



Tourismusbilanz 2025

27.02.2026 09:58 CET

Tourismus in Brandenburg auf hohem Niveau – Anstieg in der Nebensaison

Tourismus in Brandenburg auf hohem Niveau - Anstieg in der Nebensaison

Das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg hat die Tourismuszahlen für 2025 veröffentlicht. Mit 5,4 Millionen Gästen (+0,3 Prozent) und 14,3 Millionen Übernachtungen (-0,7 Prozent) liegen die Zahlen annähernd auf dem hohen Niveau des Jahres 2024 und deutlich über dem Referenzjahr 2019. Damit zeigt sich die Tourismusbranche auch in Zeiten, in denen gestiegene Kosten in privaten Haushalten das Konsumverhalten verändern, stabil.

Potsdam Ein Plus bei den Übernachtungen weisen Potsdam, das Barnimer

Land, die Uckermark und das Dahme-Seenland auf, wo insbesondere die Übernachtungen im Flughafenumfeld weiter wachsen.

Eine positive Entwicklung zeigt sich in der Nebensaison. Im ersten Quartal ist die Zahl der Übernachtungen seit 2019 um 2,3 Prozent, im vierten Quartal um 6,1 Prozent angestiegen. Die Zahl der Gäste stieg um 3,3 Prozent bzw. 11,4 Prozent.

Zurückgegangen sind die Übernachtungen aus dem Ausland (-2,5 Prozent), wobei sich insbesondere der wichtige Markt Polen 2025 schwächer gezeigt hat (-2,8 Prozent) – ein Phänomen auch in anderen Bundesländern.

Die Übernachtungskapazitäten im gewerblichen Bereich mit mehr als zehn Betten sind mit rund 1.700 Beherbergungsstätten und rund 138.000 Betten weitgehend gleichgeblieben (Juli-Wert).

Die Übernachtungen im Bereich der Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Ferienzentren haben zugenommen (+1,9 Prozent) während die Zahl der Übernachtungen im Bereich der Hotellerie um 1,8 Prozent auf 7,1 Millionen zurückgegangen ist.

Die Campingwirtschaft bleibt mit 1,6 Millionen Übernachtungen auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Innerhalb der vergangenen zehn Jahre sind die Übernachtungen auf Brandenburgs Campingplätzen um mehr als 40 Prozent gestiegen.

Wirtschaftsminister Daniel Keller: „Die Tourismuswirtschaft ist weiterhin ein sicherer und stabiler Wirtschaftszweig. Der Tourismus ist stark vom inländischen Markt und damit vom Konsumverhalten der Deutschen abhängig. Das Ergebnis für 2025 kann sich daher auch im bundesweiten Vergleich durchaus sehen lassen. Eine resiliente Tourismuswirtschaft ist auf qualitativ hochwertige touristische Angebote angewiesen, auf die Brandenburg den Fokus setzt. Dazu gehen wir gezielt die anspruchsvollen Themen wie Gastronomie und Klimaanpassung an – unter anderem durch die Studie Gastro-Zukunft unter Federführung der TMB und Wissenspapiere und Branchenleitfäden zur Klimaanpassung.“

TMB-Geschäftsführer Christian Woronka: „Die Zahlen für 2025 zeigen: Die Nebensaison gewinnt weiter an Bedeutung. Immer mehr Gäste reisen

bewusst außerhalb der Schulferien – sei es aus zeitlicher Flexibilität, dem Wunsch nach Ruhe, für aktive Touren in der kühleren Jahreszeit oder um Arbeit und Urlaub im Rahmen von Remote Work zu verbinden. Der Ganzjahrestourismus stärkt die Betriebe vor Ort und sichert Arbeitsplätze. Mit unserer Kommunikation werden wir auch 2026 wieder gezielt weitere Impulse für saisonunabhängiges Reisen setzen.“

In diesem und im nächsten Jahr wird die TMB Brandenburg als inspirierendes und überraschendes Reiseziel positionieren, das Raum lässt für Stille, Natur und neue Energie. Im Mittelpunkt stehen dabei zum Beispiel Kreativ- und Mitmachangebote, Kultur an besonderen Orten, außergewöhnliche Übernachtungsmöglichkeiten sowie Orte und Regionen im Aufbruch. Es werden Gäste angesprochen, die natur- und kulturaffin sind. Ziel der Markenkommunikation ist, die Sichtbarkeit von Brandenburg gerade in Deutschland weiter zu steigern. Der Fokus liegt auf benachbarten Bundesländern, den Quellmärkten Hessen und Nordrhein-Westfalen sowie im benachbarten Ausland, insbesondere in Polen.

Seenverbund im Lausitzer Seenland ist Meilenstein im Wassertourismus

Am 29. Juni sollen im Lausitzer Seenland fünf Seen schiffbar gemacht und durch Kanäle verbunden werden. Dadurch entsteht eine große zusammenhängende Gewässerlandschaft die als zusätzliches Wassertourismusrevier „Deutschlands Seenland“ komplementiert. Das ist eine wichtige Entwicklung für den Wassertourismus, den die TMB auch künftig unter der Marke „Deutschlands Seenland“ gemeinsam mit den Ländern Berlin und Mecklenburg-Vorpommern überregional vermarktet.

Gastronomie Studie und Unterstützung bei der Klimaanpassung

Die Situation der Gastronomie gehört derzeit zu den größeren Herausforderungen der Tourismusbranche. In einer Studie zur Zukunft der Gastronomie werden Problemfelder identifiziert und Zukunftspotenziale herausgearbeitet. Die Ergebnisse werden Mitte des Jahres erwartet.

Bereits im Januar hat die TMB gemeinsam mit den Industrie- und Handelskammern im Land Brandenburg umfangreiche Unterstützungsangebote zur Anpassung der Branche an die Klimaveränderungen vorgelegt: ein Wissenspapier zu Klimawirkungen auf den Tourismus, Praxisleitfäden mit spezifischen und konkreten Empfehlungen für Gastgewerbe, Wasser-, Camping-, Natur-, Kultur-, Outdoor-

Veranstaltungs- und Gesundheitstourismus sowie für regionale Tourismusverantwortliche und ein Selbstcheck, mit dem Betriebe ihre Klimarisiken erkennen können und Vorschläge für Anpassungsmaßnahmen erhalten. Aktuell findet dazu eine Webinar-Reihe statt. Alle Informationen und Materialien stehen im tourismusnetzwerk-brandenburg.de zur Verfügung.

[Statistik-Dashboard des Tourismusnetzwerks Brandenburg](#)

[Dashboard des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg](#)

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz des Landes Brandenburg

Pressestelle

Tel. 0331 866-1514

mwaek.brandenburg.de

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Pressesprecherin Birgit Kunkel

Tel. 0331-29873250

www.tourismusmarketing-brandenburg.de **Die Pressemitteilung finden Sie auch weiter unten zum Download!**

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 | www.reiseland-brandenburg.de

Amtsgericht Potsdam HRB 11403 | Ust-IdNr. DE194533636 I
Aufsichtsratsvorsitzende: Staatssekretärin Dr. Friederike Haase |
Geschäftsführer: Christian Woronka

Kontaktpersonen



TMB-Pressestelle / Unternehmenskommunikation

presse@reiseland-brandenburg.de

+49 (0)331 298 73-253