



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

Erste Ergebnisse zum OSV-Tourismusforum, 27. Februar 2026

GÄSTE. UNTERNEHMEN. LEBENSQUALITÄT

PROLOG

MENSCHEN, ZUKUNFT UND DAS ECHTE ERLEBNIS

Kennen Sie die Geschichte vom kleinen Pinguin? Ein Tier, das eigentlich ans Meer gehört und plötzlich in den Bergen steht. Verloren. Fehl am Platz. Ein Video, das gerade viral gegangen ist. Vielleicht, weil viele Menschen sich gerade selbst ein bisschen so fühlen. Dazu passt dieser Satz, der aktuell ebenso durch die sozialen Medien geht: „Können wir 2026 bitte wieder zurückgeben?“.

Ironisch gemeint und doch erstaunlich ehrlich. Denn Zukunft wird gerade von vielen nicht als Chance erlebt, sondern als Zumutung. Vielleicht fällt es uns als Gesellschaft gerade deshalb so schwer mit der Zukunft, weil wir sie selten als etwas begreifen, das wir aktiv gestalten dürfen. Diesen Impuls haben wir schon im letzten Jahr im Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland gesetzt.

Gleichzeitig passiert noch etwas anderes: Fast leise, aber sehr deutlich. Menschen ziehen sich zurück – aus digitalen Räumen, aus sozialen Medien, aus der permanenten Online-Welt. Nicht aus Technikfeindlichkeit, sondern aus Erschöpfung. Weil sich vieles plötzlich unecht anfühlt. Austauschbar. Künstlich. Unpersönlich. In Zeiten von KI, Filtern und endlosen Feeds wächst etwas ganz Fundamentales: Die Sehnsucht nach dem Echten. Nach echten Orten. Nach echten Begegnungen. Nach Momenten, die man nicht scrol-len, sondern nur erleben kann.

Ostdeutscher
Sparkassenverband
Abteilung Verbandsstab
Team Kommunikation
Leipziger Str. 51
10117 Berlin

Telefon 030 2069-1835
E-Mail presse@osv-online.de
www.osv-online.de

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

Und genau hier liegt ein Ankerpunkt des Tourismus. Denn das Produkt ist nicht virtuell. Es lässt sich nicht simulieren. Es funktioniert nur offline. Tourismus bedeutet: da sein. Menschen begegnen, Orte und Atmosphären spüren.

Während vieles in unserer Welt digitalisiert wird, bleibt Tourismus im Kernprodukt ein analoger Gegenentwurf. Ein Resonanzraum für Authentizität, für Verbindung, für Erlebnisse, die bleiben, weil sie real waren. Und vielleicht ist das gerade unsere größte Stärke und eine echte Zukunftskompetenz.

An alle Leserinnen und Leser: Bitte nicht falsch verstehen! Dies ist kein Plädoyer gegen die Digitalisierung, den Einsatz von KI und Co. Ganz im Gegenteil: In der Kommunikation, bei der Information, während des Aufenthaltes, bei internen Prozessen, im Besuchermanagement und in vielen weiteren Feldern helfen uns die vielen Facetten der Digitalisierung, die Betriebe zukunftsfähig aufzustellen, im Wettbewerb sichtbar zu bleiben, die Destinationen strategisch weiterzuentwickeln. Den digitalen Möglichkeitsraum brauchen wir für eine moderne Tourismusbranche in Ostdeutschland.

Aber vielleicht geht es eher darum, Neues zu lernen, um uns daran zu erinnern, was uns im Tourismus eigentlich ausmacht und worauf wir uns besinnen können. Nicht nur Erholung zu bieten, sondern Orientierung. Nicht nur Reisen zu verkaufen, sondern echte Erfahrungen. Diese Kompetenz ist in unserer Branche längst angelegt. In den Menschen, die mit Leidenschaft Gastgeber sind. Die genau wissen, wie man Atmosphäre schafft, wie man Verbindung ermöglicht, wie man positive Resonanz erzeugt.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

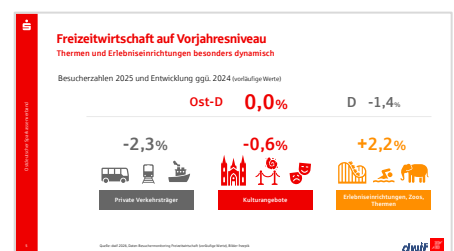
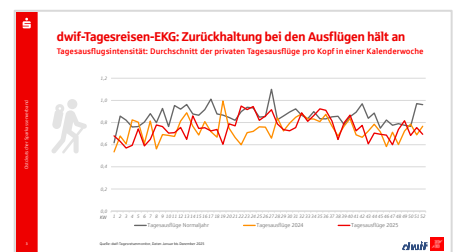
DER TOURISMUS IN OSTDEUTSCHLAND IN ZAHLEN: AKTUELLE TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

MARKTENTWICKLUNG IN DEN OSTDEUTSCHEN DESTINATIONEN: KONSOLIDIERUNG

Tagesreisen und Freizeitwirtschaft: Hohe Bedeutung, wenig Bewegung

2025 fanden 466,5 Mio. Tagesreisen in Ostdeutschland statt, ein Plus von 4,8 % gegenüber dem Vorjahr und noch 2 % weniger als 2019. Mit einem Bruttoumsatz von knapp 13,9 Mrd. € ist der Tagestourismus ein wichtiger Pfeiler der Branche in Ostdeutschland und trägt zur kontinuierlichen Auslastung vieler Einrichtungen und Angebote bei. Bei den Aktivitäten liegen Outdoor-Aktivitäten wie Wandern oder Radfahren nach wie vor hoch im Trend. Bundesweit hält die Zurückhaltung bei den Tagesausflügen wie schon in den Vorjahren an. Lediglich im Frühsommer 2025 mit vielen langen Wochenenden und im August lag die Tagesreiseintensität auf einem auch mittelfristig hohen Niveau. Die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen dämpfen weiterhin die Ausflugslust. Ende 2025 gaben jeweils ein Drittel der Deutschen an, weniger Tagesausflüge zu unternehmen oder weniger ausgeben zu wollen bzw. kostenintensive Ausflüge zu reduzieren. Dies sind Werte, die sich nun schon über zwei Jahre stabil halten.

Die über 250 Freizeiteinrichtungen aus Ostdeutschland im Netzwerk des Tourismusbarometers schlossen das Jahr 2025 nach vorläufigen Ergebnissen genau auf dem Niveau des Vorjahres ab. Damit schnitten sie besser ab, als es der bundesweite Trend zeigt (-1,4 %). Erlebniseinrichtungen und Thermen waren die Treiber 2025. Sehr heterogen entwickelten sich dagegen die Kultureinrichtungen. Klare Trends sind hier nicht abzulesen, vielmehr wirkt das Zusammenspiel aus Thema/Erlebnis und Zielgruppe. Ein Blick in die Bundesländer zeigt deutlich gestiegene Besucherzahlen in Thüringen, leichte Zuwächse in Sachsen-Anhalt und Brandenburg. Dagegen sind die Zahlen in Sachsen und Mecklenburg-Vorpommern bereits das zweite Jahr in Folge rückläufig.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

Übernachtungen: Stabiles Marktvolumen, Fokus auf das Produkt, Reiseanlässe kreieren

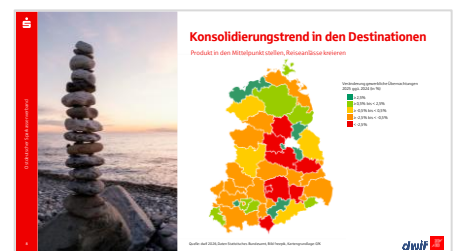
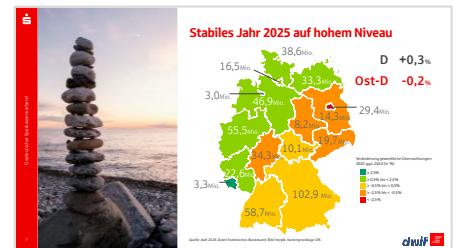
Bundesweit kratzt die Branche mit einem Plus von 0,3% gegenüber dem Vorjahr weiter an der Marke von 500 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben laut amtlicher Statistik. Die fünf ostdeutschen Bundesländer kommen zusammen auf 85,5 Mio. Übernachtungen: leichte Rückgänge in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Brandenburg, eine rote Null in Thüringen leichte Zuwächse in Mecklenburg-Vorpommern.

Ein Blick in beispielhafte Strukturen:

Die Saisonalität (eine der Fokuskennzahlen im DTV-Kennzahlen-set) hat sich im Tourismus in Ostdeutschland in den letzten Jahren nicht verändert. Gemessen an der bundesweit empfohlenen Kennzahl des Gini-Koeffizienten wird die höchste Saisonalität in den Destinationen Lausitzer Seenland, Rügen, Mecklenburgische Schweiz und Seenplatte, Vorpommern und in der Uckermark gemessen. Die Destinationsbreite zeigt, dass nicht nur an der Küste über die Angebotsentwicklung weiter an konkreten Reiseanlässen für die Nebensaison gearbeitet werden sollte.

Der Campingtourismus ist das Boomsegment der letzten Jahre. Bei der mittelfristigen Entwicklung in Ostdeutschland zeigen sich sowohl bei den Kapazitäten als auch bei der Nachfrage zweistellige Wachstumsraten. Aktuell (2025 gegenüber 2024) setzt sich diese Positiventwicklung bundesweit fort, während in Ostdeutschland die Nachfrageentwicklung derzeit nicht mithalten kann und sogar leicht zurückgegangen ist. Die Marktpositionierung über Trends wie Microcamping und Themenplätze sowie die Schaffung von Erlebnissen rund um Naturnähe und Gesundheit sind Ansatzpunkte.

In einer solchen Konsolidierungsphase kommt es darauf an, ein strategisches Qualitäts- und Ansiedlungsmanagement zu verfolgen. Um Qualität zu sichern, neue Nachfrage anzuziehen und Spielraum für markadäquate Preise zu haben, sollten Investitionen in die Bestandsbetriebe und neue Angebote genutzt werden. Weil das Produkt über die Destinationswahl entscheidet, braucht es in den Kernbereichen Beherbergung, Gastronomie und Freizeitwirtschaft regelmäßig neue Impulse. Im Sinne der Erwartungs-



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.tourismusbarometer.de

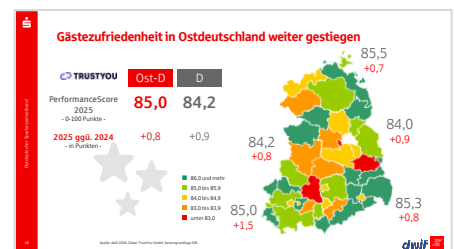
haltung multioptionaler Gäste wird die Kombination aus z. B. Kultur-, Aktiv- und kulinarischen Angeboten immer wichtiger. Deren Sichtbarkeit gilt es zu erhöhen. Die Grundlage bildet ein gut funktionierendes Netzwerk zwischen Leistungstragenden und Tourist:innen in der Destination. Auch für die Bindung von Intervallgästen und zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer ist die Erlebnisvielfalt entlang der touristischen Servicekette ein wichtiger Baustein.

Qualität: Gästezufriedenheit in Ost-D steigt im vierten Jahr in Folge, Destinationen bei den Kernleistungen gut aufgestellt

Im Tourismusbarometer wird jährlich die Entwicklung der Online-Bewertungen von Beherbergungsbetrieben über eine Partnerschaft mit TrustYou abgebildet, seit 2025 mit einem neuen Score. Der Performance Score bildet die 12 Monate des Vorjahres ab. Dadurch können präzisere Aussagen zur Gästezufriedenheit getroffen und die Ergebnisse besser mit weiteren Kennzahlen verschnitten werden, die ebenfalls auf Jahresbasis vorliegen.

Ergebnisse für 2025: Die Gästezufriedenheit in Ostdeutschland stieg auch 2025 an (+0,8 Punkte). Der PerformanceScore 2025 lag bei 85,0 Punkten. Mecklenburg-Vorpommern führt mit 85,5 Punkten nicht nur das Ranking in Ostdeutschland an, sondern ist auch bundesweit zusammen mit dem Saarland Spitzenreiter. Sachsen schafft es mit 85,3 Punkten erneut auf den dritten Platz. Besonders stark ist die Gästezufriedenheit in Thüringen gestiegen, das sich damit im Bundesländerranking um einen Platz auf Rang 7 verbesserte.

Service, Sauberkeit und Zimmerausstattung sind bei Unterkünften besonders wichtig, weil sie zusammen die „Kernleistung“ der Betriebe ausmachen. Der Service wird von den drei Kategorien in Ostdeutschland mit der höchsten Punktzahl bewertet. Thüringen liegt im Bundesländerranking auf Platz 2, Sachsen auf Platz 4 ebenfalls weit vorn platziert. Aber Achtung: Beim Service ging die Zufriedenheit der Gäste insgesamt zurück. Neu: Seit diesem Jahr können wir auch Aussagen zur Sauberkeit der Beherbergungsbetriebe treffen. Gleich vier ostdeutsche Regionen schaffen es hier unter die Top 10 Destinationen bundesweit: Elbe-Elster-Land,



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

Thüringer Rhön, Oberlausitz-Niederschlesien und Vogtland. Bei der Bewertung der Zimmer werden deutlich niedrigere Punktzahlen erreicht, was auf Investitionsbedarfe hinweist. Die ostdeutschen Bundesländer landen hier im Mittelfeld.

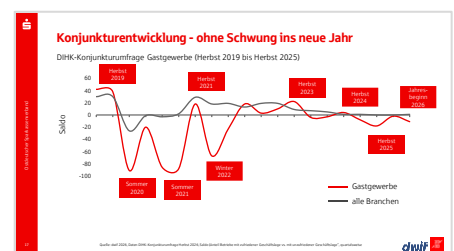
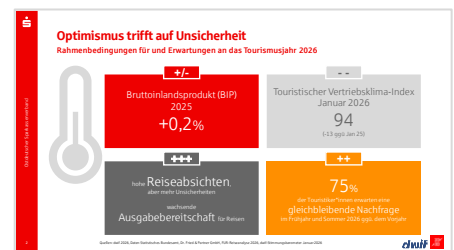
Ausblick auf das Jahr 2026: optimistischer als vor einem Jahr

Frägt man die KI, dann sollte für alle ostdeutschen Bundesländer ein leichtes Wachstum der Übernachtungszahlen für 2026 möglich sein, getragen durch einen Mix aus Outdoor-/Aktivangeboten und Städten/Kultur. Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen bleiben dagegen weiter angespannt. Die FUR-Reiseanalyse attestiert der Nachfrage weiterhin hohe Reiseabsichten und eine wieder wachsende Ausgabebereitschaft. Und doch nehmen die Unsicherheiten gleichzeitig zu. Was sich am Ende durchsetzt, ist noch nicht zu prognostizieren. Die Touristiker aus den Orten, Städten und Destinationen in Ostdeutschland sind sich zwar größtenteils einig, aber die Richtung ist auch hier noch offen: Laut der aktuellen Stimmungsumfrage im Tourismusbarometer gehen jeweils rund 75 % der Befragten von einer gleichbleibenden Nachfrage im Frühjahr und Sommer 2026 aus. 15 % bzw. 22 % rechnen mit steigenden Zahlen.

KONSOLIDIERUNGSTREND AUCH BEI TOURISTISCHEN BETRIEBEN IN OSTDEUTSCHLAND: INVESTITIONEN TROTZ UNSICHERHEIT NOTWENDIG

Die konjunkturelle Entwicklung im Gastgewerbe Ostdeutschlands lässt auf den ersten Blick eine gewisse Stabilisierung erkennen. Nachdem die Pandemiejahre die Bewertung der Geschäftslage noch lange Zeit nachträglich haben stark schwanken lassen, ist nun eine Konsolidierung in Sicht. Doch 2025 blieb die Entwicklung durchgehend im negativen Bereich und erreichte im Sommer mit -18 ihren Tiefpunkt. Aktuell zeigt sich der Jahresstart aus Sicht der Betriebe erneut mit gedämpften Geschäftserwartungen.

Die gesamtwirtschaftliche Konjunktur zeigte sich zum Jahresende 2025 mit einem Wachstum von 0,3 % im vierten Quartal robuster als erwartet, doch bremsen außenwirtschaftliche Unsicherheiten und eine zurückhaltende Stimmung den Start ins Jahr 2026.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

Ein starker Dezember in der Gastronomie sowie reale Umsatzzuwächse zuletzt im November 2025 konnten bislang nicht ins neue Jahr mitgenommen werden. Insgesamt bewegt sich das Gastgewerbe stetig zwischen vorsichtiger Erholung und anhaltenden Risiken. Inwiefern sich positive Signale aus Stimmung und Erwartungen oder auch die Senkung der Mehrwertsteuer auf Speisen auch auf die Zahlen auswirken, wird sich 2026 zeigen.

Umsatzentwicklung

Trotz teils gestiegener nominaler Erlöse waren die realen Umsätze 2025 gegenüber 2024 rückläufig: Im Sommermonat August 2025 verzeichnete das Gastgewerbe ggü. dem Vorjahresmonat ein preisbereinigtes Minus von 3,5 %, wobei sowohl die Beherbergung als auch die Gastronomie reale Umsatzrückgänge von jeweils rund 3,7 % hinnehmen mussten.

Preisentwicklung

Hoteliers kämpften 2025 mit einem leicht sinkenden Preisniveau bei stabiler Nachfrage. In Ostdeutschland zeigte sich 2025 ein differenziertes Bild: Während die Hotelpreise gemessen an den Zahlen von STR-Global bundesweit sanken (-1,8 % ggü. 2024), hielten sie sich dort insgesamt noch vergleichsweise stabil (-0,7 %), bei regional teils deutlichen Rückgängen (Brandenburg: -2,5 %, Sachsen: -3,3 %). Über das Gastro-Panel im Tourismusbarometer wird seit 2023 die Preisstellung in ostdeutschen Restaurants beobachtet. Seitdem sind die Schnitzelpreise um knapp 12 % gestiegen und der Bierpreis um rund 10 %. Grundsätzlich stiegen die Warenkosten für Lebensmittel deutlich, teils über 20 % gegenüber 2019, was nicht überall aufgefangen werden konnte.

Viele Gäste reagieren darauf preissensibel: 60 % geben laut einer Befragung des Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V. zum Januar 2026 an, dass zu hohe Preise sie vom häufigeren Auswärtsessen abhalten, während ebenso viele bereit sind, für gute Qualität zu zahlen. Die Gastronomen stellt diese heterogene Kundenperspektive vor Herausforderungen. Die Kenntnis der eigenen Gäste, ihrer Erwartungen und ihrer Reaktionen, wird damit umso wichtiger.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

Rentabilität im Gastgewerbe

Auf Basis der anonymisierten elektronischen Bilanzdaten der Kreditnehmer der Sparkassen, die derzeit Unternehmensabschlüsse bis 2024 abbilden und noch unter Vorbehalt stehen, lässt sich im Zusammenspiel mit der amtlichen Statistik eine deutliche Belastung der Ertragslage erkennen. Zwar stieg der nominale Umsatz des ostdeutschen Gastgewerbes 2024 gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,5 %, inflationsbereinigt ging er jedoch real um 2,7 % zurück. In Verbindung mit weiter gestiegenen Kosten führte dies bereits im dritten Jahr in Folge zu sinkenden Gewinnmargen. Mit 7,9 % erreichte die Umsatzrendite 2024 den niedrigsten Stand des vergangenen Jahrzehnts und folgte damit dem bundesweiten Trend. Die Rentabilität der Betriebe geriet dadurch spürbar unter Druck, zumal sich der Umsatzrückgang 2025 fortsetzte: Im ersten Halbjahr 2025 erwirtschaftete das Gastgewerbe in Deutschland real 3,7 % und nominal 0,1 % weniger Umsatz als im Vorjahreszeitraum.



Gewerbestatistik erstmals wieder im Plus

Eine positive Nachricht lässt sich aus der Gewerbestatistik herauslesen: Auch hier liegen die Daten immer zeitversetzt vor. 2024 bilanzierte diese erstmals seit über einem Jahrzehnt ein Plus mit 43 mehr Betriebsanmeldungen im Gastgewerbe als Abmeldungen. 6.406 Gewerbeabmeldungen standen den 6.363 Abmeldungen gegenüber. Dieses Plus ist vornehmlich auf Sachsen und Sachsen-Anhalt zurückzuführen (Sachsen +9,7 % und Sachsen-Anhalt +3,0 %).

Parallel dazu wird das Thema Insolvenzen immer präsenter. Deutschlandweit stiegen sie im Gastgewerbe 2024 deutlich um fast 23 % gegenüber dem Vorjahr. Diese Entwicklung setzt sich nun im zweiten Jahr in Folge fort. Ein aktuelles Beispiel ist die Insolvenz der Revo Hospitality Group im Januar 2026, die unter anderem sechs Hotels in Mecklenburg-Vorpommern betrifft. Ursache sind vor allem gestiegene Lohn- und Mietkosten, höhere



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

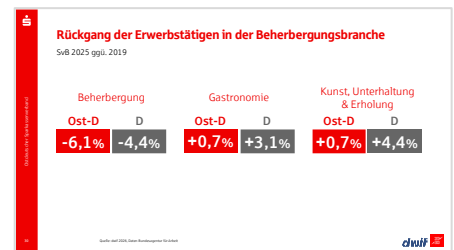
Mindestlöhne sowie gestiegene Ausgaben für Energie und Lebensmittel. In Ostdeutschland ging zuletzt die Zahl der Insolvenzen in der Gastronomie zurück (-7 % ggü. 2023). Der Anstieg ist also vor allem auf die Beherbergungsbranche zurückzuführen, mit 40 registrierten Insolvenzen im Jahr 2024 (+90,5 % ggü. 2023).

Teilzeitkräfte treiben den touristischen Arbeitsmarkt an

Auf dem touristischen Arbeitsmarkt ist seit einigen Jahren ein Trend zu beobachten: Die Zahl der geringfügig Beschäftigten (GfB) steigt deutschlandweit kontinuierlich, sowohl im Beherbergungsbereich als auch in der Gastronomie. Im Vergleich zu 2019 verzeichneten fast alle ostdeutschen Bundesländer 2025 mindestens ein Plus der GfBler von 10 % im Gastgewerbe. Gleichzeitig sank die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SvB) mittelfristig um 1,6 %. Das Personalthema ist seit vielen Jahren zentral: In Ostdeutschland sanken die Erwerbstätigenzahlen im Beherbergungssegment (im zweiten Jahr in Folge), während sie in der Gastronomie stiegen. Hauptgründe für die Personalprobleme sind laut Umfragen hohe Gehaltsvorstellungen, fehlende Qualifikationen und Sprachbarrieren. Eine Branchenumfrage in Mecklenburg-Vorpommern bringt es auf den Punkt: Rund ein Drittel der touristischen Unternehmen gaben 2025 an, sehr stark vom Arbeitskräftemangel betroffen zu sein.

LEBENSQUALITÄT IN DEN REGIONEN

Mit der Neuausrichtung des Tourismusbarometers kam im letzten Jahr 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 soll 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 werden.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

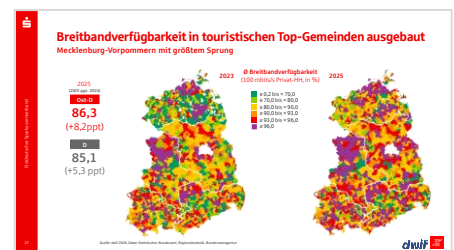
Neu im Tourismusbarometer: Wirtschaftsfaktor Tourismus

2025 standen die Themen Tourismusbewusstsein, Tourismusakzeptanz und Lebensqualität im Mittelpunkt. Hierzu wurde eine Bevölkerungsbefragung in Ostdeutschland durchgeführt. Alle landesspezifischen Daten sind im Tourismusbarometer-Jahresbericht 2025 nachzulesen.

2026 steht im Zeichen der ökonomischen Effekte der Branche. Dafür wird für alle fünf Bundesländer ein Wirtschaftsfaktors Tourismus berechnet, mit Kennzahlen wie dem Marktvolumen aus Übernachtungs- und Tagesreisen, der Ermittlung des zielgruppenspezifischen Ausgabeverhaltens, der Berechnung der Brutto- und Nettoumsätze, der Ableitung der profitierenden Wirtschaftszweige, der Berechnung der Einkommenswirkungen, der Ermittlung der Beschäftigungseffekte und des Steueraufkommens durch die touristische Nachfrage. Damit stehen wichtige Kennzahlen zur ökonomischen Nachhaltigkeit und im Sinne des bundesweiten Kennzahlen-Sets des DTV zur Verfügung.

BREITBANDNUTZUNG: BASIS FÜR DIE DIGITALISIERUNG

Die Mobilfunkabdeckung und die Breitbandversorgung sind wichtige Voraussetzungen für die digitale Transformation. Positiv: Zwischen 2023 und 2025 wurde der Netzausbau in Ostdeutschland stark vorangetrieben. 86,3 % der Haushalte haben Zugang zum Breitbandnetz mit mindestens 100 mbits/s (D: 85,1 %). Und das gilt dementsprechend natürlich auch für viele der touristischen Betriebe an den Standorten. Den größten Sprung machte hier Mecklenburg-Vorpommern. Zudem zeigen die Daten, dass die Breitbandverfügbarkeit mit zunehmender Übernachtungsintensität abnimmt. In ostdeutschen Kommunen mit hoher touristischer Intensität liegt dieser Wert nur bei 73,5 %. Jenseits der Verfügbarkeit liegt die Glasfaseranschlussquote in Ostdeutschland derzeit bei gut einem Drittel der Gebäude/Wohnungen. Dieses Niveau ist im Bundesvergleich (42,9 %) noch ausbaufähig. Entscheidende Treiber für den Ausbau sind nach Angaben der Bundesnetzagentur die Förderpolitik, Verwaltungs- und Digitalisierungsinitiativen oder Schwerpunkte in der Standortpolitik der Länder.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

THEMENPANEL 2025/2026: TOURISMUSARBEIT IN ORTEN, DESTINATIONEN UND LÄNDERN

Seit 2025 rückt der Ostdeutsche Sparkassenverband im Rahmen des Tourismusbarometers 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) festgelegt werden.

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

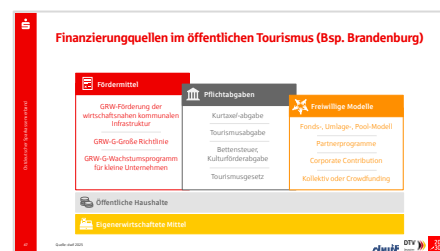
Das Themenpanel soll für die Akteure im System Tourismus Impulse geben und Orientierungswerte liefern, als Hilfestellung zur Umsetzung und Finanzierung der freiwilligen Aufgabe Tourismus. Das Credo: Transparenz und datengestützte Grundlagen für den Dialog zwischen Tourismusbranche, politischen Entscheidungsträgern und der Verwaltung.

Im Rahmen des Schwerpunktes 2025 „Nullmessung“ wurde eine Befragung der lokalen, regionalen und Landestourismusorganisationen durchgeführt, nicht nur in Ostdeutschland, sondern in Kooperation zwischen dem Ostdeutschen Sparkassenverband mit dem Deutschen Tourismusverband (DTV) auch bundesweit. Der starke Rücklauf von 640 Tourismusorganisationen zeigt einerseits, welche hohe Relevanz das Themenpanel für eine zukunftsfähige Entwicklung des Deutschland-Tourismus hat und andererseits liefert die hohe Fallzahl eine perfekte Grundlage für belastbare Orientierungswerte.

Die Ergebnisse mit Daten zu DMO- und Ortstypen rund um Aufgaben, Budgets, Personalressourcen und Kooperationsverflechtungen stehen unter osv-online.de als gesonderte Veröffentlichung zum Download bereit.

Orientierungswerte für den Selbst-Check
Ressourcen in den Tourismusorganisationen: Gesamtbudget und Personal

	Lokale TO mit < 50.000 € mit < 100.000 €	Lokale TO mit 50.000 - 250.000 € mit > 250.000 €	DMO
Gesamtbudget (Bsp. in T€)	1.450	580	600
Gesamtbudget (Mittelwert)	2.560	1.370	1.000
Personal (Mittelwert)	20	8	8
Personal VZA (Mittelwert)	10	7	6



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

Einige Kernaussagen:

- Fokus auf Wirksamkeit und Zuständigkeit: Entwicklung zu integrierten Managementorganisationen vorantreiben. Die Leitfrage lautet: Welche Aufgaben besetzen wir in Zukunft, um die größte Wirkung zu erzielen?
- Vernetzung weiter intensivieren: Dies hat eine strategische Priorität, in Bezug auf die Aufgabenteilung sowie die Bündelung von Aktivitäten und Ressourcen.
- Finanzierung durch die öffentliche Hand sichern: Mehrwerte aufzeigen, Verzahnung von Tourismus/Freizeit – Lebensqualität – Wirtschaft – Standortentwicklung.
- Wirtschaft stärker in die Finanzierung einbeziehen: Beteiligungsmöglichkeiten entwickeln, Eigenverantwortung stärken, Mitspracherecht bei Mittelverwendung.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2026

www.osv-online.de

WAS IST DAS TOURISMUSBAROMETER?

Das Tourismusbarometer spiegelt seit 1998 die Tourismusedwicklung in den ostdeutschen Regionen und die wirtschaftliche Situation des Gastgewerbes wider. Es stellt Branchenprobleme heraus, bietet praxisnahe Lösungen, identifiziert Benchmarks und zeigt Marktpotenziale auf. Branche und Politik schätzen das Tourismusbarometer als fundierte Informationsquelle für Entscheidungen über tourismuswirtschaftliche Weichenstellungen. Das Tourismusbarometer liefert ein Gesamtbild der Daten zur Marktentwicklung und setzt jeweils ein mehrjähriges Themenpanel zur Vertiefung.

WER MACHT DAS TOURISMUSBAROMETER?

Das Tourismusbarometer ist eine Leistung der ostdeutschen Sparkassen. Herausgeber ist der Ostdeutsche Sparkassenverband mit Unterstützung durch den Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH. Ein Beirat mit Vertretern der Sparkassen, Wirtschaftsministerien, Landesmarketinggesellschaften, Tourismusverbänden, Kommunen und weiterer Fachverbände stellt die Praxisnähe sicher und legt die jährlichen Branchenthemen fest. Und: Gute Ideen breiten sich aus. Seit Jahren gibt es das Tourismusbarometer auch für Schleswig-Holstein, das Saarland, Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen. Daraus ergeben sich Vorteile für alle Partner.

WO BEKOMMT MAN MEHR INFORMATIONEN?

Im Sommer 2026 erscheint der Jahresbericht, erhältlich beim Ostdeutschen Sparkassenverband. Ergebnisse wie die Entwicklung der Besucherzahlen von Freizeiteinrichtungen werden regelmäßig im Internet veröffentlicht.

Die regionalen Ergebnisse werden

- am 23. April 2026 für Mecklenburg-Vorpommern
 - am 18. Juni 2026 für Sachsen-Anhalt
 - am 01. September 2026 für Sachsen
 - am 08. Oktober 2026 für Brandenburg
- vorgestellt. Mehr dazu erfahren Sie auf unserer Internetseite.

Kontakte:

Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV)
Thomas Wolber
Tel: 0170 – 9257647
www.osv-online.de

dwif-Consulting GmbH
Karsten Heinsohn
Tel.: 030 – 757 949 0
www.dwif.de

Das Tourismusbarometer

im Internet
<https://osv-online.de>

auf Youtube
<http://youtube.com/osvvideo>

auf LinkedIn
[@ostdeutscher-sparkassenverband](https://www.linkedin.com/company/ostdeutscher-sparkassenverband)

auf Instagram
[ostdeutschersparkassenverband](https://www.instagram.com/ostdeutschersparkassenverband)

