

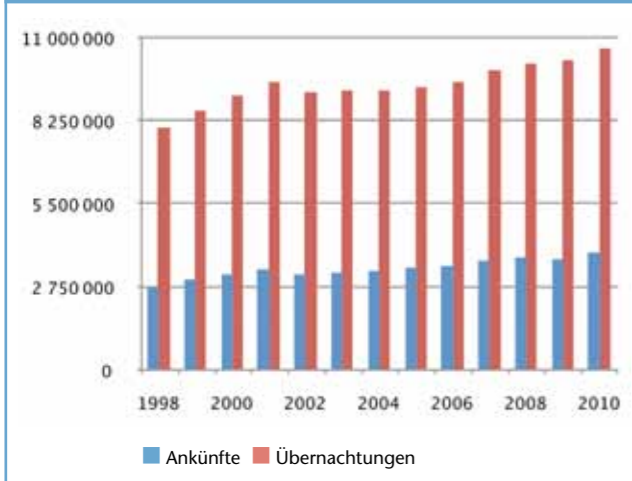
# Brandenburgs Tourismus in Zahlen

Seit den 90er Jahren hat sich der Tourismus in Brandenburg kontinuierlich entwickelt und ist mit einem Bruttoumsatz von 4,3 Mrd. Euro im Jahr 2010 ein bedeutender Wirtschaftsfaktor des Landes.

Erfreulicherweise erhöht sich nicht nur die Zahl der Gäste aus dem deutschen Markt, sondern dieser Trend wird auch durch eine immer höhere Anzahl an Auslandsgästen gestützt.

Im Folgenden geben wir Ihnen einen Überblick über die Entwicklung des Brandenburgischen Tourismus seit 1998 und über die Struktur und Aufgaben der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH. Weitere Infos und Daten finden Sie auch unter [www.tmb-intern.de](http://www.tmb-intern.de)

## Entwicklung Übernachtungen und Ankünfte 1998-2010



## Statistik 2010\*

Brandenburg		
Gästeankünfte gesamt	3 883 504	+ 4,8 %
davon Gästeankünfte Ausland	338 065	+ 9,9 %
Übernachtungen gesamt	10 690 086	+ 4,3 %
davon Übernachtungen Ausland	755 180	+ 13,8 %
durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2,8 Tage	

Deutschland		
Gästeankünfte gesamt	140 Mio.	+ 5,4 %
davon Gästeankünfte Ausland	27 Mio.	+ 11 %
Übernachtungszahlen gesamt:	380,3 Mio.	+ 3 %
davon Übernachtungen Ausland	60,3 Mio.	+ 10 %
durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2,7 Tage	

Das Land Brandenburg liegt damit bei den Zuwächsen sowie der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer über dem Bundesdurchschnitt.

Rangliste der Reiseregionen (nach Übernachtungen)*		
Reiseregion	Übernachtungen	+/- gegenüber 2009
Seenland Oder-Spree	2 015 910	+ 2,6 %
Spreewald	1 363 208	+ 7,0 %
Ruppiner Land	1 320 638	+ 2,3 %
Fläming	1 010 797	+ 3,1 %
Potsdam	882 555	+ 6,2 %
Havelland	817 936	+ 6,3 %
Uckermark	808 142	+ 1,6 %
Dahme-Seengebiet	792 855	+ 12,1 %
Barnimer Land	774 344	+ 5,9 %
Niederlausitz	419 582	+ 0,4 %
Prignitz	265 449	- 4,2 %
Elbe-Elster-Land	218 670	+ 3,5 %

Wichtigste ausländische Quellmärkte 2010 (nach Übernachtungen)*			
Land	Übernachtungen	+/- gegenüber 2009	Anteil an den Übernachtungen Ausland
Niederlande	117 120	- 9,3 %	15,5 %
Polen	83 731	+ 27,1 %	11,1 %
Dänemark	45 329	+ 9,8 %	6,0 %
Großbritannien	40 454	+ 35,6 %	5,4 %
Schweden	37 702	+ 7,9 %	5,0 %
Österreich	36 615	+ 34,1 %	4,8 %

Beherbergungsstätten und Bettenangebot		
Betriebsart	Anzahl	Bettenangebot
Beherbergungsstätten	1 450	81 195
Campingplätze*	180	42 788
Gesamt	1 630	123 983

\* Ein Stellplatz = vier Schlafplätze

Tagesreisen	
Tagesreisen nach Brandenburg**	114,40 Mio (2009)

\* Quelle: Landesamt für Statistik Berlin-Brandenburg

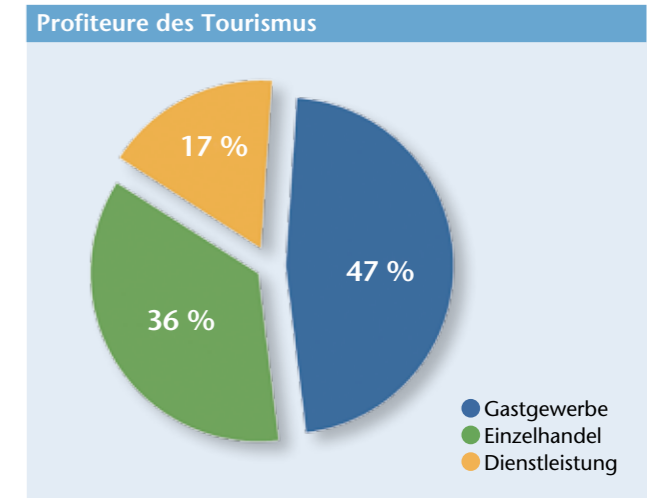
\*\* Quelle: Institut für Management und Tourismus (IMT) 2010/Landestourismuskonzeption 2011

\*\*\* Umsatz aus gewerblichen Betrieben über und unter 9 Betten, Camping, Freizeitwohnsitzen, Verwandten- und Bekanntenbesuchen

## Wirtschaftsfaktor Tourismus\*\*

Geschätzte Bruttoumsätze***	
Bruttoumsatz aus Tagesreisen	2,5 Mrd. Euro
Bruttoumsatz aus Aufenthalten mit Übernachtung	1,8 Mrd. Euro
Bruttoumsatz gesamt	4,3 Mrd. Euro

Touristische Wertschöpfung und Arbeitsplätze	
Wertschöpfung des Tourismus	2 Mrd. Euro
relativer touristischer Beitrag zum Primäreinkommen der privaten Haushalte in Brandenburg	4,6 %
Vollzeitarbeitsplatzäquivalenz (Wertschöpfung im Tourismus gesamt/ Durchschnittseinkommen je Einwohner)	115 100



## Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Die Landesmarketingorganisation TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH wurde 1998 auf Grund eines Kabinettsbeschlusses der Landesregierung gegründet.

### Finanzierung Bestätigter Jahresabschluss zum 31.12.2009

Stammkapital	102 350 EUR
Bilanzsumme	1 823 100 EUR
Anlagevermögen	202 700 EUR
Beteiligung visitBerlin/Berlin Tourismus und Kongress GmbH	25 800 EUR
Gesamtleistung TMB	8 192 900 EUR
- davon Leistung Landesmarketing	5 728 000 EUR
- davon Leistung PTS	1 681 400 EUR
- davon Leistung Projekte (z. B. Familienpass, Begleitung Netzwerke u. Radverkehrsanalyse)	783 500 EUR
Förderung Land Brandenburg	3 360 000 EUR
Förderung Projekte	606 500 EUR
Entgelt Landeshauptstadt Potsdam	510 700 EUR

Berlin Brandenburg WelcomeCenter GmbH (gemeinsame Tochtergesellschaft mit visitBerlin/Berlin Tourismus und Kongress GmbH zum Betrieb des Welcome Centers BBI)	50% Gesellschafteranteile Einlage von 12 500 EUR
---	---

### Gesellschafter

- Land Brandenburg (38 %)
- Landestourismusverband Brandenburg e.V. (LTV) (26 %)
- Beteiligungsgesellschaft der Sparkassen des Landes Brandenburg GmbH & Co. KG (16 %)
- Vereinigung der Brandenburgischen Verbände und Körperschaften zur Förderung des Brandenburgischen Tourismus GbR (10 %)
- Vereinigung der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft e.V. (VBT) (5 %)
- Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) (5 %), ab 2011 umfirmiert in Berlin Tourismus und Kongress GmbH (visitBerlin)

### Aufsichtsrat

Vorsitzender: Minister Ralf Christoffers  
Stellv. Vorsitzender: Landtagspräsident Gunter Fritsch  
Weitere Mitglieder: Kathrin Schneider, Dr. Eckhard Fehse, Uwe Schmidt, Tino Richter, Michael Zehden, Mario Kade, Hartmut Pirl

### Aufgabenprofil

#### Tourismus-Marketing

- touristische Vermarktung Brandenburgs mit Entwicklung von Marketingstrategien, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Produktentwicklung und -vertrieb
- Markenentwicklung und -sicherung
- Marktforschung und Marktanalyse
- Binnenmarketing
- Förderung des barrierefreien Tourismus, Internetplattform [www.barrierefrei-brandenburg.de](http://www.barrierefrei-brandenburg.de)
- Tourismusakademie Brandenburg ([www.tourismusakademie-brandenburg.de](http://www.tourismusakademie-brandenburg.de)) mit umfangreichem Seminarprogramm u. a. Zertifizierungen zur Servicequalität Deutschland (ServiceQ)
- grenzüberschreitende Tourismus-Marketing-Kooperationen
- Hauptwebsite [www.reiseland-brandenburg.de](http://www.reiseland-brandenburg.de) mit insgesamt 19 weiteren thematischen Auftritten wie z. B. Businessauftritte ([www.tagen-in-brandenburg.de](http://www.tagen-in-brandenburg.de)), [www.gruppenreisen-in-brandenburg.de](http://www.gruppenreisen-in-brandenburg.de)), Themenauftritte ([www.blaues-paradies.de](http://www.blaues-paradies.de)), Fach-/Zielgruppenauftritte ([www.tmb-intern.de](http://www.tmb-intern.de), [www.tmb-presse.de](http://www.tmb-presse.de)), durchschnittlich 10 000 Nutzer pro Monat auf den Seiten der TMB
- Betrieb der größten Veranstaltungsdatenbank des Landes Brandenburg, über 10 000 Veranstaltungen im Jahr, Kooperationen mit Verlagen, Medien, etc. mit Übernahme der Daten
- Betrieb der zentralen touristischen Informationsdatenbank des Landes mit ca. 8 000 Points of Interest
- Zentrale Fahrradinformationsplattform ([www.radeln-in-brandenburg.de](http://www.radeln-in-brandenburg.de)) mit einem Streckennetz von über 7 000 km und 9 ADFC-zertifizierten Qualitätsradwegen
- Förderung des Geschäftsreiseverkehrs durch Brandenburg Convention Office und Brandenburg Group Travel Office der TMB

### Tourismus-Service

- Betrieb des Informations- und Reservierungssystems Land Brandenburg mit ca. 1 000 Leistungsanbietern
- Betrieb einer Tourist-Information im Flughafen Berlin-Schönefeld
- Tourismusdienstleistungen für Dritte u. a. touristische Vermarktung der Landeshauptstadt Potsdam (Potsdam Tourismus Service der TMB), Organisation und Vertrieb des Familienpass Brandenburg, Begleitung der Netzwerke „Aktiv in der Natur“ sowie „Tagung/MICE“

### Strategische Grundlagen

- Landestourismuskonzeptionen 2011–2015
- Strategische Marketingplanung 2008 – 2012
- jährliche Marketingpläne
- Marktforschungsdaten, Trendstudien, Statistiken zum Beispiel der FuR, GfK, DZT
- Kommunikationsstrategie mit Claim „Brandenburg – Das Weite liegt so nah“

### Mitgliedschaften/externe Kooperationen

- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
- Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
- Vereinigung der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft (VBT)

### Kontakt

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH  
Am Neuen Markt 1 – Kabinetthaus D-14467 Potsdam  
Telefon +49 (0)3 31/2 98 73-0  
Fax (0)3 31/2 98 73-73  
[tmb@reiseland-brandenburg.de](mailto:tmb@reiseland-brandenburg.de)  
[www.reiseland-brandenburg.de](http://www.reiseland-brandenburg.de)

Mit freundlicher Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburgs

Foto: TMB Fotoarchiv/Paul Hahn

# Brandenburg Tourismus im Profil

