsen-Anhalt ist nur noch jeder fünfte Hotelbetrieb klassifiziert, was der bundesweit niedrigste Wert ist. In Mecklenburg-Vorpommern hat sich der Anteil von 29,7 auf 31,8 Prozent erhöht. Wie schon im Vorjahr liegt der Anteil der ostdeutschen Betriebe im höherwertigen 4- und 5-Sterne-Segment über dem Bundesdurchschnitt. 42,7 Prozent der Hotels in Ostdeutschland sind mit vier oder fünf Sternen klassifiziert, was einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr darstellt. Besonders hohe Anteile erreichen Mecklenburg-Vorpommern (50,6 Prozent) und Sachsen (47,7 Prozent), die damit die Plätze drei und vier im Ranking der Bundesländer einnehmen. Brandenburg (35,6 Prozent) und Thüringen (33,7 Prozent) rangieren unter dem bundesweiten Durchschnitt.

Wie schon im vergangenen Jahr fällt der Rückgang bei den DTV-klassifizierten Ferienwohnungen und -häusern 2025 geringer aus. Im Gegensatz zum Vorjahr liegt er dennoch mit -10,4 Prozent über dem bundesweiten Durchschnitt von -8,3 Prozent. Die Entwicklung der einzelnen ostdeutschen Bundesländer war auch 2025 heterogen, wenngleich weniger als im Vorjahr. Während Sachsen-Anhalt letztes Jahr einen erheblichen Rückgang der DTV-Klassifizierungen erlebte, ist es 2025 das einzige ostdeutsche Bundesland

ohne Rückgang (+1 Betrieb). In Sachsen zeigt sich die entgegengesetzte Entwicklung. Während im letzten Jahr 97 neue Betriebe hinzukamen, gaben 2025 15 Häuser ihre Sterneklassifizierung ab. In den anderen ostdeutschen Bundesländern verlieren noch deutlich mehr Betriebe ihre Klassifizierung. So verringert sich die Zahl in Thüringen und Brandenburg um etwa ein Sechstel, während das Minus in Mecklenburg-Vorpommern bei 11,6 Prozent liegt. Im Vergleich mit dem Jahr 2020 halbierte sich die Zahl der DTV-klassifizierten Objekte in Ostdeutschland auf 3.741 klassifizierte Objekte. In Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen und Sachsen-Anhalt wurde mehr als die Hälfte der Klassifizierungen nicht verlängert. In Brandenburg und Sachsen waren es rund drei von zehn Klassifizierungen, die in den letzten fünf Jahren aufgegeben wurden. Trotz Einbußen bleibt die Region Vorpommern wie schon in den Jahren zuvor mit einer Anzahl von 1.002 DTV-klassifizierten Ferienhäusern und -wohnungen im bundesweiten Vergleich auf dem vierten Platz. In Ostdeutschland sind acht von zehn DTV-klassifizierten Betrieben mit 4 oder 5 Sternen ausgezeichnet, das sind rund drei Prozent mehr als im Vorjahr. Damit liegt Ostdeutschland über dem Bundesdurchschnitt von 72,2 Prozent. Besonders große Anteile an höherwertig klassifizierten Ferienwohnungen und -häusern erreichen Mecklenburg-Vorpommern (86,2 Prozent) und Sachsen (80,8 Prozent). Trotz weiterer Zunahme hat Thüringen mit einem Anteil von 60,0 Prozent weiterhin den zweitniedrigsten Wert unter den deutschen Bundesländern.

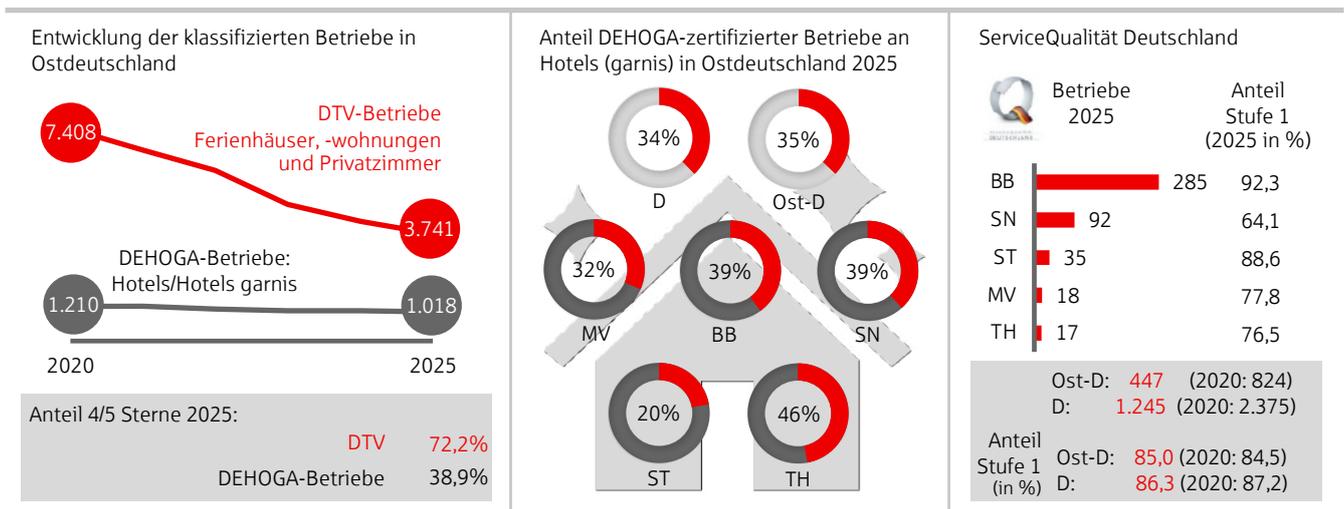
Sterne-Klassifizierungen verlieren weiterhin Teilnehmer

Die Qualitätsinitiative ServiceQ befindet sich weiterhin im freien Fall. Wie schon in den Jahren zuvor verzeichnet auch Ostdeutschland einen Rückgang der teilnehmenden Betriebe (-9,7 Prozent, D: -12,4 Prozent). Von den insgesamt 1.245 deutschen ServiceQ-Betrieben im Jahr 2025 entfallen 447 auf ostdeutsche Bundesländer. 2020 gab es noch 824 Betriebe mit einer ServiceQ-Zertifizierung in Ostdeutschland. Brandenburg ist trotz leichter Verluste gegenüber dem Vorjahr mit 285 Teilnehmenden Spitzenreiter in Ostdeutschland. Auch im Vergleich zu 2020 schneidet Brandenburg trotz Einbußen von rund 17 Prozent gegenüber den anderen ostdeutschen Bundesländern verhältnismäßig gut ab. Sachsen verliert in den

letzten fünf Jahren mehr als die Hälfte der Betriebe und verfügt somit in diesem Jahr nur noch über 92 Betriebe mit Q-Zertifizierung. In Sachsen-Anhalt sind es noch 35 Teilnehmende, zwei Drittel weniger als 2020. Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen büßen 2025 im Vergleich zu 2020 drei Viertel der Zertifizierungen ein. Nur noch 18 Betriebe in Mecklenburg-Vorpommern und 17 Betriebe in Thüringen beteiligen sich an der Qualitätsinitiative.

Rückgang bei Bett+Bike, Wanderbares Deutschland mit steigender Teilnehmerzahl

Bereits im dritten Jahr in Folge ist die Zahl der Bett+Bike-Betriebe in Ostdeutschland rückläufig. Mit einem Minus von 4,9 Prozent entspricht der Rückgang nahezu dem bundesweiten Durchschnitt (-4,7 Prozent). Die größten Einbußen musste dieses Label 2025 in Thüringen und Sachsen-Anhalt hinnehmen. Im Vergleich mit dem Jahr 2020 ist es vor allem Mecklenburg-Vorpommern, wo die Zahl der Bett+Bike-Betriebe deutlich schrumpfte. Das Label Wanderbares Deutschland entwickelt sich entgegen dem Bundes-trend in Ostdeutschland positiv. Während in Gesamtdeutschland 47 Betriebe weniger das Zertifikat tragen, wurden in Ostdeutschland acht neue Betriebe dazugewonnen, so dass es 2025 139 Gastgeber Wan-



Ausgewählte Qualitätsinitiativen in Ostdeutschland

Entwicklung der Teilnehmerbetriebe		Top-Region in Ostdeutschland (Zahl der Teilnehmerbetriebe 2025)	
2020	2025	Initiative	Region
1.105	1.014	Bett+Bike-Betriebe	Seenland Oder-Spree (86)
261	489	Reisen für alle	Anhalt-Wittenberg (67)
128	139	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland	Thüringer Wald (33)
249	254	ADAC-Campingplätze	Mecklenburgische Schweiz und Seenplatte (33)
204	219	i-Marke	Thüringer Wald (28)
15	46	DEHOGA-Umweltcheck	Dresden, Leipzig, Erzgebirge (4)
38	98	GreenSign Hotels	Leipzig (15)

Abb. 12: Kennzahlen zur Qualitätsentwicklung im Ostdeutschland-Tourismus

Quelle: dwif 2025, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH, Deutscher Wanderverband, PiNCAMP GmbH, Deutscher Tourismusverband Service GmbH, GreenSign Institut GmbH, Deutscher Hotel und Gaststättenverband e. V., ADFC Bett+Bike Service GmbH, Bayern Tourist GmbH (jeweiliger Stand: Januar/Februar 2024)

derbares Deutschland in Ostdeutschland gibt. Mit fünf neu hinzugekommen Betrieben verzeichnet Brandenburg anteilig den größten Anstieg bundesweit. Thüringen hingegen musste zwar zwei Betriebe abgeben, bleibt mit insgesamt 62 zertifizierten Betrieben jedoch weiterhin auf Platz eins in Ostdeutschland. Nach einem Anstieg im vergangenen Jahr ist die Zahl der mit der i-Marke zertifizierten Touristinformationen wieder zurückgegangen, sowohl bundesweit als auch in Ostdeutschland. Im Jahr 2025 tragen in Ostdeutschland 219 Einrichtungen das Qualitätssiegel, zwei weniger als im Vorjahr. In nahezu allen Bundesländern ist die Zahl der zertifizierten Touristinformationen leicht gesunken, meist um ein bis drei Einrichtungen. Einzige Ausnahme ist Sachsen, wo sechs neue Touristinformationen mit der i-Marke ausgezeichnet wurden. Brandenburg bleibt wie schon in den vergangenen Jahren bei der Anzahl der zertifizierten Touristinformationen auf dem dritten Platz im Bundesländerranking. Die Zahl der ADAC-klassifizierten Campingplätze liegt seit 2023 konstant bei 254 Betrieben in Ostdeutschland. Bundesweit gab es seit 2023 leichte Rückgänge. Der Anteil der zertifizierten Betriebe an allen Campingplätzen beträgt in Ostdeutschland 37,0 Prozent und liegt damit knapp über dem Bundesdurchschnitt. Mecklenburg-Vorpommern belegt mit 46,2 Prozent weiterhin den zweiten Platz im bundesweiten Ranking.

Die Nachhaltigkeitslabel setzen auch in diesem Jahr ihren Aufwärtstrend fort. Es sind 17 Betriebe in Ostdeutschland hinzugekommen, die das Label GreenSign erhalten und neun weitere Betriebe, die am DEHOGA-Umweltcheck teilnehmen. Somit sind insgesamt 98 Betriebe GreenSign-zertifiziert und 46 Betriebe unterzogen sich dem DEHOGA-Umweltcheck. Trotzdem liegen die ostdeutschen Bundesländer im deutschlandweiten Vergleich hinter den anderen Bundesländern zurück. Eine Ausnahme bildet Sachsen, das sich mit der höchsten Teilnahmezahl in Ostdeutschland am DEHOGA-Umweltcheck den siebten Platz im bundesweiten Ranking sichert.

Hainichhöfe – Thüringer Tourismuspreis 2024

In der näheren Umgebung von fünf Thüringer UNESCO-Weltkulturerbestätten mitten im Hainich-Nationalpark liegt die Ferienhaussiedlung Hainichhöfe. Die Hainichhöfe wurden mit dem Thüringer Tourismuspreis 2024 in der Kategorie Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Insbesondere das ganzheitliche touristische Konzept, das im Einklang mit der Natur steht, sowie die Verbindung von Nachhaltigkeit und Komfort, haben zur Verleihung des Thüringer Tourismuspreises beigetragen.²⁴

²⁴ www.thueringen.tourismusnetzwerk.info



IV

LEBENSQUALITÄT IN DEN REGIONEN



Lebensqualität in den Regionen

Mit der Neuausrichtung des Tourismusbarometers seit 2025 kommt das Modul „Lebensqualität in den Regionen“ als elementarer Bestandteil hinzu. Ziel ist es, die Steigerung der Lebensqualität in den Regionen und den Beitrag, den Tourismus und Freizeit dazu leisten, kennzahlenbasiert darzustellen.

Es wird ein Monitoring des regionalen Nutzens des Tourismus für die Einwohner, für die anderen Wirtschaftsbranchen, für die Kommunen sowie für die Mitarbeiter in Tourismus- und Freizeitunternehmen aufgebaut. In der Ableitung aus den Kennzahlen und Informationen sollen Stellschrauben identifiziert werden, die gemeinwohlorientierten Tourismus nach vorne bringen können. Neben der Perspektive des Beitrags von Tourismus und Freizeit auf die Lebensqualität kommt die Perspektive hinzu, welche übergeordneten Kennzahlen für die Entwicklung von Freizeit und Tourismus eine Relevanz haben.

Der Schwerpunkt im Tourismusbarometer 2025 liegt auf dem Status quo in Ostdeutschland zu den Themen Tourismusakzeptanz, -bewusstsein, Lebensqualität und Identität. Weiterhin werden die Kennzahlenfelder Pendlerverflechtungen, Mobilität, digitale Anbindung, Kaufkraft und öffentliche Haushalte beleuchtet. Künftig wird laufend geprüft, welche übergeordneten für die Tourismusentwicklung relevanten Kennzahlen verfügbar sind. Dieses Kapitel wird sich in den kommenden Jahren quasi im Sinne eines Daten-Reallabors weiterentwickeln.

Der Schwerpunkt der Bevölkerungsbefragung und die ausgewählten Kennzahlenfelder (z. B. Verkehr und Digitalisierung) machen deutlich, wie wichtig es ist, konkrete touristische Themen im Netzwerk zu platzieren – Stichwort Agenda Setting. Natürlich können touristische Akteure je nach Thema nur bedingt beeinflussen, was die Netzwerkpartner zu einzelnen Themen denken oder wie sie entscheiden. Aber die handelnden Menschen in der Tourismusbranche können beeinflussen, über welche Themen sie sich überhaupt Gedanken machen und dass der Tourismus bei vielerlei Entscheidungen mitgedacht wird. Wie stark dieses Agenda Setting wirkt, hängt maßgeblich von der Sensibilisierung der Menschen ab, von ihrer per-

sönlichen Betroffenheit. Hier gilt es, die richtigen Türöffner zu platzieren.

i Neu im Tourismusbarometer: Wirtschaftsfaktor Tourismus

Alle drei Jahre wird der Wirtschaftsfaktor Tourismus für die fünf Bundesländer berechnet. Die Daten umfassen das gesamte Marktvolumen aus Übernachtungs- (inkl. Privatvermietung) und Tagesreisen, die Ermittlung des zielgruppenspezifischen Ausgabeverhaltens, die Berechnung der Brutto- und Nettoumsätze, die Ableitung der profitierenden Wirtschaftszweige, die Berechnung der Einkommenswirkungen, die Ermittlung der Beschäftigungseffekte und des Steueraufkommens durch die touristische Nachfrage. Damit stehen wichtige Kennzahlen zur ökonomischen Nachhaltigkeit zur Verfügung. Erstmals werden die Ergebnisse im Tourismusbarometer 2026 mit den Daten für 2025 ausgewiesen.

1 Tourismusbewusstsein und Tourismusakzeptanz

Bevölkerungsbefragung zu den Themen Tourismusbewusstsein, -akzeptanz und Lebensqualität

Bei den Zielgruppen der touristischen Arbeit und in einer zukunftsweisenden Tourismusentwicklung stehen die Besucher, die Betriebe, die Beschäftigten und eben die Bevölkerung im Mittelpunkt. Die Bevölkerung ist dabei Nutzergruppe (z. B. Freizeitverhalten, Tagesreisen) und „Betroffene“ touristischer Maßnahmen gleichermaßen. Der Perspektivwechsel: Einheimische wurden als zentrale Komponente des Erfolgs erkannt, zusätzliche Kennzahlen sind erforderlich, die über die quantitative Messung des Destinationserfolgs und neben der wirtschaftlichen Bedeutung auch soziale Aspekte mitberücksichtigen. Gleichzeitig nimmt die Bevölkerung nur selten die positiven Auswirkungen des Tourismus insbesondere auf die eigene Lebensqualität wahr. Es gilt also, die Einheimischen als Zielgruppe direkt in die Tourismusentwicklung miteinzubinden und sie stärker für die Vorteile des Tourismus zu sensibilisieren,

nicht nur in Destinationen mit hoher Tourismusintensität.

Zielgruppe Bevölkerung als wichtiger Erfolgsfaktor für die Destinationsentwicklung

Um eine Datengrundlage zu schaffen, wurden im Januar 2025 2.012 Personen in Ostdeutschland zu den Themen Tourismusakzeptanz, Tourismusbewusstsein, Lebensqualität und Identität befragt, was alle drei Jahre wiederholt werden soll. Die Erhebung erfolgte hybrid: telefonisch und über ein Online-Panel. Die Daten wurden repräsentativ für die ostdeutsche Bevölkerung gewichtet.²⁵

Positive Tourismusakzeptanz in Ostdeutschland

Unter wissenschaftlicher Begleitung des Deutschen Instituts für Tourismusforschung an der FH Westküste wurde durch das dwif die Tourismusakzeptanz auf Basis des Saldenkonzepts, dem sogenannten Tourismusakzeptanz-Saldo (TAS) gemessen.²⁶ Der TAS kann einen Wert von -100 (die negativen Auswirkungen des Tourismus überwiegen), bis +100 erreichen (die positiven Auswirkungen des Tourismus überwiegen) und wird in über 100 Destinationen in Deutschland standardisiert gemessen.

Mit einem Wert von +54 werden die Auswirkungen des Tourismus auf den eigenen Wohnort von der Bevölkerung in Ostdeutschland positiv bewertet. Zum Vergleich: Im Sommer 2024 wurde für Deutschland ein Wert von +42 ermittelt. Dabei zeigen sich innerhalb Ostdeutschlands regionale und altersbezogene Unterschiede. Das touristisch geprägte Mecklenburg-Vorpommern erreicht mit einem Tourismusakzeptanzsaldo für den Wohnort (TAS-W) von +61 sogar den Spitzenplatz in Ostdeutschland und zudem den besten jemals gemessenen Wert in Mecklenburg-Vorpommern. An dieser Stelle ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Erhebung 2025, anders als bei den Vorerhebungen, außerhalb der Hochsaison mit deutlich weniger Tourismusaufkommen stattfand, was die Werte positiv beeinflusst haben könnte. In Mecklenburg-Vorpommern fällt der Anteil der Bevölkerung, der die Auswirkungen des Tourismus auf den eigenen Wohnort als neutral einstuft, mit 22,6 Prozent am geringsten aus. In Sachsen liegt dieser Wert mit 28,7

Prozent höher, doch auch hier wird ein sehr starker TAS-W von +60 erreicht. Brandenburg befindet sich innerhalb des Durchschnitts (+54), während Thüringen (+49) und Sachsen-Anhalt (+40) unterdurchschnittliche Ergebnisse liefern. In Sachsen-Anhalt steht ein Drittel der Befragten den Auswirkungen des Tourismus auf ihren Wohnort gegenüber neutral gegenüber.

Die positiven Wirkungen der touristischen Attraktivität für die Bevölkerung vor Ort sollten klar kommuniziert werden.

Zwar nehmen Einheimische häufig die positiven Auswirkungen des Tourismus auf den Wohnort und die Wirtschaft vor Ort wahr, ihnen fehlt zum Teil jedoch das Bewusstsein für den positiven Beitrag des Tourismus für die eigene Lebensqualität. Der Tourismusakzeptanzsaldo für sich persönlich (TAS-P) liegt in Ostdeutschland bei +28 und damit weiterhin im positiven Bereich. Im Vergleich zum TAS-W fällt der Neutralanteil mit 47,1 Prozent jedoch deutlich höher aus. Dies zeigt sich besonders bei Einheimischen zwischen 16 und 29 Jahren. Bezogen auf den TAS-W fallen die Unterschiede der Bewertung zwischen den drei verschiedenen Altersklassen vergleichsweise gering aus. Geht es jedoch um die persönlichen Auswirkungen des Tourismus, zeichnen sich deutliche Divergenzen ab. Während Menschen mit 60 Jahren oder älter einen überdurchschnittlichen TAS-P von +35 aufweisen, erreichen junge Einheimische unter 30 nur noch einen nahezu neutralen Saldo von +6. Es gilt also, insbesondere junge Menschen für die persönlichen Vorteile durch den Tourismus zu sensibilisieren. Die TAS-P-Werte der Bundesländer schwanken zwischen +24 in Sachsen-Anhalt und +33 in Thüringen.

Ein weiterer Aspekt ist die Einstellung der Bevölkerung in Ostdeutschland gegenüber verschiedenen Tourismussegmenten. 49,2 Prozent der Befragten nehmen das Gästeaufkommen an ihrem Wohnort als die richtige Menge wahr, 36,7 Prozent beurteilen das Touristenaufkommen insgesamt als zu niedrig. Lediglich 6,8 Prozent sagen, dass es zu viele Touristen an ihrem Wohnort gibt. Doch auch wenn es kein flächendeckendes Phänomen ist, gibt es auffällige räumliche Unterschiede und lokale Hot Spots: in Mecklenburg-Vorpommern sind 14,4 Prozent der Befragten der Meinung, es gebe insgesamt zu viele Touristen im

²⁵ dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

²⁶ Schmücker und Eisenstein 2021

Land, in Thüringen teilen diese Ansicht nur 4,1 Prozent. Einheimische unter 30 Jahren, die bereits eine geringere Tourismusakzeptanz aufzeigen als andere Altersklassen, nehmen häufiger ein Zuviel an Touristen wahr (12,3 Prozent).

Erhebungen zur Tourismusakzeptanz im Voralpenland oder an der Küste zeigen meist eine deutlich differenziertere Einstellung zu unterschiedlichen Tourismussegmenten. In vielen bayerischen Gemeinden zeigt sich beispielweise eine ablehnende Haltung gegenüber Tagesgästen aufgrund des hohen Verkehrsaufkommens, während Übernachtungsgäste stärker akzeptiert werden. Für Ostdeutschland fallen die Unterschiede im Verhältnis gering aus: 7,5 Prozent der Befragten empfinden die Zahl der Tagesgäste als zu hoch, bei Übernachtungsgästen liegt dieser Wert bei 4,1 Prozent.

Gastfreundschaftliches Verhalten ist den Einheimischen wichtig

Insgesamt geben 94,0 Prozent der Befragten in Ostdeutschland an, dass ihnen persönlich ein gastfreundschaftliches Verhalten wichtig ist (Spitzenwert Sachsen: 96,2 Prozent). Zudem leben gut 90 Prozent der Befragten gerne an ihrem Wohnort. Hier ist Thüringen mit 93,2 Prozent Spitzenreiter. Einheimische in Mecklenburg-Vorpommern macht es besonders stolz, an ihrem Wohnort zu leben (88,4 Prozent). Hier wird auch die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus höher als in anderen Bundesländern eingeschätzt (72,7 Prozent), während Sachsen-Anhalt (63,4 Prozent) und Thüringen (63,7 Prozent) dabei etwas zurückbleiben. Dies spiegelt auch die relative Bedeutung der Tourismuswirtschaft im Branchenvergleich wider.

Eine Diskrepanz zeigt sich bei der Bewertung des Mitspracherechts bezüglich touristischer Entscheidungen: Mit 53,8 Prozent ist lediglich gut die Hälfte der ostdeutschen Bevölkerung mit dem Ausmaß des Mitspracherechts zufrieden. Gleichzeitig ist es aber auch nur 48,7 Prozent der Befragten wichtig, ein solches Mitspracherecht zu haben. In touristisch geprägten Regionen wie Mecklenburg-Vorpommern ist der Wunsch nach Mitsprache etwas stärker ausgeprägt (54,5 Prozent). Jenseits der bundeslandweiten Ergebnisse spielen hier vor allem lokale Besonderheiten und Erfahrungen eine Rolle. Um den Tourismus im Einklang mit der Bevölkerung weiterzuentwickeln, ist

es wichtig, Partizipationsformate und Anreize zu schaffen. Digitale Formate und eine passgenaue Kommunikation an die Bevölkerung (z. B. an junge Menschen über Social Media) können dabei Barrieren abbauen. Grundsätzlich beurteilen jüngere Bevölkerungsgruppen viele der Aussagen teils deutlich kritischer: Einheimische unter 30 Jahren leben weniger gern an ihrem Wohnort, fühlen sich mit der Gemeinschaft vor Ort weniger stark verbunden und über den Tourismus schlechter informiert als andere Alterskohorten. Es gilt also, besonders jungen Menschen die Bedeutung und Vorteile des Tourismus näher zu bringen und gleichzeitig Angebote zu schaffen, von denen junge Menschen profitieren können wie etwa Freizeitangebote, Veranstaltungen oder Treffpunkte.

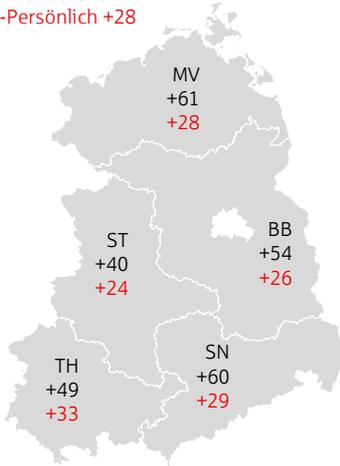
Jeder zweite Befragte in den ostdeutschen Bundesländern nimmt eine Steigerung der Lebensqualität durch den Tourismus wahr.

Der größte wahrgenommene positive Effekt durch den Tourismus ist für die Bevölkerung in allen ostdeutschen Bundesländern die Steigerung des Images einer Destination. 74,6 Prozent der Befragten nahmen diesen Effekt ganzjährig oder in der touristischen Hauptsaison wahr, in Mecklenburg-Vorpommern sogar 81,1 Prozent. Darüber hinaus wird nach Ansicht der Einheimischen ein verbessertes Angebot an Freizeitmöglichkeiten geschaffen, etwa Rad- und Wanderwege oder Freizeiteinrichtungen. Junge Menschen stimmen dieser Aussage erneut unterdurchschnittlich zu. Dies gilt für fast alle abgefragten positiven Effekte des Tourismus, während sie die negativen Effekte, wie Preissteigerungen durch den Tourismus oder Umweltbelastungen, überdurchschnittlich stark wahrnehmen. Immerhin fünf von zehn Befragten nehmen für sich persönlich eine Steigerung der Lebensqualität durch den Tourismus wahr. Die regionalen Unterschiede fallen hier gering aus, wobei die größte Zustimmung in Bezug auf die Verbesserung der Lebensqualität aus Sachsen kommt.

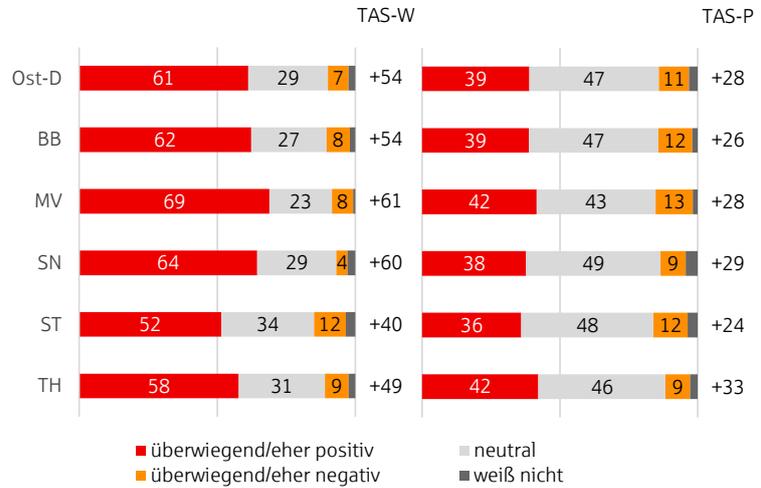
Bezogen auf die negativen Effekte des Tourismus führt aus Sicht der Bevölkerung der Tourismus zu verstärkten Verkehrsproblemen (44,7 Prozent) in Ostdeutschland. Hier steht Mecklenburg-Vorpommern mit 63,3 Prozent Zustimmung zu dieser Aussage besonders im Fokus. Grundsätzlich zeigt sich: In einem

Tourismusakzeptanzsaldo (TAS) 2025 in Ostdeutschland (Skala: -100 bis +100)

Ost-D
TAS-Wohnort +54
TAS-Persönlich +28

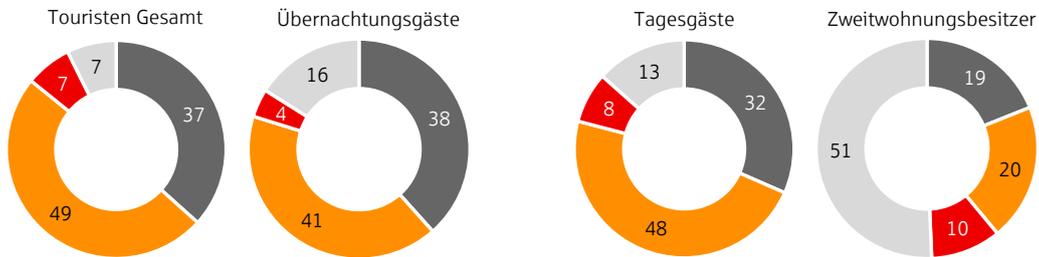


Tourismusakzeptanzsaldo (TAS) 2025 im Detail (Angaben in %)



Frage: Wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus auf Ihren Wohnort und für sich persönlich in der heutigen Situation?
 Saldo: Anteile der Positiv-Nennungen abzüglich der Anteile der Negativ-Nennungen, Skala von -100 (negativ überwiegt) bis +100 (positiv überwiegt)
 Hinweis: Rundungsdifferenzen möglich

Einstellung gegenüber Tourismus-Segmenten



Tourismusbewusstsein in Ostdeutschland

- 94% ist ein gastfreundliches Verhalten wichtig, besonders Einheimischen in Sachsen (96%)
- 91% leben gerne an ihrem Wohnort, insbesondere in Thüringen (93%)
- 69% nutzen selbst die freizeit-touristischen Angebote, am stärksten in Mecklenburg-Vorpommern (73%)
- 61% fühlen sich über den Tourismus und dessen Bedeutung gut informiert, besonders in Mecklenburg-Vorpommern (70%)

Wahrgenommene positive und negative Effekte des Tourismus (TOP 3)



Abb. 13: Tourismusakzeptanz und Tourismusbewusstsein in Ostdeutschland
 Quelle: djwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

touristisch geprägten Bundesland wie Mecklenburg-Vorpommern werden zwar die positiven Effekte des Tourismus durch die Einheimischen stärker wahrgenommen als in anderen Bundesländern, aber auch die negativen Auswirkungen – der Tourismus polarisiert stärker. Darüber hinaus wird die Belastung der Umwelt durch den Tourismus in Ostdeutschland von 40,6 Prozent der Befragten kritisch eingestuft, insbesondere von jungen Menschen unter 30 Jahren (48,4 Prozent). Diese geben auch überdurchschnittlich häufig an, sich aufgrund der vielen Touristen an ihrem Wohnort nicht mehr richtig zu Hause zu fühlen (29,1 Prozent). Dies kann jedoch auch mit dem bereits beschriebenen und grundlegend geringeren Zugehörigkeitsgefühl in dieser Altersgruppe zusammenhängen. In den Bundesländern Sachsen-Anhalt und Thüringen werden negative Effekte des Tourismus grundsätzlich weniger stark wahrgenommen.

Negative Effekte aus Sicht der Bevölkerung: Verkehrsprobleme und Umweltbelastungen

Doch welche Maßnahmen eignen sich, um aufkommende negative Effekte zu reduzieren? 53,5 Prozent der Einheimischen wünschen sich eine Attraktivierung des ÖPNVs und 43,5 Prozent die Lösung von Verkehrsproblemen. Das Thema Mobilität steht also im Fokus. Für 38,7 Prozent ist die Wertschätzung von Mitarbeitenden im Tourismus wichtig. Circa vier von zehn Einheimischen fordern zudem mehr Informationen über und Beteiligung an touristischen Plänen in ihrer Destination. Eine Begrenzung der Gästeankünfte halten 9,6 Prozent für eine geeignete Maßnahme. 7,9 Prozent machten individuelle Vorschläge, z. B. die Schaffung von mehr gastronomischen Angeboten, oder gaben an, keine Maßnahmen zu benötigen, da sie keine negativen Effekte durch den Tourismus wahrnehmen würden. Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Bundesländern und Altersgruppen fallen bei der Abfrage möglicher Maßnahmen gering aus. Es zeigt sich jedoch erneut die Tendenz, dass Einheimische in Mecklenburg-Vorpommern, die die Effekte des Tourismus stärker wahrnehmen, Vorschlägen wie etwa zur Lösung von Verkehrsproblemen vermehrt zustimmen. Einheimische, die 60 Jahre alt oder älter sind, wünschen sich, stärker als andere Altersklassen, mehr Beteiligung und Informationen an und über den Tourismus.

Wunsch nach mehr Freizeit- und Gastronomieangeboten

56,2 bzw. 55,0 Prozent der Einheimischen identifizieren sich in hohem Maße mit ihrem Wohnort und dem Bundesland, in dem sie leben. Bezogen auf die Identifikation mit dem Wohnort zeigen sich hier besonders hohe Differenzen zwischen den Altersklassen: Einheimische über 60 Jahren geben zu 65,0 Prozent an, eine hohe Identifikation mit dem Wohnort zu besitzen, von den unter 30-Jährigen sagen dies lediglich 32,3 Prozent. In Mecklenburg-Vorpommern ist die Identifikation am stärksten ausgeprägt, sowohl was den Wohnort als auch das Bundesland anbelangt, in Sachsen-Anhalt besteht die geringste Identifikation.

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einheimischen Ostdeutschlands auch nach der Einschätzung ihrer Lebensqualität befragt. Diese konnten die Befragten dabei auf einer Skala von null, sehr niedrige Lebensqualität, bis zehn, sehr hohe Lebensqualität, angeben. 40,5 Prozent stuften ihre Lebensqualität dabei als hoch ein, weitere 50,2 Prozent als mittel. Nur ein Drittel der unter 30-Jährigen schätzte die eigene Lebensqualität als hoch ein, während überdurchschnittliche 57,3 Prozent sie als mittel bewerteten. Bundesländer mit einem höheren Anteil einer hohen Lebensqualität sind Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg, während Sachsen mit 37 Prozent zurückfällt. Hier gilt jedoch zu beachten: Es handelt sich um eine rein subjektive Einschätzung der eigenen Lebensqualität. Werden die Einheimischen in Sachsen zu den freizeittouristischen Angeboten an ihrem Wohnort befragt, bewerten sie elf von 18 abgefragten Aspekten besser als die Einwohner in allen anderen Bundesländern. Hierzu gehören wander- und familienfreundliche Freizeitangebote, die Servicequalität in Gastronomie und Einzelhandel und sogar die Aspekte Schlechtwetterangebote und Flaniermeilen. Letztere werden auf einer Skala von eins (sehr gut) bis sechs (sehr schlecht) in Sachsen zwar nur mit einem Mittelwert von jeweils 3,5 bewertet, liegen damit aber weiterhin deutlich vor anderen Bundesländern wie Brandenburg mit 4,0 bzw. 4,1.

Grundsätzlich werden in allen fünf Bundesländern Ostdeutschlands die Naturangebote und Erholungsmöglichkeiten sowie die Wander- und Radfahrangebote gut bewertet, während Flaniermeilen, Schlechtwetterangebote und Gesundheits-/Wellnesseinrichtungen bemängelt werden.

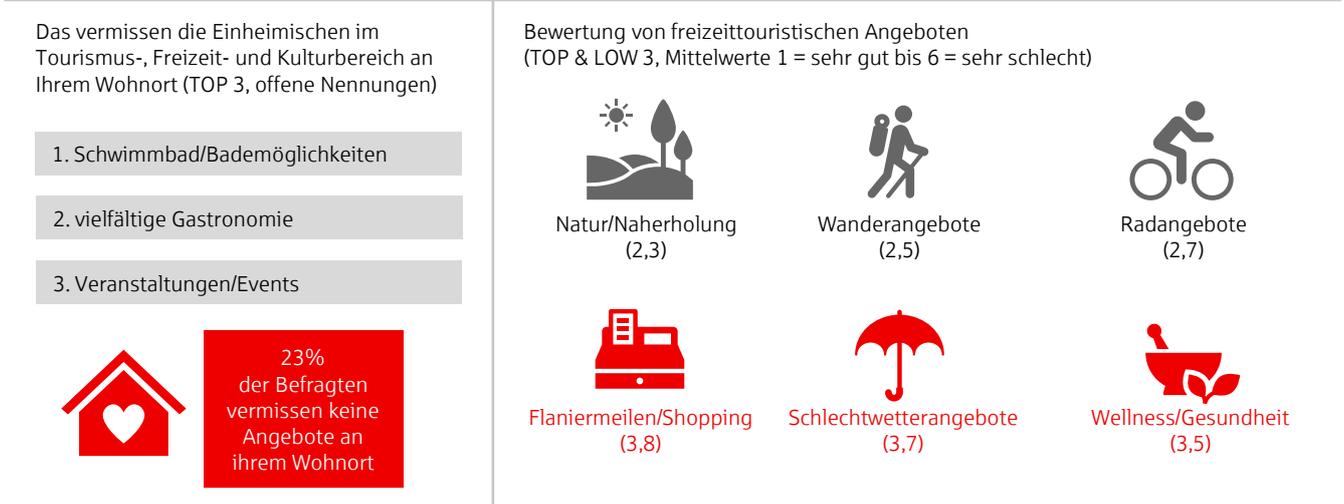
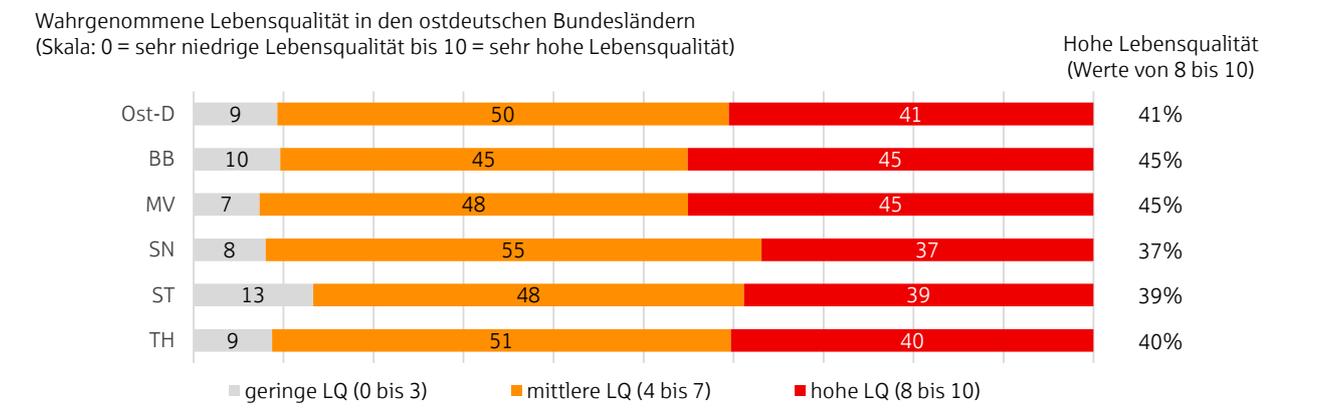
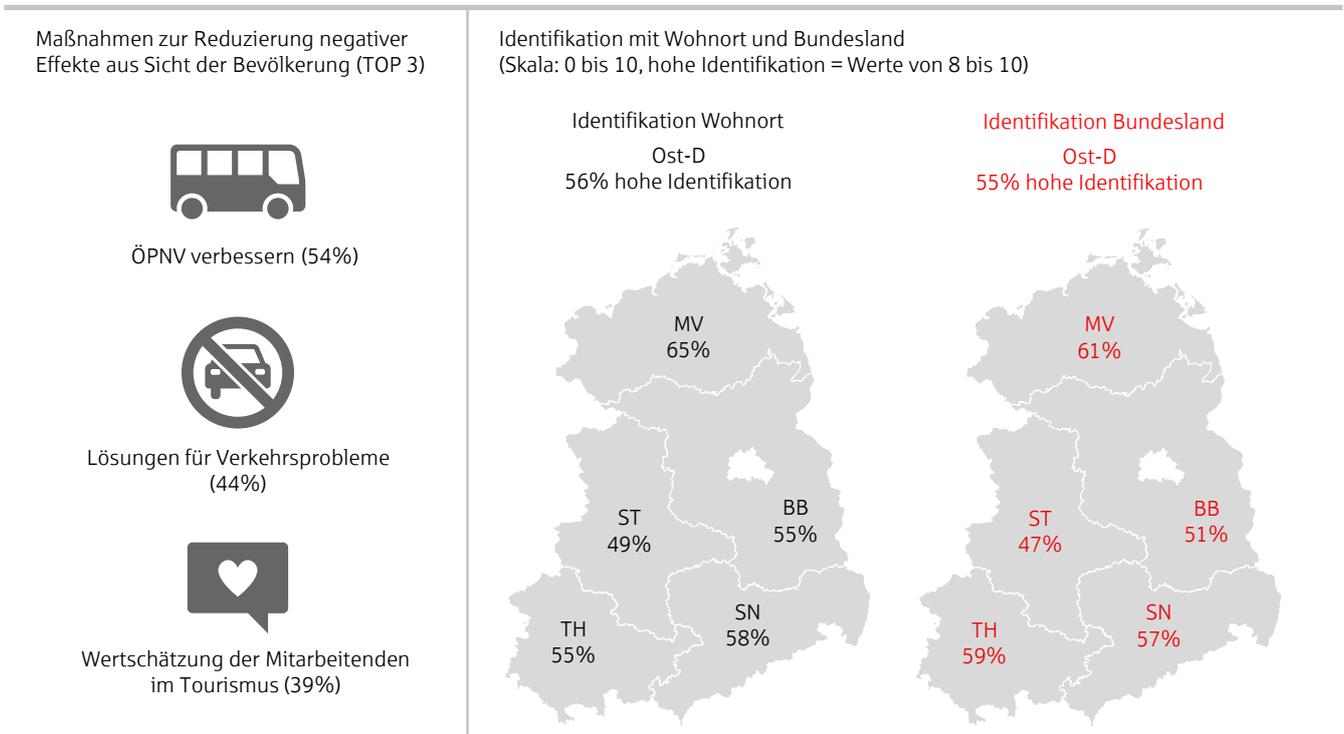


Abb. 14: Identifikation und Lebensqualität in Ostdeutschland
Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Obwohl junge Menschen ihre Lebensqualität grundsätzlich negativer einschätzen, bewerten sie einzelne Aspekte, wie Vielfalt und Qualität des Einzelhandels und der Gastronomie, positiver als andere Altersklassen.

Zufriedenheit der eigenen Bevölkerung mit den Freizeitangeboten als Seismograf für die touristische Entwicklung nutzen.

Fragt man die Einheimischen in Ostdeutschland offen ab, ob es Angebote gibt, die sie persönlich im Tourismus-, Freizeit- und Kulturbereich an Ihrem Wohnort vermissen, geben 22,8 Prozent an, dass ihnen nichts fehlt und sie zufrieden sind. Alle anderen Antworten wurden zu Überbegriffen zusammengefasst. Jeweils sieben bis zehn Prozent der Nennungen beziehen sich auf den Wunsch nach mehr Möglichkeiten, Baden oder Schwimmen zu gehen, auch bei schlechtem Wetter, nach einer vielfältigeren Gastronomie an ihrem Wohnort und nach mehr Veranstaltungen und Events. Weitere Aspekte, die als fehlend genannt wurden, sind Sportangebote, Kulturangebote, Kinos, Einkaufsmöglichkeiten (passend zu den bemängelten Flaniermeilen) und Freizeitangebote insbesondere für junge Menschen in Bezug auf das Nachtleben vor Ort wie Bars oder Clubs. Zwischen den Bundesländern ergeben sich Unterschiede in der Priorisierung der Aspekte: In Brandenburg wünschen sich die Einheimischen an erster und zweiter Stelle mehr Kinos und Sportangebote, während in Thüringen der Wunsch nach mehr Gastronomie am größten ist.

Kernerkenntnisse aus der Bevölkerungsbefragung

- Alles in allem zeigt die Befragung ein vielfältiges Bild der Bevölkerung in Ostdeutschland auf.
- Grundsätzlich werden die Auswirkungen des Tourismus als positiv für den eigenen Wohnort und die Menschen selbst eingestuft.
- Den Einheimischen ist ein gastfreundschaftliches Verhalten gegenüber Gästen wichtig.
- Positive Effekte wie ein verbessertes Image durch den Tourismus werden wahrgenommen.
- Negative Effekte zeigen sich insbesondere in der Mobilität vor Ort und sind in touristischen Destinationen stärker zu spüren.

→ Neun von zehn Einheimischen bewerten ihre Lebensqualität als mittel bis hoch. Es zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede sowohl bei der Tourismusakzeptanz als auch bei den Themen Identifikation und Lebensqualität bezüglich der Altersklassen: Junge Menschen fühlen sich weniger stark mit der Gemeinschaft verbunden, nehmen die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus weniger wahr und sehen weniger Vorteile durch den Tourismus für die eigene Lebensqualität.

2 Neue Kennzahlenfelder

Pendlerverflechtungen: Sind touristisch relevante Orte eher Ein- oder Auspendlerkommunen?

Touristisch geprägte Orte haben nicht nur eine hohe Attraktivität für Gäste. Touristische Betriebe schaffen nicht verlagerbare Arbeitsplätze. Diese Orte weisen in der Regel ein breites Spektrum von Erholungs- über Arbeits- und Versorgungs- bis hin zu Wohnfunktionen auf. Ein Indikator für diese Verteilung sind die Pendlerverflechtungen.

Die höchsten positiven Pendlersalden sind in den Großstädten in Ostdeutschland zu finden. Diese liegen in der Gruppe mit einer mittleren Übernachtungsintensität. Negative Pendlersalden treten klassischerweise in Gemeinden im Umfeld großer Städte oder Metropolen sowie in kleinen ländlichen Gemeinden mit dominierender Wohnfunktion auf. Diese sind häufig zudem von einem geringen Tourismusaufkommen geprägt. Im Gegensatz dazu haben Gemeinden mit den höchsten Übernachtungsintensitäten, touristische Top-Orte, durchschnittlich einen leicht positiven Pendlersaldo (>> **Abb. 15**), obwohl sie strukturell vielfach ebenfalls von geringen Bevölkerungszahlen und einer peripheren Lage geprägt sind.

Selbstverständlich lässt sich nicht in allen Fällen ein direkter kausaler Zusammenhang mit dem Tourismus herstellen, denn die Struktur der übrigen Wirtschaft oder Verwaltungs- und Versorgungsfunktionen einiger Orte haben ebenfalls Einfluss auf die Pendlerverflechtungen. Dennoch zeigen die Daten, dass die serviceintensive Tourismusbranche dazu beiträgt, vielfältige Arbeitsplätze an den Standorten zu schaffen und zusätzliche Versorgungsfunktionen aufzubauen, die ansonsten – ausschließlich über die Bevölkerung vor Ort – nicht aufrechterhalten werden könnten. Auf der anderen Seite eigenen sich diese Da-

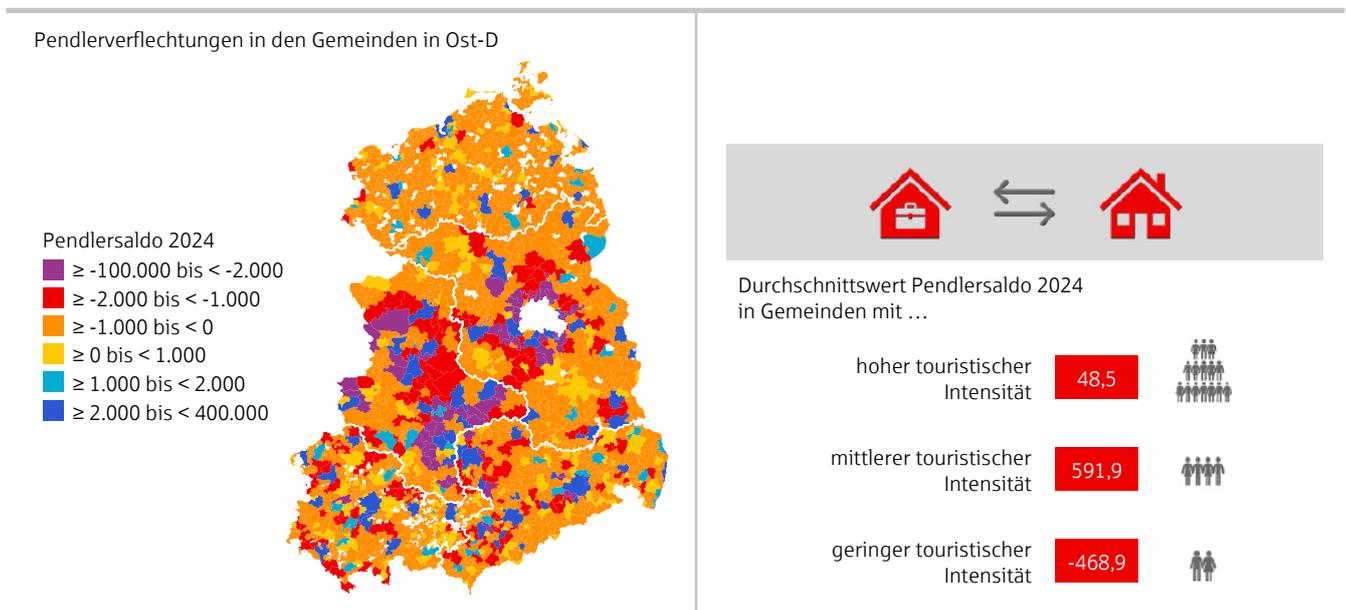


Abb. 15: Pendlerverflechtungen in Ostdeutschland
Quelle: dwif 2025, Daten Bundesagentur für Arbeit

ten, um im Zeitverlauf Veränderungen zu monitoren. So könnte ein über die Jahre hinweg zunehmender positiver Pendlersaldo entweder auf die wachsende Wirtschaft/Tourismusbranche oder auf die zunehmenden Verdrängungseffekte der Einheimischen durch Investitionen, Mietpreisanstiege oder Zweitwohnsitze hindeuten. Zwischenfazit: Kennzahlen zu den Pendlerverflechtungen sind eine gute Ergänzung, um aus touristischer Perspektive die Wirkung und die Zusammenhänge am Standort zu bewerten.

Mobilität: Wie gut sind touristisch relevante Orte mit dem ÖPNV erreichbar?

Die In Gästebefragungen wird die Zufriedenheit mit dem Mobilitätsangebot vor Ort oder den Tarifsystemen gerade jenseits der großen Städte oftmals unterdurchschnittlich bewertet. Gleichzeitig zählen das Verkehrsaufkommen und die Parksituation bei der Bevölkerung zu den am häufigsten genannten negativen Begleiterscheinungen in touristisch intensiv genutzten Räumen/Orten.

Bei der objektiven Bewertung hilft ein Blick auf die Erreichbarkeit von Haltestellen im öffentlichen Verkehr. Auf der folgenden Abbildung (>> **Abb. 16**) ist die durchschnittliche Distanz in Metern nach Gemeinden zu Haltestellen mit mindestens 20 Abfahrten pro Tag dargestellt. 68 Prozent der Gemeinden mit hoher tou-

ristischer Intensität haben eine Durchschnittsdistanz bis zu 1.000 Metern zur nächsten Haltestelle. Gerade in Mecklenburg-Vorpommern und in Teilen Sachsen-Anhalts und Brandenburgs müssen jedoch häufig über 2.000 Meter bis zur nächsten Haltestelle zurückgelegt werden. Blickt man auf die einzelnen Kommunen, so ergibt sich ein sehr heterogenes Bild, abhängig von der Zugehörigkeit zu den jeweiligen Landkreisen (als Aufgabenträger des ÖV), von lokalen Lösungen oder der Lage an Bahnlinien. So sind neben den größeren Städten Kommunen wie Wernigerode, Sassnitz oder Bad Schandau Beispiele mit geringen Durchschnittsdistanzen von 200 bis 300 Metern. Grundsätzlich ist jedoch festzustellen, dass bei einem Blick auf alle Gemeinden in Ostdeutschland die durchschnittliche Entfernung zur nächsten Haltestelle mit zunehmender Übernachtungsintensität ebenfalls wächst. Dadurch wird die Erreichbarkeit öffentlicher Verkehrsmittel sowie deren Attraktivität zunehmend schlechter. Aus Gästesicht sind mehrere Hundert Meter noch eine akzeptable Distanz, in der Karte sind dies die lila und rot eingefärbte Kommunen. Die Durchschnittswerte geben erste übergeordnete Hinweise im räumlichen Vergleich, wohl wissend, dass es auch standortbezogen in den Gemeinden noch große Unterschiede gibt.

Neben der Erreichbarkeit ist die Taktung entscheidend für die Attraktivität des ÖPNV. Trotz der angestrebten Mobilitätswende werden von der Bevölke-

Die Erreichbarkeit des öffentlichen Verkehrs (ÖPNV) in den letzten fünf Jahren zeigt kaum Verbesserungen bei der Anzahl der Abfahrten im öffentlichen Verkehr gesehen. Besonders in Sachsen-Anhalt und Brandenburg fällt die Zufriedenheit mit der Taktung eher gering aus.

Die generelle Erreichbarkeit und die Taktung sind entscheidende Faktoren, soll die Verkehrswende auch aus touristischer Perspektive vorangebracht werden soll. Ziel müsste es sein, den Modal Split bei der An- und Abreise sowie der Mobilität vor Ort in Richtung alternativer Mobilitätsformen jenseits des motorisierten Individualverkehrs zu verschieben. Ein enger Dialog mit den Aufgabenträgern des öffentlichen Verkehrs und Verkehrsplanern, vor allem aber die Entwicklung intermodaler Mobilitätsangebote und die touristische Produktentwicklung (z. B. Gästekarten mit Mobilitätsangeboten) sind gefragt. Eine weitere potenziell interessante Kennzahl ist die Ausstattung mit Ladepunkten für E-Fahrzeuge.

Digitale Anbindung: Wie steht es um die Breitbandversorgung und die Mobilfunkabdeckung?

Die Mobilfunkabdeckung und die Breitbandversorgung sind wichtige Voraussetzungen für die digitale Transformation. Aus Gästesicht ist die Kategorie Internet nach wie vor die am schlechtesten bewertete Kategorie der Gästezufriedenheit von TrustYou. So er-

reicht Mecklenburg-Vorpommern nur rund 31 von 100 möglichen Punkten, der Durchschnitt in Ostdeutschland liegt bei 37 Punkten.

In der Abb. 17 sind Breitbandverfügbarkeit und Mobilfunkabdeckung mit 5G der Übernachtungsintensität nach Gemeinden gegenübergestellt. Nur knapp ein Drittel der Haushalte in Kommunen mit hoher touristischer Intensität haben Zugriff auf ≥ 90 mbit/s, das ist in etwa der Medianwert in Deutschland. Und das gilt dementsprechend natürlich auch für viele der touristischen Betriebe an den Standorten. Zudem zeigen die Daten, dass die Breitbandversorgung mit zunehmender Übernachtungsintensität abnimmt. So liegt die Breitbandverfügbarkeit für Haushalte in touristischen Top-Orten (3. Quartil = obere 25 Prozent bei der Übernachtungsintensität) in Mecklenburg-Vorpommern nur bei 66 Prozent, in Sachsen bei 77 Prozent und in Brandenburg bei 84 Prozent. Lediglich in Sachsen-Anhalt und Thüringen werden bei den Orten mit hoher Übernachtungsintensität Werte von knapp 90 Prozent bei der Breitbandverfügbarkeit erreicht.

„Breitbandverfügbarkeit in Gemeinden mit hoher Übernachtungsintensität ist in Ostdeutschland geringer als im Durchschnitt.“

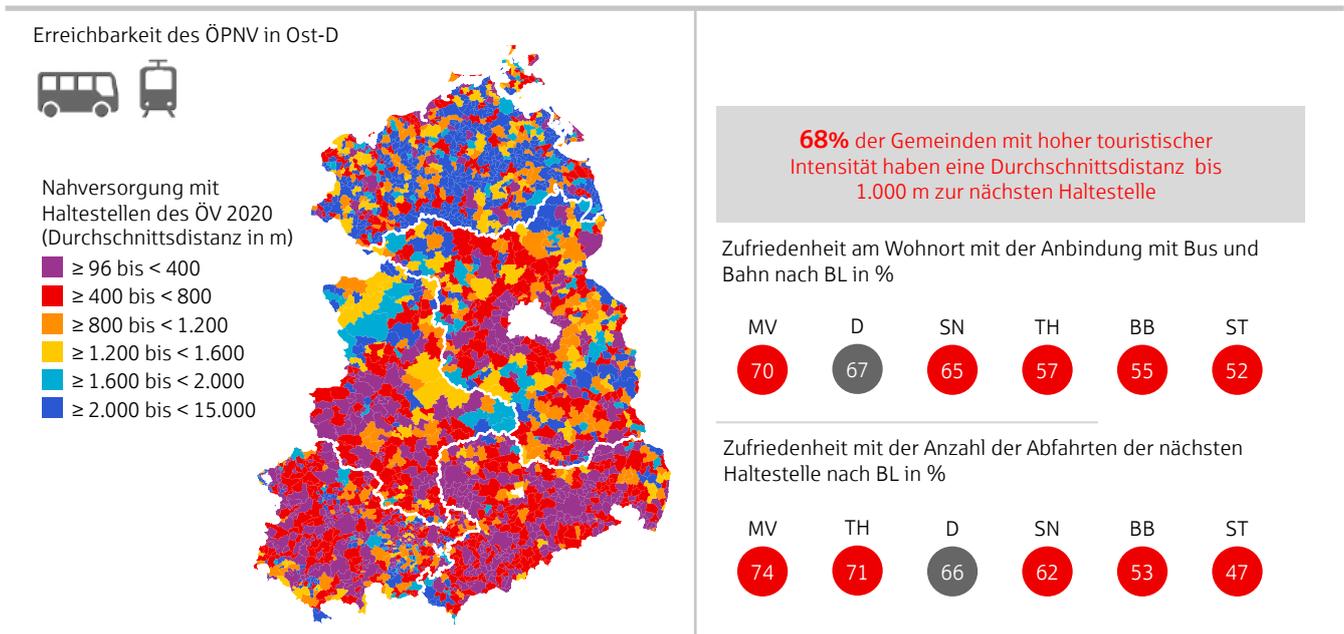


Abb. 16: Mobilität in den Regionen
Quelle: dwif 2025, Daten BBSR Bonn

Auch bei der Mobilfunkabdeckung besteht weiterhin Handlungsbedarf. 5G-Lücken sind an den grün eingefärbten Flächen auf der folgenden Karte erkennbar (>> **Abb. 17**). Besonders die Mittelgebirgsdestinationen, aber auch die Seengebiete, in denen die Gäste aufgrund ihrer Aktivitätsmuster im Outdoor-Bereich häufig auf Mobilfunkverbindungen angewiesen sind, stechen hier heraus.

Der Ausbau der digitalen Infrastruktur, egal ob kabelgebunden oder im Mobilfunkbereich, bleibt damit eine Achillesferse für Betriebe (z. B. Online-Buchbarkeit, Services für die Gäste) und ebenso für die Touristen selbst (z. B. mobiles Arbeiten, Verfügbarkeit eines Mobilfunknetzes entlang von Wander- und Radwegen). Beim Netzausbau sollten daher nicht nur die Einwohnerzahlen bzw. die Bevölkerungsdichte herangezogen werden, vielmehr gilt es, auch das Aufkommen und die Verteilung der Übernachtungs- und Tagesgäste zu berücksichtigen.

Wertschöpfung und Zahlungsmöglichkeiten: Wie stellt sich die Kaufkraft bei innerdeutschen Quellmärkten dar?

Zahlungsfähigkeit und Zahlungsbereitschaft waren zwei Schlüsselbegriffe im Tourismusbarometer 2024. So streben die Destinationen eine Steigerung der Wertschöpfung durch Tourismus und Freizeit an, während die Betriebe auskömmliche Margen erzielen wollen und müssen, um wirtschaftlich zu arbeiten und Reinvestitionen tätigen zu können. Die Kaufkraft der potenziellen Gäste ist somit ein wichtiger Indikator.

Produktentwicklung, Betriebskonzepte und die Vermarktung basieren in der Regel auf einer Kombination aus Themen und Zielgruppen. In den vergangenen Jahren wurde soziodemografische Aspekte zunehmend durch werteorientierte Ansätze erweitert oder abgelöst. Fakt ist: Nationale und internationale Quellmärkte spielen nach wie vor eine große Rolle. Wo kommen meine Gäste her? Mit welchen Inhalten/Produkten kommuniziere ich wo über welche Kanäle?

Digitale Anbindung in den Regionen in Ost-D

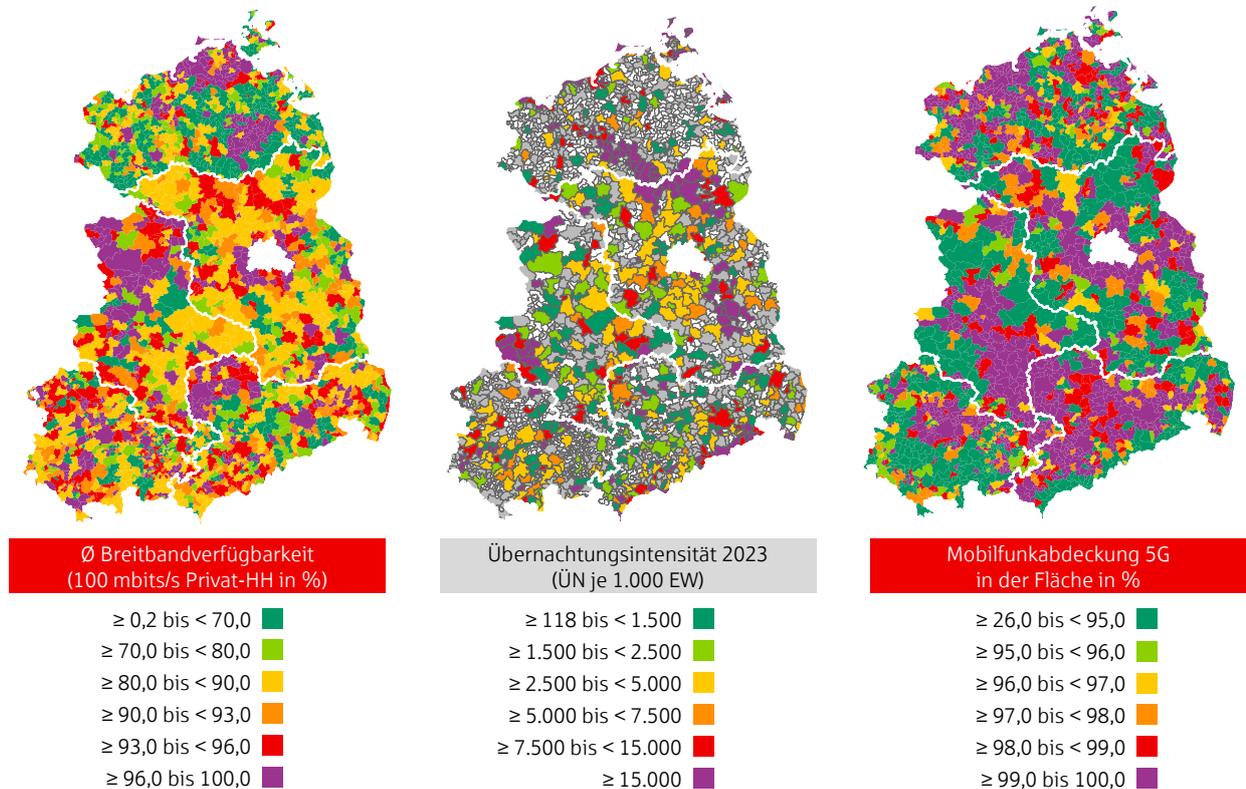


Abb. 17: Digitale Anbindung in den Regionen
Quelle: dwif 2025, Daten Bundesnetzagentur, Regionalstatistik

Die gemeindescharfe Verteilung der Kaufkraft in Deutschland gibt Hinweise, wo Wertschöpfungspotenziale liegen, wie es um die Preisakzeptanz bestellt ist oder welche Möglichkeiten sich bei der Produktentwicklung vor dem Hintergrund der Herkunft der Gäste in einzelnen Betrieben und ganzen Destinationen ergeben.

Tourismus als freiwillige Aufgabe in Kommunen, Kreisen, Bundesländern: Rahmenbedingungen und Ressourcen

Die Anforderungen an die Tourismusorganisationen seitens der Stakeholder und das potenzielle Aufgabenspektrum steigen weiter: Marketing, Management, Netzwerken. Die Strukturen und Ressourcen wachsen jedoch nicht im gleichen Maße mit. Gleichzeitig sind die öffentlichen Haushalte die Basis für die Finanzierung des Tourismus in den Orten und Destinationen. Die Kommunen sind Impulsgeber und Multiplikatoren für private Investitionen. Kommunale Tourismusaktivitäten sind aber nur dann uneingeschränkt möglich, wenn deren Finanzsituation es zu-

lässt. Doch welche Möglichkeiten haben die Kommunen, die freiwillige Aufgabe Tourismus zu finanzieren?

Das Tourismusbarometer hat sich auf die Suche gemacht, relevante Indikatoren zu identifizieren. Unterschiedlichste verfügbare Kennzahlen wurden geprüft, um die Möglichkeiten der Finanzierung touristischer Aufgaben von Kommunen zu bewerten. Ein Beispiel ist die Verschuldung der Kommunen, gemessen an den Kernhaushalten je Einwohner (>> **Abb. 18**). Leider sind die Daten nur auf der Ebene der Landkreise verfügbar. Unterschiede sind abzulesen, aber nur einzelörtliche Daten können einen echten Mehrwert erzeugen. Gleichzeitig gibt es inhaltliche Herausforderungen, denn diese Kennzahl allein reicht nicht aus:

- Es gibt unrentierliche und rentierliche Schulden. Letzteren stehen Einnahmen gegenüber, so dass eine differenzierte Betrachtung gefordert wäre.
- Kassenkredite spielen hinein.
- Informationen zum Anlagevermögen einer Kommune sind wichtig.

Kaufkraft in den Regionen in Ost-D

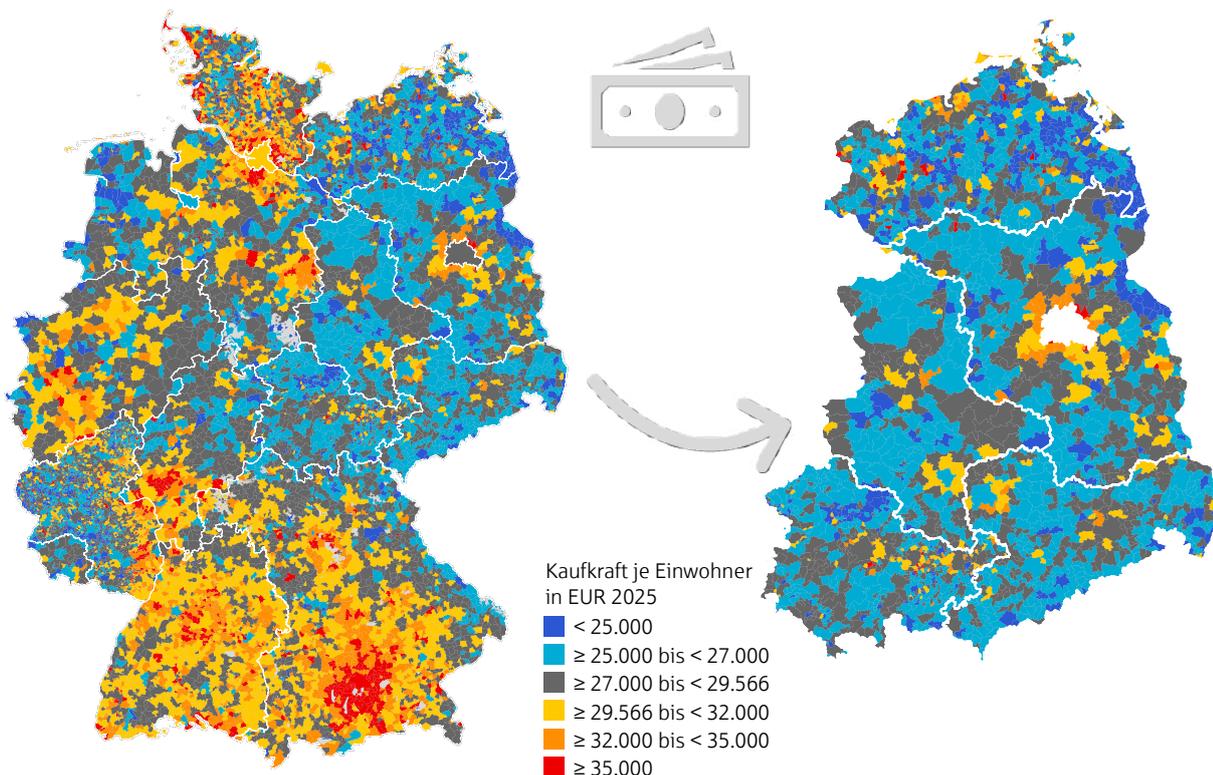


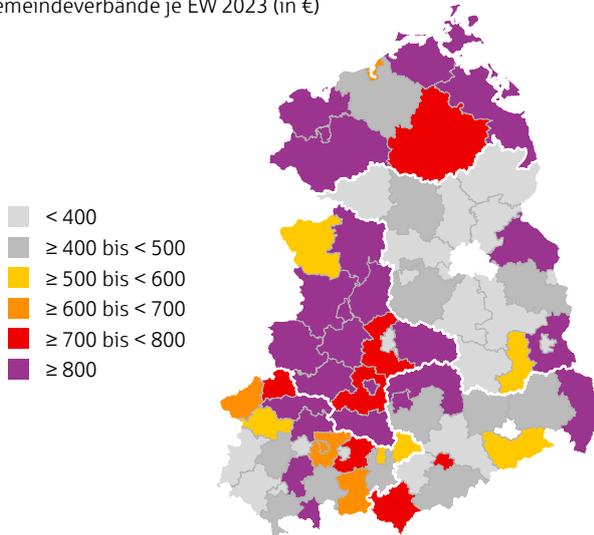
Abb. 18: Kaufkraft in den Regionen
Quelle: dwif 2025, Daten GfK GeoMarketing

→ Die Frage nach einem ausgeglichenen Haushalt oder nach einem Haushaltsdefizit wird nicht beantwortet.

Fakt ist: Viele dieser Informationen liegen nicht flächendeckend und frei verfügbar vor. Dennoch sind individuelle und einzelörtliche Betrachtungen in einem Kennzahlenset zur Situation der öffentlichen Haushalte Pflicht. Gleichzeitig soll dieses wichtige Thema im Monitoring des Tourismusbarometers weiter stattfinden. Aus dem aktuellen Stimmungsbarometer (Befragung der lokalen und regionalen Tourismusorgani-

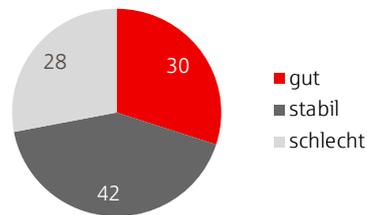
sationen in Ostdeutschland) im Januar 2025 geht hervor, dass nur knapp ein Drittel der ostdeutschen Touristiker mit der finanziellen Ausstattung ihrer Organisation zufrieden ist, im Vergleich zum letzten Jahr eine Verschlechterung. 43 Prozent erwarten, dass sich die finanzielle Ausstattung in den nächsten Jahren weiter verschärft.

Schuldenstand der Kernhaushalte der Gemeinden bzw. Gemeindeverbände je EW 2023 (in €)

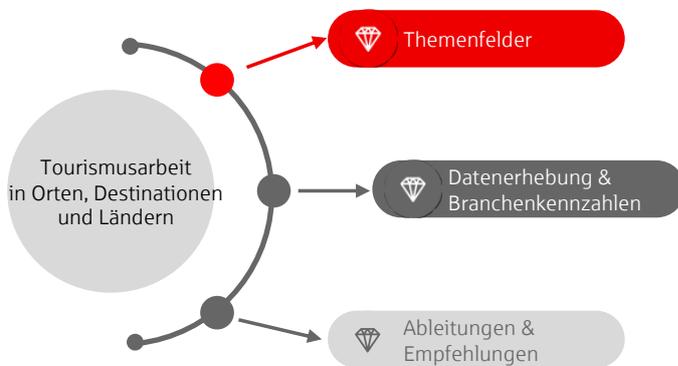


43% der ostdeutschen Touristiker erwarten, dass sich die finanzielle Ausstattung in den nächsten Jahren verschlechtert.

Wie beurteilen Sie die finanzielle Ausstattung Ihrer Organisation? (in %)



Themenpanel 2025/2026 im Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland



Geplante Inhalte

Organisation, Finanzierung, Aufgaben, Netzwerke, Hilfestellungen für Kommunen bei der freiwilligen Aufgabe Tourismus

Schwerpunkt 2025: „Nullmessung“

Rechtliche Rahmenbedingungen in den Ländern zum Thema Finanzierung, Befragung der lokalen, regionalen und Landesebene, Identifikation der Strukturen und Ableitung von Orientierungswerten

Schwerpunkt 2026: „Handlungsebene“

Ableitung von Handlungsempfehlungen, Beispiele aus der Praxis (Aufgabenteilung, Finanzierung, Förderung etc.)

Abb. 19: Öffentlich finanzierte touristische Aufgaben
Quelle: dwif 2025, Daten Regionalstatistik, Stimmungsumfrage der ostdeutschen Touristiker

i Vom jährlichen Schwerpunktthema zum mehrjährigen Themenpanel

Bislang gab es im Tourismusbarometer ein Schwerpunktthema pro Jahr. Ab 2025 rückt der Ostdeutsche Sparkassenverband für einen Zeitraum von zwei bis drei Jahren wechselnd aktuelle strategische Themen in den Fokus, die vom Beirat des Tourismusbarometers (Vertreter der Sparkassen, Länder, Destinationen, Orte, Verbände) festlegt werden.

„Tourismusbarometer-Themenpanel 2025/2026 soll mehr Transparenz und datengestützte Grundlagen für den Dialog zwischen Tourismusbranche, politischen Entscheidungsträgern und der Verwaltung liefern.“

Für die Jahre 2025 und 2026 wurde das Themenpanel „Tourismusbearbeitung in den Orten, Regionen und Ländern“ ausgewählt. Es wird um zukunftsfähige Strukturen, die Organisation im Netzwerk und die notwendigen Ressourcen für die künftigen Aufgaben über die Ebenen hinweg gehen.

Das Themenpanel soll für die Akteure im System Tourismus Impulse geben und Orientierungswerte liefern, als Hilfestellung zur Umsetzung und Finanzierung der freiwilligen Aufgabe Tourismus. Die Schwerpunkte sind der vorangegangenen Abbildung (>> **Abb. 19**) zu entnehmen.

Im Rahmen des Schwerpunktes 2025 „Nullmessung“ wurde im Frühjahr/Frühsummer 2025 eine Befragung der lokalen, regionalen und Landesebene durchgeführt. Die Ergebnisse mit Daten zu DMO- und Ortstypen rund um Aufgaben, Budgets, Personalressourcen und Kooperationsverflechtungen werden im Herbst 2025 in einem gesonderten Kurzbericht veröffentlicht.



Anhang

Anhang 1: Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen 2024

	Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten			Campingplätze			Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten und Campingplätze		
	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung 2024 ggü. 2023 (%)	Anzahl (Tsd.)	Rang	Veränderung 2024 ggü. 2023 (%)	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. 2023 (%)
Baden-Württemberg	53,4	2	2,6	5.415	4	-0,1	58,9	2	2,3
Bayern	94,4	1	2,6	8.352	1	1,7	102,7	1	2,5
Berlin	30,5	7	3,4	130	16	2,2	30,6	8	3,4
Brandenburg	12,8	12	1,0	1.617	8	2,9	14,4	12	1,2
Bremen	2,7	16	3,8	144	15	7,6	2,9	16	4,0
Hamburg	16,0	11	1,1	164	13	-0,5	16,1	11	1,1
Hessen	33,3	5	3,3	1.468	9	1,2	34,8	6	3,2
Mecklenburg-Vorpommern	27,4	8	2,4	5.534	3	1,9	32,9	7	2,3
Niedersachsen	40,1	4	0,4	6.034	2	5,1	46,1	4	1,0
Nordrhein-Westfalen	51,9	3	1,6	2.652	7	5,0	54,5	3	1,7
Rheinland-Pfalz	19,3	9	1,1	3.102	6	-3,3	22,3	9	0,4
Saarland	3,1	15	-0,8	149	14	-12,8	3,2	15	-1,4
Sachsen	18,9	10	0,6	1.080	10	1,5	20,0	10	0,6
Sachsen-Anhalt	7,6	14	-0,7	802	12	6,0	8,4	14	0,0
Schleswig-Holstein	32,7	6	0,6	5.372	5	-2,3	38,1	5	0,1
Thüringen	9,2	13	1,4	846	11	6,1	10,1	13	1,8
Deutschland	453,2		1,9	42.862		1,4	496,0		1,8

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter, Statistisches Bundesamt

Anhang 2: Kapazitäten und deren Auslastung 2023 und 2024 (inkl. Camping)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten (Tsd.)		Auslastung angebotene Schlafgelegenheiten (%)		Auslastung angebotene Betten der Hotellerie (%)	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Baden-Württemberg	6.189	6.170	439,8	447,5	39,2	39,2	42,0	42,0
Bayern	11.574	11.524	755,0	762,6	39,3	39,8	43,6	44,5
Berlin	740	749	148,4	151,5	54,9	55,9	55,4	56,1
Brandenburg	1.724	1.718	137,1	138,6	33,1	32,9	41,1	41,1
Bremen	122	126	17,8	18,2	43,8	43,4	44,3	43,5
Hamburg	406	409	75,0	76,6	57,5	56,9	58,4	57,5
Hessen	3.080	3.027	267,6	268,4	36,9	37,9	40,0	41,1
Mecklenburg-Vorpommern	2.888	2.788	317,5	319,3	32,1	32,4	43,4	44,2
Niedersachsen	5.429	5.410	417,5	421,9	34,1	33,6	38,8	38,5
Nordrhein-Westfalen	4.654	4.623	396,3	403,1	38,4	38,7	40,0	40,5
Rheinland-Pfalz	3.263	3.125	220,2	222,3	27,7	27,5	35,7	35,3
Saarland	300	290	27,0	25,9	36,3	36,7	37,3	k.A.
Sachsen	1.972	1.947	152,9	153,7	38,8	38,4	41,1	41,4
Sachsen-Anhalt	1.095	1.102	77,7	78,6	32,0	32,0	37,0	36,9
Schleswig-Holstein	3.616	3.513	332,9	333,9	35,9	35,3	47,9	47,6
Thüringen	1.223	1.283	107,4	107,0	34,4	34,7	37,5	37,4
Deutschland	48.275	47.804	3.890,2	3.929,1	37,8	37,9	42,9	43,3

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter, Statistisches Bundesamt

Anhang 3: Top-5-Herkunftsmärkte je Bundesland 2023 im Vergleich 2024 (inkl. Camping)

	Übernachtungen			Anteil an allen ÜN aus dem Ausland (%)			Aufenthaltsdauer (Tage)	
	2023	2024	Veränderung 2024 ggü. 2023 (%)	2023	2024	Veränderung 2024 ggü. 2023 (%)	2023	2024
Brandenburg								
Polen	226.817	244.987	8,0	20,3	21,4	1,0	2,8	2,8
Niederlande	115.272	116.657	1,2	10,3	10,2	-0,2	2,6	2,5
Vereinigtes Königreich	56.882	61.132	7,5	5,1	5,3	0,2	2,1	2,0
Tschechische Republik	57.461	59.630	3,8	5,1	5,2	0,1	2,1	2,1
Dänemark	61.271	56.268	-8,2	5,5	4,9	-0,6	2,2	2,2
Ausland insgesamt	1.117.098	1.147.394	2,7				2,4	2,4
Mecklenburg-Vorpommern								
Niederlande	143.147	145.450	1,6	15,8	14,8	-1,0	2,9	2,9
Schweiz	134.913	135.166	0,2	14,9	13,7	-1,1	3,2	3,3
Polen	78.751	94.655	20,2	8,7	9,6	1,0	2,9	2,7
Österreich	73.922	86.971	17,7	8,1	8,8	0,7	3,2	3,2
Dänemark	105.044	84.966	-19,1	11,6	8,6	-2,9	2,7	2,2
Ausland insgesamt	908.388	983.403	8,3				2,7	2,7
Sachsen								
Polen	261.766	281.166	7,4	13,0	12,9	-0,1	2,6	2,5
Niederlande	158.247	183.696	16,1	7,9	8,4	0,6	2,2	2,3
Österreich	152.511	169.497	11,1	7,6	7,8	0,2	2,2	2,2
Schweiz	143.915	144.617	0,5	7,1	6,6	-0,5	2,3	2,3
USA	122.529	138.971	13,4	6,1	6,4	0,3	2,1	2,2
Ausland insgesamt	2.015.621	2.176.619	8,0				2,3	2,3
Sachsen-Anhalt								
Polen	102.539	111.153	8,4	17,4	19,7	2,3	3,4	3,7
Niederlande	71.567	80.136	12,0	12,1	14,2	2,1	2,0	2,1
Dänemark	61.654	60.267	-2,2	10,5	10,7	0,2	1,9	2,0
Österreich	29.902	29.860	-0,1	5,1	5,3	0,2	2,0	2,0
Schweiz	27.374	26.810	-2,1	4,6	4,8	0,1	2,0	1,9
Ausland insgesamt	589.677	564.273	-4,3				2,3	2,3
Thüringen								
Polen	67.917	73.733	8,6	12,3	13,4	1,1	3,2	3,0
Niederlande	70.102	73.183	4,4	12,7	13,3	0,6	2,5	2,4
Schweiz	43.917	43.343	-1,3	7,9	7,9	-0,1	2,0	2,1
Österreich	45.128	41.423	-8,2	8,2	7,5	-0,6	2,4	2,3
USA	25.480	27.058	6,2	4,6	4,9	0,3	2,1	2,1
Ausland insgesamt	552.424	548.711	-0,7				2,4	2,4

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter

Anhang 4: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten nach Reisegebieten 2024 (inkl. Camping)

	Ankünfte	Übernach- tungen	Aufent- haltsdauer (Tage)	Verände- rung 2024 ggü. 2023 (%)	ÜN Ausländer	Verände- rung 2024 ggü. 2023 (%)	Ausländer- anteil (%)
Brandenburg	5.426.368	14.413.013	2,7	1,2	1.147.394	2,7	8,0
Barnimer Land	286.040	805.969	2,8	-18,9	47.249	-10,9	5,9
Dahme-Seenland	860.246	1.497.573	1,7	11,8	309.100	7,5	20,6
Elbe-Elster-Land	58.072	246.389	4,2	13,6	4.448	-5,8	1,8
Fläming	466.596	1.197.807	2,6	-1,6	178.297	-1,0	14,9
Havelland	425.522	1.171.176	2,8	-0,4	76.270	14,6	6,5
Lausitzer Seenland	232.467	718.148	3,1	5,7	46.757	-1,3	6,5
Potsdam	586.275	1.430.035	2,4	5,0	149.441	17,9	10,5
Prignitz	201.900	535.688	2,7	4,1	20.702	-0,7	3,9
Ruppiner Seenland	498.880	1.471.272	2,9	2,8	67.967	-1,0	4,6
Seenland Oder-Spree	660.748	2.140.818	3,2	0,1	109.916	-5,3	5,1
Spreewald	828.487	2.218.798	2,7	0,4	119.383	-5,3	5,4
Uckermark	321.135	979.340	3,0	1,5	17.864	-7,8	1,8
Mecklenburg-Vorpommern	8.042.282	32.896.064	4,1	2,3	983.403	8,3	3,0
Mecklenburgische Ostseeküste	2.476.687	9.636.885	3,9	2,4	310.570	1,9	3,2
Mecklenburg, Schweiz und Seenplatte	1.274.914	4.439.645	3,5	-1,0	107.087	4,6	2,4
Rügen/Hiddensee	1.394.572	6.602.154	4,7	1,6	260.819	11,8	4,0
Vorpommern	2.310.355	10.693.561	4,6	3,5	208.462	19,0	1,9
Westmecklenburg	585.754	1.523.819	2,6	6,7	96.465	3,9	6,3
Sachsen	8.137.053	19.982.287	2,5	0,6	2.176.619	8,0	10,9
Chemnitz Zwickau Region	532.847	1.101.402	2,1	-0,3	128.012	11,7	11,6
Dresden	2.268.708	4.638.399	2,0	4,5	882.288	4,3	19,0
Elbland	378.120	1.098.434	2,9	2,3	88.561	-7,4	8,1
Erzgebirge	827.690	2.601.612	3,1	0,0	87.208	30,5	3,4
Leipzig	1.997.131	3.818.853	1,9	-0,2	590.455	8,7	15,5
Leipzig Region	546.954	1.645.549	3,0	-7,4	164.451	10,0	10,0
Oberlausitz/Niederschlesien	748.346	2.019.640	2,7	1,5	104.801	12,0	5,2
Sächsische Schweiz	499.616	1.712.581	3,4	1,5	93.368	17,2	5,5
Vogtland	337.641	1.345.817	4,0	-0,7	37.475	38,1	2,8
Sachsen-Anhalt	3.388.460	8.353.160	2,5	0,0	564.273	-4,3	6,8
Altmark	249.482	677.421	2,7	3,6	34.788	-15,3	5,1
Anhalt-Wittenberg	506.192	1.227.756	2,4	3,1	95.640	0,1	7,8
Halle, Saale, Unstrut	715.103	1.577.676	2,2	-0,9	130.826	2,7	8,3
Harz und Harzvorland	1.099.732	3.006.703	2,7	-0,9	123.298	-1,0	4,1
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	817.951	1.863.604	2,3	-1,3	179.721	-10,6	9,6
Thüringen	3.856.222	10.068.249	2,6	23,6	548.711	-0,7	5,4
Altenburger Land	68.150	156.747	2,3	-3,7	7.114	3,8	4,5
Eichsfeld	134.179	390.376	2,9	6,4	10.824	-1,5	2,8
Erfurt	607.289	1.081.333	1,8	9,0	85.139	20,2	7,9
Saaleland	318.022	761.335	2,4	-1,3	58.354	-17,9	7,7
Südharz Kyffhäuser	173.662	516.374	3,0	-0,7	13.305	-18,5	2,6
Thüringer Rhön	111.445	474.910	4,3	0,9	10.439	-1,0	2,2
Thüringer Vogtland	154.476	296.112	1,9	0,0	25.232	0,7	8,5
Thüringer Wald	1203253	3.817.509	3,2	-0,4	157.522	-7,1	4,1
Weimar	421.693	798.748	1,9	8,7	79.411	8,9	9,9
Weimarer Land	153.537	540.813	3,5	-1,3	18.009	19,5	3,3
Welterberegion Wartburg-Hainich	510.516	1.233.992	2,4	3,3	83.362	0,2	6,8

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter

Anhang 5: Kapazitäten und deren Auslastung 2023 und 2024 (inkl. Camping)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung (%)	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Brandenburg*	1.724	1.718	137.144	138.556	79,5	80,6	40,8	40,2
Barnimer Land	102	103	9.636	9.535	94,5	92,6	41,1	34,3
Dahme-Seenland	79	78	11.166	11.846	141,3	151,9	45,7	45,6
Elbe-Elster-Land	53	55	34,2	34,8
Fläming	167	172	9.649	10.183	57,8	59,2	41,2	39,5
Havelland	191	187	14.567	14.284	76,3	76,4	35,0	33,7
Lausitzer Seenland	103	101	8.685	8.648	84,3	85,6	32,4	32,6
Potsdam	58	57	49,9	50,8
Prignitz	111	115	5.704	5.650	51,4	49,1	34,6	33,9
Ruppiner Seenland	204	199	15.325	15.166	75,1	76,2	38,0	39,1
Seenland Oder-Spree	257	257	21.967	22.031	85,5	85,7	38,9	38,3
Spreewald	253	251	17.904	18.529	70,8	73,8	47,9	47,2
Uckermark	146	143	12.121	12.048	83,0	84,3	37,2	38,2
Mecklenburg-Vorpommern	2.888	2.788	317.549	319.285	110,0	114,5	32,1	32,4
Mecklenburgische Ostseeküste	592	565	77.695	78.556	131,2	139,0	36,2	37,0
Mecklenburg, Schweiz und Seenplatte	475	463	53.149	54.117	111,9	116,9	27,6	27,0
Rügen/Hiddensee	661	630	67.824	67.713	102,6	107,5	31,4	31,3
Vorpommern	934	910	102.106	101.296	109,3	111,3	32,1	32,9
Westmecklenburg	226	220	16.775	17.603	74,2	80,0	28,5	28,9
Sachsen*	1.972	1.947	152.874	153.726	77,0	77,5	41,9	41,8
Chemnitz Zwickau Region	168	163	10787	10719	65,2	64,2	32,8	32,9
Dresden	178	181	25.564	27.112	146,4	143,6	49,4	48,7
Elbland	157	154	9.746	9.714	61,0	62,1	35,7	36,7
Erzgebirge	389	380	21382	21044	56,6	55,0	37,8	38,1
Leipzig	142	136	23.924	23.428	169,5	168,5	45,7	46,3
Leipzig Region	201	200	14.525	14.248	69,8	72,3	44,0	40,9
Oberlausitz/Niederschlesien	360	361	23.584	24.085	63,7	65,5	33,4	32,7
Sächsische Schweiz	232	230	13.091	13.148	57,1	56,4	44,3	44,0
Vogtland	145	142	10.271	10.228	69,0	70,8	44,0	44,3
Sachsen-Anhalt	1.095	1.102	77.688	78.621	70,9	70,9	32,0	32,0
Altmark	109	107	7.605	7.525	69,8	69,8	28,9	29,6
Anhalt-Wittenberg	160	161	12.262	12.495	76,6	76,6	29,4	29,4
Halle, Saale, Unstrut	218	224	14.347	14.717	65,8	65,8	33,0	32,3
Harz und Harzvorland	394	393	25.251	25.470	64,1	64,1	34,1	34,9
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	214	217	18.223	18.414	85,2	85,2	31,1	30,3
Thüringen	1.223	1.283	107.378	106.965	87,8	83,4	34,4	34,7
Altenburger Land	29	31	1441	1.477	49,7	47,6	32,6	30,7
Eichsfeld	53	55	2644	2868	49,9	52,1	40,5	39,8
Erfurt	73	83	6757	7.193	92,6	86,7	40,8	42,0
Saaleland	79	84	5.503	5.826	69,7	69,4	43,8	41,6
Südharz Kyffhäuser	70	73	4.586	4.649	65,5	63,7	33,8	33,2
Thüringer Rhön	74	75	3.886	3.816	52,5	50,9	37,2	37,9
Thüringer Vogtland	51	54	2.954	3.047	57,9	56,4	28,2	27,6
Thüringer Wald	533	553	51.624	49.747	96,9	90,0	32,6	32,4
Weimar	55	58	5.028	5.066	91,4	87,3	40,8	43,6
Weimarer Land	52	53	4597	4.552	88,4	85,9	33,9	33,7
Welterregion Wartburg-Hainich	154	164	18358	18.724	119,2	114,2	28,9	30,8

*Auslastungswerte ohne Campingplätze . Datenschutz

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter

Anhang 6: Kapazitäten der Hotellerie und Sonstigen Beherbergungsbetriebe nach Reisegebieten

	Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Pensionen, Gasthöfe)							
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Betten		Betriebsgröße (Betten pro Betrieb)		Auslastung der Betten (%)	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Brandenburg	901	884	48.719	48.980	54,5	55,4	41,1	41,1
Barnimer Land	51	52	2.248	2.472	44,1	47,5	34,9	34,8
Dahme-Seenland	37	38	4.402	4.528	119,0	119,2	46,9	48,1
Elbe-Elster-Land	27	29	546	605	20,2	20,9	26,0	26,9
Fläming	106	107	5.512	5.597	52,0	52,3	39,8	38,8
Havelland	84	81	4.500	4.499	53,6	55,5	36,0	34,7
Lausitzer Seenland	52	49	2.111	2.070	40,6	42,2	33,3	33,9
Potsdam	41	39	6.100	6.039	148,8	154,8	47,8	49,2
Prignitz	65	68	2.378	2.410	36,6	35,4	33,7	32,2
Ruppiner Seenland	102	100	4.659	4.611	45,7	46,1	40,8	39,7
Seenland Oder-Spree	135	132	6.477	6.388	48,0	48,4	37,4	37,3
Spreewald	140	135	6.854	6.815	49,0	50,5	47,0	47,8
Uckermark	54	54	2.932	2.946	54,3	54,6	43,1	44,1
Mecklenburg-Vorpommern	1.227	1.188	85.800	85.661	69,9	72,1	43,4	44,2
Mecklenburgische Ostseeküste	283	270	24.754	24.242	87,5	89,8	44,7	46,3
Mecklenburg. Schweiz und Seenplatte	214	206	10.790	10.359	50,4	50,3	37,9	38,3
Rügen/Hiddensee	232	228	18.349	18.217	79,1	79,9	44,2	44,0
Vorpommern	364	356	25.835	26.159	71,0	73,5	45,6	46,6
Westmecklenburg	134	128	6.072	6.684	45,3	52,2	36,2	36,7
Sachsen	1.372	1.345	90.258	90.739	65,8	67,5	41,2	41,4
Chemnitz Zwickau Region	k.A.	127	k.A.	7.214	k.A.	56,8	k.A.	32,7
Dresden	138	141	21.947	23.490	159,0	166,6	49,7	49,5
Elbland	k.A.	122	k.A.	5.654	k.A.	46,3	k.A.	31,9
Erzgebirge	k.A.	266	k.A.	11.945	k.A.	44,9	k.A.	37,3
Leipzig	107	101	19.467	18.790	181,9	186,0	46,5	47,3
Leipzig Region	k.A.	125	k.A.	6.044	k.A.	48,4	k.A.	33,2
Oberlausitz/Niederschlesien	229	225	8.568	8.446	37,4	37,5	33,9	33,3
Sächsische Schweiz	137	136	5.381	5.528	39,3	40,6	42,2	42,2
Vogtland	k.A.	102	k.A.	3.628	k.A.	35,6	k.A.	34,2
Sachsen-Anhalt	762	766	38.643	39.515	50,7	51,6	37,0	36,9
Altmark	73	72	2.621	2.753	35,9	38,2	32,8	33,2
Anhalt-Wittenberg	111	112	5.414	5.732	48,8	51,2	33,2	34,1
Halle, Saale, Unstrut	163	166	8.409	8.468	51,6	51,0	34,9	35,1
Harz und Harzvorland	259	258	12.770	12.903	49,3	50,0	41,2	41,5
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	156	158	9.429	9.659	60,4	61,1	36,3	35,3
Thüringen	834	850.	45.017	45.767	54,0	53,8.	37,5	37,4.
Altenburger Land	23	k.A.	718	k.A.	31,2	k.A.	33,8	k.A.
Eichsfeld	35	k.A.	1505	k.A.	43,0	k.A.	37,0	k.A.
Erfurt	55	k.A.	5268	k.A.	95,8	k.A.	44,0	k.A.
Saaleland	58	k.A.	3247	k.A.	56,0	k.A.	42,3	k.A.
Südharz Kyffhäuser	42	k.A.	1895	k.A.	45,1	k.A.	34,7	k.A.
Thüringer Rhön	45	k.A.	1425	k.A.	31,7	k.A.	30,0	k.A.
Thüringer Vogtland	35	k.A.	1817	k.A.	51,9	k.A.	35,3	k.A.
Thüringer Wald	358	k.A.	17458	k.A.	48,8	k.A.	34,7	k.A.
Weimar	42	k.A.	4187	k.A.	99,7	k.A.	41,5	k.A.
Weimarer Land	32	k.A.	1753	k.A.	54,8	k.A.	30,2	k.A.
Welterberegion Wartburg-Hainich	109	k.A.	5744	k.A.	52,7	k.A.	40,0	k.A.

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter, TH momentan für 2024 keine Daten auf Ebene der Reisegebiete

Fortsetzung Anhang 6:

	Sonstige Beherbergungsbetriebe (inkl. Camping)					
	Geöffnete Betriebe			Angebotene Schlafgelegenheiten		
	2023	2024		2023	2024	
Brandenburg	830	834		88.425	89.576	
Barnimer Land	51	51		7.388	7.063	
Dahme-Seenland	42	40		6.764	7.318	
Elbe-Elster-Land	26	26		.	.	
Fläming	61	65		4.137	4.586	
Havelland	107	106		10.067	9.785	
Lausitzer Seenland	51	52		6.574	6.578	
Potsdam	17	18		986	.	
Prignitz	46	47		3.371	3.240	
Ruppiner Seenland	102	99		10.666	10.555	
Seenland Oder-Spree	122	125		15.490	15.643	
Spreewald	113	116		11.050	11.714	
Uckermark	92	89		9.189	9.102	
Mecklenburg-Vorpommern	1.661	1.600		231.749	233.624	
Mecklenburgische Ostseeküste	309	295		52.941	54.314	
Mecklenburg. Schweiz und Seenplatte	261	257		42.359	43.758	
Rügen/Hiddensee	429	402		49.475	49.496	
Vorpommern	570	554		76.271	75.137	
Westmecklenburg	92	92		10.703	10.919	
Sachsen	602	602		62.317	62.987	
Chemnitz Zwickau Region	k.A.	36		k.A.	3.505	
Dresden	40	40		3615	3622	
Elbland	k.A.	32		k.A.	4.060	
Erzgebirge	k.A.	114		k.A.	9099	
Leipzig	36	35		.	4.638	
Leipzig Region	k.A.	75		k.A.	8.204	
Oberlausitz/Niederschlesien	131	136		14.998	15.639	
Sächsische Schweiz	95	94		7.707	7.620	
Vogtland	k.A.	40		k.A.	6.600	
Sachsen-Anhalt	333	336		39.045	39.106	
Altmark	36	35		4.984	4.772	
Anhalt-Wittenberg	49	49		6.848	6.763	
Halle, Saale, Unstrut	55	58		5.938	6.249	
Harz und Harzvorland	135	135		12.481	12.567	
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	58	59		8.794	8.755	
Thüringen	389	433		62.361	61.198.	
Altenburger Land	6	k.A.		723	k.A.	
Eichsfeld	18	k.A.		1.139	k.A.	
Erfurt	18	k.A.		1.489	k.A.	
Saaleland	21	k.A.		2.256	k.A.	
Südharz Kyffhäuser	28	k.A.		2.691	k.A.	
Thüringer Rhön	29	k.A.		2.461	k.A.	
Thüringer Vogtland	16	k.A.		1.137	k.A.	
Thüringer Wald	175	k.A.		34.166	k.A.	
Weimar	13	k.A.		841	k.A.	
Weimarer Land	20	k.A.		2.844	k.A.	
Welterberegion Wartburg-Hainich	45	k.A.		12.614	k.A.	

. Datenschutz

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter, TH momentan für 2024 keine Daten auf Ebene der Reisegebiete

Anhang 7: Airbnb/Vrbo-Einheiten

	2024	2025
Brandenburg	6.019	6.022
Mecklenburg-Vorpommern	46.939	47.260
Sachsen	10.114	10.388
Sachsen-Anhalt	4.664	4.962
Thüringen	4.193	4.163
Ostdeutschland	71.929	72.795
Deutschland	284.051	285.656

Quelle: dwif 2025, Daten airDNA (Stand: Februar 2025)

Anhang 8: Destinationsvergleich – Angebotskennzahlen (inkl. Camping)

	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)	
	2024	Veränderung ggü. 2023 (%)	2024	Veränderung ggü. 2023 (%)	2024	Veränderung ggü. 2023 (in Schlafgelegenheiten)
Küste						
Ostdeutschland	2.105	-3,7	247.565	+/-0,0	117,6	+4,4
Deutschland	6.727	-2,7	662.060	+0,3	98,4	+3,0
Mittelgebirge						
Ostdeutschland	1.900	+0,6	131.149	-1,4	69,0	-1,4
Deutschland*	14.875	-0,9	998.797	+0,4	67,1	+0,9
Städte						
Ostdeutschland	1.637	+0,4	158.456	-0,3	96,8	-0,7
Deutschland**	10.895	+0,7	1.268.107	+1,8	116,4	+1,2

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter sowie eigene Berechnungen; *ohne Westerwald; **ohne Saarland

Anhang 9: Destinationsvergleich – Nachfragekennzahlen (inkl. Camping)

	Ankünfte		Übernachtungen		Aufenthaltsdauer (Tage)	
	2024 (Tsd.)	Veränderung ggü. 2023 (%)	2024 (Tsd.)	Veränderung ggü. 2023 (%)	2024	Veränderung ggü. 2023
Küste						
Ostdeutschland	6.182	+4,4	26.933	+2,6	4,4	-0,1
Deutschland	16.869	+3,1	74.206	+1,3	4,4	-0,1
Mittelgebirge						
Ostdeutschland	4.408	-0,3	13.772	-0,2	3,1	+/-0,0
Deutschland	41.278	+1,3	114.463	+0,2	2,8	+/-0,0
Städte						
Ostdeutschland	11.333	+3,7	24.241	+1,8	2,1	+/-0,0
Deutschland*	102.902	+5,2	216.071	+3,7	2,1	+/-0,0

Quelle: dwif 2025, Daten Statistische Landesämter sowie eigene Berechnungen, *saarländische Städte hochgerechnet

Anhang 10: Besucherentwicklung Freizeitwirtschaft 2019 bis 2024 (Index 2019=100)

Kategorie		2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ausflugsschiffe/Fähren	Ost-D	100	69,3	59,5	80,6	86,7	87,0
	gesamt	100	67,6	67,2	85,7	88,8	90,3
Bergbahnen	Ost-D	100	85,7	63,0	88,9	84,4	91,5
	gesamt	100	84,9	62,3	85,6	80,6	87,6
Burgen/Schlösser	Ost-D	100	57,9	45,5	82,0	90,7	97,5
	gesamt	100	56,1	46,2	84,2	92,8	97,3
Erlebnisbäder/Thermen	Ost-D	100	52,0	41,3	78,1	91,1	92,0
	gesamt	100	43,9	39,9	81,8	91,3	94,5
Freilichtmuseen/Besucherbergwerke	Ost-D	100	80,3	71,6	102,7	116,7	105,8
	gesamt	100	62,8	71,7	99,2	106,5	100,3
Freizeit-/Erlebniseinrichtungen	Ost-D	100	58,7	56,9	91,3	99,2	98,3
	gesamt	100	63,5	64,1	91,2	93,3	94,7
Kirchen	Ost-D	100	67,1	60,0	82,0	84,3	84,3
	gesamt	100	61,9	55,8	78,8	81,6	83,0
Landschaftsattraktionen	Ost-D	100	88,7	77,7	101,9	113,1	107,8
	gesamt	100	85,7	89,2	108,5	114,2	115,1
Museen/Ausstellungen	Ost-D	100	50,3	38,3	72,3	82,1	82,9
	gesamt	100	48,3	41,6	78,2	87,5	89,8
Naturinfozentren	Ost-D	100	87,6	73,8	89,4	147,7	134,1
	gesamt	100	63,0	58,8	83,5	109,2	103,2
Private Eisenbahnen	Ost-D	100	73,0	66,1	87,4	89,1	96,3
	gesamt	100	73,0	66,1	87,4	89,1	96,3
Stadtführungen	Ost-D	100	32,1	45,3	67,4	82,3	85,8
	gesamt	100	28,0	39,1	67,8	80,8	83,5
Zoos/Tierparks	Ost-D	100	89,9	85,9	104,8	104,7	98,5
	gesamt	100	84,4	91,7	105,0	103,6	104,0

Quelle: dwif 2025, Daten dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Anhang 11: Besucherentwicklung nach Bundesländern 2019 bis 2024 (Index 2019=100)

Bundesland	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Brandenburg	100	50,8	48,2	82,3	90,2	89,0
Mecklenburg-Vorpommern	100	67,9	59,7	86,0	104,6	105,1
Sachsen	100	61,2	49,0	83,6	90,0	91,5
Sachsen-Anhalt	100	74,7	65,6	89,0	95,6	98,5
Thüringen	100	64,8	54,8	78,5	84,6	86,3
Ostdeutschland	100	63,2	54,0	84,0	92,2	93,4
Freizeitwirtschaft in allen erfassten Bundesländern	100	58,7	55,9	86,8	93,0	95,3

Quelle: dwif 2025, Daten dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Hinweis: Die Entwicklungsraten 2024 ggü. 2023 der Indexdarstellung im Bereich Freizeitwirtschaft entsprechen nicht den Werten im Text, da der Kurzfristentwicklung eine andere Datenbasis zugrunde liegt als der Langfristentwicklung.

Anhang 12: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2019, 2023 und 2024

	2019			2023			2024		
	Gast-gewerbe	alle Branchen	Anteil Gast-gewerbe (%)	Gast-gewerbe	alle Branchen	Anteil Gast-gewerbe (%)	Gast-gewerbe	alle Branchen	Anteil Gast-gewerbe (%)
BB	31.112	854.164	3,6	29.921	883.289	3,4	30.696	881.641	3,5
MV	37.642	578.848	6,5	37.304	581.066	6,4	36.677	577.322	6,4
SN	55.230	1.617.162	3,4	54.243	1.643.696	3,3	55.035	1.637.894	3,4
ST	24.321	799.399	3,0	23.820	799.075	3,0	23.583	793.259	3,0
TH	22.519	804.770	2,8	22.136	799.544	2,8	22.165	791.968	2,8
Ost-D	170.824	4.654.343	3,7	167.424	4.706.670	3,6	168.156	4.682.084	3,6
D	1.109.106	33.407.262	3,3	1.095.616	34.709.056	3,2	1.114.349	34.837.102	3,2

Quelle: dwif 2025, Daten Bundesagentur für Arbeit (BB: Brandenburg, MV: Mecklenburg-Vorpommern, SN: Sachsen, ST: Sachsen-Anhalt, TH: Thüringen, D: Deutschland)

Anhang 13: Reale Umsatzentwicklung im ostdeutschen Gastgewerbe

	Veränderung ggü. Vorjahr (%)					
	2020	2021	2022	2023	2024	2024
Brandenburg						
Gastgewerbe	2,4	-30,4	-5,8	51,3	-5,5	-2,3
Beherbergung	3,1	-38,1	-4,3	36,0	-4,2	1,9
Gastronomie	1,9	-26,2	-6,5	56,0	-6,3	-4,9
Mecklenburg-Vorpommern						
Gastgewerbe	1,7	-23,0	-3,1	21,3	-0,2	-4
Beherbergung	1,5	-24,2	0,2	23,8	-0,6	-2,9
Gastronomie	2,2	-20,9	-8,9	19,1	0,4	-5,7
Sachsen						
Gastgewerbe	1,6	-33,8	-9,7	35,3	4,9	-2,6
Beherbergung	-0,4	-41,5	-13,6	55,7	7,4	0,6
Gastronomie	2,8	-29,3	-7,9	28,5	3,5	-4,5
Sachsen-Anhalt						
Gastgewerbe	3,0	-31,9	-5,6	26,6	-2,3	-3,6
Beherbergung	3,3	-38,5	0,3	54,1	-2,8	-1,4
Gastronomie	2,9	-27,4	-9,2	21,3	-2,1	-4,7
Thüringen						
Gastgewerbe	-1,9	-35,3	-0,9	20,0	2,7	-0,9
Beherbergung	-0,3	-40,1	-2,8	31,9	15,3	-1,1
Gastronomie	-2,8	-32,3	0,2	17,0	-4,1	-0,8
Deutschland						
Gastgewerbe	0,6	-38,9	-2,3	45,1	1,1	-2,6
Beherbergung	0,5	-45,8	1,3	64,0	4,5	-0,4
Gastronomie	0,6	-35,0	-4,0	38,7	-0,8	-3,8

Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt

Anhang 14: Situation und Entwicklung nach Betriebstypen auf Bundesebene

Eine betriebstypenbezogene Analyse ermöglicht einen besseren Vergleich als die Auswertung der Kennzahlen nach Bundesländern. Die einzelnen Betriebe profitieren, da sie sich direkt mit den Kennzahlen anderer messen können. Die langfristige Betrachtung von 2013 bis 2023 bietet darüber hinaus eine gute Potenzialeinschätzung für den jeweiligen Betriebstyp.¹

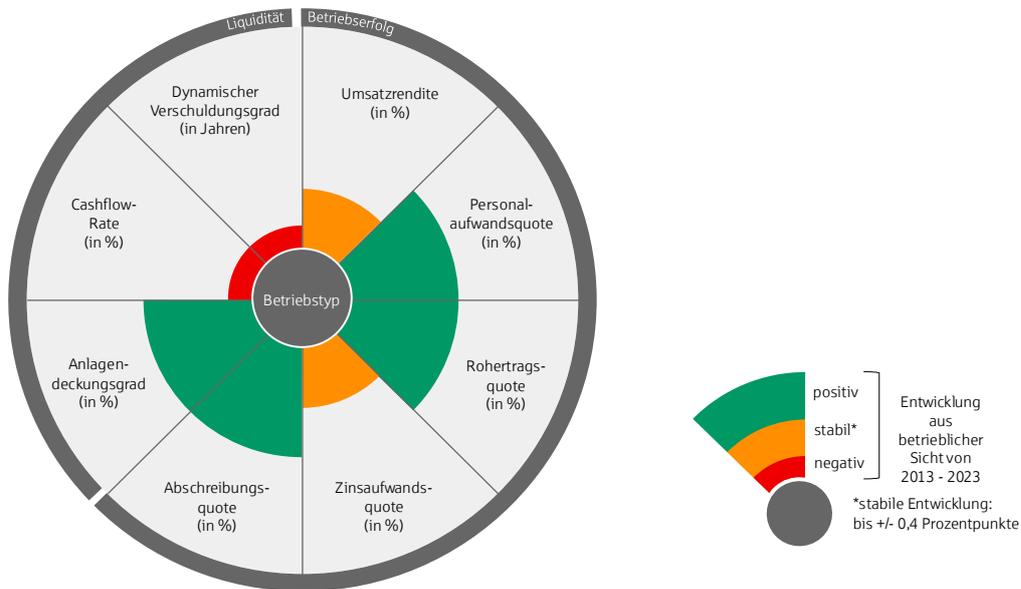
Die verschiedenen Betriebstypen aus dem Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe werden im jährlichen Wechsel analysiert. In diesem Jahr steht die Entwicklung des Beherbergungsgewerbes im Mittelpunkt: Dazu gehören Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe und Pensionen. Infolge zu geringer Fallzahlen auf Länderebene werden die Deutschlandwerte analysiert. Sie haben dank der großen Fallzahlen eine starke Aussagekraft.

Hinweis:

Definitionen und Zeitreihenvergleiche der aufgeführten Kennzahlen sind in den folgenden Anhängen zusammengestellt auch für das Beherbergungsgewerbe.

Die wesentlichen Kennzahlen und deren Entwicklung werden in Form eines Kennzahlenbarometers für die einzelnen Betriebstypen dargestellt.

Erläuterung Kennzahlenbarometer für Schlüsselkennziffern²



Quelle: dwif 2025

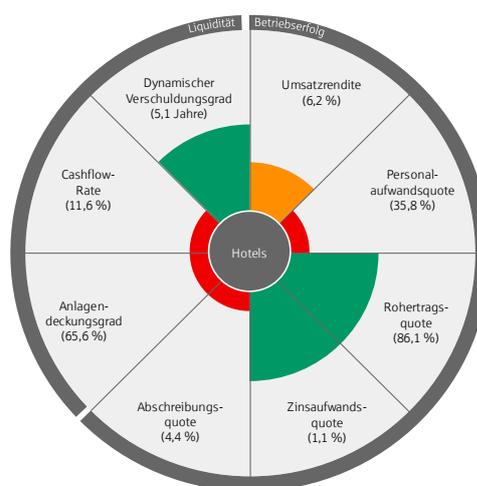
Hotels

Zusammenfassung

- Im Jahr 2023 ist eine teilweise spürbare Erholung sowie ein beginnender Strukturwandel im Hotelgewerbe erkennbar, die eine Wende nach den herausfordernden Pandemie Jahren andeuten.
- Im Jahr 2023 übertraf der Umsatz je Betrieb erstmals das Niveau von 2019 sowie die Zwei-Millionen-Euro-Marke.
- Die Rentabilität im Hotelgewerbe steht unter Druck, da Gewinnmargen und Cashflow-Rate im Jahr 2023 jeweils ihren Tiefststand erreicht haben.

Fakten ³	2013	2022	2023
Betriebe	13.307	12.217	12.196
Betten	1.086.346	1.190.541	1.212.860
Betriebsgröße	81,6	97,4	99,4
Ankünfte	83.161.146	82.365.484	93.598.990
Übernachtungen	167.405.773	173.247.716	190.673.595
Bettenauslastung	42,9%	41,1%	44,1%
Marktanteil an Übernachtungen ⁴	65,7%	64,5%	64,8%
Ø- Umsatz pro Betrieb	1.356.723€	2.032.123€	2.383.759€
Kreditnehmerquote bei den Sparkassen ⁵	64,7%	70,2%	73,1%

Quelle: dwif 2025, Daten: DSV 2025, Statistisches Bundesamt 2025



Die Auswirkungen der Corona-Krise und der damit einhergehenden Betriebsschließungen prägten das Hotelgewerbe bis ins Jahr 2022. Im Jahr 2023 zeigt sich nun eine positive Wende: Erstmals seit über einem Jahrzehnt steigt die Zahl der Hotelbetriebe wieder an, nachdem sie zuvor kontinuierlich rückläufig war. Auch beim durchschnittlichen Umsatz je Hotelbetrieb ist eine Erholung erkennbar. Während sich dieser im ersten Pandemiejahr nahezu halbierte, zeigt sich seit 2021 eine anhaltend positive Entwicklung. Im Jahr 2023 wurde nicht nur das Umsatzniveau von 2019 übertroffen, sondern erstmals auch die Marke von zwei Millionen Euro pro Betrieb überschritten. Die Tendenz hin zu größeren und leistungsfähigeren Betrieben setzt sich damit weiter fort. Auch der Marktanteil des Betriebstyps Hotel – gemessen an allen gewerblichen Übernachtungen – erholt sich kontinuierlich. Nachdem dieser pandemiebedingt im Jahr 2021 auf 63,6 Prozent gesunken war, ist er inzwischen wieder auf 64,8 Prozent angestiegen.

Die Rentabilität hat sich zuletzt verschlechtert – nach dem Höchstwert von 10,1 Prozent im Jahr 2021 ist die Gewinnmarge seither rückläufig. 2023 fiel die Gewinnmarge um 1,5 Prozentpunkte auf 6,2 Prozent – den tiefsten Stand seit zehn Jahren. Auch die Cashflow-Rate spiegelt diese Entwicklung wider. Mit einem Wert von 11,6 Prozent liegt sie 2023 auf dem niedrigsten Stand seit 2013. Damit ist die Innenfinanzierungskraft der Hotelbetriebe aktuell eingeschränkt, was die Fähigkeit zur eigenständigen Finanzierung von Investitionen oder zur Rücklagenbildung schwächt. Diese Entwicklung ist in erster Linie auf gestiegene Kosten zurückzuführen – etwa im Bereich Personal oder Energie, die vielfach nicht vollständig an die Gäste weitergegeben werden konnten. Trotz positiver Umsatzentwicklungen bleibt die Rentabilität damit unter Druck. Ungeachtet der rückläufigen Rentabilität zeigen die Finanzkennzahlen der Hotelbetriebe 2023 eine gewisse Stabilität, insbesondere durch die gestiegene Eigenkapitalquote auf einen Rekordwert von 15 Prozent. Auch Investitions-, Abschreibungs- und Zinsaufwandsquoten bleiben kurzfristig (gegenüber 2022) konstant, während sich der Verschuldungsgrad nur leicht verschlechtert – ein Zeichen für Erholungspotenziale.

³ Alle Angaben entstammen der amtlichen Umsatzsteuerstatistik mit den Jahreswerten für 2013, 2022 und 2023.

⁴ Anteil der Übernachtungen, gemessen an allen Übernachtungen innerhalb der Hotellerie.

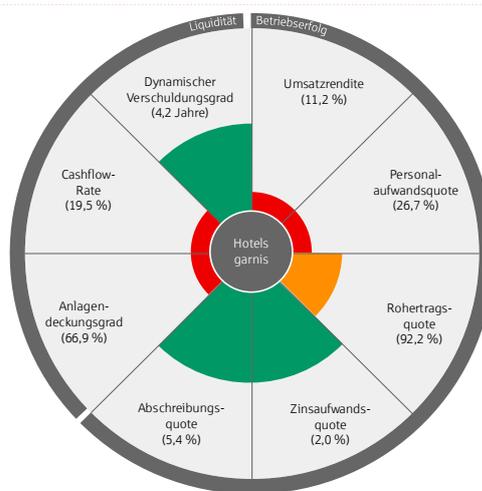
⁵ Anteil der Bilanzen des Betriebstyps Hotel, gemessen an allen vorliegenden Bilanzen im Beherbergungssegment.

Hotels garnis

Zusammenfassung

- Seit dem Einbruch der Zahlen während der Pandemiejahre hat sich das Segment Hotel garnis erholt, weiterhin größere Betriebe etabliert und seinen Marktanteil bis 2023 auf über 25 Prozent gesteigert.
- Nach einer Erholung von Cashflow und Gewinnmarge bis über das Niveau von 2019, verzeichnete das Segment 2023 erneut einen leichten Rückgang auf den niedrigsten Stand seit der Pandemie.
- Die Eigenkapitalquote stieg 2023 zum zweiten Mal in Folge auf 12,2 Prozent und zeigt trotz kurzfristiger Nachholeffekte eine langfristig stabile Entwicklung.

Fakten ⁶	2013	2022	2023
Betriebe	7.581	6.756	6.707
Betten	353.262	447.537	1.212.860
Betriebsgröße	46,6	66,2	69,2
Ankünfte	25.768.820	31.123.741	36.192.884
Übernachtungen	55.278.191	67.361.331	75.453.851
Bettenauslastung	44,1%	42,4%	45,6%
Marktanteil an Übernachtungen ⁷	21,7%	25,1%	25,7%
Ø- Umsatz pro Be- trieb	526.810€	736.231€	855.594€
Kreditnehmer- quote bei den Sparkassen ⁸	15,1%	18,3%	18,4%



Quelle: dwif 2025, Daten: DSV 2025, Statistisches Bundesamt 2025

Im ersten Pandemiejahr 2020 verzeichnete das Segment Hotel garnis einen Einbruch bei den Übernachtungszahlen, die sich nahezu halbierten. Seither hat sich der Markt erholt: Im Jahr 2023 wurden neue Rekordwerte bei den Übernachtungen erreicht. Zu sehen ist eine strukturelle Veränderung innerhalb des Segments: Die Zahl der Betriebe ging zurück, während die verfügbare Bettenanzahl zunahm – ein Trend zu größeren Betriebseinheiten. Der Marktanteil stagnierte zunächst bis 2021 bei 23,8 Prozent, konnte jedoch in den Folgejahren ausgebaut werden und überschritt erstmals die Marke von 25 Prozent.

Auch die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen entwickelten sich nach dem pandemiebedingten Einbruch positiv. Sowohl die Umsatzrendite als auch die Cashflow-Rate erholten sich. Die Innenfinanzierungskraft übertraf zeitweise sogar das Niveau von 2019. Im Jahr 2023 verzeichnete das Segment jedoch erneut einen leichten Rückgang, wobei die Kennzahlen – mit Ausnahme des Pandemiejahres 2020 – ein neues Tief erreichten. Die Eigenkapitalquote hat sich im Jahr 2023 zum zweiten Mal in Folge verbessert und liegt aktuell bei 12,2 Prozent. Trotz dieser positiven Entwicklung bleibt sie noch etwa drei Prozentpunkte unter dem Niveau von 2019. Im Zehnjahresvergleich zeigt sich jedoch eine Verbesserung: Gegenüber 2013 ist die Quote um 0,5 Prozentpunkte gestiegen. Dies weist auf eine langfristig stabile Eigenkapitalbasis hin, auch wenn kurzfristig noch Nachholeffekte sichtbar sind. Auf der Kostenseite zeigen sich dagegen Belastungen. Die Mietaufwandsquote ist seit 2013 um fast 16 Prozentpunkte gestiegen, während die Personalaufwandsquote um rund 14 Prozentpunkte zulegen – ein Ausdruck der allgemeinen Kosteninflation sowie struktureller Veränderungen im Hotelmarkt. Kurzfristig betrachtet ist eine gewisse Stabilisierung zu beobachten: Die Zinsaufwandsquote blieb im Jahr 2023 mit zwei Prozent auf dem Vorjahresniveau. Auch die Investitionsquote verharrte bei 1,8 Prozent. Angesichts des gestiegenen Umsatzes im Jahr 2023 bedeutet dies, dass tatsächlich mehr investiert wurde – denn die Investitionsquote bemisst sich relativ zum Umsatz. Der dynamische Verschuldungsgrad blieb ebenfalls weitgehend stabil und verlängerte sich lediglich um 0,1 Jahre.

⁶ Alle Angaben entstammen der amtlichen Umsatzsteuerstatistik mit den Jahreswerten für 2013, 2022 und 2023.

⁷ Anteil der Übernachtungen, gemessen an allen Übernachtungen innerhalb der Hotellerie.

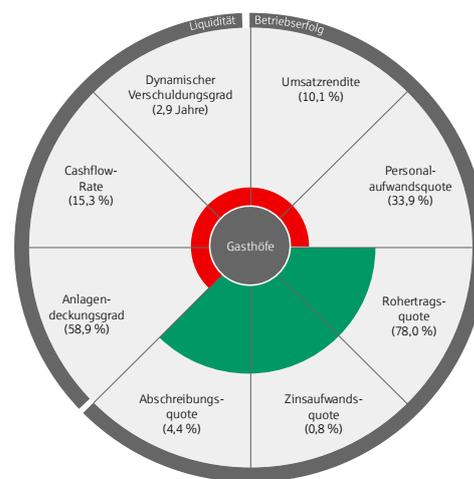
⁸ Anteil der Bilanzen des Betriebstyps Hotel garnis, gemessen an allen vorliegenden Bilanzen im Beherbergungssegment.

Gasthof

Zusammenfassung

- Im Segment der Gasthöfe blieb die Erholung 2023 aus; die Marktberreinigung schritt voran, wobei über 30 Prozent der Betriebe im Vergleich zu 2013 schlossen.
- Trotz gestiegener Auslastung ist der Marktanteil der Gasthöfe 2023 auf 5,1 Prozent gesunken.
- Die Verluste der Gasthöfe waren teilweise so erheblich, dass das Eigenkapital im Jahr 2023 aufgebraucht ist und bei minus 2,6 Prozent liegt.

Fakten ⁹	2013	2022	2023
Betriebe	7.864	5.688	5.473
Betten	191.512	149.893	144.641
Betriebsgröße	24,4	26,4	26,4
Ankünfte	8.494.903	6.927.141	7.097.859
Übernachtungen	18.115.828	15.091.036	15.090.771
Bettenauslastung	26,9%	29,0%	30,1%
Marktanteil an Übernachtungen ¹⁰	7,1%	5,6%	5,1%
Ø-Umsatz pro Betrieb	249.771€	431.519€	478.278€
Kreditnehmerquote bei den Sparkassen ¹¹	14,8%	8,8%	6,6%



Quelle: dwif 2025, Daten: DSV 2025, Statistisches Bundesamt 2025

Im Segment der Gasthöfe gab es ähnlich viel Veränderung in den letzten Jahren. Jedoch hat hier 2023 nicht wie bei allen anderen die erhoffte Erholung gebracht. Die Marktberreinigung ist fortgeschritten. Die Anzahl der Betriebe ist im Vergleich zu vor zehn Jahren um über 30 Prozent zurückgegangen, parallel dazu die Betten ebenfalls. Allerdings nicht allzu stark um 24,5 Prozent, sprich größere und leistungstärkere Betriebe konnten sich eher am Markt halten. Der Marktanteil der Gasthöfe hat sich trotz gestiegener Auslastung verringert und liegt bei 5,1 Prozent im Jahr 2023.

Im Gegensatz zu den Segmenten Hotel und Hotel garnis verzeichneten die Gasthöfe im Jahr 2020 keinen Rückgang bei der Umsatzrendite und der Innenfinanzierungskraft – im Gegenteil, beide Kennzahlen stiegen an. Seit 2022 jedoch zeigt sich in diesem Segment wieder eine rückläufige Entwicklung. So sank die Umsatzrendite im Jahr 2023 im Vergleich zum Vorjahr um zwei Prozentpunkte. Die Cashflow-Rate erreichte mit aktuell 15,3 Prozent erneut ihren bisherigen Tiefstwert. Zusätzlich mussten Gasthöfe teilweise hohe Verluste hinnehmen, sodass das Eigenkapital vollständig aufgebraucht wurde und nun mit minus 2,6 Prozent im negativen Bereich liegt. Die Personalkosten bleiben auch für Gasthöfe der größte Kostenblock und stiegen jährlich um etwa einen Prozentpunkt. Gestiegene Personalausgaben führten zu einer Personalaufwandsquote von fast 33,9 Prozent in 2023. Die Mietaufwandsquote ist im Vergleich zum Vorjahr kurzfristig um fast zwei Prozentpunkte gestiegen und liegt im Jahr 2023 bei fünf Prozent. Der Anstieg der Mietkosten setzte die Rentabilität zusätzlich unter Druck. Gleichzeitig sind die Investitionsquote (von drei Prozent auf 2,4 Prozent) sowie die Abschreibungsquote und Zinsaufwandsquote (jeweils um zwei Prozentpunkte) gesunken. Die Anlagendeckung sank sogar um etwa 15 Prozentpunkte im Jahr 2023. Immerhin die Rohertragsquote konnte sich um einen Prozentpunkt steigern. Gasthöfe investieren angesichts der unsicheren Finanzlage derzeit weniger und befinden sich teilweise in einer Konsolidierungsphase. Langfristig könnte das ihre Wettbewerbsfähigkeit schwächen.

⁹ Alle Angaben entstammen der amtlichen Umsatzsteuerstatistik mit den Jahreswerten für 2013, 2022 und 2023.

¹⁰ Anteil der Übernachtungen, gemessen an allen Übernachtungen innerhalb der Hotellerie.

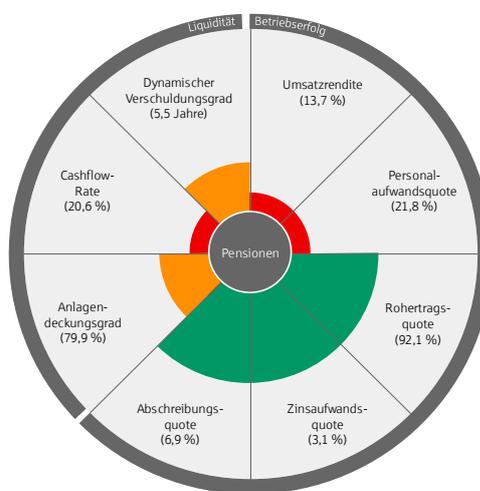
¹¹ Anteil der Bilanzen des Betriebstyps Gasthof, gemessen an allen vorliegenden Bilanzen im Beherbergungssegment.

Pension

Zusammenfassung

- Die Zahl der Pensionen ist in den letzten zehn Jahren stetig gesunken. Bis zum Jahr 2023 reduzierte sich die Anzahl der Betriebe um fast 15 Prozent.
- Im Jahr 2022 überschritt der durchschnittliche Umsatz pro Betrieb erstmals die Marke von 200.000 Euro, was auch 2023 weiter gesteigert werden kann, wodurch die Eigenkapitalquote im Segment der Pensionen auf einen Rekordwert von 35,6 Prozent ansteigt – ein Plus von 3,5 Prozentpunkten.
- Die Innenfinanzierungskraft aus dem Jahr 2022 konnte nicht beibehalten werden, wodurch die Cashflow-Rate 2023 um 5,4 Prozentpunkte und die Umsatzrendite um etwa drei Prozentpunkte zurückgingen.

Fakten ¹²	2013	2022	2023
Betriebe	5.251	4.599	4.482
Betten	127.110	111.105	107.481
Betriebsgröße	24,2	24,2	24,0
Ankünfte	4.797.499	4.184.898	4.335.501
Übernachtungen	14.021.642	12.839.029	12.777.601
Bettenauslastung	32,0%	33,7%	34,8%
Marktanteil an Übernachtungen ¹³	5,5%	4,8%	4,4%
Ø- Umsatz pro Be- trieb	160.253€	221.797€	228.298€
Kreditnehmer- quote bei den Sparkassen ¹⁴	5,4%	2,7%	1,9%



Quelle: dwif 2025, Daten: DSV 2025, Statistisches Bundesamt 2025

Analog zur Entwicklung bei den Gasthöfen ist auch die Anzahl der Pensionen in den vergangenen zehn Jahren kontinuierlich zurückgegangen. Bis zum Jahr 2023 verringerte sich die Zahl der Betriebe um fast 15 Prozent. Damit einher ging auch ein Rückgang der verfügbaren Bettenkapazität, was zu einer leichten Verkleinerung der durchschnittlichen Betriebsgröße gegenüber dem Vorjahr führte. Nach einem deutlichen Einbruch von Auslastung und Nachfrage während der Pandemiejahre zeigte sich im Jahr 2022 eine erste Erholung, die 2023 auf moderatem Niveau stabilisiert werden konnte. Der Marktanteil hingegen setzte seinen negativen Trend fort und sank um weitere vier Prozentpunkte auf 4,4 Prozent.

Wie in allen anderen Segmenten konnte auch die starke Innenfinanzierungskraft aus dem Jahr 2022 nicht beibehalten werden. Infolgedessen sank die Cashflow-Rate im Jahr 2023 im Vergleich zum Vorjahr um 5,4 Prozentpunkte, während die Umsatzrendite um etwa drei Prozentpunkte zurückging. Erstmals überschritt der durchschnittliche Umsatz pro Betrieb im Jahr 2022 die Marke von 200.000 Euro, und dieser Wert konnte auch im Jahr 2023 weiter gesteigert werden. Dadurch steigt die Eigenkapitalquote im Segment der Pensionen um 3,5 Prozentpunkte auf einen Rekordwert von 35,6 Prozent im Jahr 2023. Insgesamt sind die Werte im Jahr 2023 im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen: So erhöhte sich die Rotertragsquote um einen Prozentpunkt auf 92,1 Prozent. Auch die Zinsaufwandsquote stieg um einen Prozentpunkt, und der Verschuldungsgrad nahm um etwa zwei Jahre zu. Hinsichtlich der Personalkosten ist festzustellen, dass diese kurzfristig gesenkt wurden und nun mit 21,8 Prozent unter dem Niveau von 2019 liegen. Die Investitionsquote reduzierte sich um 0,6 Prozentpunkte und liegt mit 2,3 Prozent auf dem gleichen Niveau wie vor zehn Jahren. Aufgrund des gestiegenen Umsatzes bedeutete dies jedoch ein insgesamt höheres Investitionsaufkommen.

¹² Alle Angaben entstammen der amtlichen Umsatzsteuerstatistik mit den Jahreswerten für 2013, 2022 und 2023.

¹³ Anteil der Übernachtungen, gemessen an allen Übernachtungen innerhalb der Hotellerie.

¹⁴ Anteil der Bilanzen des Betriebstyps Pension, gemessen an allen vorliegenden Bilanzen im Beherbergungssegment.

Anhang 15: Definitionen der EBIL-Kennzahlen

Umsatzrendite	$\frac{\text{Betriebsergebnis}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Umsatzrentabilität oder -rendite bezeichnet das erzielte Betriebsergebnis, ausgedrückt in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz). Sie wird als Nachweis für die Ertragskraft eines Unternehmens gesehen.
Personalaufwandsquote	$\frac{\text{Personalaufwand}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Personalaufwandsquote wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Rohertragsquote	$\frac{\text{Rohertrag}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Der Rohertrag ist definiert als Gesamtleistung (Nettoumsatz) abzüglich Warenaufwand. Die Rohertragsquote drückt den obigen Wert in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) aus. Er dient somit als Nachweis für die Wirtschaftlichkeit des Wareneinsatzes.
Zinsaufwandsquote	$\frac{\text{Zinsaufwand}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Zinsaufwandsquote wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Abschreibungsquote	$\frac{\text{Abschreibungen}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Abschreibungsquote wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Investitionsquote	$\frac{\text{Brutto-Anlageinvestitionen}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Investitionsquote misst die Brutto-Anlageinvestitionen des Geschäftsjahres an der Gesamtleistung (Nettoumsatz). Erfasst werden die Zugänge des Sachanlagevermögens und der immateriellen Anlagewerte. Sie wird als Nachweis für die Investitionsneigung eines Unternehmens gesehen.
Mietaufwandsquote	$\frac{\text{Miet- und Leasingaufwand}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Die Miet- und Leasingaufwandsquote wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Anlagendeckung	$\frac{\text{Wirtschaftl. Eigenkapital + langfr. Fremdkapital}}{\text{Anlagevermögen + Unterbilanz}} \times 100$	→ Der Anlagendeckungsgrad ist eine Kennzahl zur Beurteilung der finanziellen Stabilität des Unternehmens (fristenkongruente Finanzierung des längerfristig gebundenen Vermögens).
Cashflow-Rate	$\frac{\text{Cashflow (vor Steuern)}}{\text{Gesamtleistung (Nettoumsatz)}} \times 100$	→ Der Cashflow vor Steuern versteht sich als Summe aus Gewinn, Abschreibungen auf Anlagevermögen und Veränderungen bei Rückstellungen und Wertberichtigungen und wird ins Verhältnis zur Gesamtleistung gesetzt. Die Kennzahl Cashflow-Rate drückt die Innenfinanzierungskraft eines Betriebes aus.
Dynamischer Verschuldungsgrad	$\frac{\text{Fremdkapital}}{\text{Cashflow (vor Steuern)}} \times 100$	→ Der dynamische Verschuldungsgrad stellt eine Kennzahl zur Beurteilung der Innenfinanzierungskraft dar. Er wird in Jahren ausgedrückt und gibt somit an, wie lange es dauern würde, bis die Verbindlichkeiten durch den Cashflow abbezahlt worden wären.
Eigenkapitalquote	$\frac{\text{Eigenkapital}}{\text{Bilanzsumme}} \times 100$	→ Als Richtwert wird ein Eigenkapitalanteil von 40 Prozent angenommen, weil dies im Zuge von Finanzierungen eine gebräuchliche Forderung darstellt. Gerade im Gastgewerbe ist zu beobachten, dass die Verbindlichkeiten der Betriebe häufig höher sind als das Anlage- und Umlaufvermögen zusammen.

Quelle: dwif 2025

Anhang 16: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen nach Betriebstyp im Zeitvergleich – Teil 1

Kennzahl / Betriebstyp	2013	2019	2022	2023	2023 1. Quartil	2023 3. Quartil	Veränderung 2013/23 (%-Punkte)	Veränderung 2022/23 (%-Punkte)
Cashflow-Rate								
Beherbergung	15,1	14,7	15,6	13,2	4,4	24,0	-1,9	-2,4
Hotels	13,0	13,0	13,8	11,6	3,6	21,9	-1,4	-2,2
Hotels garnis	21,0	20,6	21,8	19,5	6,6	27,8	-1,5	-2,3
Gasthöfe	16,3	15,9	17,3	15,3	8,6	24,5	-1,0	-2,0
Pensionen	25,9	27,4	26,0	20,6	7,8	34,1	-5,3	-5,4
Gastronomie	13,6	13,7	14,7	12,3	5,6	21,6	-1,3	-2,4
Restaurant m. herk. Bedienung	14,2	14,8	16,6	14,5	6,3	23,3	0,3	-2,1
Restaurant m. SB	7,9	7,8	7,6	7,6	4,5	11,5	-0,3	0,0
Cafés	13,3	14,5	13,5	11,3	4,6	20,2	-2,0	-2,2
Eissalons	21,9	21,5	24,8	19,0	11,5	25,1	-2,9	-5,8
Umsatzrendite								
Beherbergung	8,3	8,8	9,8	7,6	0,0	17,0	-0,7	-2,2
Hotels	6,5	7,4	7,7	6,2	-0,4	14,8	-0,3	-1,5
Hotels garnis	12,4	13,7	14,8	11,2	2,5	22,4	-1,2	-3,6
Gasthöfe	10,8	10,0	12,4	10,1	4,2	18,2	-0,7	-2,3
Pensionen	15,5	16,4	16,6	13,7	2,5	22,3	-1,8	-2,9
Gastronomie	9,8	10,4	11,3	9,3	2,7	18,2	-0,5	-2,0
Restaurant m. herk. Bedienung	10,7	11,5	12,9	11,3	3,2	19,8	0,6	-1,6
Restaurant m. SB	5,4	4,8	4,7	5,0	1,9	8,8	-0,4	0,3
Cafés	9,4	10,7	9,8	7,5	1,7	17,0	-1,9	-2,3
Eissalons	15,7	16,3	19,7	15,4	7,6	20,1	-0,3	-4,3
Rohertragsquote								
Beherbergung	83,6	86,0	86,8	86,7	81,7	92,7	3,1	-0,1
Hotels	83,6	85,5	86,3	86,1	81,8	91,2	2,5	-0,2
Hotels garnis	92,0	92,9	93,4	92,2	86,7	95,8	0,2	-1,2
Gasthöfe	72,1	75,1	77,0	78,0	73,1	82,3	5,9	1,0
Pensionen	89,5	91,9	91,1	92,1	85,7	99,2	2,6	1,0
Gastronomie	70,2	71,9	72,5	72,6	69,3	76,6	2,4	0,1
Restaurant m. herk. Bedienung	69,6	71,7	72,4	73,1	69,0	77,1	3,5	0,7
Restaurant m. SB	70,4	71,5	71,7	71,6	70,1	73,8	1,2	-0,1
Cafés	71,9	74,1	74,3	73,4	67,8	78,0	1,5	-0,9
Eissalons	75,2	77,3	76,9	75,1	70,6	79,9	-0,1	-1,8
Personalaufwandsquote								
Beherbergung	30,9	34,5	34,7	35,8	25,3	43,2	4,9	1,1
Hotels	22,3	25,6	24,8	26,7	18,5	36,0	4,4	1,9
Hotels garnis	27,1	34,5	32,7	33,9	28,1	41,3	6,8	1,2
Gasthöfe	17,5	21,9	23,6	21,8	8,9	33,4	4,3	-1,8
Pensionen	29	33,2	32,7	34,4	27,9	40,7	5,4	1,7
Gastronomie	29,1	33,8	33,0	35,3	27,4	42,0	6,2	2,3
Restaurant m. herk. Bedienung	29,6	31,6	31,3	32,9	29,6	35,6	3,3	1,6
Restaurant m. SB	30,1	35,7	34,8	34,6	27,0	45,3	4,5	-0,2
Cafés	24,1	27,7	25,7	30,4	28,1	36,6	6,3	4,7
Eissalons	30,9	34,5	34,7	35,8	25,3	43,2	4,9	1,1
Abschreibungsquote								
Beherbergung	5,7	5,0	5,0	4,6	2,2	9,0	-1,1	-0,4
Hotels	5,5	4,9	4,8	4,4	2,1	8,4	-1,1	-0,4
Hotels garnis	6,7	5,7	5,8	5,4	2,6	10,5	-1,3	-0,4
Gasthöfe	5,0	4,3	4,6	4,4	1,8	6,4	-0,6	-0,2
Pensionen	9,7	8,2	6,8	6,9	3,9	8,8	-2,8	0,1
Gastronomie	3,1	2,8	2,8	2,5	1,5	4,2	-0,6	-0,3
Restaurant m. herk. Bedienung	3	2,7	2,7	2,5	1,4	4,3	-0,5	-0,2
Restaurant m. SB	2,4	2,6	2,7	2,4	1,8	3,5	0,0	-0,3
Cafés	3,3	3,3	3,3	2,7	1,4	5,0	-0,6	-0,6
Eissalons	5,4	4,1	4,5	4,1	2,6	5,5	-1,3	-0,4

Quelle: dwif 2025, Daten DSV 2025 (Sonderauswertung EBIL-Daten)

Anhang 17: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen nach Betriebstyp im Zeitvergleich – Teil 2

Kennzahl / Betriebstyp	2013	2019	2022	2023	2023 1. Quartil	2023 3. Quartil	Veränderung 2013/23 (%-Punkte)	Veränderung 2022/23 (%-Punkte)
Zinsaufwandsquote								
Beherbergung	2,9	1,4	1,2	1,2	0,4	3,5	-1,7	0,0
Hotels	2,6	1,4	1,1	1,1	0,3	3,1	-1,5	0,0
Hotels garnis	3,3	2,0	2,0	2,0	0,5	4,6	-1,3	0,0
Gasthöfe	2,9	1,3	1,0	0,8	0,3	2,3	-2,1	-0,2
Pensionen	5,5	2,2	2,6	3,1	1,2	4,8	-2,4	0,5
Gastronomie	1	0,6	0,4	0,4	0,2	1,2	-0,6	0,0
Restaurant m. herk. Bedienung	1,1	0,7	0,5	0,5	0,2	1,3	-0,6	0,0
Restaurant m. SB	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1	0,5	-0,3	-0,1
Cafés	1,2	0,8	0,6	0,8	0,3	1,5	-0,4	0,2
Eissalons	2	0,7	0,7	0,7	0,3	1,1	-1,3	0,0
Investitionsquote								
Beherbergung	1,9	2,0	2,5	2,2	0,7	6,8	0,3	-0,3
Hotels	1,9	2,1	2,5	2,3	0,8	7,1	0,4	-0,2
Hotels garnis	2,1	1,8	1,8	1,8	0,4	5,1	-0,3	0,0
Gasthöfe	1,6	2,1	3,0	2,4	0,7	7,0	0,8	-0,6
Pensionen	2,3	2,9	2,9	2,3	0,7	11,9	0,0	-0,6
Gastronomie	1,1	1,3	1,4	1,4	0,5	4,1	0,3	0,0
Restaurant m. herk. Bedienung	1,1	1,2	1,5	1,4	0,4	4,3	0,3	-0,1
Restaurant m. SB	0,8	1,1	0,9	1,0	0,5	2,7	0,2	0,1
Cafés	1,1	1,5	1,9	2,9	0,9	6,8	1,8	1,0
Eissalons	1,1	3,3	2,8	5,8	0,5	15,3	4,7	3,0
Anlagendeckung								
Beherbergung	72,0	69,5	71,3	66,3	29,7	99,9	-5,7	-5,0
Hotels	71,3	69,5	70,0	65,6	29,7	101,5	-5,7	-4,4
Hotels garnis	77,4	71,0	72,8	66,9	31,7	96,0	-10,5	-5,9
Gasthöfe	65,3	64,1	74,2	58,9	8,4	97,2	-6,4	-15,3
Pensionen	80,1	74,2	80,3	79,9	68,5	114,4	-0,2	-0,4
Gastronomie	46,9	43,8	51,3	50,6	5,7	123,9	3,7	-0,7
Restaurant m. herk. Bedienung	49,3	47,3	57,3	59,6	8,6	137,6	10,3	2,3
Restaurant m. SB	32,7	28,3	22,6	27,8	0,0	81,3	-4,9	5,2
Cafés	44,2	45,1	45,6	40,0	6,2	90,3	-4,2	-5,6
Eissalons	40,5	38,0	61,6	87,2	24,8	156,1	46,7	25,6
Dynamischer Verschuldungsgrad								
Beherbergung	5,9	3,9	4,4	4,8	2,4	10,0	-1,1	0,4
Hotels	6,6	4,3	4,7	5,1	2,6	11,1	-1,5	0,4
Hotels garnis	5,3	3,5	4,1	4,2	1,6	8,9	-1,1	0,1
Gasthöfe	4,7	3,3	3,0	2,9	1,4	6,1	-1,8	-0,1
Pensionen	5,4	3,1	3,5	5,5	2,1	7,6	0,1	2,0
Gastronomie	2,9	2,0	2,0	2,1	0,9	4,4	-0,8	0,1
Restaurant m. herk. Bedienung	2,9	1,9	1,8	1,8	0,8	4,3	-1,1	0,0
Restaurant m. SB	3,3	3,4	3,3	2,8	1,5	4,4	-0,5	-0,5
Cafés	3,1	1,8	2,3	2,4	0,8	6,3	-0,7	0,1
Eissalons	2,1	1,5	1,5	1,5	1,1	2,0	-0,6	0,0
Eigenkapitalquote								
Beherbergung	6,5	14,9	13,5	14,0	-6,7	41,3	7,5	0,5
Hotels	6,6	14,8	13,9	15,0	-4,2	39,6	8,4	1,1
Hotels garnis	11,7	15,4	11,0	12,2	-7,0	47,5	0,5	1,2
Gasthöfe	0,0	7,9	12,8	-2,6	-25,7	35,3	-2,6	-15,4
Pensionen	11,1	30,5	32,2	35,6	5,5	51,2	24,5	3,4
Gastronomie	0,0	5,1	7,5	10,0	-19,9	40,1	10,0	2,5
Restaurant m. herk. Bedienung	0,0	5,5	8,9	13,2	-13,7	42,3	13,2	4,3
Restaurant m. SB	0,0	3,0	0,3	1,3	-33,6	33,3	1,3	1,0
Cafés	0,0	4,0	6,4	1,0	-33,2	31,7	1,0	-5,4
Eissalons	0,0	8,9	13,1	14,1	-22,7	52,3	14,1	1,0

Quelle: dwif 2025, Daten DSV 2025 (Sonderauswertung EBIL-Daten)

Anhang 18: Betriebswirtschaftliche Kennziffern Beherbergungsgewerbe nach Bundesländern im Vergleich

Kennzahl / Bundesland	2013	2019	2022	2023	2023 1. Quartil	2023 3. Quartil	Veränderung 2013/23 (%-Punkte)	Veränderung 2022/23 (%-Punkte)
Umsatzrendite								
Brandenburg	5,8	7,5	11,3	9,6	-0,2	14,5	3,8	-1,6
Mecklenburg-Vorpommern	10,9	12,3	13,6	11,2	-0,5	20,7	0,2	-2,4
Sachsen	7,3	7,9	8,7	7,3	0,2	12,5	0,0	-1,4
Sachsen-Anhalt	6,0	7,9	5,9	0,7	-0,5	13,1	-5,3	-5,2
Thüringen	7,1	8,8	6,3	6,8	0,7	14,2	-0,3	0,5
Ostdeutschland	8,0	9,1	9,6	8,4	-0,1	15,5	0,3	-1,3
Deutschland	9,0	9,6	10,5	8,4	1,2	17,5	-0,7	-2,2
Cashflow-Rate								
Brandenburg	12,1	12,0	15,8	12,7	3,0	19,2	0,6	-3,1
Mecklenburg-Vorpommern	19,6	17,4	18,0	17,4	3,5	26,0	-2,2	-0,5
Sachsen	11,8	12,8	14,8	12,4	5,6	19,7	0,6	-2,3
Sachsen-Anhalt	10,6	13,0	11,9	6,5	2,0	20,9	-4,1	-5,4
Thüringen	12,8	14,3	12,6	10,7	3,9	18,3	-2,1	-1,9
Ostdeutschland	14,2	14,1	15,1	13,3	4,0	21,4	-0,9	-1,7
Deutschland	14,4	14,2	15,2	12,8	4,9	22,9	-1,6	-2,4
Investitionsquote								
Brandenburg	1,8	3,4	3,0	1,4	0,7	7,1	-0,3	-1,5
Mecklenburg-Vorpommern	1,8	1,8	3,9	2,4	0,8	13,0	0,7	-1,4
Sachsen	2,2	1,7	2,1	2,0	1,0	5,3	-0,2	0,0
Sachsen-Anhalt	1,4	2,2	4,3	3,6	1,3	15,7	2,2	-0,7
Thüringen	2,1	1,6	2,3	0,0	0,0	0,0	-2,1	-2,3
Ostdeutschland	1,89	2,0	3,0	2,0	0,8	8,2	0,1	-1,0
Deutschland	1,5	1,7	2,0	1,8	0,6	5,6	0,3	-0,1
Personalaufwandsquote								
Brandenburg	31,1	36,5	36,7	37,7	31,3	45,8	6,5	0,9
Mecklenburg-Vorpommern	26,0	31,7	35,0	37,9	30,3	44,4	11,9	2,9
Sachsen	32,5	36,1	37,1	39,7	32,0	45,1	7,2	2,6
Sachsen-Anhalt	29,2	36,3	16,7	35,5	31,8	45,4	6,3	18,8
Thüringen	30,7	34,0	34,1	30,8	20,9	42,3	0,1	-3,3
Ostdeutschland	29,7	34,7	36,4	37,7	30,4	44,8	8,1	1,4
Deutschland	28,8	33,0	34,1	34,2	25,2	41,4	5,4	0,1
Eigenkapital								
Brandenburg	9,6	13,7	16,8	22,4	1,7	46,3	12,8	5,6
Mecklenburg-Vorpommern	7,5	17,6	22,6	6,8	-23,6	49,1	-0,7	-15,8
Sachsen	8,6	17,5	20,2	17,7	1,2	42,3	9,1	-2,5
Sachsen-Anhalt	5,1	15,1	23,9	32,0	2,3	48,6	26,9	8,1
Thüringen	3,0	10,7	22,8	4,6	-3,4	30,4	1,6	-18,2
Ostdeutschland	7,2	15,7	21,1	15,5	-6,1	44,6	8,3	-5,6
Deutschland	3,3	10,1	10,5	12,2	-12,6	40,8	8,9	1,7
Mietaufwandsquote								
Brandenburg	4,2	4,3	3,0	2,6	1,4	6,8	-1,6	-0,4
Mecklenburg-Vorpommern	3,2	4,3	5,2	7,5	2,3	13,5	4,3	2,3
Sachsen	4,9	5,5	5,2	5,6	2,9	10,9	0,7	0,4
Sachsen-Anhalt	3,3	4,1	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-3,3	k.A.
Thüringen	4,3	6,0	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-4,3	k.A.
Ostdeutschland	4,0	4,9	4,5	4,6	2,0	9,1	0,7	0,2
Deutschland	5,0	7,2	7,8	7,8	2,7	14,5	2,8	0,0
Dynamischer Verschuldungsgrad								
Brandenburg	6,2	4,5	3,7	0,8	0,4	3,0	-5,4	-2,8
Mecklenburg-Vorpommern	6,1	3,5	3,3	5,4	2,2	9,9	-0,7	2,1
Sachsen	4,6	3,1	4,0	3,8	2,4	6,7	-0,8	-0,2
Sachsen-Anhalt	6,1	4,5	k.A.	8,6	3,0	29,2	2,5	8,6
Thüringen	6,9	3,5	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	-6,9	k.A.
Ostdeutschland	5,8	3,7	3,8	3,7	1,8	8,0	-2,1	-0,1
Deutschland	4,4	3,0	3,2	3,6	1,7	7,5	-0,8	0,4

Quelle: dwif 2025, Daten DSV 2025 (Sonderauswertung EBIL-Daten)

Anhang 19: Performance Score nach Reisegebieten und Bundesländern (Skala 0 bis 100 Punkte)

	2024	Veränderung ggü. 2023
Brandenburg	83,1	0,4
Barnimer Land	84,2	0,8
Dahme-Seenland	82,9	0,6
Elbe-Elster-Land	86,4	-0,7
Fläming	83,0	0,1
Havelland	82,4	0,8
Lausitzer Seenland	85,6	1,0
Potsdam	82,3	1,0
Prignitz	84,9	0,2
Ruppiner Seenland	83,4	0,9
Seenland Oder-Spree	84,0	1,1
Spreewald	82,1	-0,7
Uckermark	85,5	0,8
Mecklenburg-Vorpommern	84,8	0,3
Mecklenburgische Ostseeküste	84,4	0,3
Mecklenburg. Schweiz und Seenplatte	85,2	0,4
Rügen/Hiddensee	84,8	-0,1
Vorpommern	85,8	0,3
Westmecklenburg	82,4	1,2
Sachsen	84,5	0,4
Chemnitz Zwickau Region	83,1	-0,6
Dresden	83,9	0,6
Elbland	85,5	0,6
Erzgebirge	86,2	0,2
Leipzig	83,5	0,7
Leipzig Region	83,4	0,3
Oberlausitz/Niederschlesien	87,1	0,2
Sächsische Schweiz	87,0	0,0
Vogtland	86,0	0,3
Sachsen-Anhalt	83,4	0,3
Altmark	85,1	-0,5
Anhalt-Wittenberg	82,8	-0,1
Halle, Saale-Unstrut	81,4	0,3
Harz und Harzvorland	85,2	0,6
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	82,4	0,4
Thüringen	83,5	0,4
Altenburger Land	80,6	-0,4
Eichsfeld	88,4	-0,4
Erfurt	81,9	0,4
Saaleland	82,3	1,2
Südharz Kyffhäuser	85,0	0,0
Thüringer Rhön	87,5	1,0
Thüringer Vogtland	84,2	0,9
Thüringer Wald	84,3	0,6
Weimar	83,0	0,6
Weimarer Land	84,2	-0,5
Welterberegion Wartburg-Hainich	84,0	-0,1

Quelle: dwif 2025, Daten Trustyou GmbH sowie eigene Berechnungen

Anhang 20: Performance Score Kategoriewerte nach Bundesländern 2024 (Skala 0 bis 100 Punkte)

Kategorien	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland	Deutschland
Zimmer	63,6	66,4	65,9	66,4	64,9	65,7	64,3
Essen & Trinken	78,3	82,7	79,8	80,3	81,3	80,7	80,9
Location	89,5	91,1	91,0	92,0	91,0	91,0	89,7
Service	85,1	89,8	89,9	89,4	90,3	89,2	87,6
Hotel	36,7	39,0	42,5	43,9	40,5	40,4	39,6
Außenanlagen	82,3	84,8	86,9	84,8	81,6	84,4	83,0
Preis	53,0	56,8	64,5	70,6	64,3	61,4	65,0
Internet	40,0	31,3	38,6	41,7	39,2	37,0	41,2
Performance Score	83,1	84,8	84,5	83,4	83,5	84,2	83,3

Quelle: dwif 2025, Daten Trustyou GmbH sowie eigene Berechnungen

Anhang 21: Themenorientierte Qualitätssiegel 2025

	Bett+Bike-Betriebe	Qualitätsgastgeber „Wanderbares Deutschland“	ADAC- Campingplätze	„i-Marke“-Tourist- informationen	Reisen für alle
Brandenburg	460	24	58	66	5
Anteil an Deutschland (in %)	10,2	1,9	5,1	9,2	0,2
Barnimer Land	24	3	5	11	1
Dahme-Seenland	8	0	1	2	1
Elbe-Elster-Land	14	0	1	2	1
Fläming	33	0	4	3	0
Havelland	49	0	9	5	0
Lausitzer Seenland	47	0	5	3	1
Potsdam	10	0	1	2	1
Prignitz	33	0	0	4	0
Ruppiner Seenland	42	9	9	8	0
Seenland Oder-Spree	86	1	7	14	0
Spreewald	77	0	11	7	0
Uckermark	37	11	5	5	0
Mecklenburg-Vorpommern	165	5	98	37	143
Anteil an Deutschland (in %)	3,7	0,4	8,6	5,2	5,1
Mecklenburgische Ostseeküste	27	0	16	9	41
Mecklenburg, Schweiz und Seenplatte	49	4	33	5	35
Rügen/Hiddensee	11	1	17	8	25
Vorpommern	49	0	23	13	37
Westmecklenburg	29	0	9	2	5
Sachsen	153	34	41	42	5
Anteil an Deutschland (in %)	3,4	2,8	3,6	5,9	0,2
Chemnitz Zwickau Region	6	0	1	2	0
Dresden	15	0	2	2	1
Elbland	17	0	3	4	0
Erzgebirge	18	14	8	7	0
Leipzig	7	0	2	1	2
Leipzig Region	23	4	6	6	1
Oberlausitz/Niederschlesien	45	1	9	14	0
Sächsische Schweiz	9	1	8	3	1
Vogtland	13	14	2	3	0
Sachsen-Anhalt	124	14	27	23	247
Anteil an Deutschland (in %)	2,7	1,1	2,4	3,2	8,8
Altmark	21	1	2	3	19
Anhalt-Wittenberg	26	1	4	4	67
Halle, Saale-Unstrut	26	2	3	3	49
Harz und Harzvorland	15	10	11	4	53
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	36	0	7	9	59
Thüringen	112	62	30	51	89
Anteil an Deutschland (in %)	2,5	5,0	2,6	7,1	3,2
Altenburger Land	4	1	1	1	3
Eichsfeld	7	6	1	2	3
Erfurt	3	0	0	0	29
Saaleland	5	2	1	1	1
Südharz Kyffhäuser	4	3	1	4	2
Thüringer Rhön	10	1	2	2	0
Thüringer Vogtland	4	1	3	3	2
Thüringer Wald	29	33	14	28	23
Weimar	7	2	0	1	6
Weimarer Land	10	3	3	3	3
Welterbergregion Wartburg-Hainich	29	10	4	6	17
Ostdeutschland	1.014	139	254	219	489
Deutschland	4.513	1.231	1.136	716	2.791

Quelle: dwif 2025, Daten Deutscher Wanderverband, PiNCAMP GmbH, Deutscher Tourismusverband Service GmbH, ADFC Bett+Bike Service GmbH, Bayern Tourist GmbH (jeweiliger Stand: Januar/Februar 2024)

Anhang 22: DEHOGA Hotelklassifizierung (Anzahl der Betriebe) 2025

	1 Stern	2 Sterne	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Gesamt
Brandenburg	1	11	113	67	2	194
Anteil an Deutschland (in %)	2,9	5,3	3,1	2,9	1,8	3,1
Barnimer Land	0	0	4	4	0	8
Dahme-Seenland	0	0	4	1	0	5
Elbe-Elster-Land	0	2	5	0	0	7
Fläming	1	1	17	7	1	27
Havelland	0	2	13	5	0	20
Lausitzer Seenland	0	0	8	1	0	9
Potsdam	0	0	4	8	0	12
Prignitz	0	2	14	7	0	23
Ruppiner Seenland	0	1	9	6	0	16
Seenland Oder-Spree	0	0	11	9	1	21
Spreewald	0	3	14	18	0	35
Uckermark	0	0	10	1	0	11
Mecklenburg-Vorpommern	1	5	120	120	9	255
Anteil an Deutschland (in %)	2,9	2,4	3,3	5,1	8,0	4,0
Mecklenburgische Ostseeküste	1	1	22	29	2	55
Mecklenburg, Schweiz und Seenplatte	0	2	28	11	0	41
Rügen/Hiddensee	0	0	19	21	2	42
Vorpommern	0	0	35	44	4	83
Westmecklenburg	0	2	16	15	1	34
Sachsen	2	2	143	129	5	281
Anteil an Deutschland (in %)	5,9	1,0	3,9	5,5	4,4	4,4
Chemnitz Zwickau Region	0	2	14	14	0	30
Dresden	1	0	17	18	4	40
Elbland	1	0	12	9	0	22
Erzgebirge	0	0	24	22	0	46
Leipzig	0	0	10	16	0	26
Leipzig Region	0	0	8	6	0	14
Oberlausitz/Niederschlesien	0	0	29	21	1	51
Sächsische Schweiz	0	0	22	15	0	37
Vogtland	0	0	7	8	0	15
Sachsen-Anhalt	0	1	58	39	0	98
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	0,5	1,6	1,7	0,0	1,5
Altmark	0	0	2	3	0	5
Anhalt-Wittenberg	0	1	8	6	0	15
Halle, Saale-Unstrut	0	0	19	7	0	26
Harz und Harzvorland	0	0	20	18	0	38
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	0	0	9	5	0	14
Thüringen	0	5	121	62	2	190
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	2,4	3,3	2,6	1,8	3,0
Altenburger Land	0	0	2	0	0	2
Eichsfeld	0	0	6	4	0	10
Erfurt	0	1	6	11	0	18
Saaleland	0	1	7	6	1	15
Südharz Kyffhäuser	0	0	6	2	0	8
Thüringer Rhön	0	0	7	2	0	9
Thüringer Vogtland	0	0	4	2	0	6
Thüringer Wald	0	2	59	18	0	79
Weimar	0	0	5	4	0	9
Weimarer Land	0	0	3	1	1	5
Welterberegion Wartburg-Hainich	0	1	16	12	0	29
Ostdeutschland	4	24	555	417	18	1.018
Deutschland	34	206	3.627	2.350	113	6.330

Quelle: dwif 2025, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH (Stand: Januar 2025)

Anhang 23: DTV-Klassifizierung Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Ferienzimmer 2025

	1 Stern	2 Sterne	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Gesamt
Brandenburg	0	27	165	418	89	699
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	8,8	2,5	3,4	1,6	2,8
Barnimer Land	0	2	36	6	9	53
Dahme-Seenland	0	0	4	8	6	18
Elbe-Elster-Land	0	1	8	13	2	24
Fläming	0	2	12	10	4	28
Havelland	0	2	23	77	4	106
Lausitzer Seenland	0	2	13	31	0	46
Potsdam	0	1	0	0	1	2
Prignitz	0	0	3	9	2	14
Ruppiner Seenland	0	0	10	17	1	28
Seenland Oder-Spree	0	4	23	34	34	95
Spreewald	0	4	20	116	21	161
Uckermark	0	9	13	97	5	124
Mecklenburg-Vorpommern	0	14	235	768	781	1.798
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	4,6	3,5	6,2	13,6	7,1
Mecklenburgische Ostseeküste	0	0	21	56	71	148
Mecklenburg. Schweiz und Seenplatte	0	3	39	95	168	305
Rügen/Hiddensee	0	0	65	166	97	328
Vorpommern	0	11	108	446	437	1.002
Westmecklenburg	0	0	2	5	8	15
Sachsen	0	3	155	360	305	823
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	1,0	2,3	2,9	5,3	3,3
Chemnitz Zwickau Region	0	0	6	1	1	8
Dresden	0	0	5	7	66	78
Elbland	0	0	15	16	5	36
Erzgebirge	0	0	30	97	30	157
Leipzig	0	0	0	0	13	13
Leipzig Region	0	2	35	15	46	98
Oberlausitz/Niederschlesien	0	0	24	104	75	203
Sächsische Schweiz	0	1	26	77	46	150
Vogtland	0	0	14	43	23	80
Sachsen-Anhalt	0	1	29	89	17	136
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	0,3	0,4	0,7	0,3	0,5
Altmark	0	0	4	5	0	9
Anhalt-Wittenberg	0	0	2	2	1	5
Halle, Saale-Unstrut	0	1	0	14	4	19
Harz und Harzvorland	0	0	23	59	12	94
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	0	0	0	9	0	9
Thüringen	0	7	107	96	75	285
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	2,3	1,6	0,8	1,3	1,1
Altenburger Land	0	0	0	0	1	1
Eichsfeld	0	0	1	10	1	12
Erfurt	0	3	26	6	0	35
Saaleland	0	0	0	1	0	1
Südharz Kyffhäuser	0	0	9	3	0	12
Thüringer Rhön	0	0	0	3	3	6
Thüringer Vogtland	0	0	2	1	23	26
Thüringer Wald	0	4	50	50	18	122
Weimar	0	0	0	0	0	0
Weimarer Land	0	0	7	3	1	11
Welterberegion Wartburg-Hainich	0	0	12	19	28	59
Ostdeutschland	0	52	691	1.731	1.267	3.741
Deutschland	9	306	6.674	12.434	5.738	25.161

Quelle: dwif 2025, Daten Deutscher Tourismusverband Service GmbH (Stand: Januar 2025)

Anhang 24: ServiceQ Klassifizierung 2025

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Brandenburg	263	15	7	285
Anteil an Deutschland (in %)	24,5	11,5	17,5	22,9
Barnimer Land	11	1	0	12
Dahme-Seenland	7	0	0	7
Elbe-Elster-Land	9	0	0	9
Fläming	17	0	0	17
Havelland	31	0	0	31
Lausitzer Seenland	17	2	1	20
Potsdam	9	1	1	11
Prignitz	15	0	0	15
Ruppiner Seenland	17	3	0	20
Seenland Oder-Spree	44	1	1	46
Spreewald	65	7	4	76
Uckermark	21	0	0	21
Mecklenburg-Vorpommern	14	4	0	18
Anteil an Deutschland (in %)	1,3	3,1	0,0	1,4
Mecklenburgische Ostseeküste	4	2	0	6
Mecklenburg, Schweiz und Seenplatte	2	1	0	3
Rügen/Hiddensee	1	0	0	1
Vorpommern	7	1	0	8
Westmecklenburg	0	0	0	0
Sachsen	59	14	19	92
Anteil an Deutschland (in %)	5,5	10,7	47,5	7,4
Chemnitz Zwickau Region	3	1	2	6
Dresden	6	1	4	11
Elbland	4	1	3	8
Erzgebirge	11	3	2	16
Leipzig	4	0	0	4
Leipzig Region	7	1	2	10
Oberlausitz/Niederschlesien	10	3	3	16
Sächsische Schweiz	5	2	3	10
Vogtland	9	2	0	11
Sachsen-Anhalt	31	4	0	35
Anteil an Deutschland (in %)	2,9	3,1	0,0	2,8
Altmark	3	0	0	3
Anhalt-Wittenberg	3	0	0	3
Halle, Saale-Unstrut	6	1	0	7
Harz und Harzvorland	6	0	0	6
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	13	3	0	16
Thüringen	13	3	1	17
Anteil an Deutschland (in %)	1,2	2,3	2,5	1,4
Altenburger Land	1	0	0	1
Eichsfeld	0	0	0	0
Erfurt	1	0	0	1
Saaleland	1	0	1	2
Südharz Kyffhäuser	1	0	0	1
Thüringer Rhön	2	1	0	3
Thüringer Vogtland	2	0	0	2
Thüringer Wald	3	0	0	3
Weimar	0	0	0	0
Weimarer Land	0	1	0	1
Welterberegion Wartburg-Hainich	2	1	0	3
Ostdeutschland	380	40	27	447
Deutschland	1.074	131	40	1.245

Quelle: dwif 2025, Daten Deutscher Tourismusverband Service GmbH (Stand: Januar 2025)

Anhang 25: DEHOGA-Umweltcheck 2025

	Bronze	Silber	Gold	Gesamt
Brandenburg	1	0	2	3
Anteil an Deutschland (in %)	1,9	0,0	1,0	1,0
Barnimer Land	0	0	0	0
Dahme-Seenland	1	0	0	1
Elbe-Elster-Land	0	0	0	0
Fläming	0	0	0	0
Havelland	0	0	0	0
Lausitzer Seenland	0	0	0	0
Potsdam	0	0	0	0
Prignitz	0	0	0	0
Ruppiner Seenland	0	0	0	0
Seenland Oder-Spree	0	0	0	0
Spreewald	0	0	1	1
Uckermark	0	0	1	1
Mecklenburg-Vorpommern	1	1	6	8
Anteil an Deutschland (in %)	1,9	2,6	3,1	2,8
Mecklenburgische Ostseeküste	1	0	2	3
Mecklenburg. Schweiz und Seenplatte	0	0	0	0
Rügen/Hiddensee	0	0	1	1
Vorpommern	0	0	1	1
Westmecklenburg	0	1	2	3
Sachsen	2	2	18	22
Anteil an Deutschland (in %)	3,8	5,1	9,2	7,6
Chemnitz Zwickau Region	0	0	1	1
Dresden	0	0	4	4
Elbland	0	0	0	0
Erzgebirge	0	0	4	4
Leipzig	0	1	3	4
Leipzig Region	2	0	0	2
Oberlausitz/Niederschlesien	0	0	3	3
Sächsische Schweiz	0	1	2	3
Vogtland	0	0	1	1
Sachsen-Anhalt	1	1	4	6
Anteil an Deutschland (in %)	1,9	2,6	2,0	2,1
Altmark	0	0	1	1
Anhalt-Wittenberg	0	0	0	0
Halle, Saale-Unstrut	0	0	2	2
Harz und Harzvorland	1	0	1	2
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	0	1	0	1
Thüringen	0	0	7	7
Anteil an Deutschland (in %)	0,0	0,0	3,6	2,4
Altenburger Land	0	0	0	0
Eichsfeld	0	0	0	0
Erfurt	0	0	2	2
Saaleland	0	0	0	0
Südharz Kyffhäuser	0	0	0	0
Thüringer Rhön	0	0	0	0
Thüringer Vogtland	0	0	0	0
Thüringer Wald	0	0	2	2
Weimar	0	0	0	0
Weimarer Land	0	0	0	0
Welterberegion Wartburg-Hainich	0	0	3	3
Ostdeutschland	5	4	37	46
Deutschland	53	39	196	288

Quelle: dwif 2025, Daten Deutscher Hotel und Gaststättenverband e.V. (Stand: Januar 2025)

Anhang 26: GreenSign – Das Nachhaltigkeitssiegel für Hotels 2025

	Gesamt
Brandenburg	20
Anteil an Deutschland (in %)	2,8
Barnimer Land	0
Dahme-Seenland	1
Elbe-Elster-Land	0
Fläming	1
Havelland	3
Lausitzer Seenland	1
Potsdam	2
Prignitz	1
Ruppiner Seenland	3
Seenland Oder-Spree	3
Spreewald	5
Uckermark	0
Mecklenburg-Vorpommern	22
Anteil an Deutschland (in %)	3,1
Mecklenburgische Ostseeküste	4
Mecklenburg, Schweiz und Seenplatte	2
Rügen/Hiddensee	2
Vorpommern	14
Westmecklenburg	0
Sachsen	38
Anteil an Deutschland (in %)	5,3
Chemnitz Zwickau Region	3
Dresden	11
Elbland	2
Erzgebirge	0
Leipzig	15
Leipzig Region	3
Oberlausitz/Niederschlesien	1
Sächsische Schweiz	1
Vogtland	2
Sachsen-Anhalt	6
Anteil an Deutschland (in %)	0,8
Altmark	0
Anhalt-Wittenberg	0
Halle, Saale-Unstrut	2
Harz und Harzvorland	2
Magdeburg, Elbe-Börde-Heide	2
Thüringen	12
Anteil an Deutschland (in %)	1,7
Altenburger Land	0
Eichsfeld	2
Erfurt	3
Saaleland	0
Südharz Kyffhäuser	0
Thüringer Rhön	0
Thüringer Vogtland	1
Thüringer Wald	1
Weimar	2
Weimarer Land	3
Welterberegion Wartburg-Hainich	0
Ostdeutschland	98
Deutschland	715

Quelle: dwif 2025, Daten GreenSign Institut GmbH (Stand: Januar 2025)

Anhang 27: Wahrgenommene Auswirkungen des Tourismus auf den Wohnort nach Bundesländern (Tourismusakzeptanzsaldo)

Antwortmöglichkeiten (in %, TAS-W -100 bis +100)	Brandenburg	Mecklenburg- Vorpommern	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Ostdeutsch- land
Überwiegend positiv	31,6	35,9	31,2	27,8	32,3	31,5
Eher positiv	30,7	33,0	33,2	23,8	25,5	29,7
neutral	27,3	22,6	28,7	33,5	31,2	28,9
Eher negativ	6,1	5,1	3,0	6,4	5,9	5,0
Überwiegend negativ	2,3	2,5	1,0	5,1	2,6	2,5
Weiß nicht	2,0	0,8	2,9	3,5	2,5	2,5
TAS-W	+54	+61	+60	+40	+49	+54

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 28: Wahrgenommene Auswirkungen des Tourismus auf den Wohnort nach Altersgruppen (Tourismusakzeptanzsaldo)

Antwortmöglichkeiten (in %, TAS-W -100 bis +100)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Überwiegend positiv	24,3	33,7	31,3
Eher positiv	35,5	30,6	27,0
neutral	29,3	27,3	30,5
Eher negativ	4,2	4,3	5,9
Überwiegend negativ	2,9	2,0	2,8
Weiß nicht	3,8	2,1	2,4
TAS-W	+53	+58	+50

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 29: Wahrgenommene Auswirkungen des Tourismus für sich persönlich nach Bundesländern (Tourismusakzeptanzsaldo)

Antwortmöglichkeiten (in %, TAS-P -100 bis +100)	Brandenburg	Mecklenburg- Vorpommern	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Ostdeutsch- land
Überwiegend positiv	17,0	18,6	16,3	18,6	22,0	18,1
Eher positiv	21,8	23,0	21,4	17,3	20,2	20,8
neutral	47,0	43,1	48,8	48,0	46,1	47,1
Eher negativ	8,6	9,3	7,1	6,8	6,2	7,5
Überwiegend negativ	3,7	4,2	2,0	5,6	2,7	3,4
Weiß nicht	2,0	1,7	4,3	3,6	2,8	3,1
TAS-P	+26	+28	+29	+24	+33	+28

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 30: Wahrgenommene Auswirkungen des Tourismus für sich persönlich nach Altersgruppen (Tourismusakzeptanzsaldo)

Antwortmöglichkeiten (in %, TAS-P -100 bis +100)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Überwiegend positiv	10,6	19,3	19,2
Eher positiv	15,0	18,3	25,3
neutral	50,4	49,6	43,3
Eher negativ	13,6	6,3	6,9
Überwiegend negativ	5,5	3,7	2,4
Weiß nicht	4,8	2,9	2,8
TAS-P	+6	+28	+35

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 31: Beurteilung der Touristen insgesamt nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Zu wenige	35,3	22,8	33,6	46,6	44,7	36,7
Die richtige Menge	49,5	57,6	52,4	41,0	44,6	49,2
Zu viele	7,2	14,4	6,0	4,9	4,1	6,8
Weiß nicht	8,0	5,2	8,0	7,4	6,6	7,3

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 32: Beurteilung der Touristen insgesamt nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Zu wenige	30,6	36,1	39,3
Die richtige Menge	54,0	49,5	47,3
Zu viele	12,3	6,9	5,0
Weiß nicht	3,1	7,5	8,4

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 33: Beurteilung der Übernachtungsgäste nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Zu wenige	38,0	26,2	36,1	46,1	44,8	38,4
Die richtige Menge	41,6	51,9	41,5	38,1	36,4	41,4
Zu viele	3,7	9,0	5,2	0,7	2,6	4,1
Weiß nicht	16,7	13,0	17,3	15,1	16,2	16,0

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 34: Beurteilung der Übernachtungsgäste nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Zu wenige	31,1	37,9	41,3
Die richtige Menge	47,4	41,9	39,0
Zu viele	6,8	4,1	3,3
Weiß nicht	14,7	16,1	16,4

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 35: Beurteilung der Tagesgäste nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Zu wenige	31,8	24,3	27,9	37,3	38,0	31,6
Die richtige Menge	47,7	53,8	47,9	45,3	43,9	47,5
Zu viele	6,5	14,2	8,4	5,2	4,5	7,5
Weiß nicht	14,0	7,6	15,8	12,3	13,5	13,4

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 36: Beurteilung der Tagesgäste nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Zu wenige	21,6	32,9	33,3
Die richtige Menge	58,5	46,3	45,3
Zu viele	8,6	7,7	7,1
Weiß nicht	11,2	13,2	14,3

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 37: Beurteilung der Zweitwohnungsbesitzer nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Zu wenige	13,2	16,1	18,6	23,5	22,6	18,9
Die richtige Menge	24,5	23,3	17,4	18,3	20,1	20,1
Zu viele	23,5	10,7	8,8	6,8	5,8	10,3
Weiß nicht	38,7	50,0	55,2	51,3	51,4	50,7

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 38: Beurteilung der Zweitwohnungsbesitzer nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Zu wenige	19,7	17,4	20,4
Die richtige Menge	26,8	19,9	18,3
Zu viele	13,4	11,3	8,1
Weiß nicht	40,1	51,5	53,2

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 39: persönliche Zustimmung zu Aussagen über den Tourismus nach Bundesland

Antwortmöglichkeiten (TOP 2 in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Mir ist gastfreundschaftliches Verhalten gegenüber Touristen wichtig.	93,0	91,9	96,2	92,7	94,2	94,0
Ich bin über die Bedeutung des Tourismus für meinen Wohnort gut informiert.	59,4	69,8	60,4	61,2	59,0	61,3
Ich lebe gerne an meinem Wohnort.	91,0	91,7	92,3	84,1	93,2	90,7
Ich nutze die freizeittouristischen Angebote meines Wohnortes.	65,4	73,4	71,4	64,8	69,8	69,0
Ich bin zufrieden mit dem Ausmaß meines Mitspracherechts bei Entscheidungen über den Tourismus.	56,6	56,0	55,2	47,3	53,0	53,8
Mir ist es wichtig, dass ich Mitspracherecht bei Entscheidungen über den Tourismus habe.	51,1	54,5	46,5	44,9	49,5	48,7
Es macht mich stolz, in meinem Wohnort zu leben.	83,2	88,4	81,2	75,1	81,5	81,5
Ich fühle mich mit meiner Gemeinschaft hier stark verbunden.	72,0	77,5	72,5	69,2	76,3	73,1
Wenn Gäste in meinen Wohnort kommen, erinnert es mich daran, dass ich einen besonderen Ort zu teilen habe.	68,8	76,8	74,0	65,1	74,5	71,8
Der Tourismus hat eine hohe wirtschaftliche Bedeutung für meinen Wohnort.	67,0	72,7	69,9	63,4	63,7	67,5

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 40: persönliche Zustimmung zu Aussagen über den Tourismus nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (TOP 2 in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Mir ist gastfreundschaftliches Verhalten gegenüber Touristen wichtig.	86,5	95,0	95,4
Ich bin über die Bedeutung des Tourismus für meinen Wohnort gut informiert.	49,6	59,1	67,4
Ich lebe gerne an meinem Wohnort.	79,9	90,9	93,9
Ich nutze die freizeittouristischen Angebote meines Wohnortes.	64,8	72,6	66,5
Ich bin zufrieden mit dem Ausmaß meines Mitspracherechts bei Entscheidungen über den Tourismus.	56,5	53,2	53,6
Mir ist es wichtig, dass ich Mitspracherecht bei Entscheidungen über den Tourismus habe.	41,6	49,3	50,4
Es macht mich stolz, in meinem Wohnort zu leben.	72,7	80,6	85,2
Ich fühle mich mit meiner Gemeinschaft hier stark verbunden.	52,6	71,6	81,2
Wenn Gäste in meinen Wohnort kommen, erinnert es mich daran, dass ich einen besonderen Ort zu teilen habe.	59,9	72,4	75,1
Der Tourismus hat eine hohe wirtschaftliche Bedeutung für meinen Wohnort.	56,8	69,5	68,6

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 41: Beurteilung von positiven und negativen Effekten des Tourismus nach Bundesland

Antwortmöglichkeiten (TOP 2 in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Der Tourismus steigert das Image meines Wohnortes.	69,3	81,1	75,9	72,8	75,5	74,6
Der Tourismus verbessert das gastronomische Angebot vor Ort.	58,6	60,3	62,4	58,8	60,9	60,5
Der Tourismus schafft attraktive Arbeitsplätze für die einheimische Bevölkerung.	60,8	70,0	64,4	60,6	60,0	63,0
Der Tourismus verbessert das Angebot der Freizeitmöglichkeiten.	68,1	70,2	67,4	63,0	68,5	67,3
Der Tourismus steigert die Lebensqualität der Einheimischen vor Ort.	52,4	54,4	57,7	53,4	55,1	55,0
Durch die Touristen wird vieles teurer, die Preise steigen.	31,7	47,5	32,2	28,6	28,1	32,8
Durch den Tourismus gibt es verstärkte Verkehrsprobleme in der Umgebung.	40,2	63,3	46,3	38,1	39,4	44,7
Viele Touristen missachten das persönliche Eigentum Einheimischer.	29,9	32,8	25,7	27,0	28,8	28,2
In meinem Umfeld gibt es so viele Touristen, dass man sich oft gar nicht mehr richtig zuhause fühlt.	17,0	24,5	14,8	16,3	13,5	16,6
Viele Touristen belasten durch ihr Verhalten bzw. das Missachten von Regeln Umwelt und Naturräume.	44,7	49,2	36,5	38,1	39,3	40,6

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 42: Beurteilung von positiven und negativen Effekten des Tourismus nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (TOP 2 in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Der Tourismus steigert das Image meines Wohnortes.	65,5	73,7	78,5
Der Tourismus verbessert das gastronomische Angebot vor Ort.	59,3	59,5	61,9
Der Tourismus schafft attraktive Arbeitsplätze für die einheimische Bevölkerung.	51,9	64,7	64,7
Der Tourismus verbessert das Angebot der Freizeitmöglichkeiten.	59,8	68,0	69,0
Der Tourismus steigert die Lebensqualität der Einheimischen vor Ort.	48,1	54,4	57,9
Durch die Touristen wird vieles teurer, die Preise steigen.	41,9	35,0	27,5
Durch den Tourismus gibt es verstärkte Verkehrsprobleme in der Umgebung.	49,4	49,1	38,3
Viele Touristen missachten das persönliche Eigentum Einheimischer.	40,5	28,1	24,4
In meinem Umfeld gibt es so viele Touristen, dass man sich oft gar nicht mehr richtig zuhause fühlt.	29,1	18,4	10,6
Viele Touristen belasten durch ihr Verhalten bzw. das Missachten von Regeln Umwelt und Naturräume.	48,4	43,2	35,2

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 43: geeignete Maßnahmen zur Reduzierung negativer Effekte durch den Tourismus nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Verbesserung und Attraktivierung des ÖPNVs	57,1	51,5	56,0	49,1	50,6	53,5
Lösungen für Verkehrsprobleme	43,7	52,3	46,3	37,7	37,2	43,5
Wertschätzung der Mitarbeitenden im Tourismus	36,9	43,9	39,5	36,5	37,4	38,7
Beteiligung der Einwohner an touristischen Plänen	36,4	39,1	38,5	36,9	39,9	38,1
(Mehr) Informationen für Einheimische über touristische Entwicklungspläne	33,7	37,6	37,5	37,8	38,9	37,0
Schaffung von Nebensaisonanreizen	32,7	42,3	34,0	31,2	31,6	33,9
Stärkerer Umweltschutz	33,1	31,9	29,2	29,6	28,4	30,3
Verhaltenstipps für Touristen	27,2	31,7	26,6	25,7	31,3	28,0
Wohnraum, der für Einheimische „reserviert“ ist	23,4	33,8	24,6	20,4	22,0	24,4
Entlastung von touristisch stark frequentierten Orten	23,2	26,9	24,7	21,9	24,7	24,2
Digitale, innovative Lösungen zur Lenkung, Regulierung und Steuerung von Besucherströmen	20,9	24,3	26,4	22,4	20,2	23,2
Begrenzung der Besucherzahl	10,6	13,5	7,5	11,4	7,4	9,6
Sonstiges	6,8	4,2	10,3	8,3	7,0	7,9

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 44: geeignete Maßnahmen zur Reduzierung negativer Effekte durch den Tourismus nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Verbesserung und Attraktivierung des ÖPNVs	48,7	54,0	54,5
Lösungen für Verkehrsprobleme	37,5	44,8	44,0
Wertschätzung der Mitarbeitenden im Tourismus	27,2	36,4	44,8
Beteiligung der Einwohner an touristischen Plänen	30,3	36,0	42,9
(Mehr) Informationen für Einheimische über touristische Entwicklungspläne	24,0	33,6	44,9
Schaffung von Nebensaisonanreizen	20,6	34,2	37,9
Stärkerer Umweltschutz	26,2	29,6	32,3
Verhaltenstipps für Touristen	18,5	27,3	31,9
Wohnraum, der für Einheimische „reserviert“ ist	24,9	26,0	22,4
Entlastung von touristisch stark frequentierten Orten	27,4	22,3	25,3
Digitale, innovative Lösungen zur Lenkung, Regulierung und Steuerung von Besuchsströmen	18,5	23,7	24,2
Begrenzung der Besucherzahl	9,6	10,0	9,1
Sonstiges	4,1	6,6	10,5

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 45: Persönliche Identifikation mit dem Wohnort nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Geringe Identifikation (0 bis 3)	9,1	6,3	8,4	12,9	8,1	9,0
Mittlere Identifikation (4 bis 7)	36,0	29,2	33,3	37,9	37,2	34,8
Hohe Identifikation (8 bis 10)	54,9	64,5	58,3	49,1	54,7	56,2

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 46: Persönliche Identifikation mit dem Wohnort nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Geringe Identifikation (0 bis 3)	16,5	8,9	6,7
Mittlere Identifikation (4 bis 7)	51,2	35,9	28,3
Hohe Identifikation (8 bis 10)	32,3	55,2	65,0

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 47: Persönliche Identifikation mit dem Bundesland nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Geringe Identifikation (0 bis 3)	8,8	4,4	8,7	14,3	7,0	8,8
Mittlere Identifikation (4 bis 7)	40,0	34,6	34,4	38,4	33,7	36,2
Hohe Identifikation (8 bis 10)	51,2	61,0	56,9	47,3	59,2	55,0

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 48: Persönliche Identifikation mit dem Bundesland nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Geringe Identifikation (0 bis 3)	11,9	8,5	8,2
Mittlere Identifikation (4 bis 7)	47,7	38,6	29,8
Hohe Identifikation (8 bis 10)	40,4	52,8	62,0

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 49: Persönliche Einschätzung der eigenen Lebensqualität nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg-Vorpommern	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Thüringen	Ostdeutschland
Geringe Lebensqualität (0 bis 3)	9,6	7,3	8,0	13,3	8,7	9,3
Mittlere Lebensqualität (4 bis 7)	45,3	47,6	55,1	47,9	51,0	50,2
Hohe Lebensqualität (8 bis 10)	45,1	45,1	36,9	38,8	40,3	40,5

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 50: Persönliche Einschätzung der eigenen Lebensqualität nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Geringe Lebensqualität (0 bis 3)	8,8	9,1	9,7
Mittlere Lebensqualität (4 bis 7)	57,3	51,4	46,5
Hohe Lebensqualität (8 bis 10)	33,9	39,5	43,8

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 51: Beurteilung der freizeittouristischen Angebote/touristischen Infrastruktur nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (Mittelwert, 1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht)	Brandenburg	Mecklenburg- Vorpommern	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Ostdeutsch- land
Vielfalt und Qualität des gastronomischen Angebotes	3,2	3,1	3,0	3,1	3,3	3,1
Servicequalität	2,9	2,9	2,7	2,9	3,0	2,9
Preis-Leistungsverhältnis in der Gastronomie	3,2	3,4	3,0	3,2	3,2	3,2
Vielfalt und Qualität des Einzelhandels	3,1	3,1	2,9	3,1	3,3	3,1
Familienfreundliche Freizeitangebote	3,2	3,1	2,9	3,2	3,2	3,1
Kunst- und Kulturangebot	3,3	3,1	2,8	3,2	3,2	3,1
Unterhaltungs- und Veranstaltungsangebot	3,4	3,3	3,0	3,3	3,4	3,2
Barrierefreie Angebote	3,3	3,3	3,2	3,4	3,3	3,3
Flaniermeilen (Bummeln und Shopping)	4,1	3,6	3,5	4,0	3,9	3,8
Schlechtwetterangebot (Freizeitgestaltung)	4,0	3,9	3,5	3,7	3,8	3,7
Attraktionen und „Besuchermagnete“	3,5	3,3	2,9	3,2	3,3	3,2
Verkehrsinfrastruktur & Mobilität vor Ort	3,2	3,3	3,1	3,4	3,1	3,2
Parkraum & Parkleitsysteme	3,4	3,4	3,2	3,2	3,2	3,3
ÖPNV vor Ort	3,2	3,2	3,1	3,2	3,2	3,2
Radangebote	2,6	2,6	2,7	2,8	2,8	2,7
Wanderangebote	2,6	2,5	2,3	2,7	2,4	2,5
Wellness-/Gesundheits-Angebote	3,6	3,5	3,3	3,5	3,5	3,5
Naherholungs- / Aufenthaltsmöglichkeiten in der Natur	2,3	2,3	2,2	2,6	2,3	2,3

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 52: Beurteilung der freizeittouristischen Angebote/touristischen Infrastruktur nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (Mittelwert, 1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Vielfalt und Qualität des gastronomischen Angebotes	2,9	3,1	3,2
Servicequalität	2,6	2,8	3,0
Preis-Leistungsverhältnis in der Gastronomie	3,0	3,1	3,3
Vielfalt und Qualität des Einzelhandels	2,8	3,1	3,1
Familienfreundliche Freizeitangebote	2,9	3,1	3,1
Kunst- und Kulturangebot	3,0	3,1	3,0
Unterhaltungs- und Veranstaltungsangebot	3,2	3,3	3,2
Barrierefreie Angebote	3,3	3,3	3,3
Flaniermeilen (Bummeln und Shopping)	3,7	3,8	3,8
Schlechtwetterangebot (Freizeitgestaltung)	3,5	3,9	3,7
Attraktionen und „Besuchermagnete“	3,2	3,3	3,1
Verkehrsinfrastruktur & Mobilität vor Ort	3,1	3,2	3,2
Parkraum & Parkleitsysteme	3,3	3,3	3,2
ÖPNV vor Ort	3,2	3,2	3,1
Radangebote	2,9	2,6	2,7
Wanderangebote	2,7	2,4	2,4
Wellness-/Gesundheits-Angebote	3,5	3,5	3,5
Naherholungs- / Aufenthaltsmöglichkeiten in der Natur	2,6	2,3	2,3

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 53: Wirtschaftlicher Bezug der Befragten zum Tourismus nach Bundesländern

Antwortmöglichkeiten (in %)	Brandenburg	Mecklenburg- Vorpommern	Sachsen	Sachsen- Anhalt	Thüringen	Ostdeutsch- land
Wirtschaftlicher Bezug	12,1	22,7	13,3	15,9	14,3	14,9
Kein wirtschaftlicher Bezug	87,9	77,3	86,7	84,1	85,7	85,1

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 54: Wirtschaftlicher Bezug der Befragten zum Tourismus nach Altersgruppen

Antwortmöglichkeiten (in %)	16 bis 29 Jahre	30 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Wirtschaftlicher Bezug	28,7	14,9	10,5
Kein wirtschaftlicher Bezug	71,3	85,1	89,5

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Anhang 55: Beurteilung des Fehlens von Angeboten im Tourismus-, Freizeit-, und Kulturbereich am Wohnort (offen)

Antwortmöglichkeiten (in %)	
keine Angebote werden vermisst	22,8
Schwimmbad/Bademöglichkeiten	9,8
Gastronomie	7,8
Veranstaltungen/Events	7,0
Sportangebote	6,5
Kulturangebote	6,2
Kino	5,3
Einkaufsmöglichkeiten	5,2
Angebot für Jugend und Familien	4,4
Freizeitangebote	2,4
Nachtleben	2,2
Wellness/Erholung	2,1
Sonstiges	2,0
Radwege	1,9
ÖPNV	1,6
Indoor-Aktivitäten	1,5
Freizeitpark	1,4
ansprechendes Ortsbild	1,1
Naturangebote	1,1
Wanderwege	1,0
Infrastruktur (Bänke/Mülleimer)	0,9
Übernachtungsmöglichkeiten	0,9
Angebote für Ältere	0,7
verschiedene Angebote fehlen	0,7
fehlender Tourismus	0,6
Vergünstigungen für Einheimische	0,5
Tierpark	0,4
Wassertourismus/Bootsverleih	0,4
Leuchtturmatraktionen	0,3
Theater	0,2
Digitalisierung	0,2
Parkraum	0,2
Bibliothek	0,2
Verkehrsanbindung	0,2
Barrierefreiheit	0,1
medizinische Versorgung	0,1

Quelle: dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012

Literatur

ADAC Ressort Tourismus (ADAC e.V.) & ADAC Markt- und Meinungsforschung (ADAC SE):

ADAC Tourismusstudie 2025. München, 2025.

Durchführendes Institut:

NORDLIGHT research GmbH

Bernd Eisenstein, Dirk Schmücker:

Tourismusakzeptanz in der Wohnbevölkerung – Messmethode und Ergebnisse. In: Berichte. Geographie und Landes-kunde 94 (S.206-224), 2021.

Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK):

DIHK-Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2025. Berlin, 2025.

Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK):

DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2024. Berlin, 2024.

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.:

ReiseAnalyse 2025. Erste ausgewählte Ergebnisse der 55. Reiseanalyse. Kiel, 2025.

Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA):

Fachkräftereport Juni 2024. Berlin, 2024.

Stiftung für Zukunftsfragen:

Deutsche Tourismusanalyse 2025. Hamburg, 2025.

Onlinequellen

www.greenkayak.org

www.hey-halle-dein-stadthotel.de

www.h-hotels.com

www.hotelier.de

www.inkar.de

www.karls.de

www.kempinski.com

www.ndr.de

www.thuringen.tourismusnetzwerk.info

www.tourismus.mv

www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de

www.tropical-islands.de

Datenquellen

ADFC Bett+Bike Service GmbH

airDNA

Bayern Tourist GmbH

Bundesagentur für Arbeit 2024

Bundesnetzagentur

DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH

Deutscher Hotel und Gaststättenverband e.V.

Deutscher Tourismusverband Service GmbH

Deutscher Wanderverband

DIHK 2023

dwif-Tagesreisenmonitor

dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

GfK GeoMarketing

GfK Konsumklima

GreenSign Institut GmbH

ifo-Institut 2023

PiNCAMP GmbH

Regionalstatistik

Statistisches Bundesamt

Statistische Landesämter

STR Global

Trust Score GmbH

**Darüber hinaus wurden die Tagespresse und Fachzeitschriften zur Informationsgewinnung genutzt.
Kartengrundlage GfK GeoMarketing**

Fußnoten

- 1 Bei den im Rahmen des OSV-Forums 2025 ausgewiesenen Werten handelt es sich um vorläufige Werte. Diese weichen von den an dieser Stelle ausgewiesenen Werten ab.
- 2 siehe Verzeichnis der Beiratsmitglieder
- 3 GfK/NIM, ADAC- Tourismusstudie 2025, Deutsche Tourismusanalyse 2025/Zukunftsinstitut, Erste ausgewählte Ergebnisse der 55. Reiseanalyse.
- 4 www.prima-resorts.com
- 5 www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de
- 6 www.karls.de
- 7 www.hotelier.de, www.hey-halle-dein-stadthotel.de, www.kempinski.com, www.h-hotels.com, www.tropical-islands.de
- 8 www.greenkayak.org
- 9 Aufgrund einer Umstellung in der amtlichen Statistik liegen für die Thüringer Mittelgebirgsregionen keine Vergleichs-zahlen für 2019 vor, so dass der Mittelgebirgsvergleich ohne Thüringen erfolgt.
- 10 Ohne Thüringen, da für 2019 keine Daten vorliegen.
- 11 www.tourismus.mv
- 12 www.stiftungfuerzukunftsfragen.de/was-darf-was-kosten/
- 13 www.ndr.de
- 14 In Einzelfällen kam es zu Veränderungen des Teilnehmerkreises, weshalb die Preisstrukturen aus den Jahren 2020 bis 2024 aktualisiert wurden. Daher weichen die aktuellen Ergebnisse teilweise von denen früherer Jahresberichte ab.
- 15 Preisdifferenzierungen sind als Instrument für Marketing und Zielgruppenorientierung in der Freizeitwirtschaft weit verbreitet. Zugrunde gelegt wurde der aktuell günstigste Einzelpreis für einen Erwachsenen ohne Ermäßigung. Betriebe, deren Preisstruktur angesichts verschiedener Angebotsmöglichkeiten stark variiert, blieben bei der Preisanalyse außen vor. Das war vereinzelt bei Theatern (diverse Vorstellungen und Kategorien), aber auch bei touristischen Verkehrsträgern (umfangreiches Streckennetz) der Fall. Ansonsten wurde bei den Verkehrsträgern der Preis für ein Tagesticket/eine Rundfahrt ermittelt. Bei Erlebnisbädern/Thermen floss der Tagespreis ohne Sauna oder die Gebühr für einen vierstündigen Aufenthalt in die Analyse ein. Der Preis für eine kombinierte Berg- und Talfahrt bildete die Basis bei den Bergbahnen.
- 16 Vergleich Februar 2025 mit Februar 2024, www.destatis.de
- 17 ifo Institut Geschäftsklimaindex 2025 und DIHK-Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2025
- 18 DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2024
- 19 (KOFA) Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung - Fachkräftereport Juni 2024
- 20 Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
- 21 Durchschnitt der jährlichen Bilanzen der vollständigen Jahre von 2013 bis 2023.
- 22 Der Datensatz für das aktuelle Jahr ist noch nicht vollständig, da weitere Jahresabschlüsse nachträglich eingehen. Mit einem Erfassungsgrad von rund 40 Prozent sind jedoch bereits fundierte Aussagen möglich.
- 23 Bei den im Rahmen des OSV-Forums 2025 ausgewiesenen Werten handelt es sich um vorläufige Werte. Diese weichen von den an dieser Stelle ausgewiesenen Werten ab.
- 24 www.thueringen.tourismusnetzwerk.info
- 25 dwif 2025, repräsentative Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland n = 2.012
- 26 Schmücker und Eisenstein 2021



Impressum

Herausgeber:

Ostdeutscher Sparkassenverband
Leipziger Straße 51
10117 Berlin
E-Mail: mail@osv-online.de
Internet: www.osv-online.de

mit Unterstützung durch
Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen

Ansprechpartner:

Thomas Wolber
Telefon: 0170 925 76 47
E-Mail: thomas.wolber@osv-online.de

Bildnachweis:

Ostdeutscher Sparkassenverband
dwif-Consulting GmbH
GSD Gesellschaft für Sparkassendienstleistungen mbH
Die verwendeten Bilder sind teilweise mithilfe von
KI generiert bzw. bearbeitet.

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH

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

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

Gestaltung/Satz:

GSD Gesellschaft für
Sparkassendienstleistungen mbH
Marketing und Kommunikation
Am Luftschiffhafen 1
14471 Potsdam
www.g-sd.de

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.



tourismusbarometer.de