

# Halbjahresbilanz 2024 für Brandenburg-Tourismus

29.08.2024 11:12 CEST

## Gute Halbjahresbilanz für Tourismus in Brandenburg

Herausforderungen für die Branche bleiben groß / Ministerreise blickt auf  
Trends im Brandenburg-Tourismus

Von Januar bis Juni 2024 wurden in Brandenburgs Beherbergungsstätten und auf Brandenburgs Campingplätzen insgesamt 6,4 Millionen Übernachtungen und 2,5 Millionen Gästeankünfte gezählt. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2023 entspricht dies einem Zuwachs bei den Übernachtungen von 1,9

**Prozent und bei den Gästen von 5,3 Prozent. Damit war das erste Halbjahr 2024 das bisher erfolgreichste im Brandenburg-Tourismus. Beim Blick auf die Entwicklung seit dem Vorkrisenjahr 2019 zeigt sich die starke Resilienz der Branche: Die Übernachtungen im Zeitraum Januar bis Juni in den Jahren 2019 bis 2024 sind in Brandenburg prozentual stärker gestiegen als im Deutschland-Tourismus insgesamt. Während in Brandenburg die Zunahme bei 2,8 Prozent liegt, beträgt das Wachstum in Deutschland 0,4 Prozent. Die Zahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg stellten Wirtschaftsminister Jörg Steinbach und Christian Woronka, Geschäftsführer der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, am heutigen Donnerstag im Rahmen einer Pressefahrt ins Dahme-Seenland vor.**

Wirtschaftsminister **Jörg Steinbach** sagte: „Nach dem Rekordjahr 2023 mit mehr als 14 Millionen Übernachtungen ist der Tourismus auch in den ersten sechs Monaten des Jahres 2024 auf erfreulich stabilem Kurs. Brandenburg kann stolz sein auf seine touristische Entwicklung. Sie ist nicht zuletzt auch die Summe vieler unternehmerischer Leistungen. Innovationsfreude, Kreativität und auch Risikobereitschaft sind oft das Zünglein an der Waage, wenn es um wirtschaftliche Erfolge geht. Dieser Leistung unserer Betriebe im Tourismussektor gebührt Respekt, Beispielhaft dafür stehen die beiden Unternehmen Neupitz und das 360° teamgeist Resort, die wir heute auf der Pressefahrt besuchen. Ihre Gründer greifen Trends und Nachfragen auf und spezialisieren sich. Sie schaffen Angebote für große und kleine Unternehmen, die ihren Angestellten neue Arbeits- und Teamerfahrungen ermöglichen wollen, um so ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Bei all dieser Tatkraft ist mir aber auch bewusst, dass die Rahmenbedingungen für touristische Betriebe nach wie vor von großen Unsicherheiten geprägt sind. Das betrifft eine ganze Reihe von Themen. Kostensteigerungen für Energie, Personal und Wareneinkauf stellt die Branche vor große Herausforderungen. Dies betrifft vor allem die Gastronomie. Diese hat, trotz steigender Gästezahlen, mit Umsatzrückgängen zu kämpfen. Die Branche muss sich – auch nach Corona – erneut und dauerhaft mit neuen Konzepten auf diese Gegebenheiten einstellen. Ich bin jedoch zuversichtlich, denn dieser Wirtschaftszweig hat schon oft seine Anpassungsfähigkeit bewiesen.“

### **Hotels, Ferienhäuser und Ferienwohnungen mit Wachstum**

Die meisten Übernachtungen erfolgten von Januar bis Juni in Hotels (2,3 Millionen, +3,5 Prozent), in Ferienzentren, Ferienhäusern und Ferienwohnungen (1,0 Millionen, +8,8 Prozent) sowie auf Brandenburgs Campingplätzen (595.000 Übernachtungen, +8,9 Prozent). Ein

Kapazitätswachstum bei den Betten ist bei den Ferienwohnungen und Ferienhäusern (+10 Prozent) sowie bei den Campingplätzen (+3 Prozent) im Vergleich zum Jahr 2023 festzustellen.

Bei den Reiseregionen liegt der Spreewald mit einer Million Übernachtungen vor dem Seenland Oder-Spree mit 971.000 und dem Dahme-Seenland mit 678.000 Übernachtungen. Hier wurden auch mit 14,1 Prozent die stärksten Zuwächse der Übernachtungen registriert. Auch das Lausitzer Seenland (+9,0 Prozent) und die Landeshauptstadt Potsdam (+7,0) können sich über ein größeres Wachstum freuen.

Zugenommen haben ebenso die Übernachtungen aus dem Ausland (+4,2 Prozent), die im ersten Halbjahr bei insgesamt 506.000 lagen. Polen war mit 119.000 Übernachtungen erneut der stärkste ausländische Quellmarkt und konnte um 5,1 Prozent zulegen.

TMB-Geschäftsführer **Christian Woronka** betonte: „Auch ich freue mich über das gute erste Halbjahr. Dieses Wachstum haben sich die Betriebe aber hart erarbeitet. Es ist in diesen Zeiten keinesfalls selbstverständlich. Der weitere Jahresverlauf bleibt abzuwarten. Wir hoffen auf eine gute zweite Jahreshälfte. Herbst und Winter stehen nun in unserem Marketing im Fokus.“

Die Nebensaison bietet Potenzial für Wachstum. Für die Kommunikationsmaßnahmen der kommenden Monate konnte die TMB erneut die DB Regio Nordost als Kooperationspartner gewinnen, um gemeinsam Angebote inklusive nachhaltiger Anreise mit der Bahn zu bewerben.

Auch im Auslandsmarketing setzt die TMB auf die Zusammenarbeit mit Partnern. Im Juli war sie mit der Deutschen Zentrale für Tourismus drei Tage lang Gastgeberin für siebzehn Influencerinnen und Influencer aus elf Ländern. Thematischer Anlass ist das Jubiläum 35 Jahre Mauerfall. Im September präsentiert die TMB das Land Brandenburg bei einer mehrtägigen Roadshow der Flughafengesellschaft Berlin-Brandenburg in West-Polen, zu der Reiseveranstalter und Medien eingeladen sind.

## **Tourismus nutzt Synergien zum Wirtschafts- und Innovationsstandort Berlin-Brandenburg**

Neben den Urlaubsreisen sind auch Aufenthalte aus geschäftlichen Gründen für den Tourismus relevant. In einer Zeit, in der wir mit einer Vielzahl

globaler Herausforderungen und Transformationsprozessen konfrontiert sind und in der die Arbeitswelt zunehmend virtueller wird, verändern sich Formate wie Meetings, Teambuildings und Tagungen. Es geht nicht mehr nur um den Austausch von Informationen. Die Teilnehmenden wünschen sich neues Wissen, außergewöhnliche Erlebnisse, Inspiration und persönliche Erfahrungen, die einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen.

In der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg ist das Potenzial für solche Formate durch die Vielzahl an Unternehmen, Organisationen und Einrichtungen der vielfältigen Wissenschaftslandschaft groß. Es trifft hier auf kreative Menschen, die Orte und Angebote schaffen, die zu diesen Bedürfnissen passen. Die Vorteile dieses touristischen Angebotes liegen in der hohen Wertschöpfung und in der Chance, auch die Nebensaison zu stärken und den nachhaltigen Qualitätstourismus weiter zu fördern. Auch können neue und jüngere Zielgruppen für den Brandenburg-Tourismus erschlossen und Urlaubsgäste gewonnen werden. Denn auch dies ist ein Trend: Geschäftlich veranlasste Reisen werden immer häufiger um einen privaten Aufenthalt verlängert.

**Neupitz und das 360° teamgeist Resort** sind neue touristische Standorte im Dahme-Seenland und Beispiele für Investitionen in dieses Segment. Ihr Angebot ist so aufgestellt, dass Gruppen und Teams die Möglichkeit zum gemeinsamen Arbeiten und für gemeinsame freie Zeit haben. Grundlage dafür sind jeweils attraktive und großzügige Standorte mit viel Freiraum am Wasser, Übernachtungsmöglichkeiten, Angebote und Orte für Meetings und Workshops. Neupitz ist seit dem Jahr 2023 am Markt, das 360° teamgeist Resort wird am 29. August 2024 offiziell eröffnet. Die Teamgeist GmbH wurde 1992 in Brandenburg gegründet und gehört zu den größten Anbietern von Teamevents im DACH-Raum.

## **Pressekontakte und weitere Informationen**

### **Neupitz**

Stephan Gabler, Telefon: 0156 / 790 31305, [stephan@neupitz.de](mailto:stephan@neupitz.de)  
[www.neupitz.de](http://www.neupitz.de)

### **360° teamgeist Resort**

Isabel Haufe (Geschäftsführerin), Telefon: 0170 / 4147772,  
[i.haufe@teamgesit.com](mailto:i.haufe@teamgesit.com) Fink & Fuchs AG, Claudia Hering, Telefon: 0163 / 74  
131 12, [teamgeist@finkfuchs.de](mailto:teamgeist@finkfuchs.de) [www.360-teamgeist.com](http://www.360-teamgeist.com)

**Weitere Informationen:**

[www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de](http://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de)

[www.statistik-berlin-brandenburg.de](http://www.statistik-berlin-brandenburg.de)

[www.reiseland-brandenburg.de](http://www.reiseland-brandenburg.de)

**Ein Faktenblatt mit weiteren Zahlen und Daten zur Halbjahresbilanz 2024 hängt an dieser Presse-Information oder [hier direkt zum Herunterladen](#).**

---

Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH wurde 1998 gegründet. Als Destination-Management-Organisation ist sie für die langfristige und nachhaltige Positionierung sowie Entwicklung und Vermarktung der touristischen Angebote im Land Brandenburg verantwortlich. Hierzu zählt insbesondere die Markenführung der touristischen Marke Brandenburg und der damit verbundene Markenprozess. Die Gesellschafter der TMB sind das Land Brandenburg (59 Prozent), die Vereinigung Brandenburgischer Körperschaften zur Förderung der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft GbR (36 Prozent) und die Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) (5 Prozent).

**TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Babelsberger Straße 26,  
14473 Potsdam**

Telefon: +49 (0)331 29873-0 | Telefax: +49 (0)331 29873-73

[service@reiseland-brandenburg.de](mailto:service@reiseland-brandenburg.de) | [www.reiseland-brandenburg.de](http://www.reiseland-brandenburg.de)

Amtsgericht Potsdam HRB 11403 | Ust-IdNr. DE194533636  
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Staatssekretär Hendrik Fischer | Geschäftsführer: Christian Woronka

## Kontaktpersonen



**Birgit Kunkel**

Pressekontakt

Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin

[birgit.kunkel@reiseland-brandenburg.de](mailto:birgit.kunkel@reiseland-brandenburg.de)

+49(331)29873-250