

Kurzfassung zum Jahresbericht 2026

Sparkassen- Tourismusbarometer Saarland

Saarland-Tourismus im Wettbewerbsvergleich

Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland

 Finanzgruppe
Sparkassenverband Saar



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 Energie². Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird das Tourismusbarometer von der dwif-Consulting GmbH.

Ziele

Ziel des Tourismusbarometers³ ist die kontinuierliche problemorientierte Beobachtung der Tourismusentwicklung im Saarland und in seinen Landkreisen. 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 Handlungsbedarf 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 Beirat⁴ 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.

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 eintreten. 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



KONJUNKTURBERICHT ZUM SAARLAND-TOURISMUS

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

Die touristischen Rahmenbedingungen bleiben von geopolitischen Spannungen, Lieferkettenunsicherheiten sowie volatilen Energie- und Rohstoffpreisen geprägt. Für Betriebe und Reisende entsteht dadurch ein Umfeld zwischen hoher Reiselust und wirtschaftlicher Vorsicht. Trotz eines leichten BIP-Wachstums in Deutschland 2025 und stabilerer Inflationsrate bleibt das Konsumklima sensibel; zugleich schafft die dauerhafte Senkung der Umsatzsteuer auf Speisen in der Gastronomie Spielräume zur Abfederung von Kostensteigerungen und für Investitionen in Qualität. Der Urlaubsmarkt zeigt sich weiterhin robust: 2025 wurden 68 Mio. Urlaubsreisen mit Ausgaben von 92 Mrd. Euro unternommen, die Urlaubsreiseintensität lag bei 80,5 %. Gleichzeitig prägen Unsicherheit und eine auslandsorientierte Nachfrage das Reiseverhalten. Inlandsreisen gingen gegenüber 2024 um knapp eine Million zurück, während Auslandsreisen 78 % erreichten. Gefragt sind verlässliche Angebote mit Qualität, Authentizität, Kulinarik, Entschleunigung und kultureller Nähe. Für 2026 deuten frühe Reiseabsichten auf eine stabile bis leicht konsolidierte Nachfrage hin. Drei Viertel der Bevölkerung planen bereits im Januar mindestens eine Reise. KI gewinnt dabei als Instrument für Inspiration, Information, Empfehlungen und Reisebegleitung an Bedeutung und wird touristische Services sowie Vermarktung zunehmend prägen.

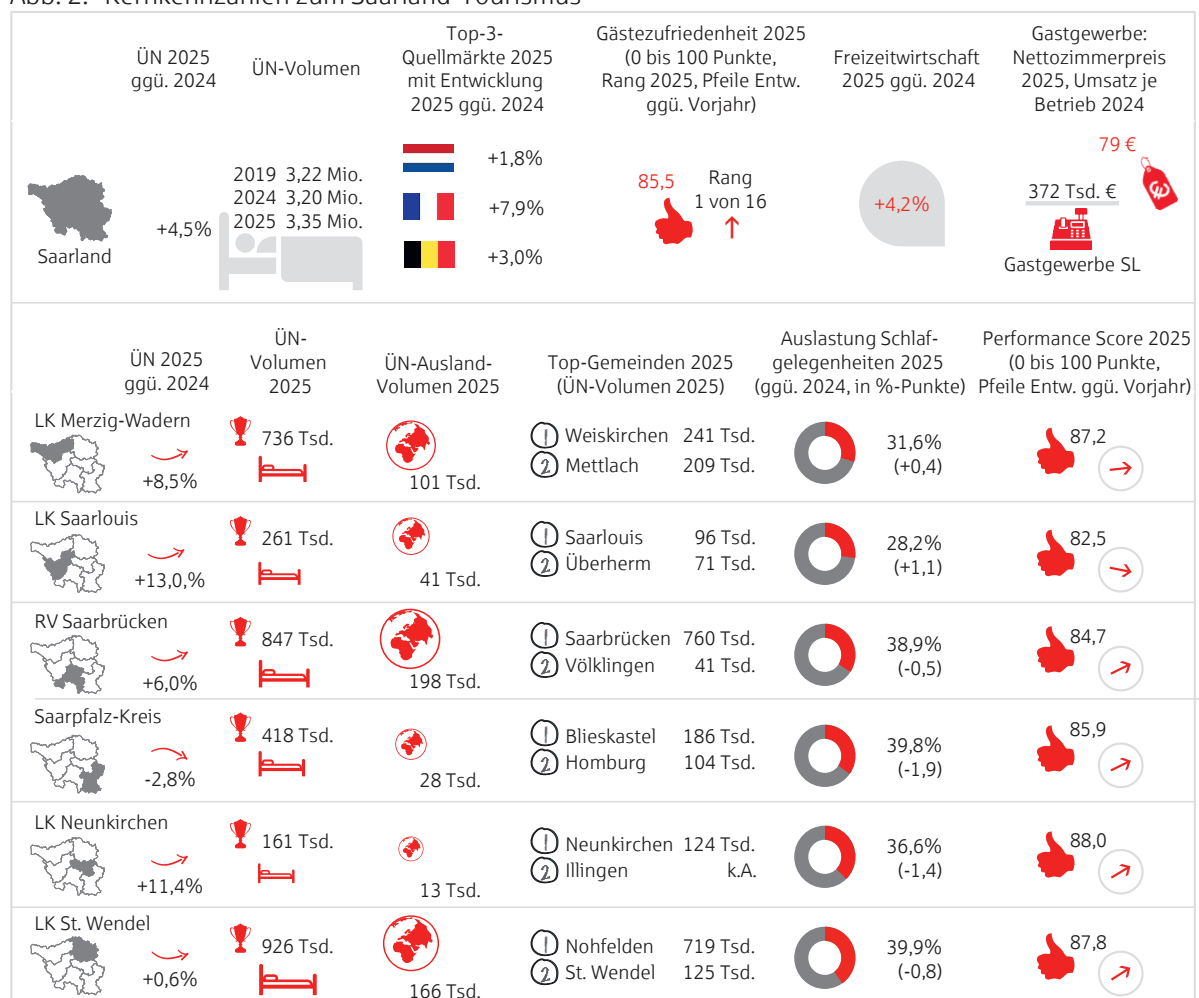
Saarland-Tourismus mit höchsten Wachstumsraten im Bundesländervergleich

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). Im Vergleich mit dem Jahr 2022 lag das Saarland beim Übernachtungswachstum mit +11,0 Prozent leicht über dem bundesweiten Durchschnitt von 10,4 Prozent.

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.

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. Erstmals wurden 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. 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. 2: Kernkennzahlen zum Saarland-Tourismus



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

Im **Landkreis Neunkirchen** stieg die Übernachtungsnachfrage nach einem Rückgang im Vorjahr 2025 um starke 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 einen positiven Einfluss auf die Übernachtungsentwicklung. Trotz des Zuwachses 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 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 haben sich 2025 fast halbiert. Ein wesentlicher Anteil dürfte auf rückläufige standortbezogene Reiseanlässe im Zusammenhang mit der nahegelegenen Air Base Ramstein zurückzuführen sein.

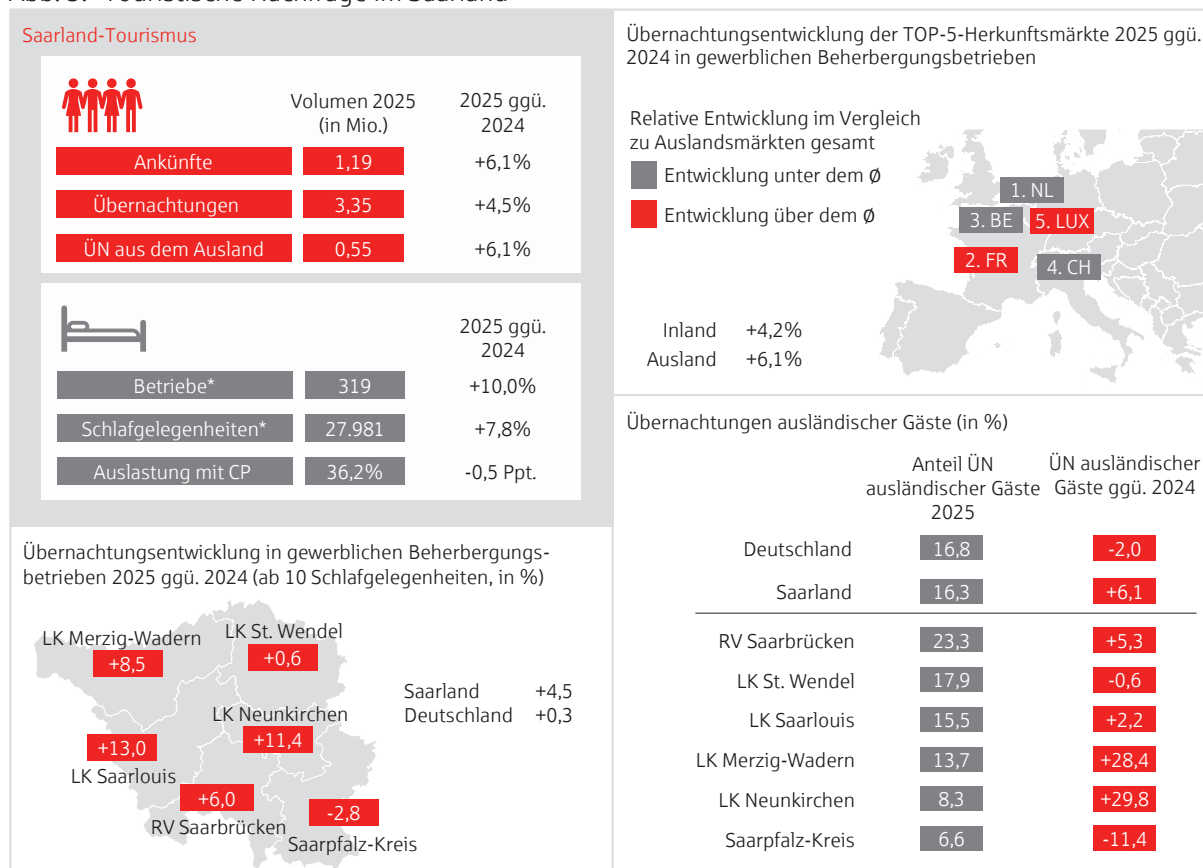
Im **Regionalverband Saarbrücken** stiegen die Übernachtungszahlen 2025 bereits das fünfte Jahr in Folge. Mit einem Übernachtungsplus von 6,0 Prozent wurde ein neuer Höchstwert von rund 850.000 Übernachtungen erzielt. Der Regionalverband Saarbrücken entwickelte sich damit in den letzten Jahren dynamischer 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. An zweiter Stelle liegen die Niederlande, gefolgt von Polen, der Schweiz, Großbritannien und Belgien. 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. Das Wachstum einiger osteuropäischer Märkte wie Tschechien und Polen ist maßgeblich auf berufsbedingte Motive zurückzuführen.

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.

Abb. 3: Touristische Nachfrage im Saarland



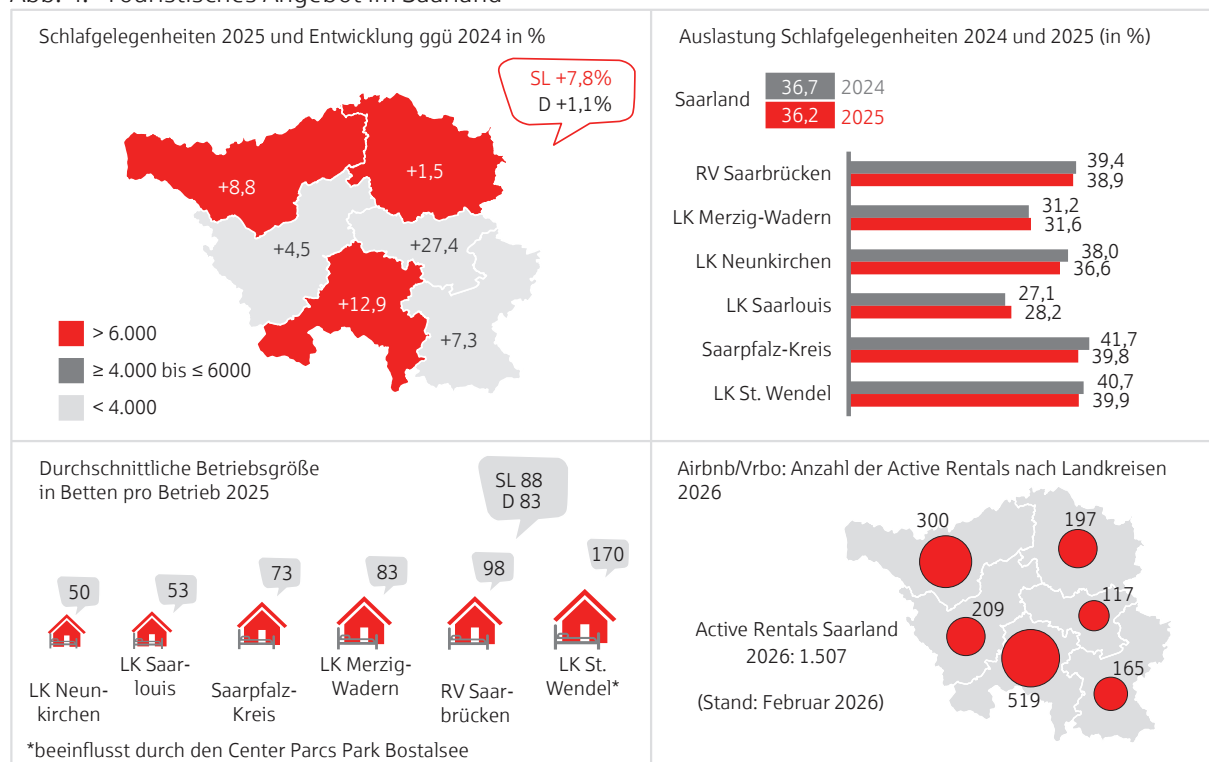
Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Bundesamt, Statistisches Amt Saarland, * Stand Juli



Kapazitätsausbau im Saarland gegen den bundesweiten Trend, Auslastung weiter unter Druck

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 zu 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. Bundesweit ging die Zahl der Betriebe 2025 dagegen 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.

Abb. 4: Touristisches Angebot im Saarland

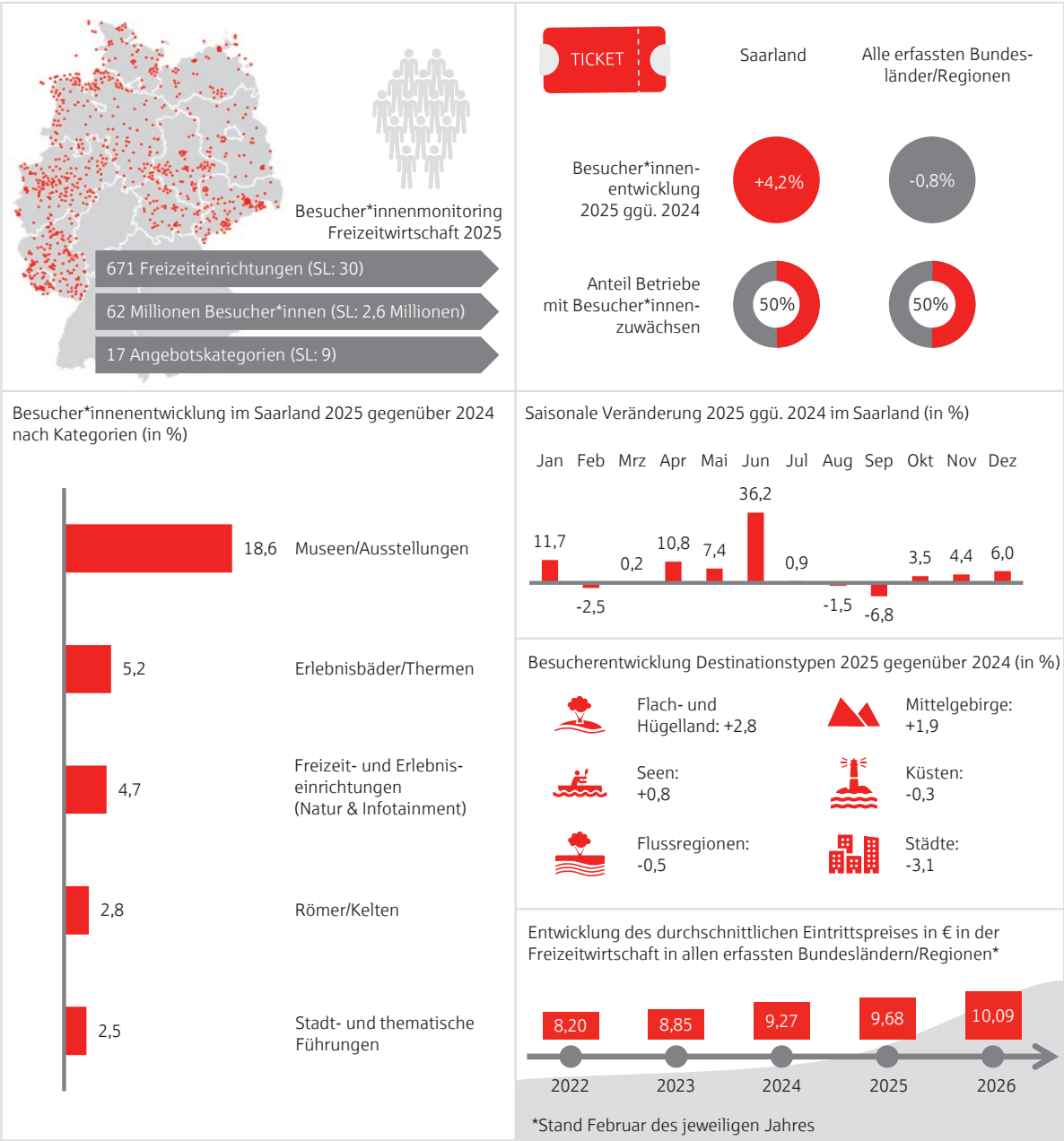


Quelle: dwif 2026, Daten Statistisches Bundesamt, Statistisches Amt Saarland

Freizeiteinrichtungen erneut mit positiver Besucher*innenentwicklung

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. 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.

Abb. 5: Freizeitwirtschaft im Saarland im Überblick



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

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. Die Teuerungsrate bei den Freizeit- und Kultureinrichtungen lag mit 4,2 Prozent etwas unter der des Verbraucherpreisindex für „Museumsbesuch, Zoobesuch oder Ähnliches“ (+5,1 Prozent).⁵ 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

⁵ Vergleich Februar 2026 mit Februar 2025, www.destatis.de

Saarländische Beherbergung trotz bundesweitem Trend rückläufiger Umsätze, Gastronomie verliert

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.

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. 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.

Die Entwicklung von Preisen und Auslastung in der Beherbergung führte 2025 den Daten des IHA-Hotemarktberichts 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.

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.

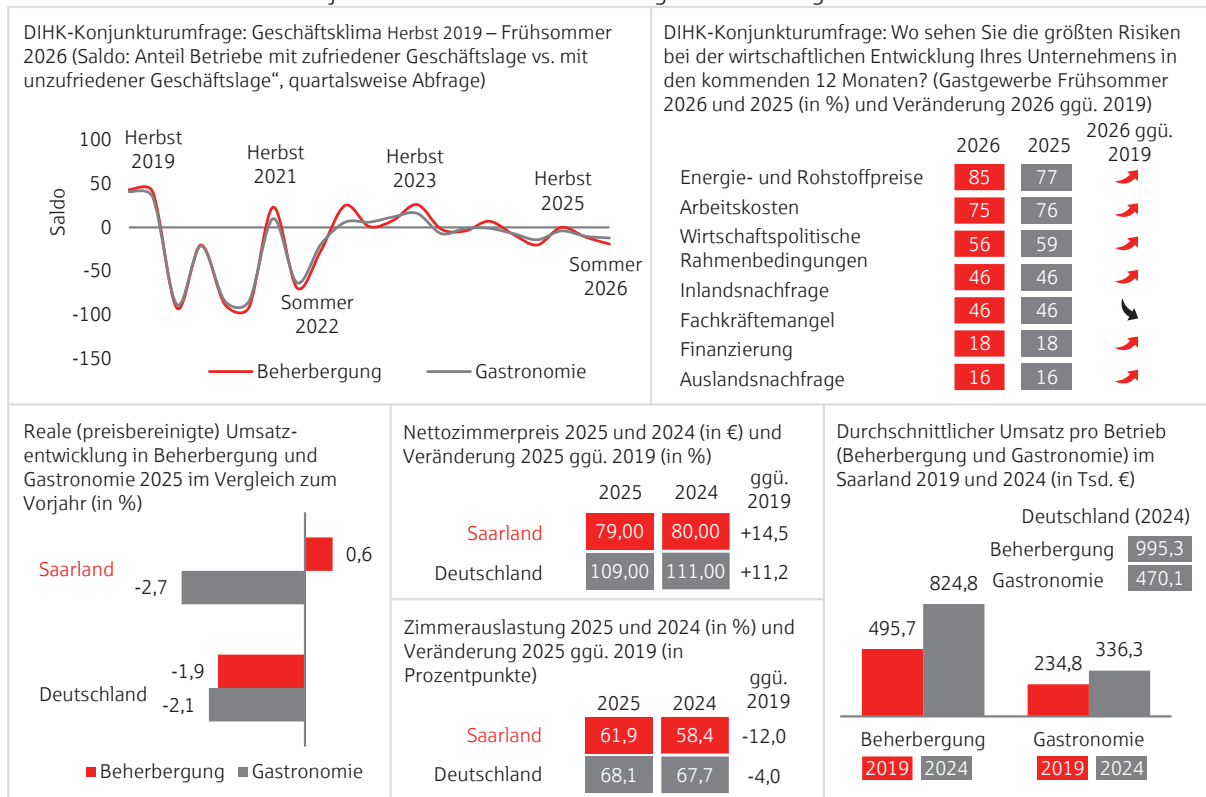
Arbeitsmarkt steht weiterhin vor Herausforderungen

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.⁶ Hohe Gehaltsforderungen, Sprachbarrieren und fehlende Qualifikationen zählen zu den größten Herausforderungen bei der Gewinnung qualifizierter Mitarbeitender.

⁶ Unterkunftsbarometer Deutschland 2025 (veröffentlicht von Booking.com und Statista)

Abb. 6: Kennzahlen zur Konjunktur- und Marktbewertung für das Gastgewerbe im Saarland



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

Die Kostenbelastung prägt die betriebswirtschaftliche Entwicklung im Gastgewerbe

Insgesamt zeigte das Jahr 2024 (aufgrund der Jahresabschlüsse der Betriebe liegen die aktuell verfügbaren Daten immer ein Jahr weiter zurück), dass sich der Renditedruck im Gastgewerbe weiter verfestigte: Rückläufige reale Umsätze 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 Unterstützung bieten, etwa durch Beratung, Kapitaldienstfähigkeitsanalysen, Priorisierung von Investitionen oder Fördermittelbegleitung.



Qualität als zentraler Erfolgsfaktor

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. 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.

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 Unternehmungen 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.

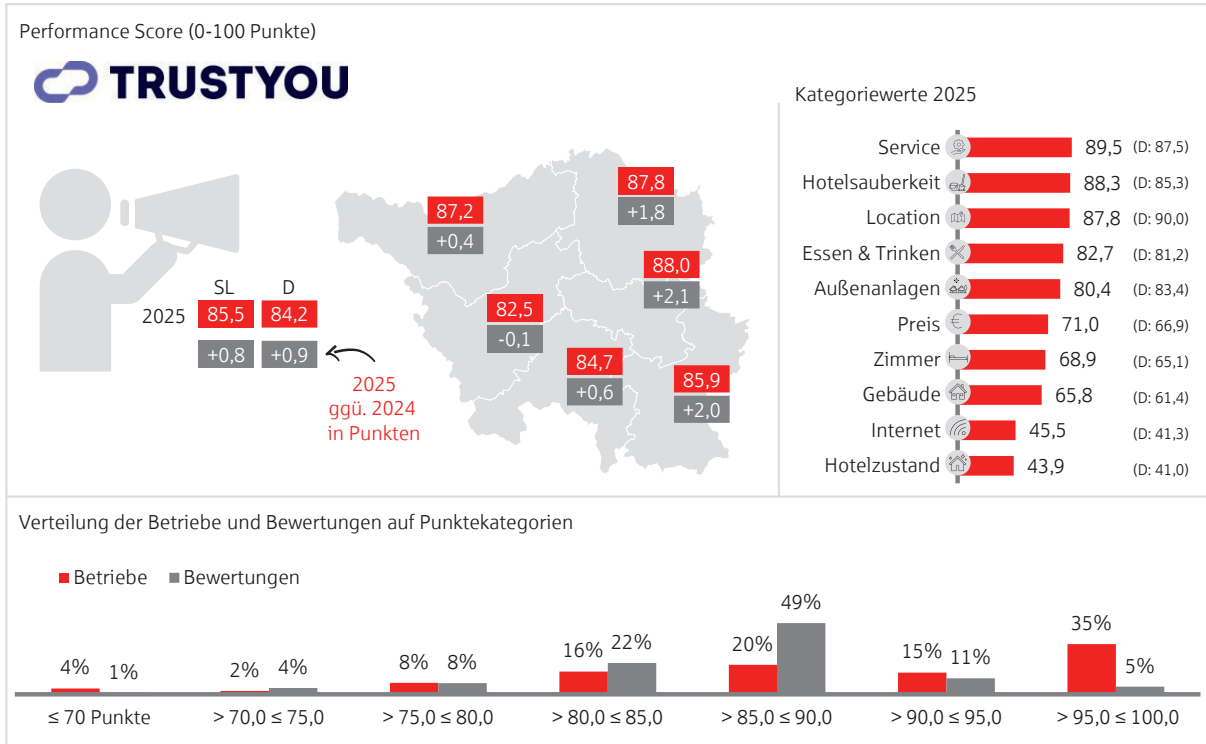
Die Gästezufriedenheit im Saarland ist im Jahr 2025 erneut gestiegen. Der Performance Score lag bei 85,5 Punkten und damit 0,8 Punkte höher als im Vorjahr. Damit belegte das Saarland zusammen mit Mecklenburg-Vorpommern im Bundesländerranking den ersten Platz. Der Wert des Jahres 2019 wurde damit im Saarland 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.

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.

Abb. 7: Gästezufriedenheit im Saarland



Quelle: dwif 2026, Daten TrustYou GmbH, Kartengrundlage GfK



WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS IM SAARLAND

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

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.

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.

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.

Den inhaltlichen Rahmen für diese Wirkungsdimensionen des Tourismus bildet das touristische Wirkungsdreieck. Es bündelt die Wirkungslogik der Tourismus- und Freizeitentwicklung und zeigt gleichzeitig, dass diese Bereiche nicht nebeneinanderstehen, sondern sich gegenseitig verstärken können. Alle Details dazu sind in der Langfassung des Sparkassen-Tourismusbarometers Saarland 2026 nachzulesen.

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 Zuliefer*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.

Die Attraktivität des Saarlandes als Reiseziel steigt

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 Nachfragenvolumen im Jahr 2025 auf 43,9 Millionen Aufenthaltstage auf. Das Saarland entwickelt sich demnach zunehmend als attraktive Destination für Tages- und Übernachtungsgäste.

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.

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. Das Übernachtungsvolumen hat sich im Saarland ebenfalls 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.

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 liegen Tagesreisende im Saarland unter dem bundesweiten Durchschnitt von 33,50 Euro je Tagesreise.

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.

Ansatzpunkte für eine Steigerung der Tagesausgaben von Tages- und Übernachtungsgästen liegen vor allem in der gezielten Verknüpfung von Angeboten: Kultur- und 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, die Gäste gezielter in lokale Wirtschaftskreisläufe einzubinden.

Abb. 8: 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	Aufenthalts- tage	x	Tages- ausgaben 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

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

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.

Profiteure und Branchenstruktur der Bruttoumsätze – Tourismus mit Breitenwirkung

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. 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.

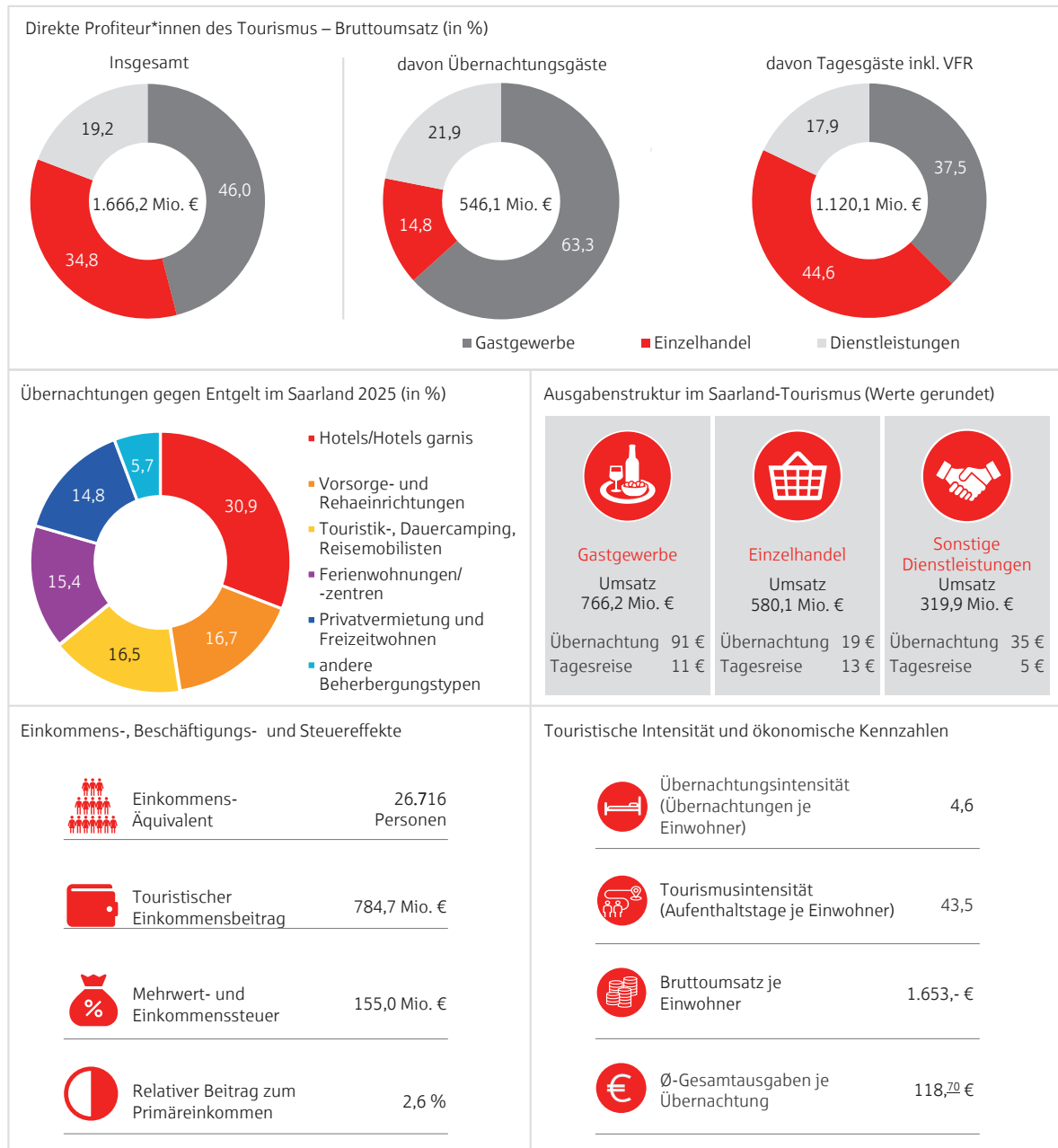
Touristisches Einkommen sichert Kaufkraft und stärkt die regionale Einkommensbasis

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.

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 entlohten 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. 9: 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 Städten und Gemeinden 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.

BEIRAT

Heike Brücker

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitales und Energie

Birgit Grauvogel

Tourismus Zentrale Saarland GmbH

Karsten Heinsohn

dwif-Consulting GmbH

Susanne Niklas

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitales und Energie

Dr. Rainer Schryen

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitales und Energie

Michael Buchna

DEHOGA Saarland

Jan Grolier

Sparkassenverband Saar

Dr. Christian Molitor

Sparkassenverband Saar

Daniela Schlegel-Friedrich

Landkreis Merzig-Wadern

Leander Wappler

Industrie- und Handelskammer des Saarlandes



INHALTSVERZEICHNIS GESAMTBERICHT 2026

I	EINFÜHRUNG
II	SAARLAND-TOURISMUS IM WETTBEWERBSVERGLEICH
1	Rahmenbedingungen
2	Touristische Nachfrage
3	Touristisches Angebot
4	Betriebstypen im Vergleich
5	Destinationstypen im Vergleich
III	FREIZEITWIRTSCHAFT UND GASTGEWERBE IM SAARLAND
1	Freizeitwirtschaft
1.1	Rahmenbedingungen 2025
1.2	Eckpunkte der saarländischen Besucher*innenentwicklung 2025
1.3	Saisonverlauf der Freizeiteinrichtungen
1.4	Besucher*innenentwicklung nach Kategorien im Saarland 2025
2	Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe
2.1	Konjunktur- und Marktbewertung
2.2.	Umsatzentwicklung
2.2	Preisentwicklung im Gastgewerbe
2.3	Zimmerauslastung und RevPar
2.3	Gewerbestatistik im Gastgewerbe
2.4	Arbeitsmarkt im Gastgewerbe
2.5	Betriebswirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen
3	Qualität der Betriebe
IV	WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS IM SAARLAND
1	Der Wirtschaftsfaktor Tourismus im Kontext von Ökonomie, Lebensqualität und Standort
2	Ökonomische Effekte: Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland
2.1	Bedeutung des Tourismus im Saarland
2.2	Touristisches Nachfragevolumen
2.3	Ausgabenstruktur der Gäste im Saarland
2.4	Umsätze aus dem Tourismus
2.5	Profiteure und Branchenstruktur der Bruttoumsätze
2.6	Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte
2.7	Touristische Intensität und zentrale Kennziffern

Online-Download: www.svsaar.de

Impressum

Herausgeber:

Sparkassenverband Saar
Europaallee 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

Bildnachweis:

Titel: Konzert am Losheimer Stausee. ©Inszene Media; Seite 4: Ringwall Otzenhausen / Giulio Gröbert; Seite 8: Bostalsee / © Eike Dubois; Seite 13: Ludwigskirche Saarbrücken / © Kevin Ehm; Seite 16 Altstadt Ottweiler / © Fabian Hoppstädter; Seite 22: Saarschleife / © Eike Dubois

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