Jahresbericht 2026

Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland

Saarland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich

Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland

Finanzgruppe
Sparkassenverband Saar

Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland

Jahresbericht 2026

Beirat

Heike Brücker
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Michael Buchna
DEHOGA Saarland

Birgit Grauvogel
Tourismus Zentrale Saarland GmbH

Jan Grolier
Sparkassenverband Saar

Karsten Heinsohn
dwif-Consulting GmbH

Dr. Christian Molitor
Sparkassenverband Saar

Susanne Niklas
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Daniela Schlegel-Friedrich
Landkreis Merzig-Wadern

Dr. Rainer Schryen
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

Leander Wappler
Industrie- und Handelskammer des Saarlandes

Vorwort Sparkassen-Tourismusbarometer 2026

Cornelia Hoffmann-Bethscheider
Präsidentin Sparkassenverband Saar

Liebe Leserinnen und Leser,

seit mehr als zwei Jahrzehnten begleiten die saarländischen Sparkassen dieses Barometer. Was 2004 begann, ist heute weit mehr als eine Sammlung von Zahlen. Es zeigt, wo der Saar-Tourismus steht und was er braucht. Getragen wird es von der Sparkassen-Finanzgruppe gemeinsam mit dem saarländischen Wirtschaftsministerium, an der Seite der Tourismus Zentrale Saarland und des DEHOGA Saarland. Der Blick aus vielen Richtungen – aus der Landespolitik, aus dem Marketing, aus den Betrieben, aus der Finanzierung – ergibt ein Gesamtbild.

Das vergangene Jahr hat dem Saarland-Tourismus eine gute Entwicklung gebracht. Mich freut dabei besonders eine Zahl: Die Beherbergungsbetriebe im Saarland sind von 290 auf 319 gestiegen – während sie bundesweit weiter zurückgegangen sind. Hier wird erhalten und modernisiert, gebaut und Neues gewagt. Dahinter stehen viele einzelne Entscheidungen. Wer Gäste halten und gewinnen will, muss investieren: in Qualität, in Service und in Angebote, die überzeugen.

Genau hier beginnt unsere Arbeit. Unsere Sparkassen sind dort, wo die Betriebe sind – in den Städten und in den kleinen Orten, oft seit Generationen. Wir kennen die Häuser, wir kennen die Menschen dahinter, und wir sitzen ihnen gegenüber, wenn es um kleine und große Entscheidungen geht: ob die Zimmer jetzt modernisiert werden, ob der Campingplatz erweitert wird, wie es mit dem Gasthaus weitergeht, wenn die nächste Generation übernimmt. Wir wissen, wie viel an solchen Gesprächen hängt. Deshalb beginnt Begleitung für uns nicht erst bei der Finanzierung. Oft geht es zuerst um die Frage, ob sich ein Vorhaben trägt und wann der richtige Zeitpunkt ist.

Das diesjährige Schwerpunktthema „Wirtschaftsfaktor Tourismus" zeigt, warum sich das lohnt. Rund 1,67 Milliarden Euro Umsatz entstehen im Saarland durch Gäste – im Gastgewerbe, aber ebenso im Einzelhandel, in Kultur und Freizeit und bei vielen weiteren Dienstleistungen. Was ein Betrieb tut – ob er investiert, umbaut oder sein Angebot behutsam weiterentwickelt –, wirkt weit über seine eigenen Mauern hinaus. Tourismus hält Städte und Gemeinden lebendig und macht das Saarland für uns alle lebenswerter. Wer in seinen Betrieb investiert, investiert in unseren Standort.

Einfach ist es nicht. Wachstum und Ertrag laufen derzeit nicht im Gleichschritt: Die Kosten sind hoch, Personal ist knapp, und die Gäste schauen genauer hin. Umso mehr kommt es darauf an, dass Investitionen gut vorbereitet sind. Aber ich erlebe eine Branche, die damit umzugehen weiß, und Menschen, die mit großer Überzeugung für ihre Betriebe einstehen. Und unser Saarland hat Gästen viel zu bieten: herrliche Natur, lebendige Kultur, kurze Wege und eine hervorragende Gastronomie. Das stimmt mich zuversichtlich.

Ihnen allen, die sich für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Saarland einsetzen – in den Betrieben, in der Politik, in Verbänden, Verwaltung und Kommunen – danke ich herzlich. Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre und gute Impulse für Ihre Arbeit vor Ort.

Ihre Cornelia Hoffmann-Bethscheider

Saarbrücken, September 2026

Vorwort Sparkassen-Tourismusbarometer 2026

Jürgen Barke
Minister für Wirtschaft, Innovation,
Digitales und Energie

Liebe Leserinnen und Leser,

der Tourismus im Saarland boomt! Mit rund 3,35 Mio. Übernachtungen war 2025 das erfolgreichste Tourismusjahr in der Geschichte des Saarlandes. Bei den Ankünften und Übernachtungen verzeichneten wir im Vergleich zu den anderen Bundesländern die höchste Wachstumsrate. Auch die Zahlen für 2026 zeigen: Die Erfolgsgeschichte geht weiter!

Dieser Erfolg ist kein Zufall, sondern das Ergebnis einer langfristigen Strategie, gezielter Investitionen und der Zusammenarbeit aller touristischen Akteure im ganzen Land.

Das diesjährige Sparkassen-Tourismusbarometer richtet den Blick auf einen Aspekt, der mir besonders wichtig ist: Tourismus ist Wirtschaftspolitik. Denn von einem starken Tourismus profitiert weit mehr als das Gastgewerbe.

Gäste übernachten und essen bei uns, sie kaufen ein, besuchen Kultur- und Freizeitangebote und nutzen Dienstleistungen. So entstehen Aufträge und Arbeitsplätze und zusätzliche Wertschöpfung bleibt in unseren Städten und Gemeinden. Handel, Handwerk, Verkehr, Kultur, Dienstleistungen und Ernährungswirtschaft sind eng mit der touristischen Entwicklung verbunden.

Auf dieser guten Entwicklung wollen wir uns nicht ausruhen. Unser Ziel ist es, die touristischen Stärken des Saarlandes weiterzuentwickeln, Qualität und Wertschöpfung zu steigern und neue Potenziale zu erschließen. Als Wirtschaftsministerium setzen wir dafür die strategischen Leitplanken und unterstützen gezielt Investitionen, die unseren Tourismus nachhaltig voranbringen.

Die vergangenen Jahre zeigen, was wir gemeinsam erreichen können. Lassen Sie uns diesen Weg mit Ideen, Mut und Unternehmergeist weitergehen.

Ihr Jürgen Barke

Saarbrücken, September 2026

Inhaltsverzeichnis

Beirat 2

I EINFÜHRUNG 6

II SAARLAND-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH 7

1 Rahmenbedingungen 7

2 Touristische Nachfrage 9

3 Touristisches Angebot 11

4 Betriebstypen im Vergleich 13

5 Destinationstypen im Vergleich 15

III FREIZEITWIRTSCHAFT UND GASTGEWERBE IM SAARLAND 17

1 Freizeitwirtschaft 17

1.1 Rahmenbedingungen 2025 17

1.2 Eckpunkte der saarländischen Besucher*innenentwicklung 2025 17

1.3 Saisonverlauf der Freizeiteinrichtungen 17

1.4 Besucher*innenentwicklung nach Kategorien im Saarland 2025 18

2 Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe 21

2.1 Konjunktur- und Marktbewertung 21

2.2 Umsatzentwicklung 21

2.3 Preisentwicklung im Gastgewerbe 22

2.4 Zimmerauslastung und RevPAR 22

2.5 Gewerbestatistik im Gastgewerbe 23

2.6 Arbeitsmarkt im Gastgewerbe 25

2.7 Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen 27

3 Qualität der Betriebe 30

IV WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS IM SAARLAND 35

1 Der Wirtschaftsfaktor Tourismus im Kontext von Ökonomie, Lebensqualität und Standort 35

2 Ökonomische Effekte: Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland 37

2.1 Bedeutung des Tourismus im Saarland 37

2.2 Touristisches Nachfragevolumen 38

2.3 Ausgabenstruktur der Gäste im Saarland 39

2.4 Umsätze aus dem Tourismus 40

2.5 Profiteure und Branchenstruktur der Bruttoumsätze 41

2.6 Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte 42

2.7 Touristische Intensität und zentrale Kennziffern 44

Anhang 46

Literatur 60

Impressum 61

I EINFÜHRUNG

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland wird seit 2004 jährlich erstellt und veröffentlicht. Träger sind der Sparkassenverband Saar (SVSaar)[1] und das Land Saarland, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie[2]. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird das Tourismusbarometer von der dwif-Consulting GmbH.

Ziele

Ziel des Tourismusbarometers[3] ist die kontinuierliche problemorientierte Beobachtung der Tourismusentwicklung im Saarland und in seinen Landkreisen sowie dem Regionalverband Saarbrücken. Das Tourismusbarometer wird auch in Ostdeutschland, Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz sowie in Nordrhein-Westfalen durchgeführt.

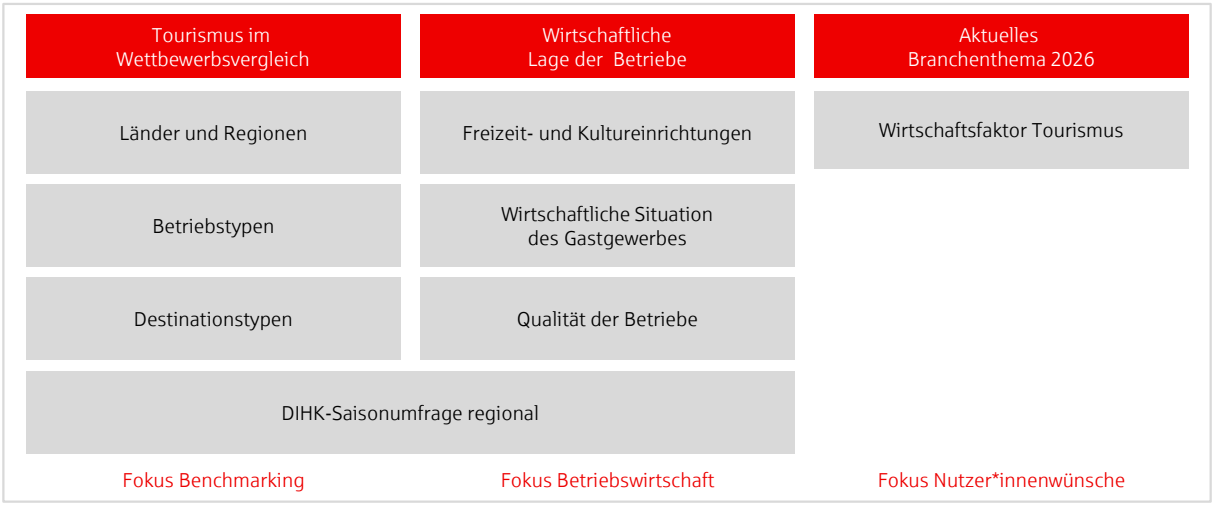
Es macht die Nutzer*innen auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusbranche aufmerksam. Als Frühwarnsystem dient es dazu, rechtzeitig auf problematische Entwicklungen hinzuweisen und Handlungsbedarfe zu identifizieren. Das kontinuierliche Monitoring ermöglicht zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Letztlich soll das Tourismusbarometer Entscheidungsfindungen für die Infrastrukturentwicklung ebenso wie für das Marketing erleichtern.

Das Tourismusbarometer …

- ermöglicht durch den Einsatz eines umfassenden Datensets strukturelle (über-)regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus im Saarland.
- schließt Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik.
- bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zum Markterfolg touristischer Freizeiteinrichtungen.
- analysiert die aktuelle wirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen.
- gibt einen Überblick über das aktuelle Qualitätsniveau der Betriebe im Saarland.
- fokussiert aktuelle Branchenthemen, die der Beirat[4] des Tourismusbarometers jährlich festlegt.

Das aktuelle Branchenthema des Tourismusbarometers 2026 behandelt den Wirtschaftsfaktor Tourismus.

Abb. 1: Module des Tourismusbarometers



Quelle: dwif 2026

1 www.svsaar.de
2 www.wirtschaft.saarland.de
3 www.svsaar.de und www.sparkassen-tourismusbarometer.de
4 Siehe Verzeichnis der Beiratsmitglieder.

II SAARLAND-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH

1 Rahmenbedingungen

Geopolitische Spannungen, anhaltende Unsicherheiten in globalen Lieferketten sowie teils sprunghafte Energie- und Rohstoffpreise wirken gleichermaßen auf Betriebe und Konsument*innen. Für die Tourismusbranche, auch im Saarland, entsteht ein Umfeld, in dem Optimismus auf Unsicherheit trifft. Reisende reagieren sensibel auf Nachrichtenlagen und Preisimpulse, wägen Ausgaben bewusster ab und suchen zugleich nach Verlässlichkeit und Qualität. Für Anbieter steigt damit der Druck, Vertrauen zu stärken und effizienter zu werden. In diesem Zusammenhang gewinnen Nachhaltigkeit und Digitalisierung weiter an Bedeutung: Als Transformationspfade sichern sie Wettbewerbsfähigkeit und betriebliche Resilienz.

Konjunkturelle Zahlen in Deutschland: Zum ersten Mal seit 2022 wuchs das Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2025 leicht um 0,2 Prozent. Trotz dieser Tendenzen blieb das Konsumklima vielerorts durch Vorsicht geprägt. Die Inflation lag ein Jahr lang stabil bei zwei Prozent, bis sie im Frühjahr 2026 unter anderem infolge des Krieges gegen den Iran wieder anstieg. Ein weiterer preispolitischer Impuls zum Jahresstart 2026 war die dauerhafte Absenkung der Umsatzsteuer auf Speisen in der Gastronomie von 19 Prozent auf sieben Prozent. Dieser zusätzliche Spielraum hilft insbesondere kurzfristige Preissteigerungen zu begrenzen und Kostensteigerungen zu kompensieren; zugleich ermöglicht er gezielte betriebliche Investitionen in Qualität und Angebot.

Ambivalente Marktperspektiven prägen das Bild: Unsicherheit beim Konsumverhalten trifft auf Reiselust

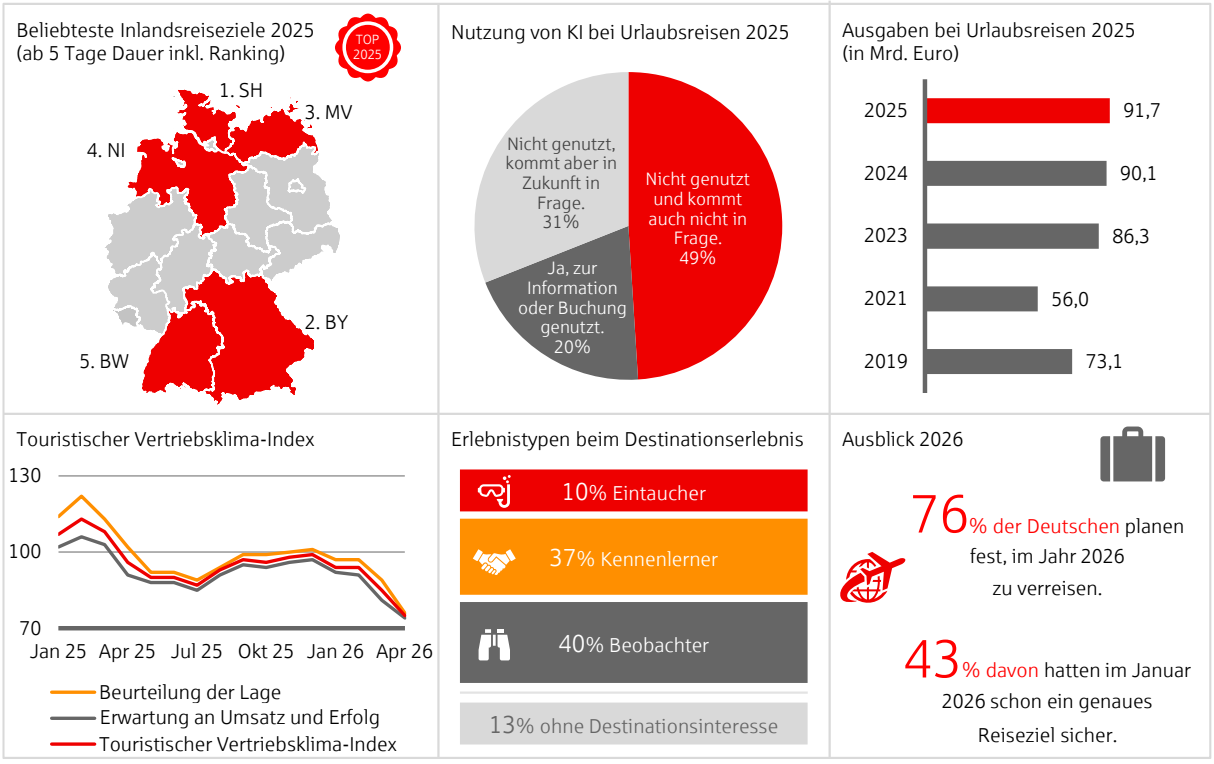
Die Marktdaten für 2025 unterstreichen die anhaltend hohe Bedeutung des Urlaubsmarktes. Laut FUR Reiseanalyse 2026 gaben Urlaubsreisende im Jahr 2025 insgesamt 92 Milliarden Euro aus; zugleich unternahmen sie 68 Millionen Urlaubsreisen. Mit einer Urlaubsreiseintensität von 80,5 Prozent unternahm weiterhin ein großer Teil der Bevölkerung mindestens eine Reise im Jahr 2025. Insgesamt zeigt sich, dass Reisen weiterhin ein priorisiertes Konsumfeld bleiben. Trotz hoher Reisenachfrage prägt aber eine verhaltene wirtschaftliche Erwartungshaltung viele Konsumentscheidungen. Zwar haben sich die Einschätzungen zur allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung gegenüber den Vorjahren leicht aufgehellt, dennoch rechneten zu Jahresbeginn 2026 40 Prozent der Bevölkerung in den kommenden zwölf Monaten mit einer Verschlechterung. Für die Reiseentscheidung ist insbesondere die persönliche wirtschaftliche Situation maßgeblich: 58 Prozent erwarteten keine Veränderung, 24 Prozent hingegen eine Verschlechterung. Parallel dazu deutet die Stimmung auf der Angebotsseite im Reisevertrieb auf anhaltende Unsicherheit hin. Der Touristische Vertriebsklima-Index von Dr. Fried & Partner, der die Lage im Reisevertrieb abbildet, brach nach einer kurzen Erholung Anfang 2026 aufgrund des Krieges gegen den Iran wieder deutlich ein. Das spricht für weiterhin volatile Nachfrageimpulse und begrenzte Planungssicherheit, auch wenn die grundsätzliche Reisebereitschaft im Markt hoch bleibt.

2025 fanden weniger Inlandsreisen als im Vorjahr statt.

Im Reiseverhalten setzte sich 2025 ein Muster fort, das zwischen Kontinuität und gezielten Verschiebungen wechselt: Auslandsreisen dominierten weiterhin deutlich und erreichten 2025 mit einem Anteil von 78 Prozent leicht höhere Werte als im Vorjahr. Parallel dazu gingen Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands zurück. Insgesamt unternahmen Reisende knapp eine Million weniger Urlaubsreisen im Inland als im Jahr 2024. Die Reisetätigkeit stabilisierte sich insgesamt auf hohem Niveau, die Nachfrage blieb jedoch weiterhin deutlich auslandsorientiert.

Gerade im Ausland suchen Reisende Destinationen mit verlässlicher Mischung aus Entschleunigung, kulinarischem Genuss, Lebensgefühl, Gemütlichkeit, kultureller Nähe und Authentizität. Rund 50 Prozent der deutschen Bevölkerung möchten demzufolge in das Leben am Urlaubsort eintauchen beziehungsweise es kennenlernen. Diese Erwartungen lassen sich auch auf Inlandsreisen übertragen.

Abb. 2: Reiseverhalten 2026



Quelle: dwif 2026, Daten FUR ReiseAnalyse 2026, Dr. Fried & Partner GmbH, Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)

KI als Treiber in der Urlaubsplanung

Ausblick auf das Reisejahr 2026: Bereits im Januar 2026 planten drei Viertel der deutschen Bevölkerung sicher, im Jahr 2026 mindestens eine Reise zu unternehmen. Zugleich sind die Reiseabsichten bei vielen bereits sehr konkret: bei 43 Prozent stand das Reiseziel schon fest und bei weiteren 33 Prozent war die Reiseabsicht sicher, das Ziel jedoch noch offen. Für 2026 ist demnach eine Stabilisierung oder leichte Konsolidierung der Nachfrage zu erwarten. Damit rücken Qualitätssicherung, Profilierung, effiziente Vermarktung und belastbare Angebotsstrukturen in den Mittelpunkt.

Mit den Möglichkeiten durch die Nutzung von Künstlicher Intelligenz (KI) im Kontext von Urlaubsreisen eröffnen sich zunehmend Chancen für die Tourismusindustrie. Laut der FUR ReiseAnalyse 2026 stehen rund 50 Prozent der deutschen Bevölkerung dem Einsatz von KI grundsätzlich positiv gegenüber. 20 Prozent haben KI bereits im touristischen Kontext genutzt, vor allem zur Inspiration, Informationssuche, für Empfehlungen vor Ort oder als Sprachassistenz bei Auslandsreisen. Weitere 31 Prozent haben KI bislang noch nicht eingesetzt, können sich eine Nutzung in Zukunft jedoch vorstellen. Damit wird KI zunehmend zu einem zentralen Baustein in der Reiseplanung und -begleitung, die schnelle Ergebnisse, hohe Vergleichbarkeit und individualisierte Empfehlungen ermöglicht. Sie wird sowohl Informations- und Buchungsprozesse als auch die Gestaltung touristischer Angebote und Services immer stärker mitprägen.

2 Touristische Nachfrage

Saarland-Tourismus mit höchsten Wachstumsraten im Bundesländervergleich

Nach einem Rückgang im Vorjahr entwickelte sich die touristische Nachfrage im Saarland 2025 positiv. In den gewerblichen Betrieben mit zehn und mehr Betten wurden rund 1,19 Millionen Ankünfte und 3,35 Millionen Übernachtungen gemeldet. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet das ein Wachstum von 6,1 Prozent bei den Ankünften und 4,5 Prozent bei den Übernachtungen. Das Saarland war damit sowohl bei den Ankünften als auch den Übernachtungen das Bundesland mit der höchsten Wachstumsrate. Bundesweit stieg die Zahl der Ankünfte um 1,2 Prozent und die der Übernachtungen um 0,3 Prozent. Übernachtungen aus dem Inland (+4,2 Prozent) legten im Saarland 2025 ebenso zu wie Übernachtungen aus dem Ausland (+6,1 Prozent). Bundesweit verfehlte der Incomingtourismus das Vorjahresniveau. Neben dem Saarland entwickelten sich 2025 die Stadtstaaten Bremen (+3,4 Prozent) und Hamburg (+2,1 Prozent) im Vorjahresvergleich besonders dynamisch. Im Vergleich mit dem Jahr 2022 lag das Saarland beim Übernachtungswachstum mit +11,0 Prozent leicht über dem bundesweiten Durchschnitt von 10,4 Prozent.

Fast alle Regionen mit steigenden Übernachtungszahlen

Der **Landkreis Saarlouis** war 2025 mit einem Übernachtungsplus von 13,0 Prozent der erfolgreichste Landkreis im Saarland und übertraf damit erstmals wieder die Übernachtungszahlen des Jahres 2019. Gegenüber dem Jahr 2022 legte er um 15,1 Prozent zu. Ausschlaggebend für diese positive Entwicklung war ein starkes Plus bei den inländischen Übernachtungen im Jahr 2025 (+15,2 Prozent). Ein Blick in die Entwicklung der Betriebstypen legt nahe, dass hier positive Angebotseffekte über das Campingsegment eine wichtige Rolle spielen. Die Übernachtungen aus dem Ausland, mit einem Anteil von 15,5 Prozent an allen Übernachtungen, nahmen mit +2,2 Prozent ebenfalls zu. Die Entwicklung bei den Incomingmärkten war sehr heterogen. Die im Vorjahr eingebrochenen Übernachtungszahlen aus Frankreich erholten sich und stiegen um rund zehn Prozent, so dass Frankreich wieder zum wichtigsten Quellmarkt wurde. Der niederländische Markt legte mit +38,3 Prozent ebenfalls wieder deutlich zu. Die Übernachtungszahlen aus Luxemburg gingen hingegen um rund ein Fünftel zurück und fielen auf den niedrigsten Wert seit dem Jahr 2013.

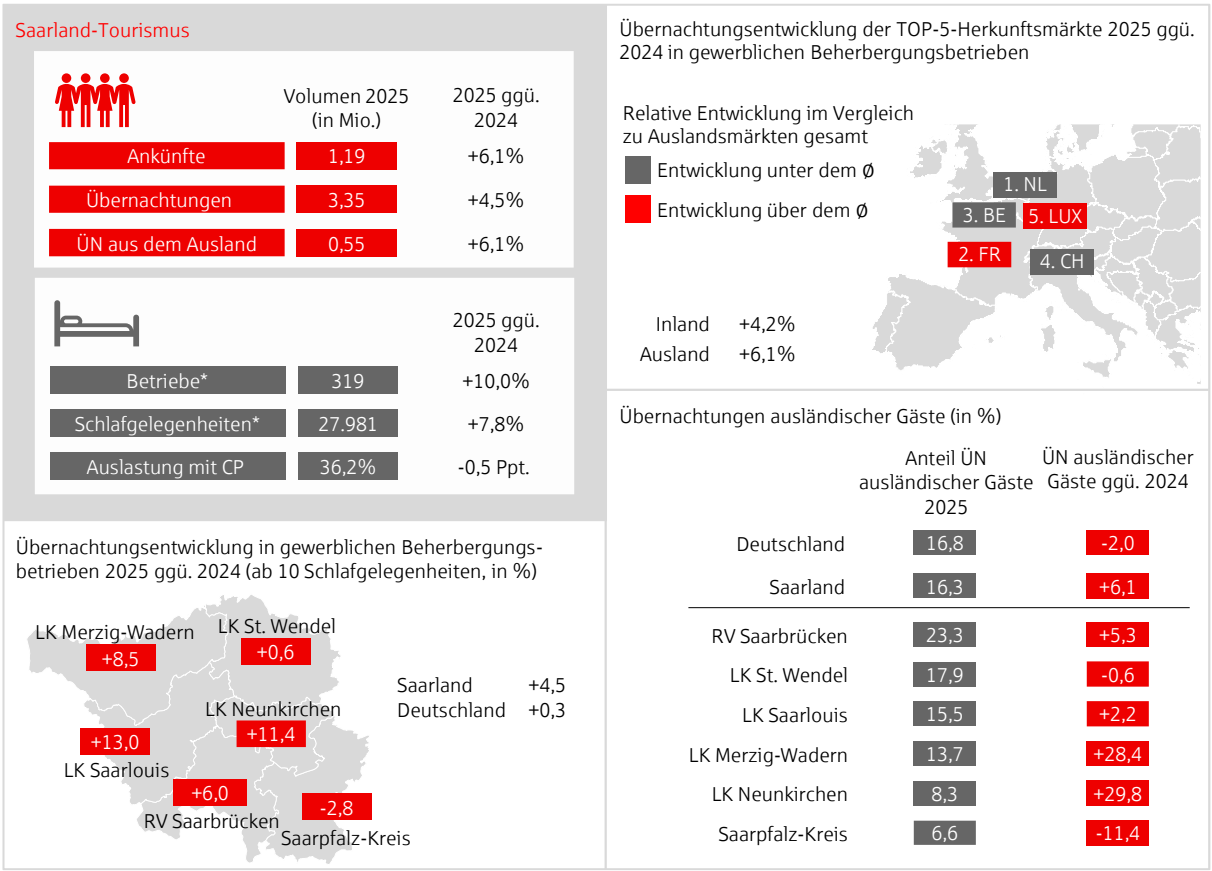
Im **Landkreis Neunkirchen** stieg die Übernachtungsnachfrage nach einem spürbaren Rückgang im Vorjahr 2025 ebenfalls stark um 11,4 Prozent (rund 16.500 Übernachtungen). Neben der Wiedereröffnung eines größeren Hotels nach dem Hochwasser im Jahr 2024 hatten auch Veranstaltungen am Erlebnisort Reden, die jährlich viele Besucher*innen anziehen, einen positiven Einfluss auf die Übernachtungsentwicklung. Trotz des Zuwachses im Jahr 2025 lagen die Übernachtungszahlen noch 13,3 Prozent vom Niveau des Jahres 2022 entfernt, was auch mit dem Umzug einer Vorsorge- und Rehaklinik in einen benachbarten Landkreis zusammenhängt. 2025 stiegen die Übernachtungszahlen aus dem Ausland mit +29,8 Prozent besonders stark. Frankreich, Belgien, die Niederlande und die Schweiz waren dabei mit jeweils rund 1.100 bis 1.200 Übernachtungen die stärksten Quellmärkte. Während die Zahlen aus dem belgischen Markt rückläufig waren, gab es aus den Niederlanden stabile Zahlen sowie aus der Schweiz und aus Frankreich ein deutliches Wachstum. Die Übernachtungszahlen aus dem US-amerikanischen Markt, im letzten Jahr noch stärkster Quellmarkt, haben sich 2025 fast halbiert, so dass dieser Wert abgesehen von den beiden Pandemiejahren 2020 und 2021 auf den tiefsten Wert seit dem Jahr 2014 gefallen ist. Ein wesentlicher Anteil dürfte auf rückläufige standortbezogene Reiseanlässe im Zusammenhang mit der nahegelegenen Air Base Ramstein zurückzuführen sein und ist daher nicht als rein touristisch motivierte Nachfrage einzuordnen.

Regionalverband Saarbrücken und Landkreis Merzig-Wadern im Mittelfristvergleich besonders erfolgreich

Der **Landkreis Merzig-Wadern** zählt mittelfristig neben dem Regionalverband Saarbrücken zu den erfolgreichsten Landkreisen im Saarland. Die Übernachtungszahlen stiegen bereits das vierte Jahr in Folge. 2025 lag das Plus bei 8,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Gegenüber dem Jahr 2022 hat die Übernachtungsnachfrage somit um ein Viertel zugenommen, was rund 150.000 Übernachtungen entspricht und das

zweitgrößte Wachstum unter den saarländischen Landkreisen ist. 13,7 Prozent der Übernachtungen, und damit so viele wie noch nie, entfielen 2025 auf das Ausland. Die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland stieg um 28,4 Prozent, was rund 20.000 Übernachtungen entspricht. Damit wurden erstmals mehr als 100.000 Übernachtungen ausländischer Gäste im Landkreis gezählt. Die Niederlande waren mit rund 20.000 Übernachtungen der stärkste Quellmarkt. Mit fast einem Viertel mehr Übernachtungen als im Vorjahr erreichten sie wieder den bisherigen Top-Wert aus dem Jahr 2019. Die Übernachtungszahlen aus Luxemburg stiegen sprunghaft um über 60 Prozent an, so dass der Markt vom Volumen her wieder auf dem zweiten Platz landete, die Top-Werte aus den Jahren vor der Pandemie aber weiterhin verfehlte. Der belgische Markt lag auf dem dritten Platz und blieb nahezu stabil. Der polnische Markt ist stark beeinflusst durch berufliche Motive (Saisonarbeiter*innen, Monteur*innen), worauf die lange Aufenthaltsdauer von rund 13 Tagen hindeutet. Er hat sich 2025 erneut fast verdoppelt und erreichte das Niveau des belgischen Marktes.

Abb. 3: Touristische Nachfrage im Saarland



Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Bundesamt, Statistisches Amt Saarland, *Stand Juli 2025

Im **Regionalverband Saarbrücken** stiegen die Übernachtungszahlen 2025 bereits das fünfte Jahr in Folge. Mit einem Übernachtungsplus von 6,0 Prozent wurde ein neuer Höchstwert von rund 850.000 Übernachtungen erzielt. Der Regionalverband Saarbrücken entwickelte sich damit in den letzten Jahren dynamischer als die anderen Landkreise im Saarland und steigerte seine Übernachtungszahlen gegenüber 2022 um rund ein Drittel. Die höchste Dynamik 2025 war in den Monaten Mai, August, Dezember und Oktober (Feierlichkeiten zum Tag der deutschen Einheit) zu beobachten. Im Jahr 2025 wuchsen die Übernachtungen aus dem Inland (+6,2 Prozent) gegenüber dem Vorjahr ähnlich stark wie die aus dem Ausland (+5,3 Prozent). Der Anteil der Übernachtungen aus dem Ausland lag mit 23,3 Prozent höher als in den anderen saarländischen Landkreisen. Die wichtigste ausländische Gästegruppe waren französische Gäste, die rund ein Fünftel aller Übernachtungen aus dem Ausland generierten. 2025 gab es aus Frankreich erneut ein deutliches Plus von rund 15 Prozent. An zweiter Stelle liegen mit rund 15.000 Übernachtungen die Niederlande. Auch aus diesem Markt gab es 2025 mit +20,9 Prozent ein deutliches Wachstum. Polen, die Schweiz, Großbritannien und Belgien folgen auf den Plätzen drei bis sechs mit Übernachtungszahlen jeweils zwischen

10.000 und 12.000. Während der britische Markt im Vorjahresvergleich nahezu stabil blieb und es aus Belgien nur einen geringfügigen Zuwachs gab, zeigte sich der Schweizer Markt (+11,1 Prozent) und der polnische Markt (+26,4 Prozent) deutlich dynamischer.

Auch im **Landkreis St. Wendel** konnten nach einem Rückgang im Vorjahr die Übernachtungszahlen 2025 wieder leicht um 0,6 Prozent (rund 5.500 Übernachtungen) übertroffen werden. Das Niveau des Jahres 2022 wurde allerdings noch um 4,6 Prozent verfehlt. Während die Nachfrage aus dem Inland 2025 im Vergleich zum Vorjahr um 0,9 Prozent stieg, gab es aus dem Ausland mit -0,6 Prozent einen leichten Rückgang. Die Niederlande stellten mit rund 60.000 Übernachtungen als stärkster Quellmarkt rund ein Drittel der ausländischen Nachfrage, brachen aber 2025 um 8,0 Prozent ein. Auch aus dem zweitstärksten Quellmarkt Frankreich gab es rückläufige Übernachtungszahlen (-3,8 Prozent). Der belgische Markt, vom Volumen her nur knapp hinter Frankreich, wuchs hingegen um 3,1 Prozent. Aus der Schweiz auf Platz vier gingen die Übernachtungszahlen um rund ein Zehntel zurück. Das Wachstum vieler kleinerer Märkte wie z. B. Luxemburg, Großbritannien oder Österreich federte die Rückgänge ab. Auch osteuropäische Märkte wie Tschechien und Polen legten kräftig zu. Hier dominieren berufsbedingte Motive, worauf die langen Aufenthaltsdauern hindeuten.

Der **Saarpfalz-Kreis** war im Jahr 2025 trotz steigender Kapazitäten der einzige saarländische Landkreis mit rückläufigen Übernachtungszahlen (-2,8 Prozent) und das bereits das zweite Jahr in Folge. Während die Übernachtungszahlen aus dem Inland um 2,1 Prozent zurückgingen, belief sich der Rückgang aus dem Ausland auf -11,4 Prozent (rund 3.500 Übernachtungen). Mit einem Anteil von 6,6 Prozent an allen Übernachtungen ist der Anteil ausländischer Gäste vergleichsweise gering. Top-Quellmarkt sind die Niederlande mit rund 6.000 Übernachtungen. Die Übernachtungszahlen aus diesem Markt waren 2025 um rund ein Zehntel rückläufig. Aus Frankreich, Polen und Belgien blieben die Zahlen nahezu stabil, aus der Schweiz sowie kleineren Märkten wie Großbritannien gab es Rückgänge.

3 Touristisches Angebot

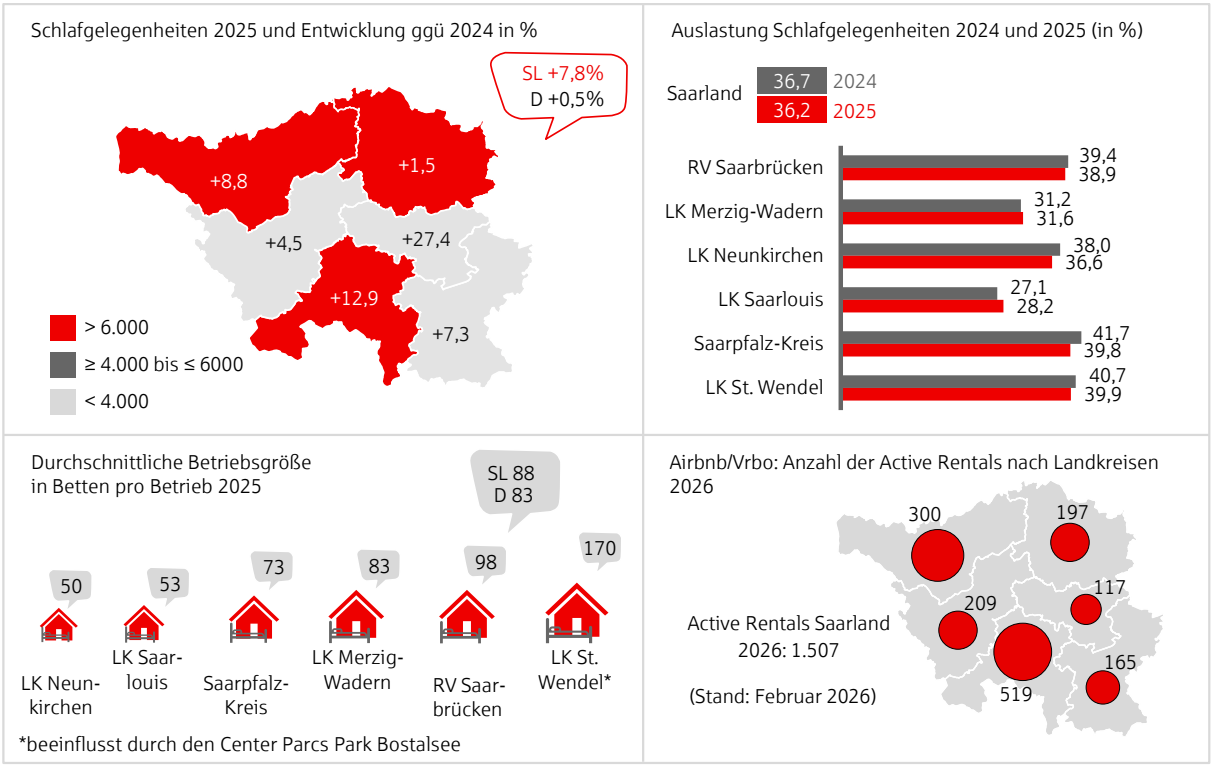
Im Jahr 2025 stiegen die Kapazitäten im Saarland auf einen neuen Höchststand. Die Zahl der Schlafgelegenheiten lag bei 27.981 und damit um 7,8 Prozent höher als im Vorjahr. Das war der stärkste Kapazitätsausbau unter den deutschen Bundesländern. Bundesweit nahm die Zahl der Schlafgelegenheiten im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozent zu. Auch im Vergleich mit dem Jahr 2022 stiegen die Kapazitäten im Saarland mit +5,4 Prozent stärker als deutschlandweit. Parallel zum Ausbau der Schlafgelegenheiten nahm 2025 auch die Zahl der gewerblichen Beherbergungsbetriebe von 290 auf 319 zu, was dem Höchstwert der letzten 20 Jahre entspricht. Bundesweit ging die Zahl der Betriebe 2025 weiter zurück. Die durchschnittliche Betriebsgröße im Saarland lag 2025 bei rund 88 Schlafgelegenheiten pro Betrieb und damit erneut leicht unter dem Vorjahreswert. Bundesweit ist der Durchschnitt mit 83 Schlafgelegenheiten pro Betrieb niedriger. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten im Saarland sank 2025 um 0,5 Prozentpunkte auf 36,2 Prozent. Damit entfernte sich das Saarland wieder etwas stärker vom Bundesdurchschnitt, der bei 37,8 Prozent lag.

- Nach sinkenden Kapazitäten im Vorjahr aufgrund der Hochwassersituation im Mai 2024 eröffneten im **Landkreis Neunkirchen** die Betriebe nach und nach wieder, so dass 2025 die Verluste wieder komplett ausgeglichen wurden. Die Zahl der Betriebe nahm im Vergleich zum Vorjahr um fünf zu, die Kapazitäten stiegen um 27,4 Prozent und damit auf das Niveau der Jahre 2022 und 2023. Die durchschnittliche Betriebsgröße betrug 50 Schlafgelegenheiten und war die niedrigste im Saarland. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten lag bei 36,6 Prozent und ging gegenüber dem Vorjahr vergleichsweise stark um 1,4 Prozentpunkte zurück.
- Im **Regionalverband Saarbrücken**, mit rund 6.200 Schlafgelegenheiten kapazitätsseitig die drittstärkste Region im Saarland, gab es 2025 ebenfalls eine deutliche Zunahme der Kapazitäten um rund 700 Schlafgelegenheiten (+13,0 Prozent). Damit ist der Regionalverband Saarbrücken die saarländische Region mit dem stärksten Ausbau gegenüber dem Jahr 2022 (+15,5 Prozent). Neben der Hotellerie legte das Angebot auch im sonstigen Beherbergungsgewerbe deutlich zu. Die durchschnittliche Betriebsgröße erhöhte sich 2025 spürbar um rund zehn Schlafgelegenheiten auf 98 und lag damit nicht nur über dem

Durchschnitt des Bundeslandes, sondern war auch die zweitgrößte unter den saarländischen Regionen. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten fiel nach einem Anstieg im Vorjahr wieder auf 38,9 Prozent und damit den Wert des Jahres 2023.

- Der **Landkreis Merzig-Wadern** wurde durch einen Ausbau der Schlafgelegenheiten um 8,8 Prozent zur kapazitätsstärksten Region im Saarland. Hier kamen 2025 19 neue gewerbliche Betriebe und rund 600 Schlafgelegenheiten hinzu, so dass sowohl bei der Zahl der Betriebe mit 86 als auch der Zahl der Schlafgelegenheiten mit rund 7.200 neue Höchstwerte erzielt wurden. Der Kapazitätsausbau erfolgte nahezu ausschließlich im Marktsegment der Ferienhäuser/-wohnungen. Aufgrund der Zunahme kleinerer Einheiten sank die durchschnittliche Betriebsgröße deutlich von 98 auf 83 Schlafgelegenheiten je Betrieb. Die Bettenauslastung stieg leicht um 0,4 Prozentpunkte auf 31,6 Prozent, blieb aber weiterhin die zweitniedrigste im Saarland.
- Im **Saarpfalz-Kreis** stiegen die Kapazitäten im Jahr 2025 um 7,3 Prozent und damit in etwa in der Höhe, wie sie im Vorjahr gesunken sind. Der Ausbau ist offenbar vorrangig auf das Campingsegment zurückzuführen, wo rund 200 neue Schlafgelegenheiten hinzukamen. Hier könnte die Umwidmung von Dauercampingstellplätzen hin zu Touristikcamping eine Rolle spielen. Die Zahl der Betriebe blieb 2025 im Vergleich zum Vorjahr stabil. Im Vergleich mit dem Jahr 2022 wurden mit +0,6 Prozent geringfügig mehr Schlafgelegenheiten angeboten. Die durchschnittliche Betriebsgröße stieg um fünf Schlafgelegenheiten auf 73 Schlafgelegenheiten je Betrieb. Die Bettenauslastung ging um 1,9 Prozentpunkte auf 39,8 Prozent zurück, lag aber noch über der des Saarlands insgesamt.

Abb. 4: Touristisches Angebot im Saarland



Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Bundesamt, Statistisches Amt Saarland

- Im **Landkreis Saarlouis** kamen 2025 zwei neue Betriebe und rund 130 Schlafgelegenheiten (+4,5 Prozent) hinzu. Auch hier wurden damit die Rückgänge des Vorjahres nahezu kompensiert. Der Landkreis Saarlouis war mit -2,2 Prozent jedoch der einzige Landkreis im Saarland, in dem die Kapazitäten gegenüber dem Jahr 2022 leicht zurückgegangen sind. Mit durchschnittlich 53 Schlafgelegenheiten je Betrieb sind die Betriebe im Landkreis trotz leichter Zunahme vergleichsweise klein. Die Auslastung der Schlafgelegenheiten stieg um 1,1 Prozentpunkte und damit stärker als in den anderen Landkreisen. Sie ist mit 28,2 Prozent aber weiterhin die niedrigste im Saarland.

– Im **Landkreis St. Wendel**, mit rund 7.000 Betten stieg die Zahl der Schlafgelegenheiten 2025 im Vergleich zum Vorjahr leicht um 1,5 Prozent und lag damit 0,6 Prozent über der des Jahres 2022. Die durchschnittliche Betriebsgröße im Landkreis lag bei 170 Schlafgelegenheiten je Betrieb und wird maßgeblich durch den Center Parcs Park Bostalsee in Nohfelden sowie einen großen Campingplatz am Bostalsee beeinflusst. Die durchschnittliche Betriebsgröße in der Hotellerie lag mit 57 Schlafgelegenheiten sogar leicht unter dem saarländischen Durchschnitt. Die Bettenauslastung im Landkreis St. Wendel ging 2025 um 0,8 Prozentpunkte auf 39,9 Prozent zurück.

4 Betriebstypen im Vergleich

Fokus: Hotellerie

Die Hotellerie (Vollhotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen) ist das stärkste Marktsegment im Saarland. Rund 44 Prozent aller Übernachtungen entfallen auf diesen Betriebstyp. 2025 stiegen die Übernachtungszahlen in der saarländischen Hotellerie um 3,2 Prozent. Bundesweit waren sie mit -0,5 Prozent leicht rückläufig. Bis auf den Saarpfalz-Kreis (-5,7 Prozent) vermeldeten 2025 alle saarländischen Landkreise sowie der Regionalverband Saarbrücken steigende oder stabile Übernachtungszahlen in der Hotellerie. Besonders dynamisch entwickelten sie sich im Landkreis St. Wendel mit einem Plus von 20,9 Prozent. Die Zahl der Betriebe in der saarländischen Hotellerie blieb 2025 im Vergleich zum Vorjahr mit 184 stabil. Die Bettenzahl nahm um 7,3 Prozent zu, was rund 750 Betten entspricht. Bundesweit blieben die Kapazitäten in der Hotellerie auf dem Vorjahreswert. Stabilen Kapazitäten im Landkreis St. Wendel und im Saarpfalz-Kreis standen dabei leichte Zuwächse im Landkreis Saarlouis und im Landkreis Merzig-Wadern sowie starke Zuwächse im Regionalverband Saarbrücken (+8,0 Prozent) und im Landkreis Neunkirchen (+62,5 Prozent, +303 Betten) gegenüber. Die Bettenauslastung in der saarländischen Hotellerie ging 2025 geringfügig auf 37,2 Prozent zurück. Sie ist damit die viertniedrigste unter den deutschen Bundesländern. Bundesweit liegt dieser Wert bei 43,1 Prozent. Regional zeigen sich deutliche Unterschiede. Während der Regionalverband Saarbrücken und der Kreis Merzig-Wadern Werte von über 40 Prozent erreichten, lagen die anderen Regionen zwischen 29,6 Prozent im Landkreis Saarlouis und 33,8 Prozent im Landkreis St. Wendel.

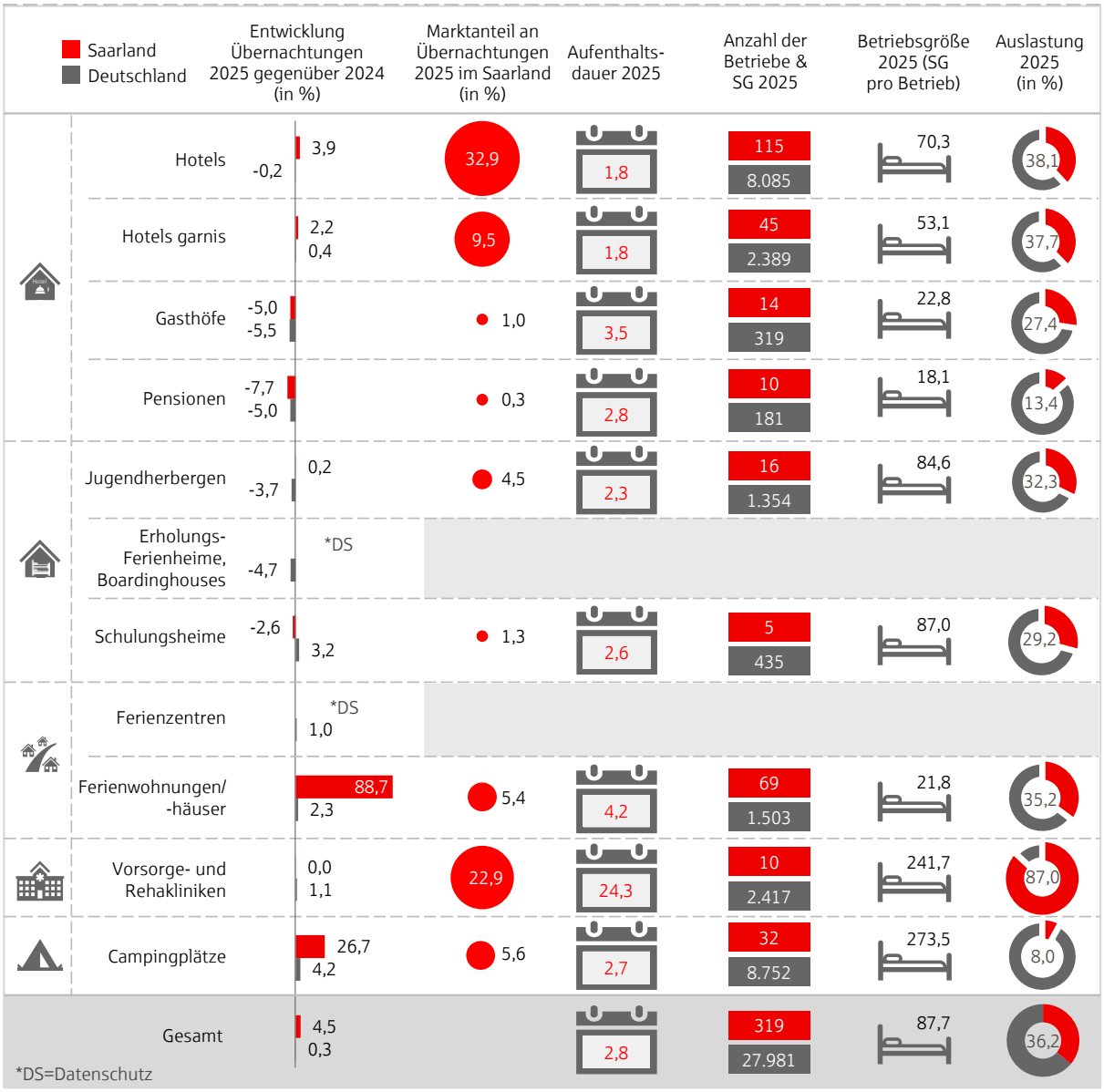
Im Jahr 2025 stiegen die Kapazitäten in den saarländischen **Vollhotels**[5] um 6,8 Prozent auf rund 8.000 Betten. Neben dem Saarpfalz-Kreis (+22,0 Prozent, +166 Betten) baute vor allem der Regionalverband Saarbrücken mit einer Zunahme der Betten um 11,9 Prozent (+363 Betten) das Angebot in den Vollhotels stark aus. Im Landkreis Saarlouis gab es einen leichten Kapazitätsausbau, in den Landkreisen Merzig-Wadern und St. Wendel blieben die Bettenzahlen nahezu stabil. Im Landkreis Neunkirchen verringerte sich die Kapazität in den Vollhotels um rund ein Zehntel. Die Übernachtungszahlen in den saarländischen Vollhotels stiegen um 3,9 Prozent und entwickelten sich damit besser als bundesweit, wo sie stabil blieben. Der Regionalverband Saarbrücken, der Saarpfalz-Kreis und der Landkreis St. Wendel zeigten sich dabei mit einem Übernachtungsplus von jeweils rund sieben Prozent gleichermaßen dynamisch. In den Landkreisen Neunkirchen und Merzig-Wadern gab es hingegen Rückgänge. Die Bettenauslastung in den Vollhotels stieg um 0,4 Prozentpunkte auf 38,1 Prozent. Der Regionalverband Saarbrücken (42,3 Prozent) und der Landkreis Merzig-Wadern (42,2 Prozent) schnitten dabei überdurchschnittlich ab. Im Landkreis St. Wendel stieg die Auslastung um 3,4 Prozentpunkte auf 35,0 Prozent.

Die Zahl der saarländischen **Hotels garnis** stieg 2025 um fünf Betriebe auf 45. Es kamen rund 260 neue Betten (+12,4 Prozent) hinzu. Damit stiegen die Kapazitäten in den saarländischen Hotels garnis stärker als bundesweit. Die Nachfrage entwickelte sich mit 2,2 Prozent mehr Übernachtungen als im Jahr 2024 ebenfalls positiv und über dem Bundesdurchschnitt. Während sie im Regionalverband Saarbrücken rückläufig war, vermeldeten die Landkreise Merzig-Wadern, Saarlouis und Neunkirchen hohe zweistellige Wachstumsraten, die zumeist nicht nur die Verluste des Vorjahres kompensierten. Die Bettenauslastung in den Hotels garnis sank 2025 auf 37,7 Prozent und lag damit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Der Regionalverband Saarbrücken kam mit 42,8 Prozent auf überdurchschnittliche Werte. Im Landkreis Neunkirchen fiel die Auslastung von 41,9 Prozent auf 33,3 Prozent.

[5] Ein Vollhotel ist ein kommerzieller Beherbergungsbetrieb, der zumindest Empfang, Unterbringung, tägliche Reinigung, sowie zusätzliche Dienstleistungen und Einrichtungen und mindestens ein Restaurant für Hausgäste und Passant*innen anbietet.

Im Jahr 2025 gab es im Saarland 24 **Pensionen und Gasthöfe** und damit vier weniger als im Vorjahr. Die Zahl der Betten sank dabei um 29. Auch bundesweit ging der Kapazitätsabbau in diesem Marktsegment weiter. Die Nachfrage in den Gasthöfen (-5,0 Prozent) und in den Pensionen (-7,7 Prozent) im Saarland war in ähnlicher Höhe rückläufig wie in ganz Deutschland. Die Gasthöfe und Pensionen im Saarland sind weiterhin deutlich kleinteiliger strukturiert als bundesweit. Die durchschnittliche Betriebsgröße bei den Gasthöfen lag bei rund 23 Betten je Betrieb, bei den Pensionen bei rund 18 Betten. Die Bettenauslastung der Gasthöfe lag mit 27,4 Prozent in etwa auf Bundesniveau. Die Pensionen sind hingegen mit einer durchschnittlichen Bettenauslastung von 13,4 Prozent kaum noch marktfähig.

Abb. 5: Betriebstypen im Wettbewerbsvergleich



Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Bundesamt, Statistisches Amt Saarland, (SG=Schlafgelegenheiten)

Fokus: Sonstige Beherbergung

Knapp ein Drittel der saarländischen Kapazitäten und damit mehr als bundesweit entfallen auf **Campingplätze**. Nach einem Rückgang im Vorjahr stiegen die Kapazitäten auf den saarländischen Campingplätzen 2025 wieder um 7,7 Prozent, was rund 600 Schlafgelegenheiten mehr als noch im Vorjahr entspricht. Bundesweit setzte sich das Wachstum im Campingsegment fort. Nach dem vor allem witterungsbedingten Einbruch im Vorjahr stieg die Nachfrage auf den Campingplätzen im Saarland 2025 wieder deutlich. Es wurden mit rund 190.000 Übernachtungen rund ein Viertel mehr als im Jahr 2024 registriert, was einem neuen

Höchstwert bei den Campingübernachtungen entspricht. Auch bundesweit gab es im Campingsegment ein Plus, was mit 4,2 Prozent jedoch deutlich unter dem des Saarlands lag. Die Auslastung stieg wieder auf 8,0 Prozent und erreichte damit die Top-Werte der Jahre 2018 und 2019.

Die Zahl der Kapazitäten in den saarländischen **Ferienhäusern/-wohnungen** hat sich 2025 fast verdoppelt. Es kamen 31 Betriebe und rund 700 Betten hinzu. Der Anteil an den gewerblichen Kapazitäten stieg damit auf über fünf Prozent, ist aber im bundesweiten Vergleich nach wie vor niedrig. Ebenso deutlich wie die Kapazitäten stiegen auch die Übernachtungszahlen. Auch hier fand fast eine Verdoppelung statt, so dass 2025 rund 182.000 Übernachtungen in den gewerblichen Ferienhäusern/-wohnungen im Saarland verzeichnet wurden. Ein großer Teil dieser positiven Entwicklung hat im Landkreis Merzig-Wadern stattgefunden. Die Bettenauslastung stieg um 5,4 Prozentpunkte auf 35,2 Prozent und übertraf damit erstmals den Bundesdurchschnitt von 31,4 Prozent.

Bei den saarländischen **Gruppenunterkünften** standen stabilen Zahlen bei den Jugendherbergen/Hütten rückläufige Zahlen bei den Schulungsheimen (-2,6 Prozent) gegenüber. Bei den Jugendherbergen/Hütten schlossen 2025 zwei Betriebe, die Kapazitäten blieben jedoch nahezu stabil. Bei den Schulungsheimen hat sich die Anzahl der Betriebe gegenüber dem Vorjahr nicht verändert. Mit einer Auslastung von 32,3 Prozent (Jugendherbergen/Hütten) beziehungsweise 29,2 Prozent (Schulungsheime) bewegen sich die Gruppenunterkünfte im bundesweiten Vergleich auf einem sehr niedrigen Niveau. Die Schulungsheime liegen aufgrund eines Rückgangs im Jahr 2025 mittlerweile rund acht Prozentpunkte unter dem deutschen Durchschnitt.

5 Destinationstypen im Vergleich

Bundesweit verzeichneten im Jahr 2025 alle Destinationstypen ein Übernachtungsplus. Am stärksten legten die Küsten zu (+1,6 Prozent) gefolgt vom Flach- und Hügelland (+1,1 Prozent).

Fokus: Städte

Der Städtetourismus zeigte sich 2025 nahezu stabil. Städte überzeugen durch eine große kulturelle Vielfalt und zahlreiche Attraktionen auf kleinem Raum bei gleichzeitig guter Erreichbarkeit. Die breite Auswahl an Unterkünften, gastronomischen Betrieben und Einkaufsmöglichkeiten spricht ein vielfältiges Publikum an und trägt zur Beliebtheit von Städtereisen bei. In den vier saarländischen Städten mit mehr als 25.000 Einwohner*innen sowie mindestens 100.000 Übernachtungen[6] stieg die Zahl der Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr um 6,4 Prozent und stärker als im bundesweiten Durchschnitt. Gleichzeitig lag das Niveau 24,5 Prozent über dem Wert des Jahres 2022 und damit über dem bundesweiten Plus von 17,7 Prozent. Drei der vier Städte übertrafen 2025 das Vorjahresergebnis. Am stärksten war dies in Neunkirchen mit +15,9 Prozent der Fall, so dass der Rückgang aus dem Vorjahr fast wieder kompensiert wurde. Die Kapazitäten haben sich nach den hochwasserbedingten Rückgängen im Vorjahr dabei mehr als verdoppelt. In der Landeshauptstadt Saarbrücken ging der steile Aufwärtstrend der letzten Jahre weiter. Durch ein Übernachtungswachstum von 7,6 Prozent kam die Stadt bei gleichzeitig steigenden Kapazitäten auf rund 760.000 Übernachtungen. In St. Wendel wuchsen die Übernachtungszahlen nach einem Rückgang im Vorjahr leicht um 2,5 Prozent. Homburg vermeldete bereits das zweite Jahr in Folge rückläufige Übernachtungszahlen; 2025 um 6,4 Prozent. Die weiteren saarländischen Städte entwickelten sich sehr unterschiedlich. Einem deutlichen Übernachtungsplus von 14,7 Prozent in Merzig und leicht steigenden Zahlen in Saarlouis (+3,5 Prozent) standen Verluste in Völklingen (-11,0 Prozent) und St. Ingbert (-4,8 Prozent) gegenüber.

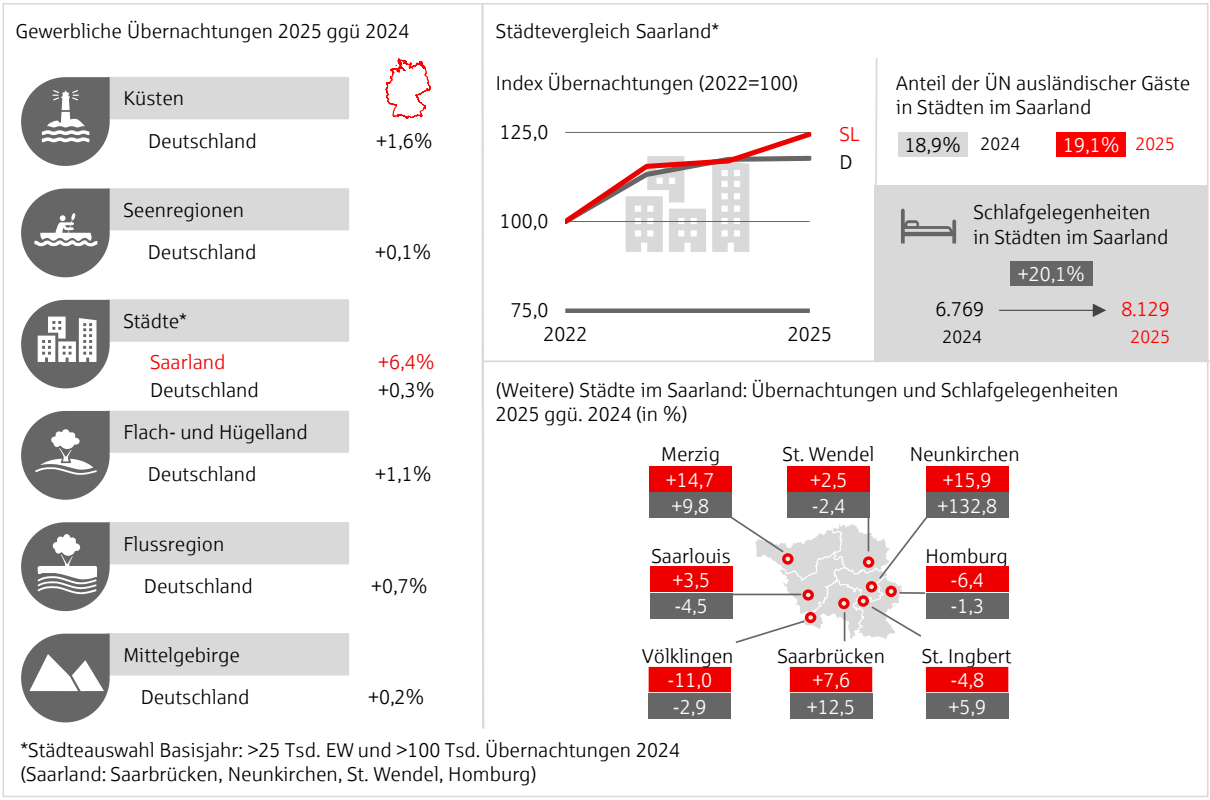
Übernachtungen ausländischer Gäste haben in den saarländischen Städten eine sehr unterschiedliche Bedeutung. In Saarbrücken und Saarlouis wurden Werte von über 20 Prozent erreicht. In Merzig und Völklingen lag der Anteil bei 16 bis 17 Prozent. Der Incomingmarkt entwickelte sich in den saarländischen Städten 2025 verhalten. In Neunkirchen gab es zwar ein Plus von fast 50 Prozent. Dies kompensierte jedoch nur die Verluste des Vorjahres, so dass die Stadt wieder auf dem Niveau des Jahres 2023 lag. In Saarbrücken gab es bereits das fünfte Jahr in Folge ein Wachstum der Übernachtungen aus dem Ausland, was 2025 mit +8,3 Prozent besonders stark ausfiel. In Saarlouis blieb die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland stabil. In

[6] Basisjahr 2024

den anderen Städten ging sie zurück. Die Verluste lagen dabei zwischen -3,2 Prozent in Merzig und -26,4 Prozent in Völklingen.

In Neunkirchen haben sich die Kapazitäten nach den hochwasserbedingten Rückgängen im Vorjahr mehr als verdoppelt. In Saarbrücken gab es mit 12,5 Prozent mehr Schlafgelegenheiten ebenfalls ein starkes Wachstum. Auch in Merzig und St. Ingbert gab es ein wachsendes Angebot. In Saarlouis, St. Wendel, Homburg und Völklingen verringerten sich die Kapazitäten im Vergleich zum Vorjahr. Die Auslastung der Betriebe in den saarländischen Städten stellte sich sehr heterogen dar. Sie reichte von 57,3 Prozent in St. Wendel bis zu 27,2 Prozent in Merzig. In St. Wendel stieg sie um 7,0 Prozentpunkte, in Neunkirchen und Völklingen ging sie jeweils um rund fünf Prozentpunkte zurück.

Abb. 6: Destinationstypen im Wettbewerbsvergleich



*Städteauswahl Basisjahr: >25 Tsd. EW und >100 Tsd. Übernachtungen 2024
(Saarland: Saarbrücken, Neunkirchen, St. Wendel, Homburg)

Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Bundesamt, Statistisches Landesämter

III FREIZEITWIRTSCHAFT UND GASTGEWERBE IM SAARLAND

1 Freizeitwirtschaft

Der Besuch einer neuen Kunstausstellung, ein Tag mit der Familie im Abenteuerpark oder eine Schifffahrt auf der Saar: Freizeit- und Kultureinrichtungen spielen als attraktive Ziele für Ausflüge vom Wohn- oder Urlaubsort aus eine elementare Rolle für den Tourismus in den einzelnen Destinationen. In Form eines Besucher*innenmonitorings beobachtet das Tourismusbarometer seit vielen Jahren die Wettbewerbssituation der Freizeitwirtschaft. An dem Netzwerk Freizeitwirtschaft beteiligen sich deutschlandweit rund 670 Einrichtungen aus zehn Bundesländern. Im Jahr 2025 betrug das Besucher*innenvolumen aller Einrichtungen zusammen rund 62 Millionen und verteilte sich auf 17 Angebotstypen (Kategorien). Im Saarland sind 30 Betriebe aus neun Kategorien Netzwerkpartner*innen. Insgesamt verzeichneten sie 2025 rund 2,6 Millionen Besucher*innen. Welche Kategorien gehörten nun aber zu den Gewinnern? Was waren die wichtigsten Einflussfaktoren? Und welche Schlüsseltrends zeichnen sich für die nächsten Jahre ab?

1.1 Rahmenbedingungen 2025

Die Rahmenbedingungen für die Freizeit- und Kultureinrichtungen gestalteten sich 2025 ähnlich wie im Vorjahr. Kosten- und Personaldruck sowie eine preissensible Nachfrage beeinflussten die Branche. 2025 gab es weiterhin eine hohe Grundnachfrage nach Erlebnissen. Gleichzeitig nahm die Preissensibilität zu: Menschen priorisierten zwar Freizeit und Urlaub, reagierten aber stärker auf Eintrittspreise von Freizeit- und Kultureinrichtungen. Sie bevorzugten z. B. günstige Zeitfenster, Rabatte und tätigten weniger Zusatzkäufe vor Ort. Die Einrichtungen standen also zwischen steigenden Kosten für Personal, Energie, Sicherheit, Technik und Instandhaltung auf der einen Seite und einer Nachfrage, die zwar da war, aber preisorientierter entschied. In vielen Teilsegmenten der Einrichtungen wie Gastronomie, Kulturvermittlung, Technik und Service blieb die Personalverfügbarkeit limitierend. Das wirkte sich unmittelbar marktseitig auf Öffnungszeiten und Programmumfang, die Servicequalität und die Fähigkeit aus, Nachfrage-Peaks mitzunehmen.

1.2 Eckpunkte der saarländischen Besucher*innenentwicklung 2025

2025 war für die Freizeiteinrichtungen im Saarland erneut ein erfolgreiches Jahr. Die Besucher*innenzahlen erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 4,2 Prozent und entwickelten sich damit entgegen dem Trend aller am Monitoring teilnehmenden Bundesländer, wo es einen Rückgang um 0,8 Prozent gab. Im Vergleich mit dem Jahr 2022 lag das Saarland mit +6,1 Prozent leicht unter dem Niveau aller teilnehmenden Bundesländer (+8,4 Prozent). Die Hälfte der Freizeit- und Kultureinrichtungen im Saarland übertrafen 2025 das Vorjahresergebnis; dies galt ebenso für die Hälfte aller am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen. Alle Kategorien[7] verbesserten das Vorjahresergebnis. Besonders deutlich gelang dies den Museen/Ausstellungen.

*Freizeiteinrichtungen erneut mit positiver Besucher*innenentwicklung*

1.3 Saisonverlauf der Freizeiteinrichtungen

Der Saisonverlauf gestaltete sich auch 2025 recht einheitlich. Lediglich im Februar, August und September gab es einen Rückgang bei den Besucher*innenzahlen. Auch die veränderte Lage der Osterferien und -feiertage (2024 im März, 2025 im April) führte in Summe nicht zu Verlusten. Die Monate im Überblick:

- Im Januar übertrafen alle Kategorien das Vorjahresergebnis, so dass rund ein Zehntel mehr Besucher*innen als im Jahr 2024 begrüßt werden konnten. Im Februar zeigte sich ein entgegengesetztes Bild. Lediglich die Museen und Ausstellungen im Saarland übertrafen das Vorjahresergebnis.
- Im März zeigten sich die Besucher*innenzahlen trotz fehlender Osterferien stabil. Dies lag sowohl am guten Abschneiden der Museen/Ausstellungen als auch einer besucherstarken Outdooreinrichtung, die

[7] Die Fallzahlen in den Kategorien Burgen/Schlösser, Erlebniszentren/Infotainment, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Naturerlebniszentren und Spielbanken sind für Detailaussagen zu niedrig. Die Kategorien Erlebniszentren/Infotainment, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen und Naturerlebniszentren wurden daher für die folgende Auswertung zur Kategorie „Erlebniseinrichtungen (Natur & Infotainment)“ zusammengefasst. Die Kategorien Burgen/Schlösser sowie Spielbanken fließen nur in das Gesamtergebnis ein.

durch die besseren Witterungsbedingungen als im Vorjahr (es gab im März 2025 97 mehr Sonnenstunden und deutlich weniger Regen als im Vorjahresmonat) einen deutlichen Sprung nach vorn machte. Das Plus im April wurde von der Verlagerung der Ostertage getragen.
- Im Mai schnitt das Saarland im Gegensatz zu den meisten anderen Bundesländern ebenfalls mit einem positiven Ergebnis ab. Im Juni gab es in Summe ein deutliches Wachstum, aufgrund der Witterungsbedingungen getragen von besucherstarken Outdooreinrichtungen. Einige Kategorien verfehlten jedoch das Vorjahresergebnis.
- Die Sommermonate Juli und August zeigten sich bei leichtem Zuwachs im Juli und leichtem Rückgang im August in Summe stabil. Im September gab es mit -6,8 Prozent die stärksten Verluste im Saisonverlauf. Dies lag nahezu ausschließlich an der Kategorie Erlebniseinrichtungen (Natur & Infotainment), die rund ein Viertel weniger Besucher*innen als im Vorjahresmonat begrüßen konnten. Ein Teil der Einrichtungen in dieser Kategorie bietet ausschließlich ein Outdoorangebot, so dass die im Vergleich zum Vorjahresmonat nasseren Witterungsbedingungen hier Einfluss hatten.
- In den Monaten Oktober bis Dezember wurde das Vorjahresniveau jeweils um 3,5 bis 6,0 Prozent überschritten.

1.4 Besucher*innenentwicklung nach Kategorien im Saarland 2025

Im Saarland schlossen alle Kategorien das Jahr 2025 mit einem Besucher*innenplus ab. Die Spannweite reichte von einem Zuwachs von 2,5 Prozent bei den Stadt- und thematischen Führungen bis zu 18,6 Prozent bei den Museen und Ausstellungen.

- Die Museen und Ausstellungen im Saarland kompensierten 2025 den Einbruch des Jahres 2024 und steigerten ihre Besucher*innenzahlen um knapp ein Fünftel. Sie lagen damit wieder auf dem Niveau des Jahres 2023. Nur eine Einrichtung verfehlte das Vorjahresergebnis. Alle anderen teilnehmenden Museen und Ausstellungen verzeichneten Wachstumsraten zumeist im zweistelligen Bereich. Rückgänge gab es im Juni und Juli sowie besonders stark im Dezember. In allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern blieben die Besucher*innenzahlen in den Museen und Ausstellungen 2025 stabil.

Erlebnisbäder und Thermen weiter auf Erfolgskurs

- Für die Erlebnisbäder und Thermen im Saarland ging die Erfolgsgeschichte auch 2025 weiter. Das vierte Jahr in Folge vermeldeten sie Zuwächse; 2025 um 5,2 Prozent. Auch in den anderen Bundesländern legten die Erlebnisbäder und Thermen 2025 zu. Gegenüber dem Jahr 2022 begrüßten die saarländischen Bäder rund ein Viertel mehr Gäste; in allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern waren es rund ein Fünftel. Sinkende Besucher*innenzahlen gab es im Saarland nur im Februar und März; im September war das Plus besonders groß.
- Zu den Freizeit- und Erlebniseinrichtungen (Natur & Infotainment) zählen Zoos, erlebnisorientierte Parkanlagen und Freizeitzentren sowie Indoor-Einrichtungen mit hohem Erlebnischarakter. Da in den einzelnen Teilsegmenten die Teilnehmendenzahlen zu gering sind, werden sie im Folgenden aggregiert betrachtet. Die Besucher*innenzahlen in diesen Einrichtungen stiegen 2025 um 4,7 Prozent und damit in ähnlicher Höhe wie im Vorjahr. Die Hälfte der Einrichtungen vermeldete steigende Besucher*innenzahlen. Gegenüber dem Jahr 2022 blieben die Zahlen jedoch mit -11,1 Prozent deutlich zurück. In den anderen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern verfehlten sowohl die Zoos und Tierparks als auch die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen das Vorjahresniveau. Zoos und Tierparks schnitten auch gegenüber dem Jahr 2022 deutlich schlechter ab.
- Die Einrichtungen zum Thema Römer und Kelten vermeldeten 2025 nach einem deutlichen Besucher*innenrückgang im Vorjahr um 2,8 Prozent gestiegene Besucher*innenzahlen. Damit blieben sie jedoch spürbar hinter dem Top-Wert aus dem Jahr 2023 und auch 8,0 Prozent hinter den Zahlen des Jahres 2022 zurück. Nur eine Einrichtung übertraf 2025 das Vorjahresergebnis; keine der Einrichtungen erreichte das Niveau des Jahres 2022. Im saisonalen Verlauf zeichnete sich keine Tendenz ab, vielmehr wechselten sich Monate mit steigenden Besucher*innenzahlen und Monate mit Rückgängen ab.
- Die Anbieter*innen von Stadt- und thematischen Führungen konnten nach einem besonders großen Sprung im Vorjahr erneut einen Teilnehmer*innenzuwachs (+2,5 Prozent) verbuchen. Viele

Anbieter*innen verfehlten jedoch das Vorjahresniveau. Einem Plus im Januar sowie in den Monaten Juli bis September standen rückläufige Zahlen von Februar bis April sowie zwischen Oktober und Dezember gegenüber, wobei die monatlichen Verluste und Gewinne häufig im zweistelligen Bereich lagen. Im Vergleich mit dem Jahr 2022 konnten rund ein Fünftel mehr Teilnehmer*innen begrüßt werden, was einem ähnlichen Wachstum wie in allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern entspricht.

Die Nachfrage bei Erlebnisangeboten ist stärker spontangetrieben als bei Kulturangeboten („Was machen wir heute?"). Besuchsentscheidungen fallen häufiger kurzfristig, sodass eine kurzfristige Sichtbarkeit der Angebote gewährleistet sein muss. Sie sind häufig deutlich saison- und wetterabhängiger, besonders Outdoor-Angebote. Kurzfristige Sichtbarkeit von Freizeitangeboten entsteht vor allem dort, wo potenzielle Gäste in der akuten Entscheidungssituation suchen: in lokalen Such- und Kartenanwendungen (insbesondere Google/Maps) sowie auf Veranstaltungs- und Freizeitplattformen, wie das saarlandweite Open Data Hub über mein.toubiz. Voraussetzung ist eine konsequente, tagesaktuelle Datenpflege (Öffnungszeiten, Termine, Preise, Anfahrt, (Online-)Buchbarkeit ggf. auch mit Zeitslots) und eine zentrale, verlässliche Quelle, aus der Website und Plattformen gespeist werden. Ergänzend erhöhen kurzfristig aktivierende Inhalte auf Social Media (mit klarer Handlungsaufforderung) die Reichweite für Spontanentscheidungen. Entscheidend ist dabei weniger die Anzahl der Kanäle als die Aktualität, Konsistenz und schnelle Anpassungsfähigkeit bei Änderungen (z. B. Wetter, Ausfälle, Restplätze).

Das ganze Saarland in einer App

Seit November 2025 bietet die Tourismus Zentrale Saarland mit ihrer neuen App eine zentrale digitale Plattform, die Sehenswürdigkeiten, Freizeitangebote, Veranstaltungen, Gastronomie und Tourenvorschläge bündelt. Ergänzt durch saisonale Inhalte wie Weihnachtsmärkte sowie Funktionen wie Merklisten und individuelle Tourenplanung entsteht ein nutzerfreundlicher, digitaler Reisebegleiter.[8]

Preisstruktur in der Freizeitwirtschaft

Das Sparkassen-Tourismusbarometer untersuchte erstmals 2009 und seit 2014[9] regelmäßig und vergleichbar die Entwicklung der Eintrittspreise in der Freizeitwirtschaft. Ziel ist es, die unterschiedlichen Preisstrukturen in den einzelnen Kategorien zu ermitteln und Zusammenhänge zwischen Preisentwicklungen beziehungsweise -dimensionen auf der einen sowie Besucher*innenentwicklung und Investitionsverhalten auf der anderen Seite zu prüfen.[10]

2026 stiegen die Eintrittspreise in den Freizeiteinrichtungen im gleichen Umfang wie im Vorjahr. In allen am Monitoring teilnehmenden Bundesländern verteuerten sich die Eintrittspreise im Frühjahr 2026 um 4,2 Prozent. Im Vergleich mit dem Frühjahr 2022 sind die Preise um rund ein Viertel gestiegen. Die stärksten Preiserhöhungen gab es bei den Denkmälern/historischen Bauwerken sowie bei den Privaten Eisenbahnen. Hier stiegen die Preise jeweils um rund ein Zehntel. Wie bereits in den Vorjahren zählten auch die Naturinfozentren (+8,4 Prozent) und Landschaftsattraktionen (+7,1 Prozent) zu den Kategorien, die ihre Preise am stärksten erhöhten. Die Teuerungsrate bei den Freizeit- und Kultureinrichtungen lag mit 4,2 Prozent etwas unter der des Verbraucherpreisindexes für „Museumsbesuch, Zoobesuch oder Ähnliches" (+5,1 Prozent).[11] Im Saarland bewegte sich der durchschnittliche Preisanstieg in den Freizeiteinrichtungen mit +4,8 Prozent nur geringfügig über dem aller teilnehmenden Bundesländer. Die höchsten Preissteigerungen waren bei den Stadt- und thematischen Führungen zu beobachten. Diese blieben im Vergleich zu den anderen Bundesländern jedoch weiterhin preislich unter dem Durchschnitt.

8 www.urlaub.saarland

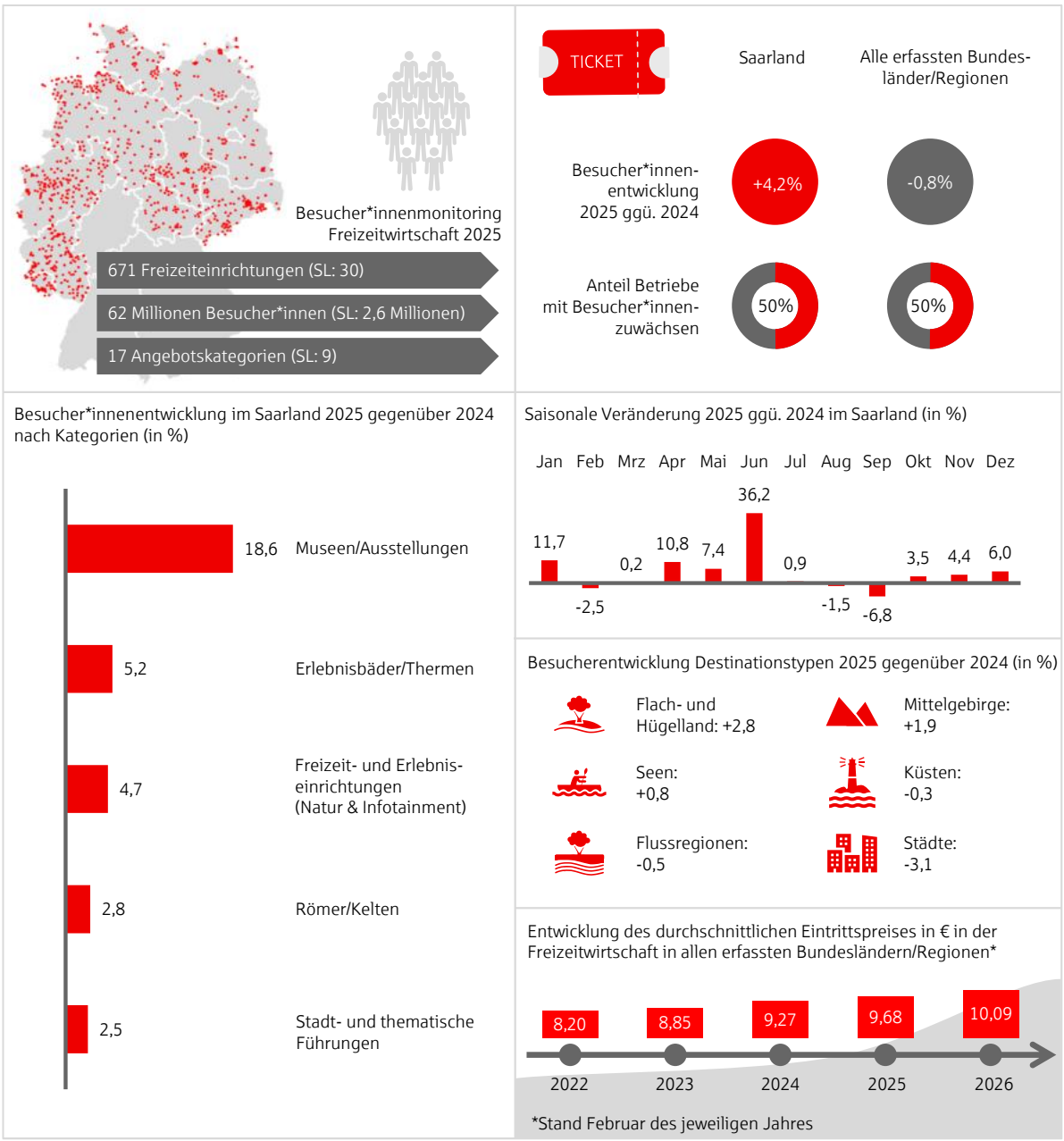
9 In Einzelfällen kam es zu Veränderungen des Teilnehmerkreises, weshalb die Preisstrukturen aus den Jahren 2022 bis 2026 aktualisiert wurden. Daher weichen die aktuellen Ergebnisse teilweise von denen früherer Jahresberichte ab.

10 Preisdifferenzierungen sind als Instrument für Marketing und Zielgruppenorientierung in der Freizeitwirtschaft weit verbreitet. Zugrunde gelegt wurde der aktuell günstigste Einzelpreis für eine*n Erwachsene*n 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 Verkehrsträger*innen (umfangreiches Streckennetz) der Fall. Ansonsten wurde bei den Verkehrsträger*innen 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.

11 Vergleich Februar 2026 mit Februar 2025, www.destatis.de

2025 verzeichneten weiterhin auch höherpreisige Einrichtungen in den am Monitoring teilnehmenden Bundesländern eine positive Entwicklung und waren dabei teils dynamischer als Einrichtungen mit niedrigen Eintrittspreisen. Eintrittspreiserhöhungen lassen sich aber nur dann durchsetzen, wenn das Angebot einen klaren Mehrwert liefert, einen hohen Erlebnischarakter bietet und zeitgemäß aufbereitet ist. Investitionen sind daher auch für die Freizeiteinrichtungen im Saarland weiterhin in regelmäßigen Abständen notwendig, um die positive Entwicklung der Besucher*innenzahlen auch in den kommenden Jahren fortzuführen.

Abb. 7: Freizeitwirtschaft im Saarland im Überblick



Quelle: dwif 2026, Daten dwif-Besucher*innenmonitoring Freizeitwirtschaft

2 Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe

Hinweis zu den gewählten Referenzjahren

Im Folgenden wird, abweichend zu den vorangegangenen Kapiteln, das Jahr 2019 als mittelfristiges Referenzjahr verwendet. Hintergrund ist, dass für einzelne Datensätze (insbesondere die EBIL-Daten), nur Werte bis 2024 vorliegen. Ein Vergleich mit 2020 und 2021 ist aufgrund der pandemiebedingten Auswirkungen nicht aussagekräftig. Auch das Jahr 2022 war noch von Nachwirkungen wie u. a. der zuvor ausgesetzten Insolvenzantragspflicht geprägt. Das Jahr 2019 dient daher als stabilere Bezugsgröße. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass sich die Branche nicht dauerhaft am Vorpandemieniveau messen lässt und daher auch Veränderungen im Zeitverlauf mit einbezogen werden.

2.1 Konjunktur- und Marktbewertung

Die konjunkturelle Entwicklung im deutschen Gastgewerbe lässt auf den ersten Blick eine gewisse Stabilisierung erkennen. Nach den erheblichen Schwankungen der Vorjahre deutete sich zum Ende des Jahres 2025 eine gewisse Konsolidierung der Geschäftslage an. Dennoch bewegt sich die Branche weiterhin in einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld. Die zahlreichen geopolitischen Konflikte tragen dazu bei, dass Unsicherheiten und Belastungen zu dauerhaften Rahmenbedingungen werden. Sie treffen die deutsche Wirtschaft erneut in einer Phase, in der sich zuvor erste Anzeichen einer Erholung abgezeichnet hatten. Vor diesem Hintergrund gewinnt die Fähigkeit zur Resilienz weiter an Bedeutung, um langfristig Zukunftsfähigkeit zu sichern.

Verhaltener Jahresstart 2026 im Gastgewerbe

Die dreimal jährlich erhobene Geschäftslagebewertung im deutschlandweiten Gastgewerbe blieb laut dem DIHK-Geschäftsklima[12] im Jahr 2025 durchgehend im negativen Bereich und erreichte im Sommer mit -18 Punkten ihren Tiefpunkt.[13] Erst im Herbst war mit -2 Punkten eine Aufhellung erkennbar. Dieses Muster entspricht einem Verlauf, der bereits in den vergangenen zwei Jahren zu beobachten war: Ein verhaltener Jahresbeginn, gefolgt von einer Stimmungsverbesserung im Herbst. Vor diesem Hintergrund sind -11 Punkte im Geschäftsklimasaldo zum Jahresstart 2026 und die darauffolgenden -17 Punkte nicht ungewöhnlich. Seit der Pandemie sowie den anhaltenden geopolitischen Konflikten scheint das Gastgewerbe insgesamt vorsichtiger in neue Geschäftsjahre zu blicken. Auch der ifo-Geschäftsklimaindex signalisierte im Januar 2026 einen verhaltenen Jahresauftakt mit getrübter Stimmung und skeptischen Erwartungen. Seitdem hat sich die Lage in den Unternehmen in Deutschland weiter verschlechtert: Im Juni 2026 lag der Index bei 85,6 Punkten. Im Saarland blickten gerade einmal rund zehn Prozent der gastgewerblichen Betriebe optimistisch ins neue Jahr. Ende 2025 gingen mehr als ein Drittel von einer weiteren Verschlechterung aus. Besonders ausgeprägt war die Skepsis in der saarländischen Gastronomie. Dort erwarteten über 40 Prozent der Betriebe stagnierende oder weiter rückläufige Umsätze.

Saarländische Beherbergung trotzt bundesweitem Trend der rückläufigen Umsätze

2.2 Umsatzentwicklung

Das Gastgewerbe in Deutschland konnte vorläufigen Zahlen zufolge im Jahr 2025 im Vorjahresvergleich die Umsätze nominal betrachtet nur um 1,4 Prozent steigern. Das Beherbergungsgewerbe musste preisbereinigt (real) einen Umsatzrückgang von 1,9 Prozent hinnehmen. Und auch in der Gastronomie zeigte sich ein ähnliches Bild: Real sank der Umsatz um 2,1 Prozent. Ein starker Dezember in der Gastronomie sowie reale Umsatzzuwächse zuletzt im November 2025 konnten bislang nicht ins neue Jahr mitgenommen werden. Im Saarland musste 2025 vornehmlich die Gastronomie mit starken realen Umsatzrückgängen von -2,7 Prozent kämpfen. Im Beherbergungssektor stiegen die realen Umsätze hingegen um 0,6 Prozent.

[12] Der Geschäftslage-Saldo ist der geometrische Mittelwert der Salden aus Geschäftslage (Differenz der prozentualen Anteile aus „gut“ sowie „schlecht“) und Geschäftserwartungen (Differenz der prozentualen Anteile aus „besser“ sowie „schlechter“).

[13] DIHK-Konjunkturumfrage Frühsommer 2026 (Skala -100 bis +100 Punkte)

2.3 Preisentwicklung im Gastgewerbe

Die Preisentwicklung prägt das Gastgewerbe. Erwartungen an baldige Preissenkungen bestehen kaum, was die Zurückhaltung zusätzlich verstärkt.

Die Sparneigung der Bevölkerung in Deutschland ist auf dem höchsten Stand seit der Finanzkrise 2008.

Zusätzlich schwächelte der GfK-Konsumklimaindex im Jahr 2025. Zum Jahresende 2025 lag der Index bei -23,4 Punkte und auch die aktuellen Werte aus Juli 2026 (-29,2 Punkte) zeigen, dass sich die Stimmung auf niedrigem Niveau stabilisiert. Immerhin zeigt sich der Wert im Vergleich zu den Vormonaten stabil und nahm gegenüber Juni 2026 um 0,3 Punkte leicht ab. Das lag an den positiveren Einkommenserwartungen, die Anschaffungsneigung und Sparneigung lagen weitestgehend auf dem Niveau des Vormonats. Damit verharrt die Sparneigung im langfristigen Vergleich weiterhin auf einem hohen Niveau. Hohe Preise, geopolitische Unsicherheiten und sozialpolitische Belastungen führen insgesamt zu einer anhaltenden Konsumzurückhaltung. Trotz der zum Jahresbeginn 2026 erfolgten Mehrwertsteuersenkung für Speisen in der Gastronomie von 19 auf sieben Prozent stiegen die Preise für Gaststättendienstleistungen binnen Jahresfrist um 3,6 Prozent. Zusätzlich dürften deutliche Mindestlohnanhebungen in diesem und im kommenden Jahr den Preisanstieg weiter fördern.

Über das Gastro-Panel im Tourismusbarometer wird seit 2024 die Preisstellung in saarländischen Restaurants beobachtet. Seitdem stiegen die Flammkuchenpreise um rund drei Prozent auf aktuell durchschnittlich 12,90 Euro und der Preis für ein 0,2-Liter Glas roten Hauswein um etwa acht Prozent auf 5,90 Euro. Parallel dazu stiegen die Warenkosten für Lebensmittel deutlich, was nicht komplett an die Gäste weitergegeben werden konnte. Viele Gäste reagieren dennoch preissensibel: 60 Prozent gaben laut einer Befragung des Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V. im Januar 2026 an, dass zu hohe Preise sie vom häufigeren Auswärtsessen abhalten, während ebenso viele bereit sind, für gute Qualität zu zahlen. Diese heterogene Kundenperspektive stellt die Gastronomen vor Herausforderungen. Die Kenntnis der eigenen Gäste, ihrer Erwartungen und ihrer Reaktionen wird damit umso wichtiger.

Hoteliers hingegen standen deutschlandweit im Jahr 2025 vor einem leicht rückläufigen Preisniveau bei gleichzeitig stabiler Nachfrage. So auch im Saarland, wenn auch weniger stark: Während die durchschnittlichen Hotelpreise laut Daten des IHA-Hotelmarktberichts deutschlandweit 2025 gegenüber dem Vorjahr um 2,8 Prozent auf rund 109 Euro sanken, nahm das Preisniveau im Saarland nur leicht um 0,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr ab. Der Durchschnittspreis lag im Saarland bei 79 Euro und damit rund 30 Euro unter dem bundesweiten Wert.

2.4 Zimmerauslastung und RevPAR

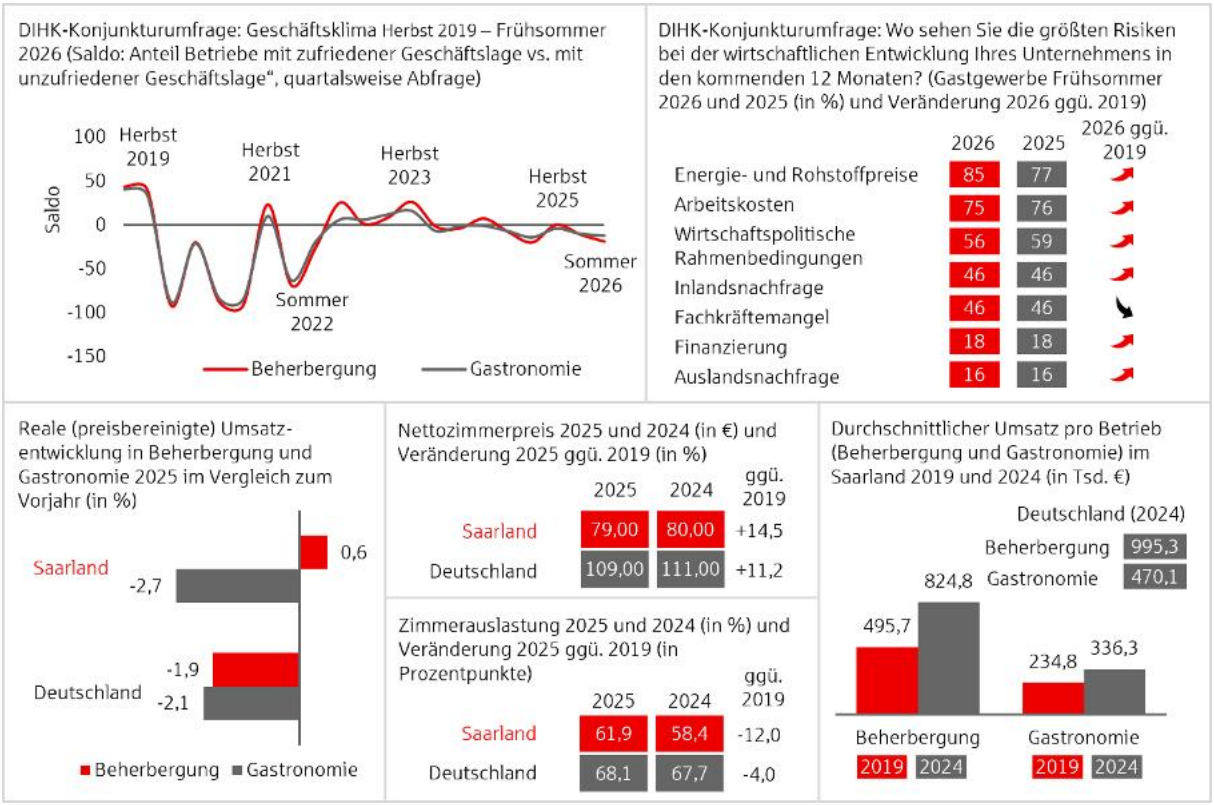
Die Entwicklung von Preisen und Auslastung führte 2025 den Daten des IHA-Hotelmarktberichts zufolge bundesweit zu einem leicht rückläufigen RevPAR (Erlös pro verfügbarem Zimmer) von -1,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Hotellerie im Saarland konnte sich in der Kombination aus Preis- und Auslastungsentwicklung positiv absetzen: Getragen von der überdurchschnittlichen Auslastungsentwicklung stieg der RevPAR im Saarland um 5,1 Prozent auf 49 Euro. Trotz des Anstiegs lag das Saarland damit noch etwa 25 Euro unter dem Bundesdurchschnitt von 74 Euro. Deutschlandweit erreichte die durchschnittliche Auslastung der Hotellerie im Jahr 2025 68,1 Prozent und konnte damit gegenüber dem Vorjahr erneut zulegen (+0,4 Prozentpunkte).[14] Im Saarland fiel der Zuwachs mit 3,5 Prozentpunkten stärker aus, sodass eine Auslastung von 61,9 Prozent erreicht wurde und sich der Abstand zum Bundesniveau von 9,3 Prozentpunkten im Jahr 2024 auf 6,2 Prozentpunkte in 2025 verkleinerte.

Einfluss auf den Beherbergungssektor hat auch der Privatvermietungsmarkt auf Basis von Zahlen des Branchenführers AirBnB. Immer mehr Reisende wählen private Unterkünfte statt Hotels, was zu wachsendem

[14] Die Auslastungszahlen des IHA-Hotelmarktberichts beziehen sich auf die Zimmerauslastung, nicht wie bei der amtlichen Statistik auf die Bettenauslastung. Zudem legt der IHA-Hotelmarktbericht einen Schwerpunkt auf Ketten, Kooperationen und Marken der gehobenen Hotellerie. Somit können die Werte im Vergleich zu den amtlichen Statistiken abweichen.

Preisdruck und veränderten Gästeerwartungen führt. Hotels müssen auf diesen Wettbewerb reagieren, gerade Flexibilität bei Buchungsbedingungen und Services sind gefragt. Deutschlandweit gab es mit Stand Februar 2026 knapp 250.000 Angebote. Im Saarland betrug die Zahl aktiver AirBnB-Angebote rund 1.500 und stieg damit, wie schon in den Jahren zuvor, um 9,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Abb. 8: Kennzahlen zur Konjunktur- und Marktbewertung für das Gastgewerbe im Saarland



Quelle: dwif 2026, Daten DIHK, Statistisches Bundesamt, IHA-Hotelmarktbericht

2.5 Gewerbestatistik im Gastgewerbe

Deutschlandweit ist ein wachsendes Gründungsgeschehen zu beobachten. Bereits im vierten Jahr in Folge wurde ein Überschuss der Gewerbeanmeldungen gegenüber den Abmeldungen im Gastgewerbe verzeichnet, der sich zudem deutlich ausgeweitet hat. Lag der Saldo 2022 noch bei gut 280 zusätzlichen Anmeldungen, belief er sich 2025, nach vorläufigen Zahlen[15], auf rund 3.400 mehr Anmeldungen als Abmeldungen im deutschen Gastgewerbe.

Das Saarland verzeichnet hingegen seit über einem Jahrzehnt jedes Jahr einen negativen Saldo in der Gewerbestatistik des Gastgewerbes, so auch im Jahr 2025 mit rund 690 Gewerbeanmeldungen gegenüber 730 Abmeldungen. Ausschlaggebend für diese Entwicklung ist vor allem die Gastronomie. Das saarländische Beherbergungswesen hielt sich dagegen mehr oder weniger die Waage mit 51 Gewerbeanmeldungen gegenüber 44 Abmeldungen im Jahr 2025. Im Vergleich zum Vorjahr war 2025 zudem eine leichte Abschwächung der Fluktuation erkennbar. Sowohl im Beherbergungsgewerbe als auch in der Gastronomie ging die Zahl der Gewerbeabmeldungen zurück.

Verhaltene Gründungsintensität im Saarland

Ein gesonderter Blick auf die Neugründungen, also ohne Übernahmen oder Zuzüge, verdeutlicht im saarländischen Gastgewerbe eine gemischte Entwicklung. Im Vergleich zum Vorjahr sank die Zahl der Neugründungen in der Gastronomie um 5,4 Prozent, im Beherbergungsgewerbe stieg sie dagegen um 5,6 Prozent.

15 Daten der Gewerbestatistik sind zum Stand Mai 2026 für zwölf der 16 Bundesländern vorliegend

Damit beträgt die gewerbliche Existenzgründungsintensität laut dem IfM Bonn im Saarland bei 48,1 Gründungen je 10.000 Erwerbsfähigen im Jahr 2025 und liegt unter dem deutschlandweiten Wert von 54,8.[16] Der Gründerreport der IHK Saarland zeigt jedoch einen positiven Trend: Die Zahl der Existenzgründungen im Gastgewerbe stieg zwischen 2021 und 2025 um 24,9 Prozent.
Laut KfW-Gründungsmonitor 2026 ist die Gründungsintensität im Jahr 2025 in Deutschland in Bewegung gekommen. Dabei setzt sich der langfristige Trend fort, dass Gründungen zunehmend im Nebenerwerb erfolgen. Gleichzeitig wird die Gründerlandschaft jünger. Aber: Viele neu gegründete Unternehmen haben laut Statistischem Bundesamt in Deutschland Schwierigkeiten, langfristig zu bestehen; das gilt auch für die Gastronomie, die überdurchschnittlich viele Gründungen verzeichnet. 2023 waren noch 80,2 Prozent der im Vorjahr gegründeten Gastronomiebetriebe aktiv, bei den fünf Jahre zuvor gegründeten Betrieben lag die Rate nur bei 36,0 Prozent.

Die Herausforderungen bei Gründungen gehen nahtlos in die Thematik der Unternehmensnachfolge über. Laut DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2025 haben 49 Prozent der Senior-Unternehmenden in der deutschen Wirtschaft noch keine passende Nachfolge gefunden, bei den Übernahmeinteressierten sind es 48 Prozent. Das zeigt, wie schwierig es ist, passende Unternehmen zu vermitteln: Trotz rechnerisch mehr als zwei zu übernehmender Betriebe pro Interessierten hängt der Erfolg u. a. stark von Zukunftsvorstellungen, Kaufpreis oder Finanzierung ab. Gastronomie- und Handelsunternehmen machen fast 40 Prozent der Nachfolgen in der bundesweiten IHK-Beratung aus. Laut Institut für Mittelstandsforschung (IfM Bonn) zählt das Saarland zwischen 2022 und 2026 rund 2.000 zur Übergabe stehende Unternehmen. Im Saarland ist besonders die Nachfolge durch Familienmitglieder rückläufig. So erfolgten 2024 40 Prozent der geplanten Übergaben innerhalb der eigenen Familie oder Firma. Die Gewerbestatistik registrierte 2025 rund 109 erfolgreiche Gewerbeübergaben im saarländischen Gastgewerbe.

„Saarland Offensive Gründung“
Mit den Partnern der Saarland Offensive Gründung (SOG), die sich mit einem umfänglichen finanziellen sowie nicht-monetären Förderspektrum an Gründerinnen und Gründern wendet, hat das saarländische Wirtschaftsministerium in diesem Jahr eine Initiative gestartet, um Unternehmensübergaben zu erleichtern. Ziel der Initiative unter der Überschrift „Fortsetzung folgt…“ ist es, die Option der Nachfolge als alternativen Weg in die Selbstständigkeit stärker in den öffentlichen Fokus zu rücken, Übergeber und Nachfolger zusammenzubringen und die im Saarland vorhandenen Begleitangebote sowie die entsprechenden Ansprechpartner bekannter zu machen. In diesem Rahmen finden u.a. Informationsveranstaltungen mit Experten der SOG und Best-Practice-Beispielen sowie Seminare zu wichtigen Nachfolge-Themen statt. Weitere Ansätze sind u.a. das Pilotprojekt „NextGen.Saar“ zur Förderung der Nachfolge durch internationale Übernehmerinnen und Übernehmer, Betriebsbesuche im Handwerk sowie weitere digitale Angebote.[17]

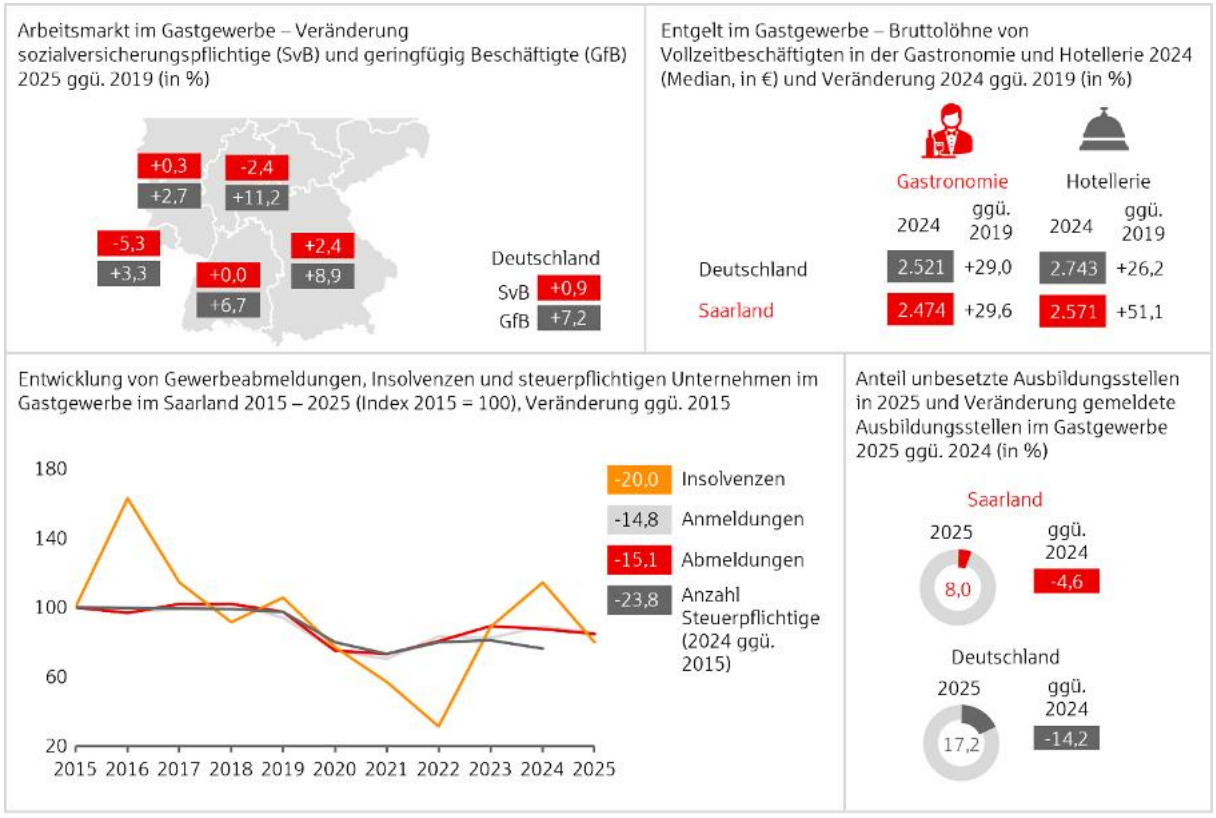
Insolvenzen im Saarland sinken entgegen dem Bundestrend.

Parallel zur Nachfolgethematik gewinnt die Entwicklung der Insolvenzen im Gastgewerbe an Bedeutung. Deutschlandweit stieg die Zahl der Insolvenzen im Jahr 2025 im Vergleich zum Vorjahr um 27,4 Prozent. Besonders stark betroffen war die Beherbergungsbranche mit einem Anstieg von 41,5 Prozent, während die Insolvenzen in der Gastronomie um 26,3 Prozent zunahmen. Damit setzte sich eine Entwicklung fort, die bereits seit drei Jahren zu beobachten war und jeweils steigende Prognosen aufweist. Nach Angaben der Creditreform-Datenbank zählen gastronomische Betriebe weiterhin zu den besonders insolvenzgefährdeten Branchen und belegen Platz fünf unter den zehn Branchen mit dem höchsten Insolvenzrisiko in Deutschland. Insgesamt meldete das Statistische Bundesamt für das Jahr 2025 einen Anstieg der Unternehmensinsolvenzen um 10,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr, nachdem bereits 2023 und 2024 Zuwächse von jeweils über 20 Prozent verzeichnet worden waren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Insolvenzanträge erst nach der ersten Entscheidung des Insolvenzgerichts in die Statistik eingehen; der tatsächliche Antrag findet häufig rund drei Monate früher statt.

16 Anzahl der Existenzgründungen pro 10.000 Einwohnenden im erwerbsfähigen Alter (18 bis unter 65 Jahren)
17 www.gruenden.saarland/fortsetzung/

Im Saarland zeigte sich ein gegensätzliches Bild. Sowohl die allgemeinen Unternehmensinsolvenzen als auch die Insolvenzen im Gastgewerbe sanken im Jahr 2025 gegenüber dem Vorjahr. Während 2024 noch 40 Insolvenzen im saarländischen Gastgewerbe gezählt wurden, waren es 2025 nur noch 28 Insolvenzen. Mittelfristig gegenüber 2019 ist dies ein Rückgang um 32,1 Prozent. Im Beherbergungswesen blieben die Insolvenzen über die vergangenen zehn Jahre hinweg bei null bis vier Insolvenzen jährlich stabil. Die Gastronomie war von stärkeren Schwankungen geprägt. Zuletzt wurden 2025 insgesamt 25 Insolvenzen registriert, nachdem die Zahl auf bis zu 55 im Jahr 2016 gestiegen war. Der Rückgang der Insolvenzen deutet auf eine kurzfristige Entlastung der Branche hin. Inwiefern sich diese positive Entwicklung als Trend verstetigt, bleibt jedoch angesichts der anhaltenden aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland abzuwarten.

Abb. 9: Gewerbestatistik und Arbeitsmarkt im Gastgewerbe im Saarland



Quelle: dwif 2026, Daten Bundesagentur für Arbeit, Statistisches Bundesamt

2.6 Arbeitsmarkt im Gastgewerbe

Der Arbeitsmarkt im Gastgewerbe verzeichnete trotz anhaltender Umsatzverluste und konjunktureller Belastungen eine positive Beschäftigungsentwicklung. Im Zehnjahresvergleich stieg die Erwerbstätigenzahl 2025 bundesweit um rund 16 Prozent. Im Saarland stiegen die Zahlen im selben Zeitraum um 8,5 Prozent.

Anteil geringfügiger Beschäftigung im saarländischen Gastgewerbe leicht gestiegen

Kurzfristig gab es jedoch Unterschiede: Während bundesweit von einem erneuten Beschäftigtenrekord im Gastgewerbe im Jahre 2025 gesprochen wurde, gingen die Erwerbstätigenzahlen im Saarland im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Prozent zurück. Treiber waren hier die sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungen mit -2,8 Prozent. Die geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse blieben gegenüber dem Vorjahr stabil. Besonders der mittelfristige Vergleich zeigt die Verschiebung der Beschäftigungsverhältnisse: Im Jahr 2025 waren gegenüber 2019 5,3 Prozent weniger sozialversicherungspflichtige Beschäftigte im saarländischen Gastgewerbe angestellt. Bundesweit fand hingegen ein leichter Anstieg um knapp einen Prozent statt. Die geringfügigen Beschäftigungen stiegen im Saarland innerhalb desselben Zeitraums um 3,3 Prozent,

bundesweit um 7,2 Prozent. Damit machte der Anteil der geringfügig Beschäftigten an allen gastgewerblichen Erwerbstätigen im Saarland im Jahr 2025 etwa 57 Prozent aus und lag sieben Prozentpunkte über dem bundesweiten Wert.

Personalbedarfe in der Hotellerie erkennbar

Deutsche Beherbergungsbetriebe stehen aktuell unter wirtschaftlichem Druck, was sich auch im Geschäftsklima widerspiegelt: Laut European Accommodation Barometer 2026 von Booking.com bewerteten Hoteliers ihre Geschäftsentwicklung schwächer als im europäischen Durchschnitt und blieben zurückhaltend in ihren Erwartungen. Ein zentraler Faktor bleibt der Personalmangel. 2025 sank die Gesamtzahl der Beschäftigten (sozialversicherungspflichtige und geringfügige Beschäftigung kumuliert) bundesweit im Beherbergungssektor um 0,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr und lag gegenüber 2019 bei -3,6 Prozent. In der Gastronomie nahmen die Beschäftigtenzahlen weiter zu und übertrafen die des Jahres 2019 um 6,1 Prozent.

Im Saarland entwickelten sich die Beschäftigtenzahlen hingegen in beiden Branchen rückläufig: Gegenüber 2019 blieben die Zahlen im Beherbergungssegment stabil mit -0,2 Prozent, in der Gastronomie sanken sie um 0,6 Prozent. Kurzfristig im Jahr 2025 gegenüber dem Vorjahr zeigte sich im Beherbergungswesen jedoch ein stärkerer Rückgang mit knapp vier Prozent. Das Unterkunftsbarometer auf deutschlandweiter Ebene zeigt, dass der höchste Personalbedarf in der Hotellerie in den Bereichen Housekeeping, Gastronomie und Kundenservice besteht.[18] Hohe Gehaltsforderungen, Sprachbarrieren und fehlende Qualifikationen zählen zu den größten Herausforderungen bei der Gewinnung qualifizierter Mitarbeitender.

Mit Blick auf die einzelnen saarländischen Landkreise und den Regionalverband Saarbrücken wird deutlich, dass die kumulierten Erwerbstätigenzahlen (sozialversicherungspflichtig und geringfügig Beschäftigte) bis auf den Landkreis Neunkirchen im Vergleich zum Vorjahr rückläufig waren. Der Landkreis Saarlouis registrierte im Jahr 2025 gegenüber dem Vorjahr den stärksten Rückgang mit -2,4 Prozent. Mittelfristig gegenüber 2019 kann der Landkreis die Beschäftigtenverhältnisse stabil halten (+0,2 Prozent). Andere Regionen sahen sich mittelfristig mit stärkeren Rückgängen konfrontiert. Die Beschäftigtenzahlen im Saarpfalz-Kreis lagen 2025 6,8 Prozent unter dem Niveau des Jahres 2019.

Ausbildungsmarkt

Die Lage auf dem Ausbildungsmarkt im Gastgewerbe ist seit vielen Jahren ähnlich: Deutschlandweit werden laut Bundesagentur für Arbeit immer weniger Ausbildungsstellen im Gastgewerbe gemeldet, sowohl im Beherbergungssegment als auch in der Gastronomie. Im Jahr 2025 gingen die Ausbildungszahlen im deutschen Gastgewerbe gegenüber dem Vorjahr um 14,2 Prozent und im Vergleich mit dem Jahr 2019 um 41,8 Prozent zurück. Positiv war jedoch, dass auch die Zahl unbesetzter Stellen von knapp 6.000 im Jahr 2019 auf rund 2.800 im Jahr 2025 deutlich sank. Die gemeldeten Ausbildungsstellen im Saarland gingen 2025 gegenüber dem Vorjahr um 4,6 Prozent zurück und lagen 50,7 Prozent unter dem Niveau von 2019. Gleichzeitig sank der Anteil unbesetzter Stellen von 22,1 Prozent im Jahr 2019 auf gerade mal acht Prozent im Jahr 2025. Der DIHK-Ausbildungsreport 2025 zeigt: Die Ausbildungsqualität variiert stark nach Beruf und Branche, bleibt im Ranking jedoch über die Jahre weitgehend konstant. Berufe im Hotel- und Gastgewerbe sowie im Einzelhandel liegen weiterhin meist im unteren Bereich, was auf anhaltende strukturelle Schwächen hindeutet.

Personal- und Arbeitskosten

Die Arbeitskosten im Gastgewerbe stiegen in den vergangenen Jahren: Laut Auswertungen des Statistischen Bundesamts erhöhten sich die Kosten je geleistete Arbeitsstunde zwischen 2020 und 2025 von 20,90 auf 27,40 Euro, was einem Anstieg um 31,3 Prozent entspricht.

Steigende Arbeitskosten werden zunehmend als Risiko gesehen.

[18] Unterkunftsbarometer Deutschland 2025 (veröffentlicht von Booking.com und Statista)

Die bisherigen DIHK-Konjunkturumfragen im Jahr 2026 bestätigten auf die Frage „Wo sehen Sie die größten Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden zwölf Monaten?“ Arbeitskosten erneut als eines der größten wirtschaftlichen Risiken für Unternehmen. Der Fachkräftereport 2025 bekräftigt die Sorge. Die Personalengpässe würden vor allem zu steigenden Arbeitskosten, einer höheren Belastung der Belegschaft sowie zu Einschränkungen im Leistungsangebot führen. Parallel dazu wurde der gesetzliche Mindestlohn zum 1. Januar 2025 auf 12,82 Euro und zum 1. Januar 2026 auf 13,90 Euro pro Stunde angehoben. Die Anhebungen des Mindestlohns werden als zentraler Kostenpunkt wahrgenommen. Der Anstieg der Lohnuntergrenze gegenüber dem Vorjahr lag bei 8,4 Prozent. Und dennoch sind die Löhne im Gastgewerbe gering, denn rund die Hälfte aller Beschäftigungsverhältnisse im Gastgewerbe liegt aktuell noch im Niedriglohnsektor. Dabei zählte eine Person im April 2025 bis zu einem Bruttostundenverdienst von 14,32 Euro zu den Geringverdienenden. Als Vollzeitbeschäftigte in der Hotellerie verdiente man 2024 im Saarland durchschnittlich 2.571 Euro brutto, in der Gastronomie waren es 2.474 Euro brutto. Im bundesweiten Durchschnitt sind es rund 47 Euro in der Gastronomie und in der Hotellerie rund 172 Euro monatlich mehr.[19]

2.7 Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen

Erläuterungen zu den EBIL-Kennzahlen

Nach § 18 des Kreditwesengesetzes (KWG) ist ein Kreditinstitut verpflichtet, sich bei Kreditengagements, die eine bestimmte Größenordnung überschreiten, die wirtschaftlichen Verhältnisse des Kunden offenlegen zu lassen, insbesondere durch die Vorlage von Jahresabschlüssen. Diese Regelung gilt auch für gastgewerbliche Betriebe.

Die eingereichten Jahresabschlüsse werden zentral in einer Datenbank unter dem Namen EBIL-Datenanalyse verarbeitet. Die Einzelbilanzanalyse ist ein branchenunabhängiges Verfahren zur detaillierten Beurteilung der wirtschaftlichen Lage von Unternehmen auf Basis ausgewählter Kennzahlen.[20]

Die elektronischen Bilanzdaten werden für das Tourismusbarometer anonym, regionalisiert und typisiert aufbereitet, sodass wirtschaftliche Aussagen möglich sind und dennoch nicht auf Einzelbetriebe oder einzelne Sparkassen zurückgeschlossen werden kann. Als Bezugsgröße gilt der Median oder auch Zentralwert (Datenstand März 2026).[21]

Umsatzrendite

Das deutsche Gastgewerbe stand 2024 unter Renditedruck. Zwar stiegen die Umsätze nominal um 0,5 Prozent, preisbereinigt gingen sie jedoch um -2,6 Prozent zurück. Diese Effekte (Entwicklung Bruttoumsätze vs. Kostensteigerungen) sind auch bei der folgenden Analyse des Wirtschaftsfaktors Tourismus für das Saarland zu beobachten. Damit setzte sich die rückläufige Entwicklung der realen Umsätze fort. Zusätzliche Belastung brachte die seit Januar 2024 wieder geltende Mehrwertsteuer von 19 Prozent auf Speisen in der Gastronomie: Sie verschärfte die Kosten- und Preissituation und drückte damit unmittelbar auf die Ertragslage. Entsprechend sank die Umsatzrendite im deutschen Gastgewerbe bereits das dritte Jahr in Folge.

Die Gastronomie steht unter Renditedruck.

Im deutschen Beherbergungsmarkt fiel die Umsatzrendite gegenüber dem Vorjahr um 1,9 Prozentpunkte auf 6,4 Prozent. In der Gastronomie zeigte sich der Einbruch noch deutlicher: Bundesweit sank die Umsatzrendite auf 7,8 Prozent. Damit rutschte die Kennzahl erstmals unter die Marke von 10 Prozent. Die Entwicklung verdeutlicht den Kosten- und Margendruck im Gastgewerbe.

Eigenkapitalquote

Die sinkende Umsatzrendite trifft vielerorts auf eine ohnehin schwache Eigenkapitalbasis und damit auf eine zentrale Voraussetzung wirtschaftlicher Stabilität. Gerade in Krisensituationen, etwa bei steigenden Finanzierungskosten, rückläufigen Umsätzen oder wachsenden Investitionsbedarfen, gefährdet eine

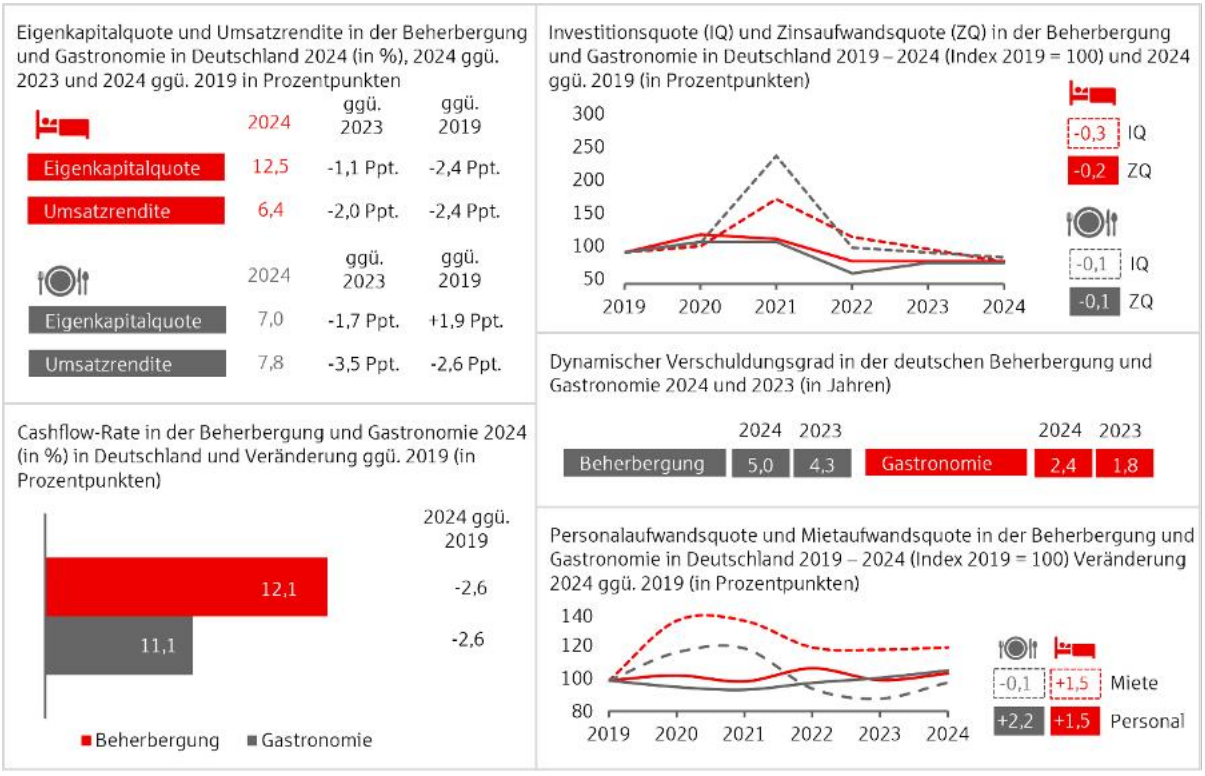
19 In dieser Lohnstatistik sind nur die Entgelte der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erfasst, nicht jedoch die geringfügig Beschäftigten.

20 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.

21 Median der jährlichen Bilanzen der vollständigen Jahre von 2014 bis 2024.

geringe Eigenkapitalquote die wirtschaftliche Stabilität der Betriebe. Im deutschen Beherbergungsmarkt sank die Eigenkapitalquote 2024 leicht auf 12,5 Prozent (-1,1 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr). In der Gastronomie ging sie um 1,7 Prozentpunkte auf 7,0 Prozent zurück. Die sinkenden Eigenkapitalquoten erhöhen vor dem Hintergrund des anhaltenden Kosten- und Margendrucks die Abhängigkeit vieler Betriebe von Fremdkapital. In Verbindung mit steigenden Zins- und Tilgungsrisiken kann dadurch die Krisenanfälligkeit der Betriebe zunehmen. Zum Vergleich: Die Eigenkapitalquote der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) lag in den vergangenen vier Jahren laut Institut für Mittelstandsforschung Bonn nahezu konstant bei rund 30 Prozent. Mit 30,5 Prozent im Jahr 2023 erreichte sie laut Deutscher Bundesbank zudem den höchsten Stand seit 1997.

Abb. 10: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen zur Situation des Gastgewerbes in Deutschland



Quelle: dwif 2026, Daten DSV 2026 (Sonderauswertung EBIL)

Cashflow-Rate

Wie viel finanzieller Spielraum trotz Renditedruck tatsächlich bleibt, zeigt die Cashflow-Rate: Sie gibt an, welcher Anteil des Umsatzes für die Innenfinanzierung, sprich für Investitionen aus eigener Kraft und zur Bedienung laufender Verpflichtungen zur Verfügung steht. Die Kennzahl ist im Gastgewerbe zwar traditionell volatil, dauerhaft rückläufige Werte erhöhen jedoch die wirtschaftlichen Risiken.

Rückläufiger Cashflow gefährdet Investitionsfähigkeit und Kostendeckung.

Im Jahr 2024 erreichten die deutschen Gastronomiebetriebe eine Cashflow-Rate von 11,1 Prozent und die Beherbergungsbetriebe 12,1 Prozent. Sie verzeichneten damit im betrachteten Zeitraum einen sehr niedrigen Wert. Sinkende Cashflows sind kritisch, weil sie die Investitionsfähigkeit einschränken und zugleich die Schuldentragfähigkeit verschlechtern. Treiber können unter anderem steigende Kosten, sinkende Margen oder eine schwächere Auslastung sein. In der Folge lassen sich laufende Aufwendungen wie Personal-, Miet- oder Wareneinsatzkosten zunehmend schwerer aus dem operativen Geschäft decken.

Die Zinsaufwandsquote im Gastgewerbe zeigt sich stabil.

Vor diesem Hintergrund liefert die Zinsaufwandsquote einen Hinweis darauf, wie stark Fremdkapital die laufende Ergebnisrechnung aktuell belastet. 2024 blieb die Zinsaufwandsquote im Gastgewerbe insgesamt auf niedrigem Niveau. In der Beherbergung lag sie bundesweit bei 1,2 Prozent, in der Gastronomie bei 0,5 Prozent. Die Werte blieben gegenüber dem Vorjahr nahezu stabil. Damit wirkt die Zinsquote aktuell zwar eher entlastend, die Sensitivität steigt jedoch: Bei niedrigen Eigenkapitalquoten und rückläufigen Cashflows könnten bereits moderate Zinsanstiege oder zusätzliche Verschuldung die finanzielle Belastung erhöhen. Die derzeit stabile Zinsaufwandsquote kann daher bei schwächerem Cashflow oder sinkender Eigenkapitalbasis schnell wieder an Risiko gewinnen.

Investitionsquote

Die Investitionsquote im deutschen Beherbergungsmarkt lag 2024 bei 1,7 Prozent und sank gegenüber dem Vorjahr um 0,4 Prozentpunkte. Innerhalb der vergangenen zehn Jahre wurde 2021 mit 3,7 Prozent der höchste Wert erreicht. Der Anstieg dürfte teilweise auf den pandemiebedingten Umsatzrückgang und die damit verbundene rechnerische Erhöhung der Quote zurückzuführen sein. Zugleich könnten Betriebe die Pandemiephase gezielt für Investitionen genutzt haben. Die leicht rückläufigen Investitionsquoten seit 2022 deuten auf eine nachlassende Dynamik hin, die kurzfristig die Liquidität schont, mittelfristig jedoch das Risiko eines Modernisierungsstaus und einer geschwächten Wettbewerbsfähigkeit erhöhen kann.

Abschreibungsquote

Die Entwicklung der Abschreibungsquote gibt Hinweise auf die Investitionstätigkeit und den Substanzaufbau im Gastgewerbe. Nach einer Phase höherer Investitionen der Jahre 2020 und 2021 lag die Abschreibungsquote im deutschen Beherbergungsmarkt 2024 bei 4,6 Prozent und blieb stabil zum Vorjahr. In der Gastronomie betrug sie, ebenfalls wie bereits im Vorjahr, 2,6 Prozent. Die stabile Entwicklung deutet nicht auf einen aktuellen Investitionsschub hin, der üblicherweise zeitverzögert zu höheren Abschreibungen führen würde. Vielmehr passt sie zu der insgesamt niedrigen Investitionsquote und damit zu einer verhaltenen Investitionsdynamik.

Kostenentwicklung

Die Kostenentwicklung im Gastgewerbe wird weiterhin maßgeblich von den Arbeitskosten geprägt. Sie stellen aus Betriebssicht eine Herausforderung dar, da steigende Personalkosten ohne entsprechendes Umsatz- oder Produktivitätswachstum die Umsatzrendite direkt belasten. Über die vergangenen Jahre haben die Personalkosten insbesondere infolge steigender Löhne kontinuierlich zugenommen. Sie erklären damit einen Teil der u. a. rückläufigen Umsatzrendite. In Deutschland lag die Personalaufwandsquote 2024 im Beherbergungsmarkt bei 34,4 Prozent. In der Gastronomie lag der Wert etwas höher bei 35,4 Prozent.

Strukturelle Unterschiede können anhand der Mietaufwandsquote aufgezeigt werden. Sie bewegte sich im Zeitverlauf stabil um etwa 8 Prozent, variierte jedoch je nach Standort. In Städten ist die Belastung in der Regel höher und im Gastgewerbe aufgrund der teureren Top-Lagen teilweise besonders ausgeprägt. Aufgrund ihres Fixkostencharakters wirkt die Miete besonders in Phasen schwächerer Nachfrage oder sinkender Margen als zusätzlicher Belastungsfaktor. Insgesamt ist die Entwicklung aktuell als „stabil, aber hoch“ einzuordnen und bleibt damit ein struktureller Kostendruckpunkt im Gastgewerbe. Die Mietaufwandsquote lag 2024 in der deutschlandweiten Beherbergung bei 8,4 Prozent. In der Gastronomie lag der Wert bei 7,5 Prozent.

Die Kostenbelastung prägt betriebswirtschaftliche Entwicklung im Gastgewerbe.

Insgesamt zeigte das Jahr 2024, dass sich der Renditedruck im Gastgewerbe weiter verfestigte: Rückläufige reale Umsätze, die Rückkehr des 19-Prozent-Mehrwertsteuersatzes in der Gastronomie sowie spürbar steigende Kosten dürften die Kosten- und Preissituation vieler Betriebe zusätzlich verschärft und damit die Ertragslage beeinträchtigt haben. Die gesunkene Umsatzrendite traf auf eine schwache Eigenkapitalbasis und rückläufige Cashflows, wodurch sich der finanzielle Handlungsspielraum vieler Betriebe zusätzlich verengt. Vor diesem Hintergrund gewinnt eine konsequente betriebswirtschaftliche Stabilisierung an Bedeutung: Investitionen sollten stärker produktivitätswirksam ausgerichtet, Kostenstrukturen überprüft und Preissetzung sowie Angebot gezielt weiterentwickelt werden. Für die Sparkassenberatung bedeutet dies,

dass neben klassischen Finanzierungsfragen zunehmend die Analyse von Kostenstruktur, Kapitaldienstfähigkeit, Investitionspriorisierung und Preissetzung in den Mittelpunkt rückt. Gerade bei Betrieben mit niedriger Eigenkapitalquote und rückläufigem Cashflow kann eine frühzeitige betriebswirtschaftliche Begleitung an Unterstützung bieten, etwa durch Beratung, Kapitaldienstfähigkeitsanalysen, Priorisierung von Investitionen oder Fördermittelbegleitung.

3 Qualität der Betriebe

Qualität im Tourismus ist ein entscheidender Schlüssel für überzeugende und intensive Reiseerlebnisse. Sie zeigt sich nicht nur in der Ausstattung, Sauberkeit und der Gestaltung der Umgebung, sondern ebenso in der Servicekompetenz, der Gastorientierung und der Art, wie Besuchende willkommen geheißen und betreut werden. Dazu gehören auch transparente Informationen, reibungslose Abläufe von der Buchung bis zur Abreise sowie ein professioneller Umgang mit Beschwerden und Feedback. Aktuelle Entwicklungen wie der Wunsch nach authentischen Erlebnissen, Regionalität und Nachhaltigkeit machen Qualität noch bedeutsamer. Viele Reisende achten zunehmend darauf, ob Angebote umwelt- und sozialverträglich gestaltet sind, ob lokale Wertschöpfung unterstützt wird und ob Mobilität, Energie- und Ressourcenverbrauch verantwortungsvoll organisiert werden. Qualität umfasst damit auch Zukunftsthemen wie Barrierefreiheit, digitale Services, Sicherheitsstandards und die Qualifizierung von Mitarbeitenden. Wer gezielt in Qualität investiert, etwa durch kontinuierliche Schulungen, klare Standards, Qualitätssicherungssysteme und eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Gäste, kann Erwartungen nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. So entstehen Vertrauen, starke Marken und langfristiger Erfolg in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Tourismusmarkt.

Gästezufriedenheit

Gäste einer Destination oder touristischen Einrichtung äußern ihre Zufriedenheit in vielfältiger Art und Weise. Bewertungs- und Vergleichsportale gewinnen dabei stetig an Relevanz. So bieten sie z. B. einen tagesaktuellen Einblick in die Gästesicht auf einzelne Beherbergungsbetriebe. Online-Bewertungen geben den Reisenden Orientierung und spielen für die Reiseentscheidung mittlerweile eine große Rolle. Im Sparkassen-Tourismusbarometer können dank dem Tool TrustYou Sentiment Analysis inzwischen auch Aussagen zu einzelnen Qualitätskategorien getroffen werden.

Performance Score – Gästezufriedenheit in Bewertungsportalen auf einen Blick

Die Metasuchmaschine TrustYou wertet alle Beurteilungen von Nutzer*innen zu Unterkünften in Deutschland auf den relevanten Online-Portalen aus. Mithilfe statistischer Verfahren ergibt sich der Performance Score von TrustYou als Zusammenfassung aller Bewertungen und bildet die Online-Reputation von Unterkunftsbetrieben auf einer Skala von 0 Punkten (negativste Ausprägung) bis 100 Punkte (positivste Ausprägung) ab. Der Performance Score stellt eine Art Gütesiegel dar: 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 und wird nach der Anzahl der Bewertungen gewichtet.

TrustYou Sentiment Analysis

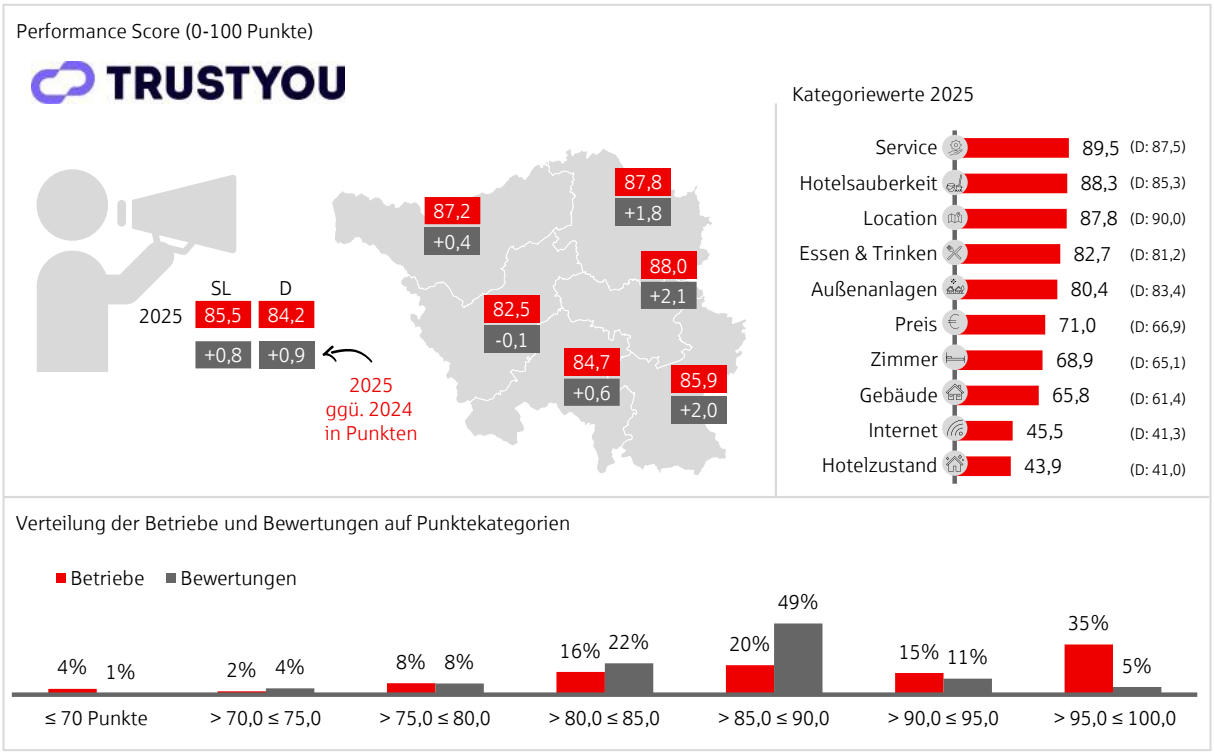
Die sogenannte Sentiment Analysis erfasst auch die in den Freitexten der Bewertungsportale geäußerten Gästemeinungen zur Unterkunft und wertet diese über Algorithmen aus. Sie gibt Aufschluss über Handlungsbedarf und Verbesserungspotenzial in einzelnen Bereichen des Beherbergungsmarktes und kann als Frühindikator auf (Re-)Investitionsbedarfe hinweisen. So sind z. B. Daten für die Kategorien Zimmer, Service, Preis sowie Essen und Trinken verfügbar. Wichtig: Der Performance Score für die Destination ergibt sich NICHT aus den Durchschnittswerten der Kategorien.

Die Gästezufriedenheit im Saarland ist im Jahr 2025 erneut gestiegen. Der Performance Score lag bei 85,5 Punkten und damit 0,8 Punkte höher als im Vorjahr. Damit belegte das Saarland zusammen mit Mecklenburg-Vorpommern im Bundesländerranking den ersten Platz. Der Wert des Jahres 2019 wurde damit im Saarland wieder überschritten. Bundesweit lag die Gästezufriedenheit im Jahr 2025 bei 84,2 Punkten und damit 0,9 Punkte höher als im Vorjahr. Auch der Wert des Jahres 2019 wurde nur noch knapp verfehlt.

Saarland auf Platz 1 im Bundesländerranking

Mit 88,0 Punkten war die Gästezufriedenheit in den Beherbergungsbetrieben im Landkreis Neunkirchen am höchsten. Dieser belegte im bundesweiten Destinationsranking von über 140 Regionen Platz 16. Die Landkreise St. Wendel (87,8 Punkte) und Merzig-Wadern (87,2 Punkte) belegten die Plätze 18 und 25. Der Saarpfalz-Kreis (85,9 Punkte) und der Regionalverband Saarbrücken (84,7 Punkte) liegen ebenfalls über dem bundesdeutschen Durchschnitt. Lediglich der Landkreis Saarlouis liegt mit 82,5 Punkten darunter. Bis auf den Landkreis Saarlouis verbesserte sich die Gästezufriedenheit 2025 in allen saarländischen Regionen. Am deutlichsten war dies in den Landkreisen Neunkirchen (+2,1 Punkte), Saarpfalz-Kreis (+2,0 Punkte) und St. Wendel (+1,8 Punkte) der Fall. Der Landkreis Saarlouis verlor im Destinationsranking mit 0,1 Punkten weniger als im Vorjahr hingegen weiter an Boden.

Abb. 11: Gästezufriedenheit im Saarland



Quelle: dwif 2026, Daten TrustYou GmbH, Kartengrundlage GfK

Bei den Kategorien der Sentiment Analysis schneidet das Saarland in vielen Kategorien erneut gut ab.

- Bei der Internetverfügbarkeit in den Beherbergungsbetrieben bleibt das Saarland mit 45,5 Punkten bundesweiter Spitzenreiter, wenngleich die Zufriedenheit aus Gästesicht rückläufig war. Die Kategorie „Internet“ wird gespeist aus Bewertungen zum Zustand des WLAN (nach wie vor hoher Handlungsbedarf, 2025 wieder spürbare Verschlechterung) und zu den Internetpreisen (sehr gut bewertet). Somit sind es weiterhin die Rahmenbedingungen wie die Verfügbarkeit von Glasfaseranschlüssen etc., die hier limitierend wirken.
- Wie bereits im Vorjahr belegt das Saarland in der Kategorie „Zimmer“ mit 68,9 Punkten den zweiten Platz im Bundesländerranking. Der Vorsprung zum Bundesdurchschnitt verkürzt sich aber, da bundesweit die Zufriedenheit mit den Zimmern zugenommen hat. Bei der Bewertung der Gebäude belegt das Saarland mit 65,8 Punkten weiterhin den dritten Platz. Die Zufriedenheit mit dieser Kategorie hat noch einmal zugenommen. Beim Zustand der Betriebe lag das Saarland im letzten Jahr noch auf dem ersten Platz. Aufgrund rückläufiger Zufriedenheiten im Saarland bei gleichzeitiger Zunahme bundesweit fiel das Bundesland hier auf den achten Platz zurück.
- Ab dem Jahr 2025 kann auch die Bewertung der Sauberkeit der Betriebe ausgewiesen werden. Hier landet das Saarland mit 88,3 Punkten und einem zweiten Platz im Bundesländerranking ebenfalls weit vorn.

- Bei der Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis verbesserte sich das Saarland nach einem deutlichen Rückgang im Vorjahr 2025 um 1,9 Punkte auf 71,0 Punkte und schaffte damit wieder den Sprung an die Spitze.
- Beim Service ging bundesweit und im Saarland die Gästezufriedenheit etwas zurück. Im Saarland ist das bereits der zweite Rückgang in Folge. Dennoch schaffte es das Bundesland, auf den fünften Platz vorzurücken. Die Rückgänge bei der Zufriedenheit mit dem Service sollten jedoch genau im Blick behalten werden und frühzeitig mit Serviceschulungen entgegengewirkt werden.
- Bei den gastronomischen Angeboten nahm die Zufriedenheit leicht zu, was ebenfalls eine Verbesserung auf den vierten Platz bedeutet.
- Trotz einer Steigerung um 0,5 Punkte gibt es bei der Bewertung der Location/Lage im bundesweiten Vergleich weiterhin Handlungsbedarf. Das Saarland belegt hier erneut den letzten Platz. Hierunter fallen z. B. Kriterien wie Parkmöglichkeiten und -preise, Erreichbarkeit mit dem Auto, Anbindung an den ÖPNV, Einkaufsmöglichkeiten, Ausflugsziele, Restaurants und Bars. Diese Aufzählung zeigt bereits, dass hier nicht Einzelakteure gefragt sind, sondern ein Netzwerk vor Ort, um das Gesamterlebnis zu stärken. Tourismusorganisationen können hier eine koordinierende Rolle übernehmen.

Zertifizierungs-, Klassifizierungssysteme und Themenlabel

Für die Klassifizierung von Beherbergungsbetrieben gibt es in Deutschland, je nach Betriebstyp, unterschiedliche Systeme: Die Deutsche Hotelklassifizierung sowie die G-Klassifizierung (Pensionen und Gasthöfe) führt der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) durch. Für die Einstufung von Ferienwohnungen und -häusern sowie Ferienzimmern hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) 1994 ein Schema entwickelt. Die Kriterienkataloge beider Systeme werden in regelmäßigen Abständen überprüft und an die Erwartungen der Gäste angepasst.

Weitere Zunahme bei der DTV-Klassifizierung, leichte Rückgänge bei der Hotelklassifizierung

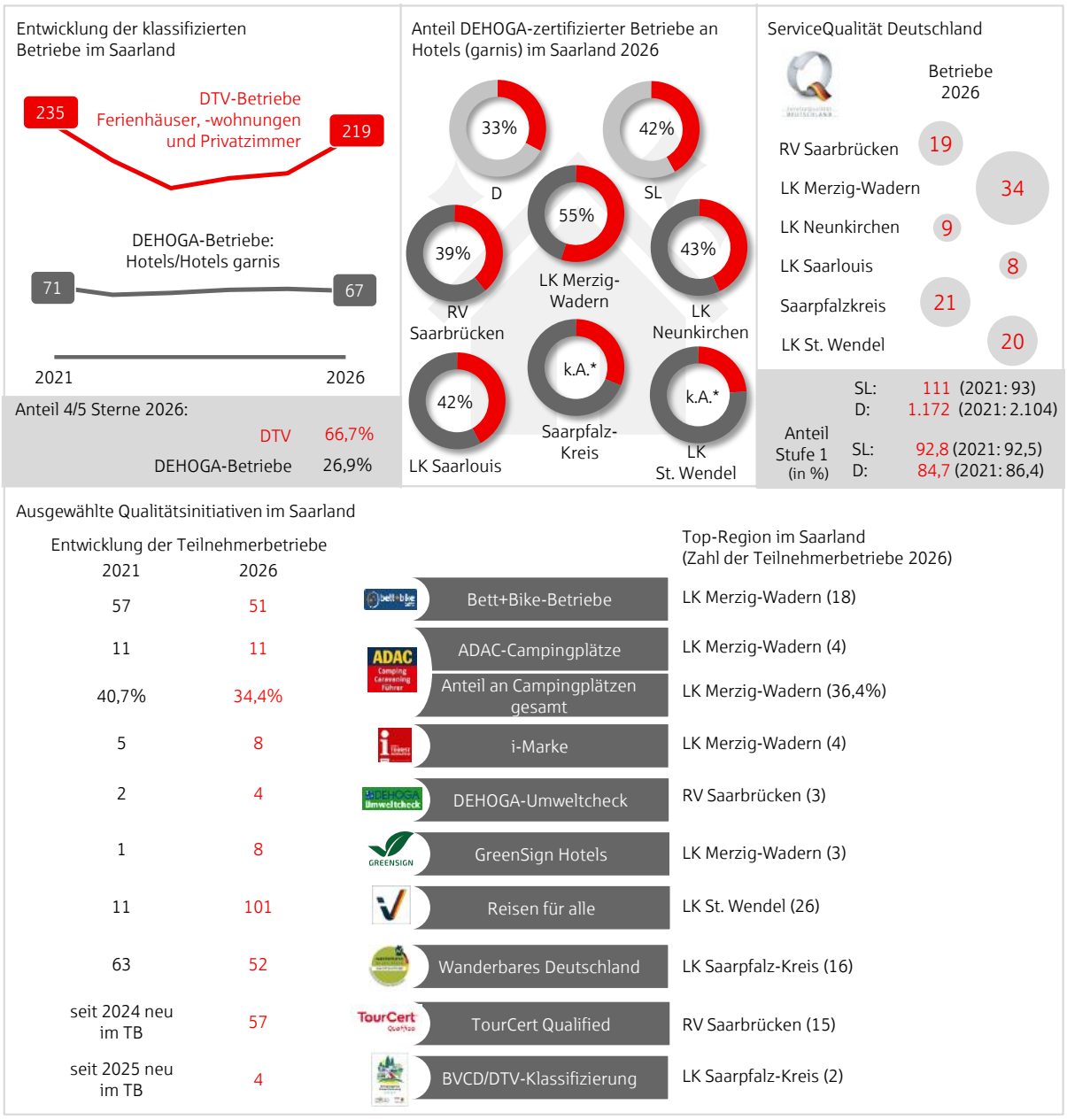
Die Zahl der DEHOGA-klassifizierten Hotels hat im Saarland 2026 nach drei Jahren mit steigenden Zahlen um zwei Betriebe abgenommen. Zu Jahresbeginn 2026 trugen somit 67 Betriebe Hotelsterne. Bundesweit ging die Zahl der DEHOGA-klassifizierten Hotels um rund vier Prozent zurück. **Die Klassifizierung der Hotelbetriebe ist als Förderkriterium seitens des Landes definiert. Durch die Förderung von Hotelbetrieben wird somit die Anzahl der klassifizierten Betriebe gesteigert und die Bilanz positiv beeinflusst.** Der Anteil der DEHOGA-klassifizierten Hotels liegt 2026 bei 41,9 Prozent und ist gegenüber dem Vorjahr um 2,4 Prozentpunkte zurückgegangen. Das Saarland liegt damit weiterhin deutlich über dem deutschen Durchschnitt von 32,7 Prozent und ist der zweithöchste Anteil nach Thüringen. Modernisierungsinvestitionen in Hotelbetrieben und Ferienwohnungen können bei gleichzeitiger Kapazitätserweiterung oder Änderung des Charakters des Hotels / der Ferienwohnung finanziell unterstützt werden oder wenn durch die Modernisierung die Anforderung für die nächsthöhere Kategorie in der Sterne-Klassifizierung erreicht wird. Weiterhin unterdurchschnittlich bleibt das Saarland beim Anteil der höherwertig klassifizierten Betriebe mit vier oder fünf Sternen. Der Anteil liegt 2026 bei 26,9 Prozent und damit noch einmal 0,6 Prozentpunkte niedriger als im Vorjahr. Bundesweit liegt er bei 39,4 Prozent und ist erneut gestiegen.

Die Zahl der DTV-klassifizierten Ferienunterkünfte hat nach einem Rückgang zwischen 2021 und 2023 im Jahr 2026 das dritte Jahr in Folge entgegen dem bundesweiten Trend zugenommen. So waren es zu Jahresbeginn 2026 219 klassifizierte Einheiten und damit 33 mehr als im Vorjahr. Bundesweit sank die Zahl um 4,4 Prozent. Der Anteil der 4- und 5-Sterne-Betriebe lag mit 66,7 Prozent auf einem neuen Höchstwert und stieg 2026 um 4,9 Prozentpunkte. Es kamen neun neue 4-Sterne-Einheiten und 22 neue 5-Sterne-Einheiten hinzu. Bundesweit lag der Anteil mit 74,2 Prozent etwas höher und ist weiter gestiegen.

Die Zahl der ADAC-klassifizierten Campingplätze liegt wie bereits seit Jahren bei elf. Da die Gesamtzahl an Campingbetrieben 2025 wieder zugenommen hat, sank der Anteil der klassifizierten Plätze 2025 wieder auf 34,4 Prozent an (D: 36,0 Prozent).

Das Klassifizierungssystem des DTV und des Bundesverbands der Campingwirtschaft in Deutschland (BVCD) für Campingplätze wurde zur Qualitätsverbesserung und -sicherung des Infrastruktur-, Dienstleistungs- und Serviceangebotes auf Camping- und Freizeitanlagen in Deutschland entwickelt. Es legt Standards für Service und Ausstattung in fünf Sternekategorien fest. Im Saarland gibt es 2026 vier Betriebe.

Abb. 12: Kennzahlen zur Qualitätsentwicklung im Saarland-Tourismus



Quelle: dwif 2026, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH, Deutscher Wanderverband, PiNCAMP GmbH, Bundesverband der Campingwirtschaft Deutschland e. V. Deutscher Tourismusverband Service GmbH, GreenSign Institut GmbH, Deutscher Hotel und Gaststättenverband e. V., ADFC Bett+Bike Service GmbH (Stand jeweils Januar/Februar 2026), TrustYou GmbH, *aus Datenschutzgründen keine Werte vorhanden im Saarpfalz-Kreis und im Landkreis St. Wendel

Zahl der Zertifizierungen insgesamt weiter gestiegen.

Die Zahl der ServiceQ-Betriebe hat 2026 sowohl im Saarland als auch bundesweit weiter abgenommen. 111 Betriebe tragen das Qualitätslabel und damit zwölf weniger als im Vorjahr. Bundesweit waren die Rückgänge beim ServiceQ besonders stark. Gegenüber dem Jahr 2021 nahm die Zahl der ServiceQ-Betriebe um

44 Prozent ab. Im Saarland ist sie in diesem Zeitraum um rund ein Fünftel gestiegen. Auch hier wirkt sich die Tourismusförderung des Landes positiv aus.

Die Zahl der i-Marke-zertifizierten Touristinformationen blieb 2026 das dritte Jahr in Folge bei acht. Bundesweit gab es eine leichte Zunahme bei dieser Zertifizierung.

Die Zahl der Bett+Bike-Betriebe ging um einen Betrieb von 52 auf 51 zurück und liegt damit in etwa auf dem Niveau des Jahres 2020. Die Zahl der Gastgeber Wanderbares Deutschland stieg von 46 auf 52. Bundesweit gab es bei beiden Zertifizierungen geringfügige Rückgänge.

Im Bereich der Barrierefreiheit gab es sowohl bundesweit als auch im Saarland eine weitere Zunahme der Zertifizierungen. Die Zahl der „Reisen für Alle"-Auszeichnungen stieg von 87 auf 101 im Saarland. Darüber hinaus ist das Saarland als Region „Reisen für Alle" gekennzeichnet und bietet seinen Gästen eine Vielzahl barrierefreier Urlaubsinspirationen.[22]

Die Nachhaltigkeitslabel gewinnen bundesweit auch 2026 weiter an Bedeutung. Im Saarland ist die Zahl der GreenSign-zertifizierten Betriebe mit acht, beim DEHOGA-Umweltcheck mit vier Betrieben, stabil geblieben. Die Anzahl der TourCert Qualified Betriebe liegt auf einem hohen Niveau und ist gegenüber dem Vorjahr von 46 auf 57 gestiegen. Auch das Saarland ist hier als Destination ausgezeichnet. Die steigenden Zahlen lassen sich unter anderem auf verschiedene Förderprogramme zurückführen.

Green Tourism Day 2026: Nachhaltigkeit gemeinsam in die Praxis bringen

Der Green Tourism Day im Saarland brachte touristische Akteure zusammen, um praxisnahe Lösungen für nachhaltigen und resilienten Tourismus zu entwickeln. Workshops, Best-Practice-Beispiele und der Austausch zu Themen wie Nachhaltigkeitskommunikation, Nudging und Resilienz fördern konkrete Maßnahmen und stärken die Zukunftsfähigkeit der Destination. Dabei stand besonders der Wissenstransfer zwischen Praxis und Forschung im Mittelpunkt, um innovative Ansätze direkt in den touristischen Alltag zu überführen. So entstand ein starkes Netzwerk, das nachhaltige Entwicklung im Saarland aktiv vorantreibt.[23]

22 www.urlaub.saarland/Barrierefreies-Reisen
23 www.tourismuslotse.saarland

IV WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS IM SAARLAND

1 Der Wirtschaftsfaktor Tourismus im Kontext von Ökonomie, Lebensqualität und Standort

Tourismus wirkt weit über Umsätze hinaus: Er stärkt Ökonomie, Lebensqualität und Standortattraktivität.

Der Orientierungsrahmen: Das touristische Wirkungsdreieck

Den inhaltlichen Rahmen bildet das touristische Wirkungsdreieck in der folgenden Abbildung: Es bündelt die Wirkungslogik der Tourismus- und Freizeitentwicklung in drei Dimensionen: Ökonomie, Lebensqualität und Standortattraktivität und zeigt gleichzeitig, dass diese Bereiche nicht nebeneinanderstehen, sondern sich gegenseitig verstärken können. Damit wird deutlich: Wirtschaftliche Effekte sind ein wichtiger Kern des Tourismus, sie entfalten ihre volle Bedeutung jedoch erst im Zusammenspiel mit der Frage, wie Tourismus zur Lebensrealität vor Ort beiträgt und welche Impulse daraus für die Attraktivität als Arbeits-, Wohn- und Investitionsstandort entstehen.

Dimension 1: Ökonomische Effekte – Wertschöpfung sichtbar und belastbar machen

Auf der ökonomischen Seite werden jene Effekte verortet, die häufig im Vordergrund der Kommunikation stehen, etwa Umsätze und Steueraufkommen sowie Einkommen, Beschäftigte und Kaufkraft. Diese Wirkungen sind besonders relevant, weil sie konkrete, messbare Beiträge des Tourismus zur regionalen Wertschöpfung verdeutlichen und damit in politischen und administrativen Kontexten eine wichtige Grundlage für Prioritätensetzung, Budgetentscheidungen und Förderlogiken bilden.

Touristische Nachfrage stärkt zahlreiche Branchen und macht Wertschöpfung messbar.

Zugleich macht die Grafik deutlich, dass wirtschaftliche Effekte nicht nur „im Tourismus“ entstehen, sondern entlang von Liefer- und Leistungsketten in viele Branchen hineinwirken, z. B. in Handel, Handwerk, Verkehr, Kultur, Dienstleistungen oder die Ernährungswirtschaft. Damit wird Tourismus als Wirtschaftsfaktor anschlussfähig für eine breitere Standort- und Regionalentwicklungspolitik. Für diese Dimension liefert der Wirtschaftsfaktor Tourismus die zentrale datenbasierte Grundlage.

Dimension 2: Effekte auf die Lebensqualität – Tourismus als Beitrag zum Lebensraum

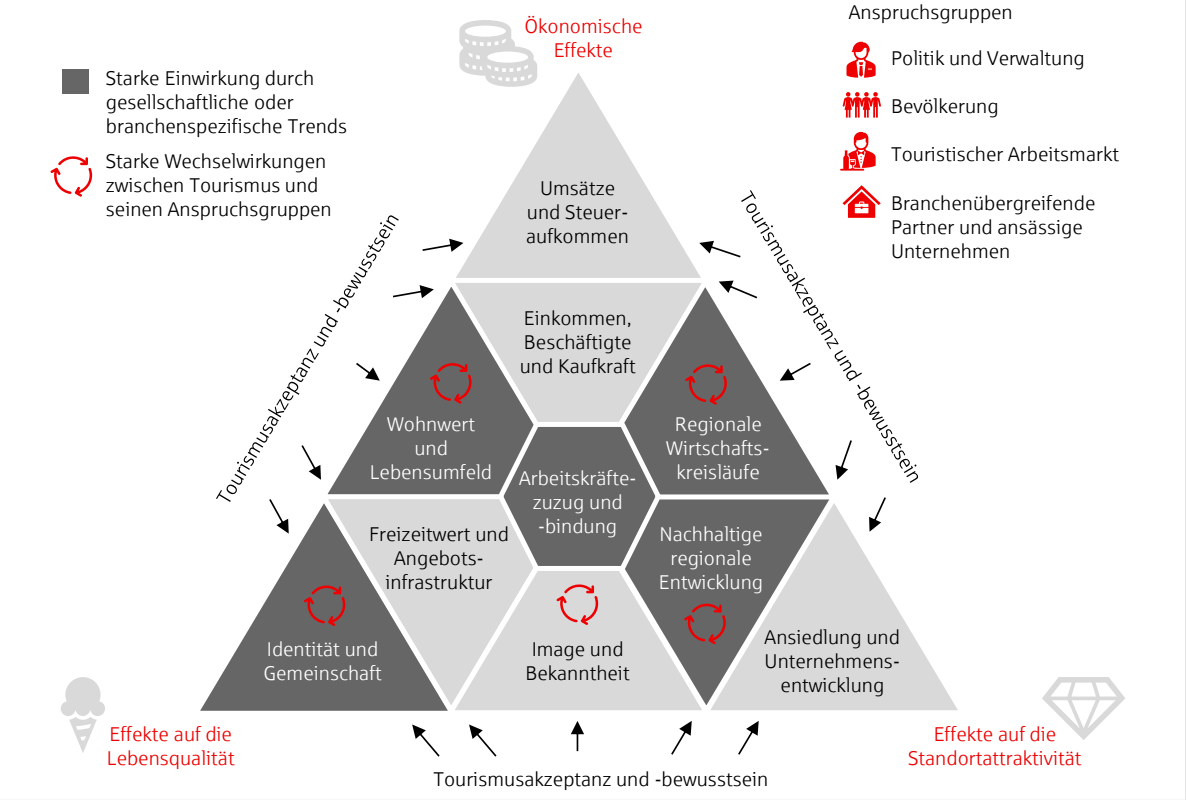
Gleichzeitig zeigt das Wirkungsdreieck, dass Tourismus über monetäre Effekte hinaus wirkt, insbesondere auf die Lebensqualität. Hier werden Wirkungsbereiche sichtbar, die direkt in die Lebensrealität vor Ort hineinreichen, etwa über Freizeit- und Erholungsangebote, Aufenthaltsqualität oder identitätsstiftende Aspekte. Diese Perspektive ist für das Saarland bedeutsam, weil attraktive Freizeit- und Erholungsräume nicht nur Gästen nutzen, sondern auch der Bevölkerung vor Ort: Sie unterstützen Teilhabe, Gesundheits- und Erholungsfunktionen, stärken Heimatbindung und können das gesellschaftliche Miteinander fördern.

Freizeit- und Erholungsangebote erhöhen nicht nur die Attraktivität für Gäste, sondern auch die Lebensqualität für die Bevölkerung vor Ort.

Dimension 3: Effekte auf die Standortattraktivität – Wettbewerbsvorteile für Regionen schaffen

Die dritte Dimension macht sichtbar, dass Tourismus auch als Standortfaktor wirkt: Er prägt über Außenwahrnehmung und Profilbildung die Attraktivität von Regionen, stärkt Kooperationen und Wertschöpfungsnetzwerke und kann Impulse für Ansiedlung, Unternehmensentwicklung sowie den regionalen Arbeitsmarkt setzen. In Zeiten von Arbeitskräftemangel und Standortwettbewerb gewinnt diese Sichtweise zusätzlich an Gewicht: Lebens- und Freizeitqualität sind zunehmend Standortargumente.

Abb. 13: Wirkungsdreieck und Wirkungsfelder des Tourismus



Ökonomische Effekte des Tourismus

Umsätze und Steueraufkommen	Monetäre Effekte auf Seiten der Betriebe und Kommunen durch den Tourismus
Einkommen, Beschäftige und Kaufkraft	Einkommenseffekte und -alternativen, Beitrag zum Volkseinkommen, Beschäftigte mit Verbindung zu Freizeit und Tourismus, Kaufkraftbindung
Arbeitskräfte-Zuzug und -Bindung	Effekte auf Gewinnung und Bindung von Fach- und Arbeitskräften durch einen attraktiven Freizeit- und Erholungsraum, Zukunftsfähigkeit des touristischen Arbeitsmarkts
Wohnwert und Lebensumfeld	Effekte auf die Lebensqualität in einem attraktiven Umfeld und die Zufriedenheit mit Freizeitangeboten, Steigerung des Wohnwertes
Freizeitwert und Angebotsinfrastruktur	Effekte auf Vielfalt und Qualität von Kultur-, Freizeit- und Aktivangeboten, Sicherstellung der Klimawandelanpassung
Identität und Gemeinschaft	Effekte auf regionale Identität und Stolz, sozialer Austausch, Beteiligung/ Engagement der Bevölkerung bei der Entwicklung von Freizeit und Tourismus
Image und Bekanntheit	Effekte auf Reputation der und Assoziationen mit der Region, Attraktivität, Regional-marketing
Regionale Wirtschaftskreisläufe	Effekte auf nachhaltige regionale Liefer- und Wertschöpfungsketten, Vorleistungs-verflechtungen
Nachhaltige regionale Entwicklung	Effekte auf das Angebot bei der Nahversorgung und im ÖPNV, Natur- und Klimaschutz, branchenübergreifende Zusammenarbeit
Ansiedlung und Unternehmensentwicklung	Wirtschaftsförderung, Ansiedlung neuer und Erhalt und Entwicklung vorhandener Unternehmen durch attraktiven Freizeitraum für Beschäftigte

Quelle: dwif 2026

Voraussetzung und Zielsetzung für die Wirkung: Tourismusakzeptanz und Tourismusbewusstsein

Damit die im Wirkungsdreieck dargestellten Effekte des Tourismus tatsächlich greifen, braucht es Tourismusbewusstsein und Tourismusakzeptanz: Die zentralen Anspruchsgruppen (Politik und Verwaltung, Bevölkerung, Mitarbeitende im Tourismus sowie branchenübergreifende Partner*innen und Unternehmen) müssen die Beiträge des Tourismus kennen, nachvollziehen können und als fair bzw. sinnvoll erleben.

Genau hier setzt der Wirtschaftsfaktor Tourismus an: Er macht die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus mit belastbaren Kennzahlen sichtbar und ordnet zugleich die Wirkungszusammenhänge zu Lebensqualität und Standortattraktivität ein. So entsteht eine faktenbasierte Grundlage, um den Tourismus netzwerkorientiert als Gemeinschaftsaufgabe weiterzuentwickeln, Kooperationen zu stärken und fundierte Entscheidungen für attraktive, zukunftsfähige Regionen im Saarland zu ermöglichen.

Belastbare Kennzahlen schaffen Akzeptanz und machen Tourismus als Gemeinschaftsaufgabe greifbar.

Die zehn Wirkungsfelder des Tourismus

Die drei Dimensionen des touristischen Wirkungsdreiecks lassen sich in zehn Wirkungsfelder übersetzen, die den Beitrag von Tourismus- und Freizeitentwicklung greifbar machen. Damit wird Tourismus nicht auf einzelne Kennzahlen reduziert, sondern als Wirkungsgefüge verstanden: Auf der ökonomischen Ebene werden zentrale Beiträge wie Umsätze, Steueraufkommen, Einkommen, Beschäftigung und Kaufkraft sichtbar. Zugleich wird der Bezug zum Arbeitsmarkt über die Perspektive von Arbeitskräftezuzug und -bindung deutlich. Darüber hinaus werden Wirkungen greifbar, die unmittelbar in die Lebensqualität vor Ort hineinreichen, etwa über den Freizeitwert und die Angebotsinfrastruktur, das Wohn- und Lebensumfeld sowie Identität und Gemeinschaft. Ergänzend zeigt die Dimension der Standortattraktivität, wie Tourismus über Image und Bekanntheit, regionale Wirtschaftskreisläufe und nachhaltige regionale Entwicklung auch branchenübergreifende Impulse setzen kann, bis hin zu Ansiedlung und Unternehmensentwicklung.

2 Ökonomische Effekte: Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland

Die ökonomischen Effekte des Tourismus lassen sich nicht ohne Weiteres aus der amtlichen Wirtschaftsstatistik „ablesen“. Anders als bei klar abgegrenzten Branchen ist Tourismus keine eigenständige statistische Kategorie, sondern wirkt als Querschnitt über viele Bereiche hinweg. Tourismus entsteht vielmehr durch Nachfrage: Gäste nehmen während ihres Aufenthalts unterschiedliche Leistungen in Anspruch und lösen damit Umsätze in mehreren Branchen aus. Dazu zählen insbesondere das Gastgewerbe, der Einzelhandel, Verkehrsleistungen sowie vielfältige Freizeit-, Kultur- und sonstige Dienstleistungen. Hinzu kommen indirekte Effekte, da touristische Betriebe wiederum Waren und Leistungen von regionalen Zulieferer*innen beziehen. Die ökonomische Bedeutung des Tourismus lässt sich deshalb am besten über die Ausgaben der Gäste erfassen und darauf aufbauend in Umsatz-, Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte übersetzen.

Methodik und Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland setzt bei der touristischen Nachfrage an. Grundlage bildet das Jahr 2025. Die touristische Nachfrage wird über Aufenthaltstage erfasst. Betrachtet werden sowohl Tagesreisen als auch Übernachtungen in den relevanten Segmenten des gewerblichen und des sogenannten grauen Beherbergungsmarktes. Untersucht werden das Ausgabeverhalten der Gäste und die daraus abgeleiteten Umsatz- und Einkommenswirkungen. Darüber hinaus werden direkte Profiteure und Vorleistungsverflechtungen, Beschäftigungs- und Steuereffekte sowie wichtige Kennzahlen im Zeitvergleich dargestellt.

2.1 Bedeutung des Tourismus im Saarland

Die aktuellen Ergebnisse unterstreichen, dass der Tourismus für das Saarland ein bedeutender Wirtschaftsfaktor ist. Gegenüber dem Jahr 2022 hat sich die touristische Nachfrage deutlich erhöht: Während 2022 40,9 Millionen Aufenthaltstage gezählt wurden, summierte sich das Nachfragevolumen im Jahr 2025 auf 43,9 Millionen Aufenthaltstage auf. Das Saarland entwickelt sich demnach zunehmend als attraktive Destination für Tages- und Übernachtungsgäste.

43,9 Millionen Aufenthaltstage zeigen: Die Attraktivität des Saarlandes als Reiseziel steigt.

Diese Größenordnung der touristischen Nachfrage ist für die regionale Entwicklung des Saarlands von erheblicher Bedeutung. Touristische Ausgaben entfalten ihre Wirkung nicht nur in einzelnen Betrieben, sondern als breiter Nachfrageimpuls bei den direkten Profiteur*innen des Tourismus, von Beherbergung und Gastronomie, über Freizeitwirtschaft, Handel und weitere Dienstleistungen. Über Vorleistungs- und Zulieferbeziehungen reichen diese Effekte in weitere Bereiche der regionalen Wirtschaft hinein und können dazu beitragen regionale Wirtschaftskreisläufe zu stabilisieren. Gleichzeitig wirkt der Tourismus als beschäftigungsrelevanter Faktor: Er schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze, generiert Einkommen und bindet Kaufkraft im Land, wodurch zusätzliche Nachfrage auch außerhalb des unmittelbaren Tourismusbereichs ausgelöst wird. Darüber hinaus tragen die tourismusinduzierten Steuereinnahmen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben bei.

Vor diesem Hintergrund werden auch die Effekte tourismusbezogener Investitionen sichtbar. Investitionen von Kommunen und Unternehmen, etwa in touristische Infrastruktur, Angebotsqualität, Service und Vermarktung, stärken die Wettbewerbsfähigkeit des Saarlands als Reiseziel, unterstützen eine stabile Entwicklung der Betriebe und erhöhen zugleich die Attraktivität und Lebensqualität für die Bevölkerung vor Ort.

2.2 Touristisches Nachfragevolumen

78,8 Prozent der touristischen Aufenthaltstage entfielen im Jahr 2025 auf Tagesreisen und 21,2 Prozent auf Übernachtungen. Mit 34,6 Millionen Tagesreisen stellen Tagesgäste den mit Abstand größten Teil der touristischen Nachfrage im Saarland. Im Vergleich zum Jahr 2022 hat sich dieses Segment weiter positiv entwickelt. Die Zahl der Tagesreisen ist um 7,8 Prozent gestiegen. Der überwiegende Anteil entfällt weiterhin auf Tagesreisen aus Deutschland: 2025 wurden 31,0 Millionen inländische Tagesreisen registriert. Aber auch Tagesreisen aus dem Ausland – maßgeblich Frankreich – sind für das Saarland ein wichtiger Markt mit 3,6 Millionen Tagesreisen 2025. Sowohl die Zahl der Tagesreisen aus dem Inland (+7,6 Prozent) als auch aus dem Ausland (+16,1 Prozent) ist gegenüber dem Jahr 2022 gestiegen.

Tagesreisen prägen den Saarland-Tourismus und sorgen für breite Nachfrageeffekte in der Fläche.

Auch wenn die Wertschöpfung pro Kopf bei Tagesgästen im Durchschnitt geringer ausfällt als bei Übernachtungsgästen, sind Tagesreisen für die touristische Entwicklung wichtig. Viele Tagesreiseanlässe entstehen dezentral und verteilen sich auf zahlreiche Städte, Orte und Ausflugsziele. Dadurch profitieren nicht nur einzelne touristische Hotspots, sondern die Effekte kommen in vielen Teilen des Landes an. Zudem tragen Tagesreisen in hohem Maß zu einer ganzjährigen Basisauslastung vieler Betriebe bei.

Neben klassischen Ausflugs- und Erlebnisanlässen spielen bei Tagesreisen in der Regel auch alltagsnahe Motive wie Verwandten-/Bekanntenbesuche eine wichtige Rolle. Hinzu kommen Gastronomiebesuche sowie Einkaufs- und Aufenthaltsanlässe in Städten und Orten. Bei den Aktivanlässen- und Aktivitäten spielen Natur- und Landschaftserlebnisse sowie Rad- und Wanderangebote eine wichtige Rolle. Für Angebotsentwicklung und Ansprache der Tagesreisenden sind insbesondere die kommunale Ebene und die Betriebe/Points of Interest selbst ein wichtiger Hebel, weil viele Tagesreiseanlässe direkt vor Ort entstehen und dort mitgestaltet werden.

Auch das Übernachtungsvolumen hat sich im Saarland positiv entwickelt. Insgesamt wurden 2025 rund 9,3 Millionen Übernachtungen (gewerbliche Übernachtungen sowie grauer Markt) gezählt. Gegenüber dem Jahr 2022 mit 8,8 Millionen Übernachtungen entspricht dies einem Zuwachs um 5,7 Prozent.

Insgesamt zeigt sich damit eine sehr positive Entwicklung der touristischen Nachfrage im Saarland. Besonders der Tagestourismus bleibt aufgrund seines hohen Volumens eine wichtige Grundlage für den Tourismus im Saarland, die es mit einer aktiven Ansprache zu stabilisieren gilt. Auf der anderen Seite bietet der Übernachtungstourismus ein besonders hohes Potenzial für die Steigerung des Nachfragevolumens, das es durch eine konsequente Umsetzung der Aktivitäten auf Landes- und regionaler Ebene zu heben gilt.

Übernachtungen gegen Entgelt: Struktur des Beherbergungsangebots

Die Struktur der Übernachtungen gegen Entgelt zeigt, dass der Beherbergungsmarkt im Saarland breit aufgestellt ist und von mehreren Segmenten getragen wird. Hotels und Hotels garnis bilden mit 30,9 Prozent der Aufenthaltstage den größten Anteil. Vorsorge- und Rehaeinrichtungen (16,7 Prozent), Touristik- und Dauercamping inklusive Reisemobilist*innen (16,5 Prozent) sowie Ferienzentren, -häuser und -wohnungen (15,4 Prozent) kommen bei den Aufenthaltstagen jeweils auf ähnliche Anteile. Hinzu kommen Privatvermietung und Freizeitwohnen mit 14,8 Prozent sowie weitere Beherbergungstypen mit 5,7 Prozent.

Insgesamt spricht diese Verteilung für eine diversifizierte Angebotsstruktur und Nachfragebasis, die stabilisierend auf die Entwicklung des Beherbergungsmarktes wirken kann. Unterschiedliche Unterkunftsformen bedienen verschiedene Reiseanlässe, Zielgruppen und Aufenthaltsformen. Gleichzeitig gilt es, dieses Angebotsspektrum zielgruppenspezifisch weiterzuentwickeln. Dauerhafte Investitionen der Betriebe in die Servicequalität und die Hardware, die Identifikation von Angebotslücken, in Nachhaltigkeit und Klimaresilienz sowie eine strategische Ansiedlung sind wichtige Bausteine.

2.3 Ausgabenstruktur der Gäste im Saarland

Bei den Tagesausgaben der Gäste werden alle Ausgaben berücksichtigt, die während des Aufenthalts im Zielgebiet anfallen. Höhe und Zusammensetzung dieser Ausgaben unterscheiden sich je nach Nachfragegruppe deutlich. Neben dem Reisemotiv spielt insbesondere die Unterkunftsform eine wichtige Rolle: Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben geben pro Aufenthaltstag erheblich mehr aus als Tagesgäste oder Gäste in anderen Unterkunftssegmenten.

Potenziale zur Steigerung der Wertschöpfung im Tagestourismus

Tagesreisende geben im Saarland je nach Reiseart unterschiedlich viel aus. Pro Aufenthaltstage lagen die Ausgaben von Tagesreisenden im Saarland 2025 bei durchschnittlich 28,50 Euro. Die Ausgaben verteilen sich auf mehrere Wirtschaftsbereiche: rechnerisch entfallen im Durchschnitt knapp 13 Euro auf den Einzelhandel, knapp elf Euro auf das Gastgewerbe und fünf Euro auf sonstige Dienstleistungen, wie z. B. Freizeit- und Kulturangebote, Nutzungsgebühren für lokale Mobilitätsangebote oder weitere servicebezogene Leistungen.

Mit 28,50 Euro je Tagesreise bleibt im Saarland noch Potenzial für höhere Ausgaben pro Aufenthalt.

Gerade weil Tagesreisen den größten Teil der touristischen Nachfrage im Saarland ausmachen, wird in diesem Segment ein wichtiges Potenzial zur Steigerung der Wertschöpfung sichtbar. Tagesreisende liegen im Saarland mit ihren durchschnittlich 28,50 Euro je Aufenthaltstag unter dem bundesweiten Durchschnitt von 33,50 Euro je Tagesreise. Dieser Abstand zeigt, dass im Saarland noch Spielraum besteht, die Ausgaben pro Tagesreise über eine gezielte Kommunikation und Angebotsentwicklung zu erhöhen.

Saar Pass: Freizeitangebote für Einheimische attraktiver machen

Seit Juni 2026 stärkt der „Saar Pass“ den Tourismus innerhalb des eigenen Bundeslandes und bindet die eigene Bevölkerung aktiv in die Tourismusentwicklung ein. Für einen Festpreis von 69 Euro erhalten Saarländer*innen Zugang zu über 100 Freizeit-, Kultur- und Erlebnisangeboten im gesamten Bundesland, ein Ansatz, der die Auslastung touristischer Einrichtungen fördert und die regionale Wertschöpfung steigert. Das Angebot ist Teil der Tourismusstrategie Saarland 2035, mit der die heimische Bevölkerung stärker in die touristische Entwicklung einbezogen werden soll.[24]

Je nach Anlass der Tagesreise können die Ausgaben deutlich variieren. Während bei Verwandte-/Bekanntenbesuchen oder bei Aktivitäten wie Wandern und Radfahren häufig geringere Ausgaben entstehen, sind bei Shopping-, Veranstaltungs- oder gastronomisch geprägten Aufenthalten höhere Ausgaben zu erwarten. Ansatzpunkte liegen daher vor allem in der gezielten Verknüpfung von Angeboten: Kultur- und

[24] www.urlaub.saarland

Freizeiteinrichtungen, Einzelhandel oder Gastronomie können gemeinsam zusätzliche Konsumanlässe schaffen, Aufenthaltsdauern verlängern und Wiederholungsbesuche fördern.

Auch im Natur- und Aktivtourismus lassen sich Wertschöpfungspotenziale stärker ausschöpfen. Entlang von Rad- und Wanderwegen können regionale Produktangebote, gastronomische Anlaufstellen oder Hinweise auf nahegelegene Freizeit- und Kulturangebote dazu beitragen, Tagesgäste gezielter in lokale Wirtschaftskreisläufe einzubinden.

Übernachtungsgäste: Hoher Wertschöpfungsimpuls pro Aufenthaltstag

Übernachtungsgäste weisen im Saarland ein deutlich höheres Wertschöpfungspotenzial pro Aufenthaltstag auf als Tagesgäste. Besonders deutlich ist dies bei Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben, deren durchschnittliche Ausgaben bei 144,50 Euro je Aufenthaltstag liegen. Innerhalb der Ausgabenstruktur der Gäste in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben entfällt der größte Anteil auf das Gastgewerbe: Im Durchschnitt werden 91 Euro je Aufenthaltstag für Unterkunft und Gastronomie ausgegeben. Weitere 35 Euro entfallen auf sonstige Dienstleistungen und 19 Euro auf den Einzelhandel. Gerade die Ausgaben im Einzelhandel sind im regionalen Vergleich unterdurchschnittlich.

Der Übernachtungstourismus trägt vor allem das Gastgewerbe, setzt zugleich aber auch wichtige Impulse für Freizeit-, Kultur-, Mobilitäts- und weitere Dienstleistungsangebote. Das Ausgabenniveau unterscheidet sich allerdings deutlich zwischen den Unterkunftsformen. Während Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben durchschnittlich 144,50 Euro je Aufenthaltstag ausgeben, liegen die Ausgaben im Campingsegment bei 39 Euro. Bei Privatvermietung und Freizeitwohnsitzen werden durchschnittlich 88 Euro je Aufenthaltstag ausgegeben.

Insgesamt bleibt festzuhalten: Der Tagestourismus sorgt im Saarland aufgrund seines hohen Volumens für breite Nachfrageeffekte in vielen Branchen. Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben erzeugen dagegen pro Kopf besonders hohe Wertschöpfungsimpulse. Für die weitere touristische Entwicklung kommt es daher darauf an, beide Perspektiven zusammenzudenken: die breite Wirkung des Tagestourismus gezielt wertschöpfungsorientiert weiterzuentwickeln und zugleich die Qualität, Zahlungsbereitschaft und Angebotsvernetzung im Übernachtungstourismus zu stärken.

2.4 Umsätze aus dem Tourismus

Die touristischen Umsätze im Saarland entwickelten sich sehr positiv. Die Bruttoumsätze aus dem Tourismus stiegen von 1.492,2 Millionen Euro im Jahr 2022 auf 1.666,2 Millionen Euro im Jahr 2025. Das entspricht einem Zuwachs von 11,7 Prozent. Das unterstreicht die hohe wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus als Querschnittsbranche im Land.

1,67 Milliarden Euro Bruttoumsatz bestätigen die hohe wirtschaftliche Relevanz des Tourismus.

Der Tagestourismus bleibt dabei ein zentraler Umsatzträger. Die Bruttoumsätze aus Tagesreisen erhöhten sich von 927,7 Millionen Euro im Jahr 2022 auf 986,1 Millionen Euro im Jahr 2025. Das entspricht einem Zuwachs um 6,3 Prozent. Parallel dazu nahm auch das Volumen der Tagesreisen zu: von 32,1 Millionen Tagesreisen im Jahr 2022 auf 34,6 Millionen im Jahr 2025.

Vernetzte Angebote können zusätzliche Konsumanlässe schaffen und die Wertschöpfung im Tagestourismus erhöhen.

Besonders dynamisch entwickelten sich die Bruttoumsätze bei Übernachtungen in Betrieben. Die Bruttoumsätze der Übernachtungsgäste in Betrieben stiegen von 431,6 Millionen Euro im Jahr 2022 auf 546,1 Millionen Euro im Jahr 2025. Das entspricht einem deutlichen Zuwachs um 26,5 Prozent. Auch die Zahl der Übernachtungen in Betrieben (inkl. Privatquartiere <10 Betten, Dauercamping und Reisemobilisten), legte zu: von 4,2 Millionen im Jahr 2022 auf 4,6 Millionen im Jahr 2025. Damit wuchs das Segment sowohl

mengen- als auch umsatzseitig und gewinnt für die touristische Wertschöpfung im Saarland weiter an Bedeutung.

Die Umsatzentwicklung ist zugleich vor dem Hintergrund des allgemeinen Preis- und Kostenumfelds zu bewerten. Höhere Umsätze sind daher nicht ausschließlich Ausdruck zusätzlicher Nachfrage, sondern spiegeln auch gestiegene Preise wider. Gleichzeitig bleiben viele Betriebe durch höhere Personal-, Energie- und Warenkosten wirtschaftlich unter Druck.

Ansatzpunkte zur weiteren Stärkung des gewerblichen Übernachtungsgeschäfts ergeben sich aus dem Zusammenspiel von betrieblichem Angebot, Marktbearbeitung und den Rahmenbedingungen in der Destination. Auf Betriebsebene können vor allem zielgruppengerechte und gut buchbare Angebote, eine konsequente Qualitäts- und Serviceorientierung sowie eine stärker saisonverlängernde Angebotsgestaltung dazu beitragen, Auslastung und Wertschöpfung zu erhöhen. Ergänzend sind eine stringente Vertriebs- und Sichtbarkeitsarbeit (insbesondere im Ferienwohnungsmarkt) sowie eine enge Abstimmung mit der Freizeitwirtschaft geeignet, um zusätzliche Reiseanlässe zu schaffen, die Nebensaison zu stärken und die Ausgaben im Saarland zu steigern.

2.5 Profiteure und Branchenstruktur der Bruttoumsätze

Die Verteilung der touristischen Bruttoumsätze zeigt, dass der Tourismus im Saarland weit über klassische Tourismusbetriebe hinaus wirtschaftliche Wirkung entfaltet. Insgesamt wurden 2025 Bruttoumsätze in Höhe von 1.666,2 Millionen Euro generiert. Mit 766,2 Millionen Euro und einem Anteil von 46,0 Prozent bleibt das Gastgewerbe der wichtigste direkte Profiteur des Tourismus im Saarland. Unterkunft, Gastronomie und weitere gastgewerbliche Leistungen bilden zentrale Ausgabenbereiche, sobald Gäste Zeit im Land verbringen.

Vom Gastgewerbe bis zum Einzelhandel: Der Tourismus ist eine Querschnittsbranche und stärkt die regionale Wirtschaftsstruktur.

Auch der Einzelhandel profitiert in erheblichem Umfang von der touristischen Nachfrage. Auf ihn entfallen 580,1 Millionen Euro, was einem Anteil von 34,8 Prozent entspricht. Allerdings stiegen die Umsätze im Einzelhandel im Vergleich zu 2022 nur leicht an. Dies ist auch ein Indiz für Verschiebungen im Ausgabeverhalten und damit auf eine gewisse Konsumzurückhaltung. Kaufanreize und attraktive Angebote gerade in diesem Segment, auch durch regionale Produkte, Manufakturen etc. können weitere Umsatzpotenziale erschließen. Die sonstigen Dienstleistungen erreichen 319,9 Millionen Euro und damit 19,2 Prozent der touristischen Bruttoumsätze. Dazu zählen unter anderem Freizeit-, Kultur-, Mobilitäts- und weitere dienstleistungsbezogene Angebote.

Besonders aussagekräftig ist der Blick auf die unterschiedlichen Nachfragegruppen:

- Bei den Übernachtungsgästen in Betrieben entstanden 2025 Bruttoumsätze in Höhe von 546,1 Millionen Euro. Der größte Anteil entfällt mit 63,3 Prozent auf das Gastgewerbe. Der Einzelhandel spielt bezogen auf den Anteil mit 14,8 Prozent eine geringere Rolle, während sonstige Dienstleistungen 21,9 Prozent der Umsätze ausmachen.
- Bei Tagesgästen einschließlich VFR-Übernachtungen, also Übernachtungen bei Verwandten, Freund*innen und Bekannten, liegt der Bruttoumsatz mit 1.120,1 Millionen Euro deutlich höher. Die Ausgaben verteilen sich hier breiter über verschiedene Branchen. Besonders prägend ist der Einzelhandel mit 44,6 Prozent, gefolgt vom Gastgewerbe mit 37,5 Prozent und den sonstigen Dienstleistungen mit 17,9 Prozent.

Die unterschiedlichen Umsatzwirkungen des Übernachtungs- und Tagestourismus zeigen, wie wichtig es für die regionale Wirtschaft ist, entsprechend der Aufgabenteilung im Saarland, beide Segmente aktiv durch Tourismusorganisationen und die Betriebe selbst zu bearbeiten, unterstützt durch Aktivitäten und Investitionen der öffentlichen Hand.

Abb. 14: Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland – zentrale Kennziffern und Umsätze

Zentrale Kennziffern im Zeitvergleich	2022	2025	Entwicklung 2025 ggü. 2022
Zahl der Übernachtungen in Betrieben	4,188 Mio.	4,599 Mio.	+9,8 %
Bruttoumsätze von Übernachtungsgästen in Betrieben	431,6 Mio. €	546,1 Mio. €	+26,5%
Tagesgäste	32,1 Mio.	34,6 Mio.	+7,8 %
Bruttoumsätze aus dem Tagestourismus	927,7 Mio. €	986,1 Mio. €	+6,3 %
Zahl der VFR-Übernachtungen	4,6 Mio.	4,7 Mio.	+2,2 %
Bruttoumsätze aus den VFR-Übernachtungen	132,9 Mio. €	134,0 Mio. €	+0,8 %
Bruttoumsätze Gesamt	1.492,2 Mio. €	1.666,2 Mio. €	+11,7 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	653,6 Mio. €	766,2 Mio. €	+17,2 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	565,0 Mio. €	580,1 Mio. €	+2,7 %
Bruttoumsätze sonstige Dienstleistungsbereiche	273,6 Mio. €	319,9 Mio. €	+16,9 %
Touristischer Einkommensbeitrag	692,2 Mio. €	784,7 Mio. €	+13,4 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	2,9 %	2,6 %	-0,3 Ppt.
Einkommensäquivalent	28.230 Personen	26.716 Personen	-5,4 %

Aufenthaltstage und Umsätze im Saarland 2025 (Werte gerundet)

Marktsegment	Aufenthaltstage	x	Tagesausgaben Ø	=	Bruttoumsatz
Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten	0,76 Mio.	x	39,- €	=	29,7 Mio.€
Privatquartiere (< 10 Betten) sowie Freizeitwohnsitze	0,68 Mio.	x	88,- €	=	59,8 Mio.€
Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping)	3,159 Mio.	x	144,50 €	=	456,6 Mio.€
Besuch von Verwandten, Bekannten und Freunden (VFR)	4,7 Mio.	x	28,50 €	=	134,0 Mio.€
Tagesreisen der Deutschen	31,0 Mio.	x	28,50 €	=	883,5 Mio.€
Tagesreisen aus dem Ausland	3,6 Mio.	x	28,50 €	=	102,6 Mio.€
Insgesamt	43,9 Mio.				1.666,2 Mio.€

Quelle: dwif 2026

2.6 Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte

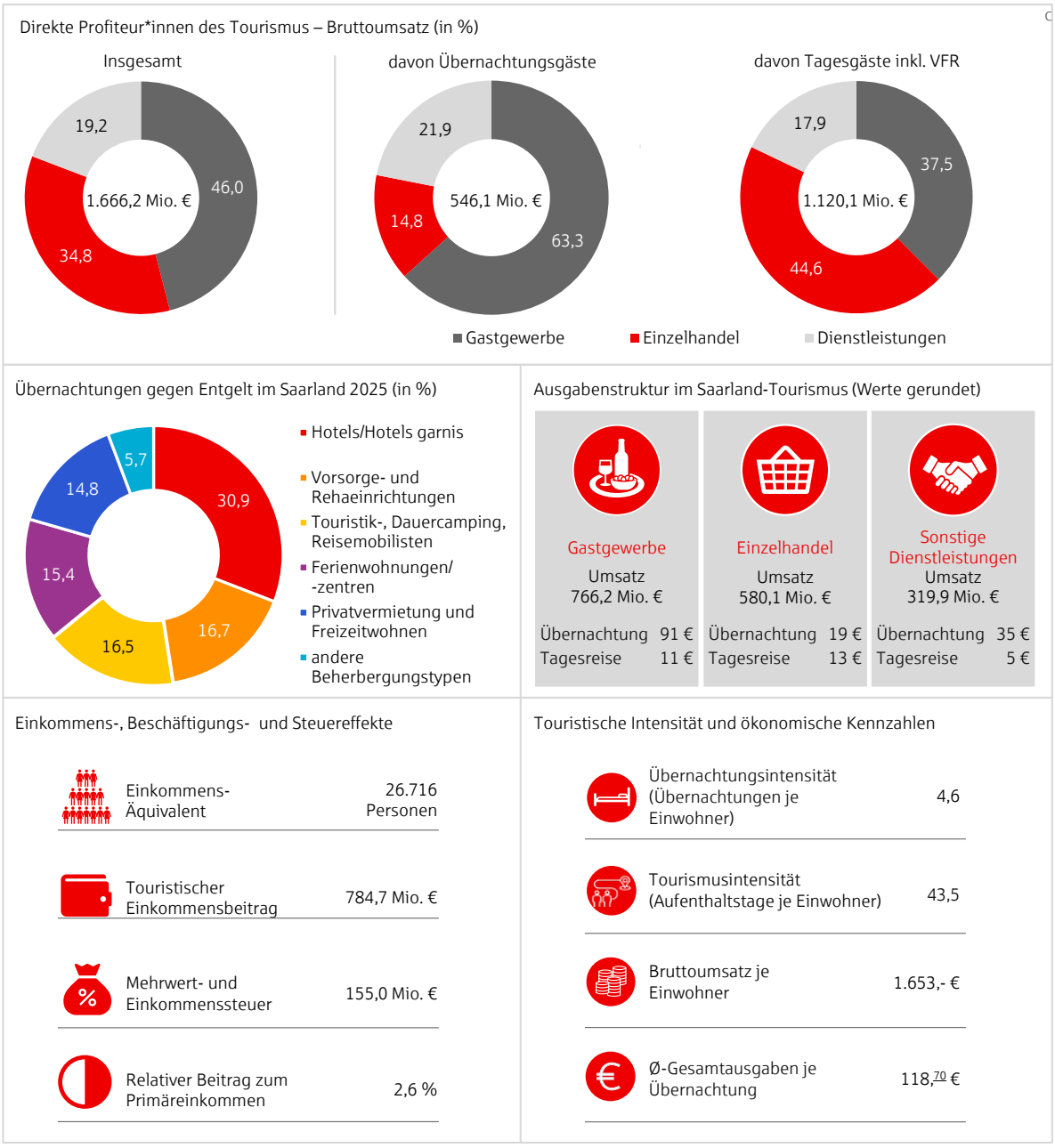
Der touristische Einkommensbeitrag von 784,7 Millionen Euro zeigt, dass der Tourismus im Saarland nicht nur Umsätze auslöst, sondern in erheblichem Umfang Einkommen generiert und damit Kaufkraft im Land sichert. Mit einem relativen Beitrag zum Primäreinkommen von 2,6 Prozent bleibt der Tourismus trotz geringerer Intensität im Vergleich zu stark tourismusgeprägten Flächenländern ein relevanter Bestandteil der saarländischen Einkommensbasis.

784,7 Millionen Euro touristisches Einkommen sichern Kaufkraft und stärken die regionale Einkommensbasis.

Um die Beschäftigungswirkung des Tourismus greifbarer zu machen, wird das touristische Einkommen in ein sogenanntes Einkommensäquivalent übersetzt. Diese Kennziffer ist keine direkte Zählung von Arbeitsplätzen, sondern eine rechnerische Vergleichsgröße. Das ist wichtig, weil Tourismus als Querschnittsbranche nicht eindeutig über Beschäftigtenstatistiken abgegrenzt werden kann: Viele Leistungen werden sowohl von Gästen als auch von Einheimischen nachgefragt, etwa in Gastronomie, Einzelhandel, Freizeitwirtschaft oder bei Mobilitätsangeboten.

Für das Saarland ergab sich 2025 ein Einkommensäquivalent von 26.716 Personen. Im Vergleich mit dem Jahr 2022 fiel dieser Wert niedriger aus. Dieser Rückgang ist jedoch nicht als Rückgang der realen Beschäftigung im Tourismus zu interpretieren. Vielmehr handelt es sich um einen rechnerischen Effekt: Das Einkommensäquivalent setzt den touristischen Einkommensbeitrag ins Verhältnis zu einer durchschnittlichen Einkommensgröße je Person. Steigt diese Referenzgröße gesamtwirtschaftlich, etwa durch Lohnsteigerungen oder Strukturveränderungen in höher entlohnten Branchen (was in den letzten Jahren durch Tarifabschlüsse etc. der Fall war), kann die rechnerische Personenzahl sinken, auch wenn der touristische Einkommensbeitrag weiterhin hoch bleibt.

Abb. 15: Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland – zentrale Kennziffern und ökonomische Effekte



Quelle: dwif 2026

Aus Mehrwert- und Einkommensteuer resultierte 2025 ein Steueraufkommen von 155,0 Millionen Euro. Dies unterstreicht, dass touristische Nachfrage nicht nur privatwirtschaftliche Umsätze und Einkommen erzeugt, sondern auch einen messbaren Beitrag zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben leistet. Hinzu kommen Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer und etwaige tourismusbezogene Abgaben, die direkt in den Kommunen wirksam werden. Besonders bei der Bewertung öffentlicher Investitionen in

touristische Infrastruktur, Angebotsqualität, Service und Vermarktung ist dies relevant, weil ein Teil der touristischen Wertschöpfung über Steuereinnahmen wieder an die öffentlichen Haushalte zurückfließt.

2.7 Touristische Intensität und zentrale Kennziffern

Intensitätskennziffern helfen, die Ergebnisse einzuordnen und vergleichbar zu machen. Die Übernachtungsintensität im Saarland lag 2025 bei 4,6 Übernachtungen je Einwohner*in. Sie beschreibt die klassische tourismusbezogene Perspektive und bezieht sich ausschließlich auf den Übernachtungsmarkt. Sie setzt die Zahl der Übernachtungen ins Verhältnis zur Bevölkerung. Deutlich höher fällt die Tourismusintensität aus, bei der neben den Übernachtungen auch Tagesreisen berücksichtigt werden. Sie lag im Saarland bei 43,5 Aufenthaltstagen je Einwohner*in. Die Differenz zwischen beiden Kennziffern spiegelt damit die große Bedeutung des Tagestourismus im Saarland wider.

Der Bruttoumsatz je Einwohner*in von 1.653 Euro übersetzt den touristischen Gesamtumsatz in eine leicht kommunizierbare Pro-Kopf-Kenngröße und macht den wirtschaftlichen Stellenwert des Tourismus im Verhältnis zur Einwohner*innenzahl greifbar.

Der durchschnittliche Umsatz pro Übernachtung liegt bei 118,70 Euro und ist damit bundesweit unterdurchschnittlich. Diese Kennziffer ist vor allem vor dem Hintergrund des Preisniveaus vor Ort und der Struktur des Übernachtungsmarktes zu interpretieren. Der Wert bildet die Übernachtungen in Camping, Privatvermietung und Freizeitwohnsitzen sowie gewerblichen Betrieben gemeinsam ab. Da diese Unterkunftsformen unterschiedliche Ausgabenprofile je Aufenthaltstag aufweisen, wird der Durchschnittswert wesentlich durch die Zusammensetzung des Übernachtungsmarktes beeinflusst und ist daher nicht als isolierte Preis- oder Qualitätskennziffer zu verstehen, sondern ausschließlich als Orientierungswert.

Kennziffern als Grundlage für Kommunikation und Steuerung

Die im Rahmen des Wirtschaftsfaktors Tourismus ermittelten Kennziffern liefern eine belastbare Grundlage, um die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Saarland sichtbar zu machen. Durch die Quantifizierung der touristischen Nachfrage, die Analyse des Ausgabeverhaltens sowie die Berechnung der daraus resultierenden Umsätze, Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte lassen sich die Wirkungen des Tourismus nachvollziehbar darstellen. Die Ergebnisse dienen als Argumentationsgrundlage gegenüber Politik und Verwaltung und belegen, dass Investitionen in touristische Infrastruktur und Angebotsentwicklung nicht nur zur regionalen Wertschöpfung beitragen, sondern auch positive fiskalische Effekte erzeugen. Zugleich wird deutlich, dass die wirtschaftlichen Wirkungen von der Zusammensetzung der Nachfrage abhängen und daher neben den Nachfragevolumina auch Wertschöpfungshebel in den Blick genommen werden sollten, etwa durch Angebotsqualität, Service, buchbare Zusatzleistungen und eine bessere Verknüpfung von Beherbergung mit Gastronomie, Freizeit und Mobilität.

Darüber hinaus unterstützen die Kennziffern die strategische Weiterentwicklung des Tourismus. Sie ermöglichen Zeitvergleiche, zeigen Potenziale zur Steigerung der touristischen Wertschöpfung auf und geben Hinweise auf Handlungsfelder. Für das Saarland ergeben sich daraus insbesondere Ansatzpunkte, den hohen Stellenwert des Tagestourismus stärker wertschöpfungsorientiert auszubauen, die Ausgaben pro Aufenthalt durch vernetzte Angebote zu erhöhen und die positive Entwicklung im betrieblichen Übernachtungstourismus weiter zu stärken. Insgesamt bilden die Kennziffern damit eine wichtige Grundlage für eine zielgerichtete Tourismusentwicklung, die wirtschaftliche Wirkung, Angebotsqualität und Lebensqualität im Saarland zusammendenkt.

Abb. 1617: Ansatzpunkte zur Stärkung der touristischen Wertschöpfung im Saarland

Relevante Faktoren aus Sicht der Anspruchsgruppen

Kommunalpolitik

- Stärkung der regionalen Wirtschaft
- Ortsgebundene Arbeitsplätze und Einkommenssicherung

Touristische Betriebe

- Sicherung und Erhöhung der touristischen Nachfrage
- Steigerung der Tagesausgaben der Tourist*innen

Handlungsempfehlungen für die beteiligten Akteur*innen

Bedeutung des Tourismus erkennbar machen	Der Tourismus ist eine freiwillige kommunale Aufgabe; Investitionen müssen im aktuellen Haushaltsumfeld über regionspezifische Kennziffern legitimiert werden. Zentrale Aufgaben im Saarland sind: – Schnittstellen & Dialog: Zugang für Tourismusverantwortliche zu Entscheidungsgremien sichern und Netzwerkformate fortführen/aufsetzen, um Entscheider für die Querschnittsbedeutung zu sensibilisieren. – Datenbasis & Effekte: Regionale Kennzahlen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus auf lokaler und Landkreisebene sind wichtig, um den Nutzen und die Wertschöpfung vor Ort transparent nachzuweisen (siehe auch Empfehlungen Kennzahlen-Set des DTV)
Steigerung der Wertschöpfung	Aufgrund anhaltender Kostensteigerungen und volatiler Nachfrage agieren viele touristische Betriebe am wirtschaftlichen Limit, da Kosten nur bedingt weitergegeben werden können. Hebel für mehr Wertschöpfung sind: – Strategische Preispolitik: Ein oft überdurchschnittlich gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bietet Spielraum für behutsame, qualitätsbasierte und transparent kommunizierte Preisanpassungen. – Erhöhung der Tagesausgaben: Gezielte Ausgabeanlässe für Tagesgäste schaffen, indem Angebotskombinationen entlang der Customer Journey (z. B. Gastronomie, Handel, Freizeit- und Naturattraktionen) verknüpft werden.
Kooperationen eingehen	Ein weiterer Hebel für mehr touristische Wertschöpfung liegt in strategischen Kooperationen bei Marketing und Produktbündelung. Mögliche Ansatzpunkte vor Ort sind: – Branchenübergreifende Allianzen: Kooperationen (z. B. zwischen Handel, Hotellerie und Kultur, initiiert und koordiniert durch die Tourismusorganisationen) nutzen, um Gäste direkt vor Ort anzusprechen und Cross-Selling-Effekte zu erzielen. – Infrastruktur-Patenschaften: Die ansässige Wirtschaft gezielt in den Erhalt und die Pflege touristischer Infrastruktur einbinden. – Regionale Kreisläufe: Lokale Produkte und Dienstleistungen konsequent integrieren, um die heimische Wertschöpfungskette zu stärken.

Quelle: dwif 2026

Anhang

Anhang 1: Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten und auf Campingplätzen 2025

Bundesland	Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten			Campingplätze			Beherbergungsbetriebe ≥ 10 Betten und Campingplätze		
	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Anzahl (Tsd.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)	Anzahl (Mio.)	Rang	Veränderung ggü. Vorjahr (%)
Baden-Württemberg	52,9	2	-1,0	5.764	3	6,5	58,7	2	-0,3
Bayern	94,3	1	-0,1	8.628	1	3,3	102,9	1	0,2
Berlin	29,3	7	-3,8	118	16	-9,7	29,4	8	0,0
Brandenburg	12,7	12	-0,6	1.603	8	-0,8	14,3	12	-0,7
Bremen	2,9	16	3,4	148	15	3,0	3,0	16	3,4
Hamburg	16,3	11	2,0	178	14	8,4	16,5	11	2,1
Hessen	32,7	6	-1,6	1.569	9	6,8	34,3	6	-1,2
Mecklenburg-Vorpommern	27,9	8	2,0	5.389	5	-2,6	33,3	7	1,2
Niedersachsen	40,6	4	1,2	6.366	2	5,5	46,9	4	1,8
Nordrhein-Westfalen	52,5	3	1,2	3.001	7	13,2	55,5	3	1,7
Rheinland-Pfalz	19,1	9	-0,7	3.505	6	13,0	22,6	9	1,2
Saarland	**3,2**	**15**	**3,4**	**189**	**13**	**26,7**	**3,3**	**15**	**4,5**
Sachsen	18,6	10	-1,7	1.097	10	1,6	19,7	10	-1,5
Sachsen-Anhalt	7,5	14	-1,3	778	12	-3,0	8,2	14	-1,4
Schleswig-Holstein	33,1	5	1,1	5.494	4	2,3	38,6	5	1,3
Thüringen	9,2	13	0,0	832	11	-1,7	10,1	13	-0,2
Deutschland	**452,8**		**-0,1**	**44.658**		**4,2**	**497,4**		**0,3**

Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Bundesamt

Anhang 2: Kapazitäten und deren Auslastung 2024 und 2025 (inkl. Campingplätze)

Bundesland	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten (Tsd.)		Auslastung angebotene Schlafgelegenheiten (%)		Auslastung angebotene Betten der Hotellerie (%)	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Baden-Württemberg	6.170	6.070	447,5	447,2	39,2	41,3	42,0	41,4
Bayern	11.524	11.432	762,6	765,5	39,8	39,8	44,5	44,3
Berlin	749	732	151,5	148,3	55,9	54,6	56,1	55,4
Brandenburg	1.718	1.688	138,6	138,8	32,9	32,7	41,1	40,4
Bremen	126	129	18,2	19,1	43,4	43,5	43,5	44,2
Hamburg	409	456	76,6	81,0	56,9	56,0	57,5	57,1
Hessen	3.027	2.951	268,4	267,5	37,9	37,7	41,1	40,5
Mecklenburg-Vorpommern	2.788	2.745	319,3	320,4	32,4	32,5	44,2	44,4
Niedersachsen	5.410	5.426	421,9	426,3	33,6	33,8	38,5	38,8
Nordrhein-Westfalen	4.623	4.709	403,1	413,8	38,7	38,5	40,5	40,9
Rheinland-Pfalz	3.125	3.057	222,3	222,2	27,5	27,9	35,3	35,4
Saarland	**290**	**319**	**25,9**	**28,0**	**36,7**	**36,2**	**37,3**	**37,2**
Sachsen	1.947	1.907	153,7	152,8	38,4	37,9	41,4	40,7
Sachsen-Anhalt	1.102	1.051	78,6	77,3	32,0	31,6	36,9	36,6
Schleswig-Holstein	3.513	3.452	333,9	334,9	35,3	35,8	47,6	47,9
Thüringen	1.283	1.278	107,0	106,5	34,7	34,5	37,4	37,0
Deutschland	**47.804**	**47.402**	**3.929,1**	**3.949,6**	**37,9**	**37,8**	**43,3**	**43,1**

Quelle: dwif 2026, Daten Statistische Landesämter, Statistisches Bundesamt

Anhang 3: Top-3-Herkunftsmärkte 2025 im Vergleich zu 2024 nach Landkreisen (inkl. Campingplätze)

Landkreis/ Quellmarkt	Übernachtungen			Anteil an allen Übernachtungen aus dem Ausland (%)			Aufenthaltsdauer (Tage)	
	2024	2025	Veränderung 2025 ggü. 2024 (%)	2024	2025	Veränderung 2025 ggü. 2024 (Ppt.)	2024	2025
Merzig-Wadern								
Niederlande	16.542	20.282	22,6	21,1	20,2	-0,9	1,9	2,1
Luxemburg	9.530	15.390	61,5	12,2	15,3	3,1	2,4	3,2
Polen	7.407	13.847	86,9	9,5	13,8	4,3	8,4	13,1
Ausland insgesamt	78.296	100.508	28,4				2,4	2,8
Neunkirchen								
Niederlande	1.124	1.198	6,6	11,0	9,0	-2,0	1,5	1,4
Belgien	1.378	1.112	-19,3	13,5	8,4	-5,1	2,0	2,0
Schweiz	754	1.088	44,3	7,4	8,2	0,8	1,6	1,6
Ausland insgesamt	10.242	13.297	29,8				1,6	1,8
Regionalverband Saarbrücken								
Frankreich	32.684	37.510	14,8	17,4	19,0	1,6	1,6	1,5
Niederlande	12.674	15.328	20,9	6,7	7,8	1,0	1,7	1,6
Polen	9.177	11.602	26,4	4,9	5,9	1,0	2,7	2,6
Ausland insgesamt	187.867	197.775	5,3				2,1	1,9
Saarlouis								
Frankreich	4.713	5.223	10,8	11,9	12,9	1,0	3,3	3,0
Niederlande	3.412	4.718	38,3	8,6	11,6	3,0	1,8	1,9
Luxemburg	5.407	4.355	-19,5	13,6	10,7	-2,9	5,6	4,4
Ausland insgesamt	39.647	40.531	2,2				2,5	2,4
Saarpfalz-Kreis								
Niederlande	6.988	6.207	-11,2	22,3	22,4	0,1	3,8	3,8
Frankreich	3.891	3.912	0,5	12,4	14,1	1,7	2,8	2,6
Polen	2.021	2.094	3,6	6,5	7,6	1,1	2,7	3,4
Ausland insgesamt	31.279	27.713	-11,4				2,8	2,8
St. Wendel								
Niederlande	64.534	59.403	-8,0	38,6	35,8	-2,9	5,6	5,3
Frankreich	32.664	31.410	-3,8	19,6	18,9	-0,6	3,5	3,3
Belgien	27.251	28.093	3,1	16,3	16,9	0,6	4,1	4,0
Ausland insgesamt	167.022	165.998	-0,6				4,2	4,1
Saarland								
Niederlande	105.274	107.136	1,8	20,5	19,6	-0,8	3,3	3,0
Frankreich	81.961	88.465	7,9	15,9	16,2	0,3	2,3	2,1
Belgien	55.699	57.349	3,0	10,8	10,5	-0,3	2,6	2,5
Ausland insgesamt	514.353	545.822	6,1				2,6	2,5

Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Amt Saarland

Anhang 4: Nachfrage in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten nach Landkreisen 2025 (inkl. Campingplätze)

Landkreis	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer (Tage)	ÜN Veränderung 2025 ggü. 2024 (%)	Übernachtungen Ausländer	Veränderung 2025 ggü. 2024 (%)
Merzig-Wadern	200.478	735.849	3,7	8,5	100.508	28,4
Neunkirchen	54.410	160.692	3,0	11,4	13.297	29,8
Regionalverband Saarbrücken	483.040	847.042	1,8	6,0	197.775	5,3
Saarlouis	98.443	261.074	2,7	13,0	40.531	2,2
Saarpfalz-Kreis	110.567	418.197	3,8	-2,8	27.713	-11,4
St. Wendel	238.406	925.657	3,9	0,6	165.998	-0,6
Saarland	**1.185.344**	**3.348.511**	**2,8**	**4,5**	**545.822**	**6,1**

Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Amt Saarland

Anhang 5: Kapazitäten und deren Auslastung nach Landkreisen 2024 und 2025 (inkl. Campingplätze)

Landkreis	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten		Betriebsgröße (Schlafgelegenheiten pro Betrieb)		Auslastung Betten bzw. Schlafgelegenheiten (%)	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Merzig-Wadern	67	86	6.590	7.169	98,4	83,4	31,2	31,6
Neunkirchen	21	26	1.020	1.299	48,6	50,0	38,0	36,6
Regionalverband Saarbrücken	62	63	5.486	6.198	88,5	98,4	39,4	38,9
Saarlouis	55	57	2.874	3.003	52,3	52,7	27,1	28,2
Saarpfalz-Kreis	46	46	3.107	3.335	67,5	72,5	41,7	39,8
St. Wendel	39	41	6.871	6.977	176,2	170,2	40,7	39,9
Saarland	**290**	**319**	**25.948**	**27.981**	**89,5**	**87,7**	**36,7**	**36,2**

Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Amt Saarland

Anhang 6: Kapazitäten der Hotellerie und der sonstigen Beherbergungsbetriebe nach Landkreisen

Landkreis	Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Pensionen, Gasthöfe)							
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Betten		Betriebsgröße (Betten pro Betrieb)		Auslastung der Betten (%)	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Merzig-Wadern	31	32	1.525	1.568	49,2	49,0	42,1	40,2
Neunkirchen	16	18	485	788	30,3	43,8	31,7	29,7
Regionalverband Saarbrücken	47	46	4.408	4.774	93,8	103,8	42,5	42,0
Saarlouis	44	44	1.587	1.635	36,1	37,2	27,9	29,6
Saarpfalz-Kreis	28	26	1.196	1.190	42,7	45,8	32,3	31,6
St. Wendel	18	18	1.024	1.019	56,9	56,6	30,6	33,8
Saarland	**184**	**184**	**10.225**	**10.974**	**55,6**	**59,6**	**37,3**	**37,2**

Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Amt Saarland

Fortsetzung Anhang 6:

Landkreis	Sonstige Beherbergungsbetriebe (inkl. Campingplätze)			
	Geöffnete Betriebe		Angebotene Schlafgelegenheiten	
	2024	2025	2024	2025
Merzig-Wadern	36	54	5.065	5.601
Neunkirchen	5	8	535	511
Regionalverband Saarbrücken	15	17	1.078	1.424
Saarlouis	11	13	1.287	1.368
Saarpfalz-Kreis	18	20	1.911	2.145
St. Wendel	21	23	5.847	5.958
Saarland	**106**	**135**	**15.723**	**17.007**

Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Amt Saarland

Anhang 7: Airbnb/Vrbo-Einheiten nach Landkreisen 2026

Landkreis	Active Rentals
Merzig-Wadern	300
Neunkirchen	117
Regionalverband Saarbrücken	519
Saarlouis	209
Saarpfalz-Kreis	165
St. Wendel	197
Saarland	**1.507**

Quelle: dwif 2026, Daten airDNA (Stand: Februar 2026)

Anhang 8: Performance Score nach Landkreisen (Skala 0 bis 100 Punkte)

Landkreis	2024	2025
Merzig-Wadern	86,8	87,2
Neunkirchen	85,9	88,0
Regionalverband Saarbrücken	84,1	84,7
Saarlouis	82,6	82,5
Saarpfalz-Kreis	83,9	85,9
St. Wendel	86,0	87,8
Saarland	**84,7**	**85,5**

Quelle: dwif 2026, Daten TrustYou GmbH sowie eigene Berechnungen

Anhang 9: Performance Score-Kategoriewerte im Saarland 2025 (Skala 0 bis 100 Punkte)

Kategorien	Saarland	Deutschland
Zimmer	68,9	65,1
Essen und Trinken	82,7	81,2
Location	87,8	90,0
Service	89,5	87,5
Hotelsauberkeit	88,3	85,3
Hotelzustand	43,9	41,0
Außenanlagen	80,4	83,4
Preis	71,0	66,9
Gebäude	65,8	61,4
Internet	45,5	41,3
Performance Score	**85,5**	**84,2**

Quelle: dwif 2026, Daten TrustYou GmbH sowie eigene Berechnungen

Anhang 10: DEHOGA-Klassifizierung nach Landkreisen 2026 (Anzahl der Betriebe)

	1 Stern	2 Sterne	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Insgesamt
Saarland	**1**	**10**	**38**	**17**	**1**	**67**
Anteil an Deutschland (%)	**3,7**	**5,8**	**1,1**	**0,7**	**0,9**	**1,1**
Merzig-Wadern	0	3	9	3	1	16
Neunkirchen	0	1	5	0	0	6
Regionalverband Saarbrücken	0	2	8	6	0	16
Saarlouis	0	3	9	3	0	15
Saarpfalz-Kreis	1	1	4	2	0	8
St. Wendel	0	0	3	3	0	6
Deutschland	**27**	**171**	**3.485**	**2.282**	**113**	**6.078**

Quelle: dwif 2026, Daten DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH (Stand: Januar 2026)

Anhang 11: DTV-Klassifizierung nach Landkreisen 2026 (Anzahl der Betriebe)

	1 Stern	2 Sterne	3 Sterne	4 Sterne	5 Sterne	Insgesamt
Saarland	**0**	**15**	**58**	**83**	**63**	**219**
Anteil an Deutschland (%)	**0,0**	**4,1**	**1,0**	**0,7**	**1,0**	**0,9**
Merzig-Wadern	0	1	8	28	54	91
Neunkirchen	0	1	9	13	2	25
Regionalverband Saarbrücken	0	1	3	3	3	10
Saarlouis	0	0	0	5	2	7
Saarpfalz-Kreis	0	1	24	24	2	51
St. Wendel	0	11	14	10	0	35
Deutschland	**6**	**364**	**5.830**	**11.799**	**6.051**	**24.050**

Quelle: dwif 2026, Daten Deutscher Tourismusverband Service GmbH (Stand: Januar 2026)

Anhang 12: Themenorientierte Qualitätssiegel nach Landkreisen 2026

	Bett+Bike-Betriebe	Wanderbares Deutschland	ADAC-Campingplätze	i-Marke	Reisen für alle	GreenSign	BVCD/DTV
Saarland	**51**	**52**	**11**	**8**	**101**	**8**	**4**
Anteil an Deutschland (%)	**1,1**	**4,4**	**1,0**	**1,1**	**3,5**	**1,0**	**0,9**
Merzig-Wadern	18	15	4	4	15	3	1
Neunkirchen	0	2	0	0	14	0	0
Regionalverband Saarbrücken	14	1	2	2	24	2	0
Saarlouis	7	6	2	0	7	1	1
Saarpfalz-Kreis	3	16	2	1	15	0	2
St. Wendel	9	12	1	1	26	2	0
Deutschland	**4.502**	**1.182**	**1.136**	**721**	**2.905**	**767**	**424**

Quelle: dwif 2026, Daten ADFC Bett+Bike Service GmbH, Deutscher Wanderverband, PiNCAMP GmbH, Deutscher Tourismusverband Service GmbH, Bayern Tourist GmbH, GreenSign Institut GmbH (Stand: Januar/Februar 2025), Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e. V., Deutscher Tourismusverband Service GmbH (Stand: Juli 2026)

Anhang 13: ServiceQualität Deutschland nach Landkreisen 2026

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Insgesamt
Saarland	**103**	**7**	**1**	**111**
Anteil an Deutschland (%)	**10,4**	**4,9**	**2,7**	**9,5**
Merzig-Wadern	32	1	1	34
Neunkirchen	8	1	0	9
Regionalverband Saarbrücken	18	1	0	19
Saarlouis	7	1	0	8
Saarpfalz-Kreis	20	1	0	21
St. Wendel	18	2	0	20
Deutschland	**993**	**142**	**37**	**1.172**

Quelle: dwif 2026, Daten Deutscher Tourismusverband Service GmbH (Stand: Januar 2026)

Anhang 14: DEHOGA-Umweltcheck nach Landkreisen 2026

	Bronze	Silber	Gold	Insgesamt
Saarland	**0**	**1**	**3**	**4**
Anteil an Deutschland (%)	**0,0**	**2,2**	**1,6**	**1,4**
Merzig-Wadern	0	0	1	1
Neunkirchen	0	0	0	0
Regionalverband Saarbrücken	0	1	2	3
Saarlouis	0	0	0	0
Saarpfalz-Kreis	0	0	0	0
St. Wendel	0	0	0	0
Deutschland	**51**	**46**	**192**	**289**

Quelle: dwif 2026, Daten Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V. (Stand: Januar 2026)

Anhang 15: Reale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe (Veränderung gegenüber Vorjahr in Prozent)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Saarland							
Gastgewerbe	-3,6	-40,6	- 0,5	30,3	1,6	-4,7	-1,9
Beherbergung	-4,0	-38,2	1,1	53,9	3,1	-3,7	0,6
Gastronomie	-3,4	-41,5	- 1,1	23,1	1,1	-5,3	-2,7
Rheinland-Pfalz							
Gastgewerbe	-0,2	-36,3	- 6,1	39,6	-1,1	-4,7	-1,5
Beherbergung	0,3	-37,1	- 2,2	59,5	-1,4	-3,7	-2,4
Gastronomie	-0,6	-35,7	- 8,6	31,7	-1,0	-5,1	-1
Deutschland							
Gastgewerbe	0,6	-40,6	- 2,3	45,1	1,1	-2,6	-2
Beherbergung	0,5	-38,2	1,3	64,0	4,5	-0,4	-1,9
Gastronomie	0,6	-41,5	- 4,0	38,7	-0,8	-3,8	-2,1

Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Bundesamt

Anhang 16: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2025 gegenüber 2019

	2019			2025		
	Gastgewerbe	alle Branchen	Anteil Gastgewerbe (%)	Gastgewerbe	alle Branchen	Anteil Gastgewerbe (%)
Regionalverband Saarbrücken	3.808	153.163	2,5	3.517	155.374	2,3
Merzig-Wadern	1.287	31.659	4,1	1.187	30.456	3,9
Neunkirchen	973	39.854	2,4	891	40.116	2,2
Saarlouis	1.805	72.992	2,5	1.721	68.017	2,5
Saarpfalz-Kreis	1.426	66.370	2,1	1.365	65.139	2,1
St. Wendel	1.197	27.330	4,4	1.263	28.298	4,5
Saarland	**10.496**	**391.368**	**2,7**	**9.944**	**387.400**	**2,6**
Deutschland	**1.109.106**	**33.407.262**	**3,3**	**1.119.348**	**34.885.488**	**3,2**

Quelle: dwif 2026, Daten Bundesagentur für Arbeit

Anhang 17: 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 2014 bis 2024 bietet darüber hinaus eine gute Potenzialeinschätzung für den jeweiligen Betriebstyp.[25]

Die verschiedenen Betriebstypen aus dem Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe werden im jährlichen Wechsel analysiert. In diesem Jahr steht die Entwicklung der Gastronomie im Mittelpunkt: Dazu zählen Restaurants mit herkömmlicher Bedienung, Restaurants mit Selbstbedienung, Cafés und Eissalons. 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 Schlüsselkennziffern[26]

Quelle: dwif 2026

25 Aktuellere Daten liegen nicht vor, da die Betriebe ihre Jahresabschlüsse zum Teil deutlich zeitverzögert erstellen und bei den Sparkassen einreichen.

26 Eine steigende Abschreibungsquote erhöht den Cashflow, weshalb mehr Abschreibungen positiv bewertet werden und weniger Abschreibungen negativ.

Restaurant mit herkömmlicher Bedienung

Zusammenfassung

- Die Zahl der Restaurants mit herkömmlicher Bedienung sank langfristig, während der Umsatz pro Betrieb stieg, zuletzt jedoch leicht gegenüber dem Vorjahr zurückging.
- Der wirtschaftliche Druck nimmt zu, was sich in einer sinkenden Umsatzrendite und einer rückläufigen Innenfinanzierungskraft zeigte, obwohl die Eigenkapitalquote im Jahr 2024 stieg.
- Auf der Kostenseite fallen vor allem gestiegene Personalkosten auf, während Investitionen niedrig blieben und damit ein Risiko für einen Modernisierungsstau bergen.

Fakten[27]	2014	2023	2024
Betriebe	71.455	63.369	65.294
Ø- Umsatz pro Betrieb	279.609€	520.575€	507.131€
Marktanteil am Gastgewerbe	32,4%	31,4%	31,7%
Marktanteil innerhalb der Gastronomie	40,5%	39,0%	39,4%

Quelle: dwif 2026, Daten: DSV 2026, Statistisches Bundesamt 2026

Die Anzahl der Restaurants mit herkömmlicher Bedienung stieg 2024 bereits das dritte Jahr in Folge. Dennoch zeigte sich im längerfristigen Vergleich ein rückläufiger Trend: Zwischen 2014 und 2021 gingen die Zahlen schrittweise zurück, sodass es 2024 insgesamt 8,6 Prozent weniger Betriebe als 2014 gab. Parallel dazu sanken auch die Marktanteile leicht. Im Gegensatz zur rückläufigen Anzahl der Betriebe entwickelte sich der Umsatz pro Betrieb positiv. Innerhalb eines Jahrzehnts stieg er um 81,4 Prozent. Mit Ausnahme der Pandemiejahre 2020 und 2021 zeigte sich ein kontinuierlicher Aufwärtstrend. Im Jahr 2024 war jedoch erstmals wieder ein Rückgang von 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Ein Grund dafür könnte die Rückkehr der Mehrwertsteuer von sieben auf 19 Prozent zum 1. Januar 2024 gewesen sein.

Gleichzeitig nahm der Kostendruck weiter zu. Die Umsatzrendite lag 2024 bei 8,7 Prozent und sank damit gegenüber dem Vorjahr um 3,8 Prozentpunkte. Erstmals innerhalb eines Jahrzehnts fiel sie damit unter die Marke von 10,0 Prozent Diese Entwicklung spiegelt die anhaltenden wirtschaftlichen Belastungen der Gastronomie wider. Die Eigenkapitalquote lag 2024 bei 10,8 Prozent. Damit hat sie sich gegenüber 2019 mit 5,5 Prozent nahezu verdoppelt und ist auch im Vergleich zum Vorjahr noch einmal um 0,5 Prozentpunkte gestiegen. Im Vergleich zum deutschlandweiten Durchschnitt der Gastronomie von 7,0 Prozent ist dies ein solider Wert. Die Innenfinanzierungskraft, gemessen als Cashflow-Rate, betrug 2024 11,9 Prozent und sank damit um 4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Diese Entwicklung entsprach dem allgemeinen Branchentrend. Die Investitionsquote lag 2024 bei 1,2 Prozent und damit auf einem ähnlichen Niveau wie vor zehn Jahren sowie im Jahr 2019. Ihren Höchstwert erreichte sie 2021 mit 3,5 Prozent, sie ist seitdem jedoch wieder rückläufig. Dies birgt das Risiko eines zunehmenden Modernisierungsstaus. Die Abschreibungsquote lag 2024 unverändert zum Vorjahr bei 2,5 Prozent und damit leicht über dem Niveau von 2019 (+0,2 Prozentpunkte). Die Zinsaufwandsquote blieb über das letzte Jahrzehnt hinweg weitgehend stabil und bewegte sich zwischen 0,5 Prozent und 0,9 Prozent. Aufgrund deutlich gestiegener Löhne nahm die Personalaufwandsquote gegenüber 2014 um 7,5 Prozentpunkte zu, während die Mietaufwandsquote im selben Zeitraum nur leicht um 0,4 Prozentpunkte zulegte.

[27] Alle Angaben entstammen der amtlichen Umsatzsteuerstatistik mit den Jahreswerten für 2014, 2023 und 2024.

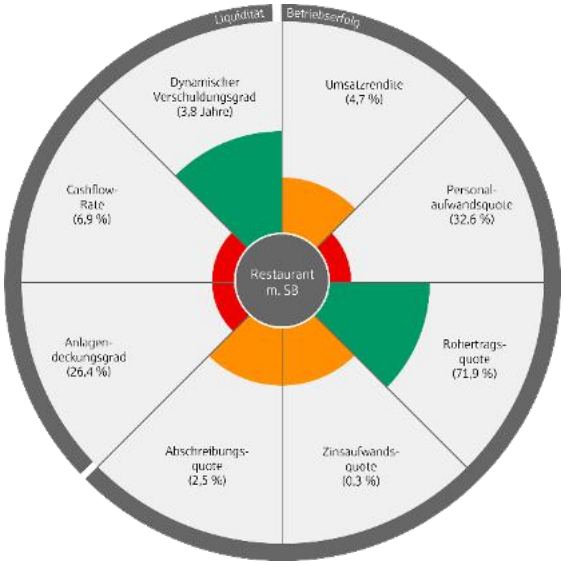
Restaurant mit Selbstbedienung

Zusammenfassung

- Die Zahl der Selbstbedienungsrestaurants stieg weiter. 2024 gab es vier Prozent mehr Betriebe als im Vorjahr.
- Der Umsatz pro Betrieb war im Jahr 2024 gegenüber dem Vorjahr um 4,1 Prozent rückläufig. Im längerfristigen Vergleich mit 2014 registrieren die Restaurants mit Selbstbedienung einen Umsatzzuwachs pro Betrieb von 27,2 Prozent.
- Die betriebswirtschaftliche Stabilität verschlechterte sich 2024: Cashflow, Umsatzrendite und Eigenkapitalquote sanken kurzfristig.

Fakten[28]	2014	2023	2024
Betriebe	2.464	2.550	2.652
Ø- Umsatz pro Betrieb	1.774.316€	2.355.227€	2.257.664€
Marktanteil am Gastgewerbe	1,1%	1,3%	1,3%
Marktanteil innerhalb der Gastronomie	1,4%	1,6%	1,6%

Quelle: dwif 2026, Daten: DSV 2026, Statistisches Bundesamt 2026



Die Nachfrage nach Restaurants mit Selbstbedienung scheint weiter zuzunehmen: Im Jahr 2024 gab es rund vier Prozent mehr Betriebe als im Vorjahr und etwa 7,6 Prozent mehr als noch 2014. Damit gewinnen diese Betriebe schrittweise Marktanteile innerhalb der Gastronomie. Auch der durchschnittliche Umsatz pro Betrieb zeigt eine steigende Tendenz: Im Jahr 2024 lag er 27,2 Prozent höher als noch vor zehn Jahren. Allerdings ist im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls ein leichter Rückgang von 4,1 Prozent zu verzeichnen, was auf die Rückkehr des Mehrwertsteuersatzes auf 19 Prozent zurückgeführt werden kann. Vor dem Hintergrund, der zum Januar 2026 wieder eingeführten Senkung auf 7 Prozent, ist künftig wieder mit steigenden Umsätzen zu rechnen.

Gleichzeitig hat das Segment der Restaurants mit Selbstbedienung im Jahr 2024 eine Verschlechterung der betriebswirtschaftlichen Stabilität erfahren. Die Cashflow-Rate sank um 1,1 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr, die Umsatzrendite ging um 0,4 Prozentpunkte zurück und der Eigenkapitalwert reduzierte sich von 1,7 Prozent im Jahr 2023 auf 0,6 Prozent im Jahr 2024. Die Investitionsquote wiederum stieg auf 1,3 Prozent (Vorjahr 1,0 Prozent), während die Abschreibungsquote mit 1,5 Prozent stabil zum Vorjahr blieb.

Zugleich ist das Liquiditätsrisiko in diesem Segment gestiegen. Der Anlagendeckungsgrad verschlechterte sich und signalisiert eine schwächere Bilanzstruktur. Langfristig ist er um 12,7 Prozentpunkte gesunken und gegenüber dem Vorjahr um weitere 6,3 Prozentpunkte zurückgegangen. Die Umsatzrendite bewegte sich meist um etwa fünf Prozent, mit einer Ausnahme im Jahr 2020, als sie bei 7,5 Prozent lag.

Der Verschuldungsgrad stieg weiter an und lag 2024 bei 3,8 Jahren, nachdem er im Vorjahr noch bei 2,8 Jahren lag. Die Rohertragsquote blieb dagegen weitgehend stabil und betrug 2024 71,9 Prozent, gegenüber 70,7 Prozent im Jahr 2014. Insgesamt lag sie im letzten Jahrzehnt konstant über 70 Prozent.

[28] Alle Angaben entstammen der amtlichen Umsatzsteuerstatistik mit den Jahreswerten für 2014, 2023 und 2024.

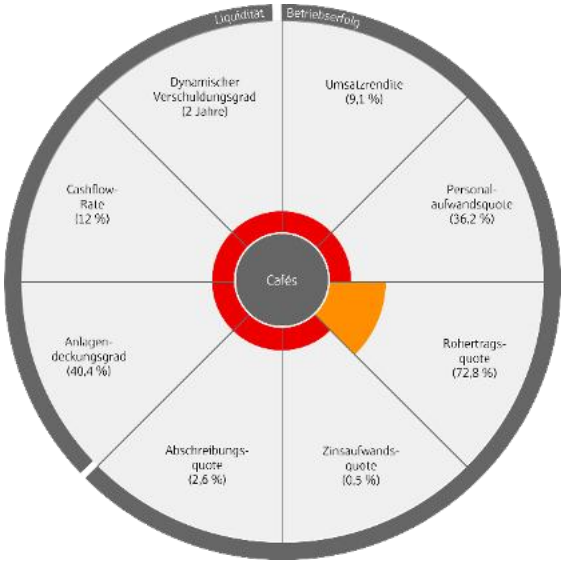
Café

Zusammenfassung

- Im Segment der Cafés zeigte das Jahr 2024 kurzfristig eine stabile Entwicklung mit leichtem Umsatzrückgang pro Betrieb (-0,2 Prozent) gegenüber dem Vorjahr.
- Die Umsatzrentabilität sank im Jahr 2024, lag mit 9,1 Prozent jedoch weiterhin über dem Branchendurchschnitt von 7,8 Prozent.
- Die Cashflow-Rate der Cafés verringerte sich langfristig von 15,2 Prozent im Jahr 2014 auf zwölf Prozent im Jahr 2024.

Fakten[29]	2014	2023	2024
Betriebe	11.166	11 153	11 614
Ø- Umsatz pro Betrieb	227.907€	331.201€	330.550€
Marktanteil am Gastgewerbe[30]	5,1%	5,5%	5,6%
Marktanteil innerhalb der Gastronomie[31]	6,3%	6,9%	7,0%

Quelle: dwif 2026, Daten: DSV 2026, Statistisches Bundesamt 2026



Das Segment der Cafés erreichte im Jahr 2024 innerhalb der Gastronomie einen Marktanteil von 7 Prozent und steigerte sich gegenüber 2014 um 0,7 Prozentpunkte. Kurzfristig zeigte sich eine weitgehend stabile Entwicklung bei den Umsätzen: Dieser war pro Betrieb im Jahr 2024 gegenüber dem Vorjahr leicht um -0,2 Prozent zurückgegangen. Im längerfristigen Vergleich seit 2014 ergibt sich jedoch ein positives Bild mit einem Umsatzanstieg von über 45 Prozent. Gleichzeitig war die Zahl der Betriebe im selben Zeitraum um vier Prozent gestiegen.

Die Entwicklung der Umsatzrentabilität spiegelt die anhaltenden wirtschaftlichen Belastungen wider. Im Jahr 2024 sank diese im Vergleich zum Vorjahr um -2,6 Prozentpunkte und lag 2024 bei 9,1 Prozent. Trotz dieses Rückgangs befand sich der Wert weiterhin über dem gesamtdeutschen gastronomischen Durchschnitt von 7,8 Prozent. Ursachen hierfür sind insbesondere der hohe Kostendruck sowie die Rückkehr zum regulären Mehrwertsteuersatz. Auch die Cashflow-Rate ist langfristig rückläufig: Während sie 2014 noch bei 15,2 Prozent lag, betrug sie 2024 nur noch zwölf Prozent. Dies kann die Investitionsfähigkeit sowie die Schuldentragfähigkeit der Betriebe einschränken. Positiv hervorzuheben ist, dass der Verschuldungsgrad im Vorjahresvergleich stabil bei zwei Jahren blieb. Erfreulich ist die überdurchschnittlich hohe Eigenkapitalquote, die 2024 bei 9,5 Prozent lag. Sie stieg gegenüber dem Vorjahr um 7,8 Prozentpunkte verbesserte sich auch langfristig. Parallel dazu erhöhte sich der Anlagendeckungsgrad im Jahr 2024 um 0,6 Prozentpunkte, wenngleich er noch um 9,6 Prozentpunkte niedriger lag als 2014. Insgesamt erreichten die Cafés hier einen Durchschnittswert von 40,4 Prozent.

Die Rohertragsquote lag stabil zum Vorjahr bei 72,8 Prozent und bewegte sich damit im soliden Durchschnitt der Gastronomie. Im Vergleich zum Jahr 2014 (72,7 Prozent) ist kaum eine Veränderung festzustellen. Die Investitionsquote betrug 2024 1,4 Prozent und sank damit gegenüber dem Vorjahr um 0,5 Prozentpunkte. 2014 lag sie leicht höher bei 1,5 Prozent. Inwieweit der Rückgang auf erschwerte Finanzierungsbedingungen oder eine geringere Investitionsbereitschaft zurückzuführen ist, lässt sich derzeit nicht sagen. Bei der Zinsaufwandsquote zeigte sich ein langfristig rückläufiger Trend: Sie lag im Jahr 2024 bei 0,5 Prozent, während sie 2019 noch 0,8 Prozent betrug.

29 Alle Angaben entstammen der amtlichen Umsatzsteuerstatistik mit den Jahreswerten für 2014, 2023 und 2024.
30 Anteil des steuerbaren Umsatzes, gemessen am gesamten steuerbaren Umsatz im Gastgewerbe.
31 Anteil des steuerbaren Umsatzes, gemessen am gesamten steuerbaren Umsatz im Wirtschaftszweig Gastronomie.

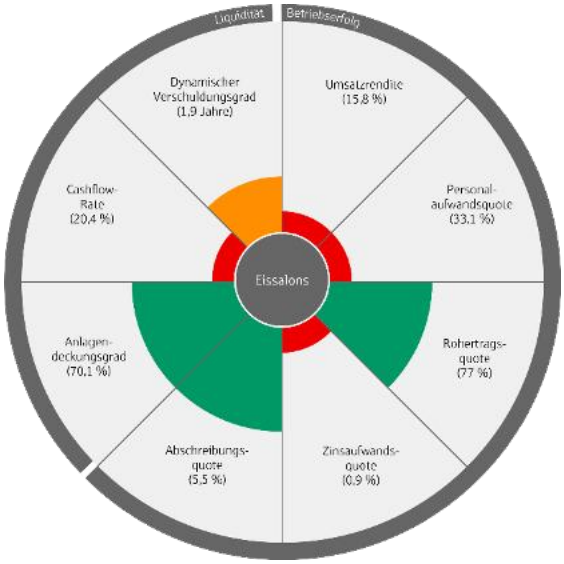
Eissalon

Zusammenfassung

- Im Zehnjahresvergleich von 2014 bis 2024 ist die Zahl der Eissalons um 9,9 Prozent gesunken, während der Umsatz pro Betrieb um über 44 Prozent stieg.
- Die Umsatzrendite blieb im Jahr 2024 mit 15,8 Prozent trotz eines Rückgangs weiterhin die höchste im gesamten Gastgewerbe.
- Die finanzielle Entwicklung zeigte eine gemischte Lage mit einer niedrigen Eigenkapitalquote von 2,9 Prozent, aber stabiler finanzieller Stabilität wie einer Cashflow-Rate von 20,4 Prozent.

Fakten[32]	2014	2023	2024
Betriebe	5.617	5.005	5.063
Ø- Umsatz pro Betrieb	209.037€	302.723€	301.195€
Marktanteil am Gastgewerbe[33]	2,5%	2,5%	2,5%
Marktanteil innerhalb der Gastronomie[34]	3,2%	3,1%	3,1%

Quelle: dwif 2026, Daten: DSV 2026, Statistisches Bundesamt 2026



Die Eissalons sind neben den Restaurants mit klassischer Bedienung das zweite Segment mit einem rückläufigen Betriebsbestand im Zehnjahresvergleich. Für 2024 gegenüber 2014 wurde ein Rückgang der Eissalons um 9,9 Prozent ausgewiesen. Betrachtet man die Entwicklung Jahr für Jahr, fällt vor allem auf, dass der Rückgang um etwa 300 Betriebe zwischen 2019 und 2020 weiterhin nicht aufgeholt ist. Seit 2020 wurde die Marke von 5.200 Betrieben nicht mehr überschritten, auch wenn im Jahr 2024 etwa 60 neue Betriebe hinzukamen.

Der durchschnittliche Umsatz je Betrieb ist mit Ausnahme der Pandemiejahre 2020 und 2021 kontinuierlich gestiegen. Die Rückkehr zum Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent hatte offenbar nur geringe Auswirkungen auf die Entwicklung der Eissalons. Insgesamt legte der Umsatz im Zehnjahreszeitraum um über 44 Prozent zu, wenngleich er zwischen 2023 und 2024 um 0,5 Prozent zurückging. Die Umsatzrendite lag 2024 bei 15,8 Prozent. Trotz eines Rückgangs um 2,8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr stellte dies den höchsten Wert im gesamten Gastgewerbe dar. Bedenklich ist die Eigenkapitalquote, die 2024 auf 2,9 Prozent sank, was einem Rückgang um 9,3 Prozentpunkte innerhalb eines Jahres entsprach. Zuletzt wurde ein vergleichbar niedriger Wert 2019 mit 8,9 Prozent erreicht. Positiv hervorzuheben ist dagegen die Cashflow-Rate, die 2024 bei 20,4 Prozent lag und sich im Zehnjahresvergleich nur um 1,9 Prozentpunkte verringerte. Auch hier erreichten die Eissalons den Spitzenwert im Vergleich zu allen anderen Betriebsformen des Gastgewerbes. Der dynamische Verschuldungsgrad blieb im Vergleich zu 2014 unverändert und lag 2024 bei rund zwei Jahren.

Der Anlagendeckungsgrad entwickelte sich ebenfalls positiv und stieg innerhalb eines Jahres um 13 Prozentpunkte auf 70,1 Prozent im Jahr 2024. Das entspricht einem Zuwachs von 26 Prozentpunkten gegenüber 2014. Die Rohertragsquote erreichte 2024 einen Wert von 77 Prozent und stieg damit langfristig um 1,7 Prozentpunkte. Eissalons waren zudem das einzige Segment im Gastgewerbe, das eine Investitionsquote von über zwei Prozent auswies. 2024 betrug diese 2,5 Prozent und erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr nochmals um 1,1 Prozentpunkte.

32 Alle Angaben entstammen der amtlichen Umsatzsteuerstatistik mit den Jahreswerten für 2014, 2023 und 2024.
33 Anteil des steuerbaren Umsatzes, gemessen am gesamten steuerbaren Umsatz im Gastgewerbe.
34 Anteil des steuerbaren Umsatzes, gemessen am gesamten steuerbaren Umsatz im Wirtschaftszweig Gastronomie.

Anhang 18: Definitionen der EBIL-Kennzahlen

Umsatzrendite	Betriebsergebnis / Gesamtleistung (Nettoumsatz)	x 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.
Personalaufwands-quote	Personalaufwand / Gesamtleistung (Nettoumsatz)	x 100	→ Die Personalaufwandsquote misst den Anteil der Personalkosten am Gesamtumsatz eines Unternehmens und wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Rohertragsquote	Rohertrag / Gesamtleistung (Nettoumsatz)	x 100	→ Der Rohertrag ist definiert als Gesamtleistung (Nettoumsatz) abzüglich Warenaufwand. Die Rohertragsquote drückt den obigen Wert in Prozent der Gesamtleistung aus. Er dient somit als Nachweis für die Wirtschaftlichkeit des Wareneinsatzes.
Zinsaufwandsquote	Zinsaufwand / Gesamtleistung (Nettoumsatz)	x 100	→ Die Zinsaufwandsquote zeigt, wie hoch der Anteil der Zinsaufwendungen am Umsatz ist, gibt damit Auskunft über die finanzielle Belastung eines Unternehmens durch Fremdkapital und wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Abschreibungsquote	Abschreibungen / Gesamtleistung (Nettoumsatz)	x 100	→ Die Abschreibungsquote gibt an, wie viel Prozent des Umsatzes auf Abschreibungen entfallen, zeigt damit den Werteverzehr von Anlagen sowie die Investitionsintensität eines Unternehmens und wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Investitionsquote	Brutto-Anlageinvestitionen / Gesamtleistung (Nettoumsatz)	x 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	Miet- und Leasingaufwand / Gesamtleistung (Nettoumsatz)	x 100	→ Die Miet- und Leasingaufwandsquote zeigt, wie viel Prozent des Umsatzes für Miet- und Leasingkosten aufgewendet werden und wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Anlagendeckung	Wirtschaftl. Eigenkapital + langfr. Fremdkapital / Anlagevermögen + Unterbilanz	x 100	→ Der Anlagendeckungsgrad ist eine Kennzahl zur Beurteilung der finanziellen Stabilität des Unternehmens (fristenkongruente Finanzierung des längerfristig gebundenen Vermögens).
Cashflow-Rate	Cashflow (vor Steuern) / Gesamtleistung (Nettoumsatz)	x 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	Fremdkapital / Cashflow-Rate (vor Steuern)	x 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-Rate abbezahlt worden wären.
Eigenkapitalquote	Eigenkapital / Bilanzsumme	x 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 2026

Anhang 19: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen nach Betriebstyp im Zeitvergleich – Teil 1

Kennzahl / Betriebstyp	2014	2019	2023	2024	2024 1. Quartil	2024 3. Quartil	Veränderung 2014/24 (Ppt.)	Veränderung 2023/24 (Ppt.)
Cashflow-Rate								
Beherbergung	15,5	14,7	14,2	12,1	3,6	23,4	-3,4	-2,1
Hotels	13,5	13,0	12,3	11,0	2,9	21,1	-2,5	-1,3
Hotels garnis	20,6	20,6	19,6	17,9	6,1	28,1	-2,7	-1,7
Gasthöfe	17,3	15,9	17,9	12,9	4,7	21,4	-4,4	-5,0
Pensionen	28,8	27,4	19,2	14,0	5,6	26,9	-14,8	-5,2
Gastronomie	14,3	13,7	14,7	11,1	4,8	19,5	-3,2	-3,6
Restaurant m. herk. Bedienung	14,9	14,8	15,9	11,9	4,8	20,6	-3,0	-4,0
Restaurant m. SB	7,7	7,8	8	6,9	4,5	11,6	-0,8	-1,1
Cafés	15,2	14,5	14,9	12,0	5,9	18,5	-3,2	-2,9
Eissalons	22,3	21,5	24,6	20,4	9,1	30,9	-1,9	-4,2
Umsatzrendite								
Beherbergung	9,2	8,8	8,4	6,4	-1,1	15,9	-2,8	-2,0
Hotels	7,4	7,4	7	5,7	-1,4	14,3	-1,7	-1,3
Hotels garnis	13,2	13,7	12,1	11,5	0,0	19,9	-1,7	-0,6
Gasthöfe	11,8	10,0	13,1	7,5	0,4	17,3	-4,3	-5,6
Pensionen	17,7	16,4	12,8	6,9	-1,8	19,0	-10,8	-5,9
Gastronomie	10,7	10,4	11,3	7,8	1,5	15,9	-2,9	-3,5
Restaurant m. herk. Bedienung	11,3	11,5	12,5	8,7	1,5	17,8	-2,6	-3,8
Restaurant m. SB	5,0	4,8	5,1	4,7	0,8	9,2	-0,3	-0,4
Cafés	11,5	10,7	11,7	9,1	2,6	15,1	-2,4	-2,6
Eissalons	17,4	16,3	18,6	15,8	3,2	24,0	-1,6	-2,8
Rohertragsquote								
Beherbergung	84,1	86,0	86,5	86,8	81,7	93,3	2,7	0,3
Hotels	84,0	85,5	86,1	86,2	81,8	91,9	2,2	0,1
Hotels garnis	92,3	92,9	91,9	92,5	86,4	95,5	0,2	0,6
Gasthöfe	73,0	75,1	76,8	77,8	72,5	82,8	4,8	1,0
Pensionen	89,9	91,9	90,3	90,5	84,6	99,4	0,6	0,2
Gastronomie	70,7	71,9	72,6	72,7	69,5	76,7	2,0	0,1
Restaurant m. herk. Bedienung	70,2	71,7	72,6	73,0	69,3	76,9	2,8	0,4
Restaurant m. SB	70,7	71,5	71,9	71,9	70,1	73,9	1,2	0,0
Cafés	72,7	74,1	74,5	72,8	65,2	77,7	0,1	-1,7
Eissalons	75,3	77,3	76,6	77,0	71,8	80,0	1,7	0,4
Personalaufwandsquote								
Beherbergung	29,1	34,5	33	34,4	23,2	42,7	5,3	1,4
Hotels	31,3	25,6	35,3	36,2	25,2	44,0	4,9	0,9
Hotels garnis	23,4	34,5	26,5	27,7	17,4	35,2	4,3	1,2
Gasthöfe	28,1	21,9	31,8	35,7	28,6	43,4	7,6	3,9
Pensionen	17,0	33,2	24,4	25,9	16,0	35,7	8,9	1,5
Gastronomie	29,5	33,8	33,8	35,4	29,3	42,7	5,9	1,6
Restaurant m. herk. Bedienung	29,6	31,6	34,4	37,1	29,8	44,1	7,5	2,7
Restaurant m. SB	30,0	35,7	32	32,6	29,0	35,6	2,6	0,6
Cafés	30,5	27,7	34,8	36,2	25,5	44,0	5,7	1,4
Eissalons	24,7	34,5	29,1	33,1	23,2	38,6	8,4	4,0
Abschreibungsquote								
Beherbergung	5,4	5,0	4,6	4,6	2,1	8,9	-0,8	0,0
Hotels	5,2	4,9	4,5	4,5	2,1	8,3	-0,7	0,0
Hotels garnis	6,1	5,7	5,2	5,7	2,1	11,1	-0,4	0,5
Gasthöfe	4,8	4,3	4	4,4	2,3	6,5	-0,4	0,4
Pensionen	9,7	8,2	6,5	6,7	3,7	14,3	-3,0	0,2
Gastronomie	3,0	2,8	2,6	2,6	1,5	4,5	-0,4	0,0
Restaurant m. herk. Bedienung	3,0	2,7	2,5	2,5	1,4	4,5	-0,5	0,0
Restaurant m. SB	2,5	2,6	2,5	2,5	1,7	4,0	0,0	0,0
Cafés	3,4	3,3	2,9	2,6	1,6	4,3	-0,8	-0,3
Eissalons	4,6	4,1	4,3	5,5	2,7	7,6	0,9	1,2

Quelle: dwif 2026, Daten DSV 2026 (Sonderauswertung EBIL-Daten)

Anhang 20: Betriebswirtschaftliche Kennzahlen nach Betriebstyp im Zeitvergleich – Teil 2

Kennzahl / Betriebstyp	2014	2019	2023	2024	2024 1. Quartil	2024 3. Quartil	Veränderung 2014/24 (Ppt.)	Veränderung 2023/24 (Ppt.)
Zinsaufwandsquote								
Beherbergung	2,4	1,4	1,2	1,2	0,3	3,6	-1,2	0,0
Hotels	2,2	1,4	1,1	1,1	0,3	3,1	-1,1	0,0
Hotels garnis	2,8	2,0	1,7	2,0	0,5	5,5	-0,8	0,3
Gasthöfe	2,4	1,3	1,1	1,3	0,5	2,6	-1,1	0,2
Pensionen	4,5	2,2	1,8	1,2	0,5	4,7	-3,3	-0,6
Gastronomie	0,9	0,6	0,5	0,5	0,2	1,3	-0,4	0,0
Restaurant m. herk. Bedienung	0,9	0,7	0,5	0,6	0,2	1,4	-0,3	0,1
Restaurant m. SB	0,4	0,4	0,3	0,3	0,1	1,0	-0,1	0,0
Cafés	1,0	0,8	0,6	0,5	0,2	1,0	-0,5	-0,1
Eissalons	1,5	0,7	0,6	0,9	0,3	1,5	-0,6	0,3
Investitionsquote								
Beherbergung	1,9	2,0	2,1	1,7	0,5	5,9	-0,2	-0,4
Hotels	1,8	2,1	2,3	1,7	0,5	5,8	-0,1	-0,6
Hotels garnis	2,1	1,8	1,7	1,7	0,4	5,7	-0,4	0,0
Gasthöfe	1,8	2,1	2,3	1,9	0,5	6,4	0,1	-0,4
Pensionen	3,3	2,9	1,9	1,9	0,2	14,4	-1,4	0,0
Gastronomie	1,2	1,3	1,3	1,2	0,4	4,2	0,0	-0,1
Restaurant m. herk. Bedienung	1,2	1,2	1,3	1,2	0,4	3,8	0,0	-0,1
Restaurant m. SB	1,1	1,1	1,0	1,3	0,6	5,0	0,2	0,3
Cafés	1,5	1,5	1,9	1,4	0,6	4,7	-0,1	-0,5
Eissalons	1,9	3,3	1,4	2,5	0,9	10,6	0,6	1,1
Anlagendeckung								
Beherbergung	71,8	69,5	66,7	64,0	20,8	96,5	-7,8	-2,7
Hotels	71,1	69,5	65,8	64,2	22,1	100,0	-6,9	-1,6
Hotels garnis	75,0	71,0	68,8	64,8	24,2	94,7	-10,2	-4,0
Gasthöfe	68,0	64,1	61,2	52,7	3,8	79,8	-15,3	-8,5
Pensionen	78,3	74,2	77,0	65,6	18,9	88,8	-12,7	-11,4
Gastronomie	49,5	43,8	47,9	41,6	0,8	105,8	-7,9	-6,3
Restaurant m. herk. Bedienung	52,2	47,3	53,6	48,9	1,0	112,3	-3,3	-4,7
Restaurant m. SB	39,1	28,3	32,7	26,4	0,1	68,0	-12,7	-6,3
Cafés	50,0	45,1	39,8	40,4	0,2	107,7	-9,6	0,6
Eissalons	44,1	38,0	57,1	70,1	7,2	118,7	26,0	13,0
Dynamischer Verschuldungsgrad								
Beherbergung	5,4	3,9	4,3	5,0	2,3	10,9	-0,4	0,7
Hotels	5,8	4,3	4,6	5,1	2,3	10,9	-0,7	0,5
Hotels garnis	5,4	3,5	4,0	5,1	2,1	11,0	-0,3	1,1
Gasthöfe	4,3	3,3	2,7	4,2	1,8	8,9	-0,1	1,5
Pensionen	4,7	3,1	3,4	4,8	2,7	11,3	0,1	1,4
Gastronomie	2,6	2,0	1,8	2,4	1,1	5,4	-0,2	0,6
Restaurant m. herk. Bedienung	2,6	1,9	1,7	2,2	1,0	5,3	-0,4	0,5
Restaurant m. SB	3,2	3,4	2,8	3,8	1,7	7,3	0,6	1,0
Cafés	2,5	1,8	2,0	2,0	1,2	4,1	-0,5	0,0
Eissalons	1,9	1,5	1,3	1,9	1,0	2,9	0,0	0,6
Eigenkapitalquote								
Beherbergung	7,7	14,9	13,6	12,5	-9,9	41,0	4,8	-1,1
Hotels	7,9	14,8	14,1	14,1	-8,8	41,9	6,2	0,0
Hotels garnis	9,2	15,4	11,6	11,1	-4,4	41,9	1,9	-0,5
Gasthöfe	0,0	7,9	7,6	2,0	-25,3	31,8	2,0	-5,6
Pensionen	12,3	30,5	24,9	12,0	-13,9	35,7	-0,3	-12,9
Gastronomie	0,0	5,1	8,7	7,0	-26,1	37,3	7,0	-1,7
Restaurant m. herk. Bedienung	0,0	5,5	10,3	10,8	-21,2	39,8	10,8	0,5
Restaurant m. SB	3,4	3,0	1,7	0,6	-34,4	22,5	-2,8	-1,1
Cafés	0,0	4,0	1,7	9,5	-32,5	30,8	9,5	7,8
Eissalons	0,0	8,9	12,2	2,9	-27,2	41,1	2,9	-9,3

Quelle: dwif 2026, Daten DSV 2026 (Sonderauswertung EBIL-Daten)

Literatur

Booking.com und Statista: Unterkunftsbarometer Deutschland 2025. Amsterdam, 2025.
Booking.com und Statista: 2026 European Accommodation Barometer. Amsterdam, 2026.
Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK): DIHK-Konjunkturumfrage Frühsommer 2026. Berlin, 2026.
Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK): DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2025. Berlin, 2025.
Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK): DIHK-Fachkräftereport 2025/2026. Berlin, 2025.
Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR): ReiseAnalyse 2026. Erste ausgewählte Ergebnisse der 55. Reiseanalyse. Kiel, 2026.
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V. (NIM), Gangl, K., & Biró, T. (2026). Mehrwertsteuersenkung in der Gastronomie: Die Rückkehr der Konsumlust? Eine repräsentative Ad-hoc-Verbraucher-Befragung in Deutschland im Januar 2026.
KfW Bankengruppe: KfW-Gründungsmonitor 2026. Frankfurt am Main, 2026.
Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR): Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2026. Unterhaching 2026.

Datenquellen

ADFC Bett+Bike Service GmbH
airDNA
Bayern Tourist GmbH
Bundesagentur für Arbeit 2026
Bundesnetzagentur
DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH
Deutscher Hotel und Gaststättenverband e.V.
Deutscher Tourismusverband Service GmbH
Deutscher Wanderverband
DIHK 2026
Dr. Fried & Partner GmbH
dwif-Tagesreisenmonitor
dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft
GfK GeoMarketing
GfK Konsumklima
GreenSign Institut GmbH
IHA-Hotelmarktbericht
ifo-Institut 2026
PiNCAMP GmbH
Regionalstatistik
Statistisches Bundesamt
Statistische Landesämter
STR Global
TrustYou GmbH

Online-Quellen

www.gruenden.saarland
www.sparkassen-tourismusbarometer.de
www.svsaar.de
www.tourismuslotse.saarland
www.urlaub.saarland
www.wirtschaft.saarland

Impressum

Herausgeber: **Sparkassenverband Saar**
Europaalee 3-4
66113 Saarbrücken

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie des Saarlandes
Franz-Josef-Röder-Straße 17
66119 Saarbrücken

Projektpartner: **Tourismus Zentrale Saarland GmbH**
Trierer Straße 10
66111 Saarbrücken

Bearbeitung: **dwif-Consulting GmbH**

dwif – Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon (089) 2370289-0
E-Mail: info@dwif.de
Internet: www.dwif.de

dwif – Büro Berlin
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
Telefon (030) 757949-0
E-Mail info-berlin@dwif.de

Titelbild: Titel: Konzert am Losheimer Stausee. ©Inszene Media

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder in irgendeinem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Herausgeber reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

www.svsaar.de/tourismusbarometer

„Die positive Entwicklung des Tourismus im Saarland zeigt, dass sich unsere Investitionen der vergangenen Jahre auszahlen. Darauf wollen wir uns nicht ausruhen. Wir wollen die guten Voraussetzungen nutzen, neue Potenziale erschließen und den Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor weiter stärken. Deshalb werden wir auch künftig gezielt investieren und gemeinsam mit den touristischen Akteuren die erfolgreiche Entwicklung fortsetzen."

Jürgen Barke
Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie

„Wer Gäste halten und gewinnen will, muss investieren. Genau das geschieht im Saarland: Betriebe modernisieren, bauen und führen fort, was über Generationen gewachsen ist. Was dabei entsteht, wirkt weit über die eigenen Mauern hinaus. Unsere Sparkassen sind nah an den Betrieben, wenn solche Entscheidungen anstehen – Begleitung beginnt für uns nicht erst bei der Finanzierung."

Cornelia Hoffmann-Bethscheider
Präsidentin Sparkassenverband Saar

Ansprechpartner

Jan Grolier
Telefon (0681) 9340-167
Fax (0681) 9340-156
E-Mail jan.grolier@svsaar.de
Internet www.svsaar.de

Dr. Rainer Schryen
Telefon (0681) 501-84232
E-Mail referat.e2@wirtschaft.saarland.de
Internet www.wirtschaft.saarland.de

Birgit Grauvogel
Telefon (0681) 92720-13
Fax (0681) 92720-40
E-Mail grauvogel@tz-s.de
Internet www.urlaub.saarland