

Sparkassen-Tourismusbarometer Rheinland-Pfalz

Kurzfassung zum Jahresbericht 2025

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

für Rheinland-Pfalz ist der Tourismus sowohl ein Wirtschafts- als auch ein Standortfaktor ersten Ranges. Mit einem jährlichen Bruttoumsatz von über 8 Milliarden Euro zählt er zu den umsatzstärksten Branchen des Landes. Mit rund 8,7 Millionen Gästen und 180 Millionen Tagesreisen ist der Tourismus eine wichtige Querschnittsbranche. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen – von der Hotellerie und Gastronomie über den Einzelhandel, dem Dienstleistungsgewerbe bis hin zu Kulturbetrieben und Verkehrsdienstleistern bzw. Zulieferbetrieben wie regionalen Produzenten und Handwerksbetrieben profitieren stark vom Tourismus. Es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der aus dem Tourismus keinen Vorteil zieht und kaum eine Region, die nicht vom Tourismus geprägt ist.

Umso wichtiger ist es, sich mit der Zukunftsfestigkeit des Tourismus und der Betriebe auseinanderzusetzen. Dazu gehört ein wettbewerbsfähiges, modernes Angebot für Besuchende ebenso wie ein wirtschaftlich solides Fundament, das Raum für Innovationen schafft.



Daniela Schmitt
Ministerin für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz
Foto: © Jonas Werner-Hohensee

„Der Tourismus in Rheinland-Pfalz erlebte 2024 mit 22,3 Millionen Übernachtungen den dritt höchsten Wert an Übernachtungen gemäß amtlicher Statistik. Dennoch können wir noch nicht ganz an das Vor-Corona-Niveau anknüpfen. Es gilt weiterhin alle Kräfte zu bündeln und sich zukunftsfähig, digital und nachhaltig aufzustellen. Mit dem Sparkassen-Tourismusbarometer haben wir ein Marktforschungsinstrument, das die Entwicklung und den aktuellen Status der Tourismusbranche in unserem Land genau unter die Lupe nimmt und Chancen identifiziert sowie Handlungsempfehlungen für die touristische Zukunftssicherung gibt“, erklärt Daniela Schmitt, Ministerin für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz.

„Die Sparkassen nehmen als Finanzierungs-partner des Mittelstands eine Schlüsselrolle ein, wenn es darum geht, die wirtschaftliche Entwicklung und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu fördern. Ob kleine familiengeführte Pensionen, innovative Start-ups im Bereich Tourismus, größere Investitionsprojekte wie der Ausbau von Hotels und Freizeitanlagen oder ihrer Zulieferbetriebe – die Sparkassen unterstützen touristische Akteurinnen und Akteure mit maßgeschneiderten Finanzierungslösungen. Sie ermöglichen es, neue Ideen zu realisieren, bestehende Angebote zu modernisieren und regionale Attraktionen auszubauen“, betont Thomas Hirsch, Präsident des Sparkassenverbandes Rheinland-Pfalz.



Thomas Hirsch
Präsident des Sparkassenverbandes
Rheinland-Pfalz
Foto: © Sparkassenverband Rheinland-Pfalz

Das Sparkassen-Tourismusbarometer gibt Einblicke in die Tourismusedwicklung im Land Rheinland-Pfalz und seinen Tourismusregionen, beleuchtet Themen wie die Zukunftsperspektiven für Hotellerie und Gastronomie und zeigt kommende Herausforderungen, Potentiale sowie Handlungsbedarfe auf. Es liefert allen Akteurinnen und Akteuren im Tourismus wertvolle Informationen für zukunftsfähige Investitionen, maßgeschneiderte Finanzierungen und den nachhaltigen Betrieb touristischer Einrichtungen. Das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz, der Sparkassenverband Rheinland-Pfalz und die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH danken allen, die sich an der Entstehung des Sparkassen-Tourismusbarometers aktiv beteiligt haben.

Lassen Sie uns den Tourismus in unserem Land gemeinsam zukunftsfest machen und die Menschen in unserem schönen Rheinland-Pfalz willkommen heißen.

Wir wünschen Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre.

Mainz, August 2025



Daniela Schmitt

Ministerin für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau
Rheinland-Pfalz



Thomas Hirsch

Präsident des Sparkassenverbandes
Rheinland-Pfalz





Einführung

Ziel des Tourismusbarometers ist die kontinuierliche Beobachtung der Tourismusentwicklung in Rheinland-Pfalz und seinen Regionen.

Es macht die Nutzenden auf Optimierungs- und Handlungspotentiale sowie strukturelle Veränderungen der Tourismusentwicklung aufmerksam. Durch das frühzeitige und kontinuierliche Monitoring ermöglicht es zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche. Außerdem erleichtert das Tourismusbarometer Entscheidungsfindungen für die Infrastrukturentwicklung ebenso wie für das Marketing und fungiert als Qualitätsscout für die Tourismuswirtschaft.

Das Sparkassen-Tourismusbarometer

- ermöglicht durch den Einsatz eines jährlich gleichbleibenden Datensets strukturelle, (über-)regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus,
- schließt wesentliche Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik,
- bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zur Marktentwicklung der Freizeitwirtschaft,
- analysiert die wirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen (anonymisiert),
- gibt einen Überblick über das aktuelle Qualitätsniveau der Betriebe in Rheinland-Pfalz,
- greift aktuelle Themen aus der Branche auf. Das Tourismusbarometer 2025 befasst sich mit dem Schwerpunktthema „Zukunftsperspektiven für das Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz“.

Tourismus im Wettbewerbsvergleich	Wirtschaftliche Lage der Betriebe	Aktuelles Branchenthema 2025
Länder und Regionen	Freizeit- und Kultureinrichtungen	Zukunftsperspektiven für das Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz
Betriebstypen	Wirtschaftliche Situation des Gastgewerbes	
Destinationstypen	Qualität der Betriebe	

Quelle: dwif 2025

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Rheinland-Pfalz wurde 2025 erstellt. Herausgeber sind der Sparkassenverband Rheinland-Pfalz und das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau mit fachlicher Begleitung der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH.

Konjunkturbericht zum Rheinland-Pfalz-Tourismus

Rahmenbedingungen

Die Tourismusbranche in Rheinland-Pfalz steht aktuell unter dem Einfluss wirtschaftlicher Veränderungen und eines sich wandelnden Reiseverhaltens, das gleichzeitig stabile und neue Entwicklungen zeigt. Hinzu kommen tiefgreifende Veränderungen durch Nachhaltigkeit und Digitalisierung, die die Rahmenbedingungen zusätzlich prägen. So wirkt sich die wirtschaftliche Stimmung im Land auch auf das Konsum- und Reiseverhalten aus. Die wirtschaftliche Entwicklung bildet derzeit den bedeutendsten Einflussfaktor für die Urlaubsplanung. Trotz gestiegener Preise ist das verfügbare Budget für mehr als die Hälfte der Reisenden im Zweijahresvergleich unverändert geblieben.

Nach den Krisen und Umbrüchen der vergangenen Jahre ist das Reiseverhalten in vielen Bereichen inzwischen zu den gewohnten Mustern zurückgekehrt. Knapp zwei Drittel der Reisenden geben an, dass ihre Art zu reisen sich durch die Pandemie nicht verändert hat. Bei der Destinationswahl, den Urlaubs- und Reiseformen sowie den bevorzugten Unterkunftsarten zeigt sich eine weitgehende Stabilität. Teilweise werden, wie bei der Anzahl der Urlaubsreisenden oder den Gesamtausgaben, sogar neue Rekordwerte erreicht. Reiselust und -absichten sind hoch, die Reisehäufigkeit hat insgesamt zugenommen, und die steigende Inlandsnachfrage wirkt sich positiv auf den Tourismus aus.¹

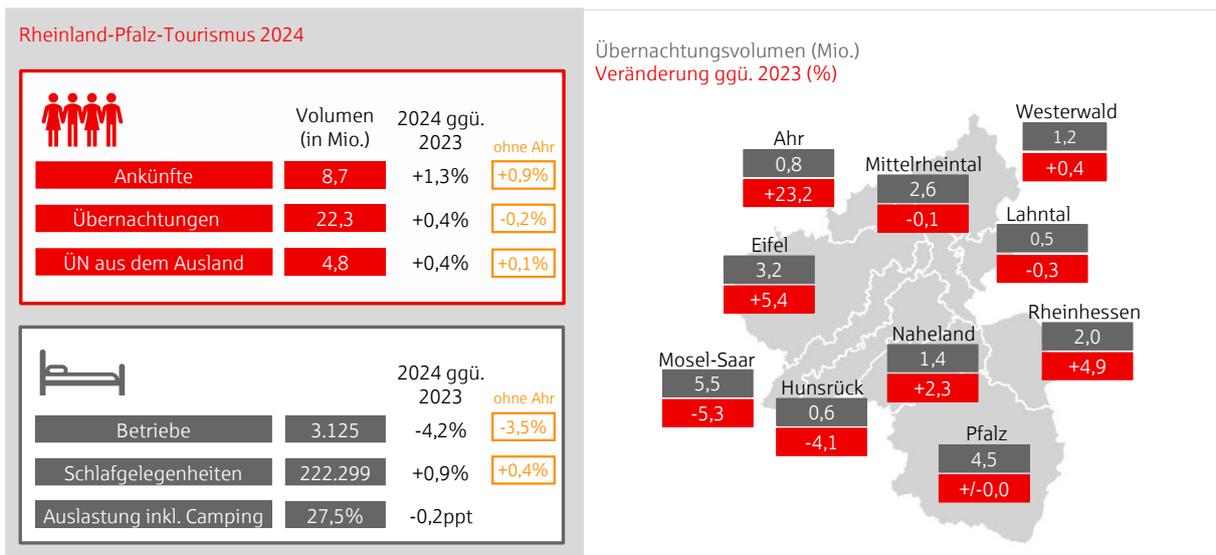
Touristische Nachfrage

Laut amtlicher Statistik wurden 2024 8,7 Millionen Gäste und 22,3 Millionen Übernachtungen im Tourismus in Rheinland-Pfalz verzeichnet. Damit wurde bei den Übernachtungen der dritthöchste Wert erreicht – nur die Jahre 2019 und 2018 lagen noch darüber. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zahl der Übernachtungen in Rheinland-Pfalz leicht um 0,4 Prozent gestiegen. Bundesweit fiel der Zuwachs mit 1,8 Prozent etwas dynamischer aus. Hier waren es erneut vor allem die Stadtstaaten und durch den Städtetourismus geprägte Bundesländer, die punkten konnten, allen voran Bremen, Berlin und Hessen. Bayern und Baden-Württemberg folgen im Dynamikranking auf den Plätzen 4 und 5.² Während deutschlandweit das Niveau des Jahres 2019 inzwischen wieder erreicht wurde, blieb Rheinland-Pfalz 2024 sowohl bei den Ankünften (-4,9 Prozent) als auch den Übernachtungen (-2,9 Prozent) darunter. Dies hängt stark mit der Flutkatastrophe im Ahrtal zusammen, bei der ein Großteil der touristischen Infrastruktur in der Region zerstört wurde. 7 Bundesländer übertrafen die Übernachtungszahlen des Jahres 2019 bereits wieder, darunter Bayern und Baden-Württemberg. Andere Länder wie Hessen und Sachsen verzeichneten noch Verluste. Der Marktanteil von Rheinland-Pfalz an den gesamten Übernachtungen in Deutschland lag im Jahr 2024 bei 4,5 Prozent. In den vergangenen Jahren war der Marktanteil leicht rückläufig.

Gäste aus dem Ausland spielen für den Tourismus in Rheinland-Pfalz eine große Rolle. Ihr Anteil lag 2024 bei 21,4 Prozent aller Übernachtungen und damit über dem bundesdeutschen Durchschnitt von 17,2 Prozent. Im Jahr 2024 verzeichneten die Übernachtungen aus dem Ausland in Rheinland-Pfalz einen leichten Zuwachs von 0,4 Prozent, was im bundesweiten Vergleich eine eher verhaltene Entwicklung darstellte. Deutschlandweit stieg die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste um 5,4 Prozent.

¹ ADAC Tourismusstudie 2025, ReiseAnalyse 2025

² Aufgrund der besseren Lesbarkeit wurden die Zahlen von 1 bis 12 in Ziffern geschrieben.



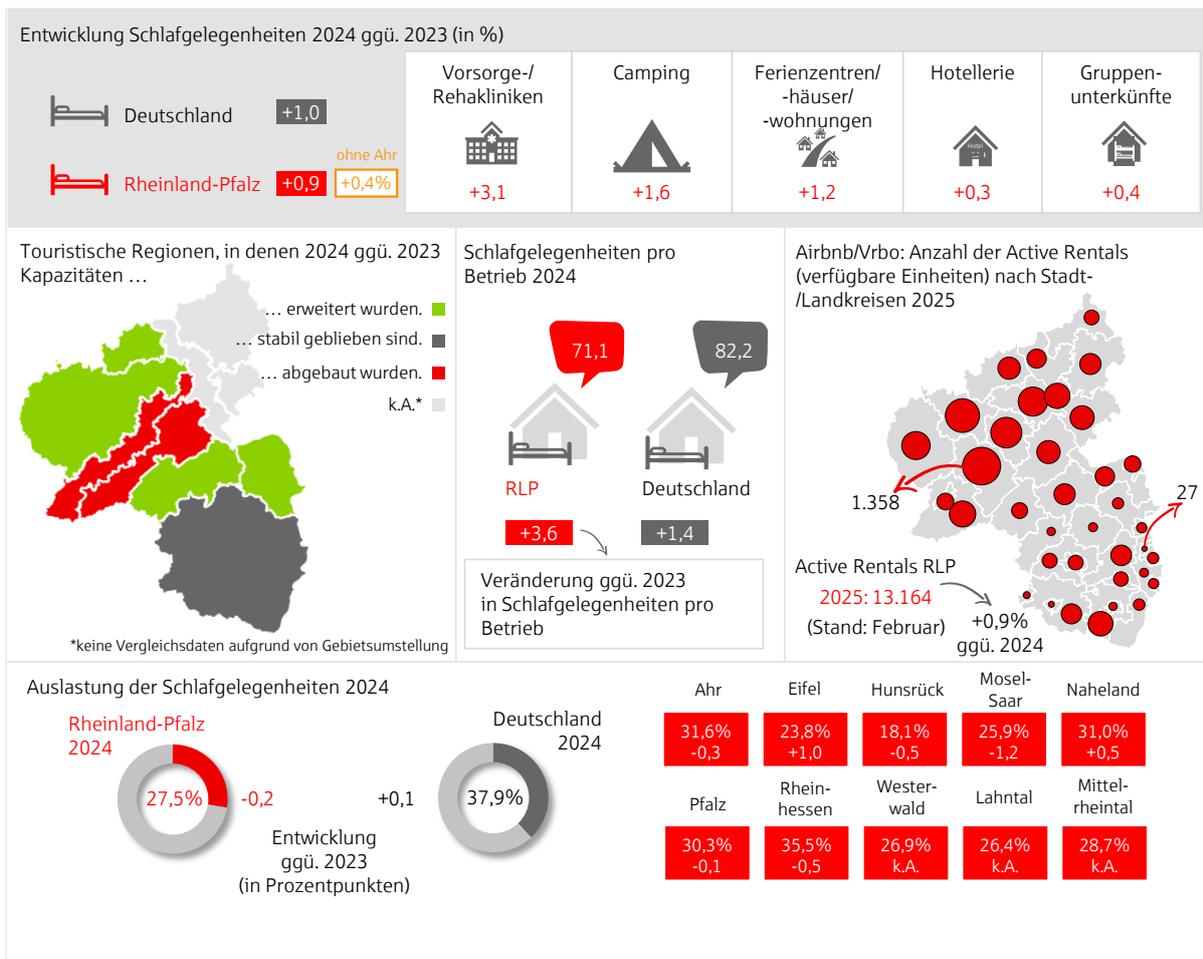
Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

Touristisches Angebot

Im Jahr 2024 zählte Rheinland-Pfalz 3.125 gewerbliche Beherbergungsbetriebe mit 222.299 Schlafgelegenheiten. Die Zahl der Betriebe nahm damit zum vierten Mal in Folge ab. Rund 140 Häuser stellten 2024 den Betrieb ein – mehr als im Jahr zuvor. Mit einem Rückgang von 4,2 Prozent lagen die Betriebsschließungen deutlich über dem Bundesdurchschnitt (-1,0 Prozent). Seit 2019 hat etwa jeder zehnte Betrieb den Markt verlassen, womit Rheinland-Pfalz im Bundesvergleich nach Mecklenburg-Vorpommern, Hessen und Schleswig-Holstein das vierthöchste Minus bei der Zahl der Betriebe aufweist.

Trotz rückläufiger Betriebszahlen wuchsen in Rheinland-Pfalz die Kapazitäten 2024 um 0,9 Prozent beziehungsweise rund 2.000 Schlafgelegenheiten. Im Vergleich zu 2019 bedeutet das jedoch weiterhin einen Rückgang um 4,7 Prozent, sodass Rheinland-Pfalz zu den 4 Bundesländern mit sinkenden Kapazitäten zählt. Ein großer Teil der Rückgänge ist auf die Sondereffekte in der Region Ahr zurückzuführen. Aber auch ohne diese Destination läge Rheinland-Pfalz mit einem Minus von 2,8 Prozent unter dem Wert des Jahres 2019, was dem höchsten Rückgang aller Bundesländer gegenüber 2019 entspricht. Bundesweit nahm die Zahl der Schlafgelegenheiten seit 2019 um 2,7 Prozent zu – besonders ausgeprägt unter anderem in Baden-Württemberg (+5,6 Prozent) und Bayern (+5,0 Prozent). In Hessen und Sachsen lag das Wachstum unter einem Prozent. In Rheinhessen, im Ahrtal, in der Eifel und im Naheland gab es im Jahr 2024 einen Ausbau der Schlafgelegenheiten. In der Pfalz blieben diese nahezu stabil, im Hunsrück und in der Region Mosel-Saar waren sie rückläufig.

Wie in einigen anderen Bundesländern verzeichnete auch Rheinland-Pfalz im Jahr 2024 einen Rückgang bei der Auslastung. Mit 27,5 Prozent lag sie 0,2 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert und markiert erneut die niedrigste Auslastung bundesweit. Damit entfernte sich das Land weiter vom Ergebnis aus dem Jahr 2019, das bei 30,9 Prozent lag. Bundesweit stieg die Auslastung 2024 um 0,1 Prozentpunkte.



Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Bundesamt und Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, AirDNA

Kultur- und Freizeiteinrichtungen

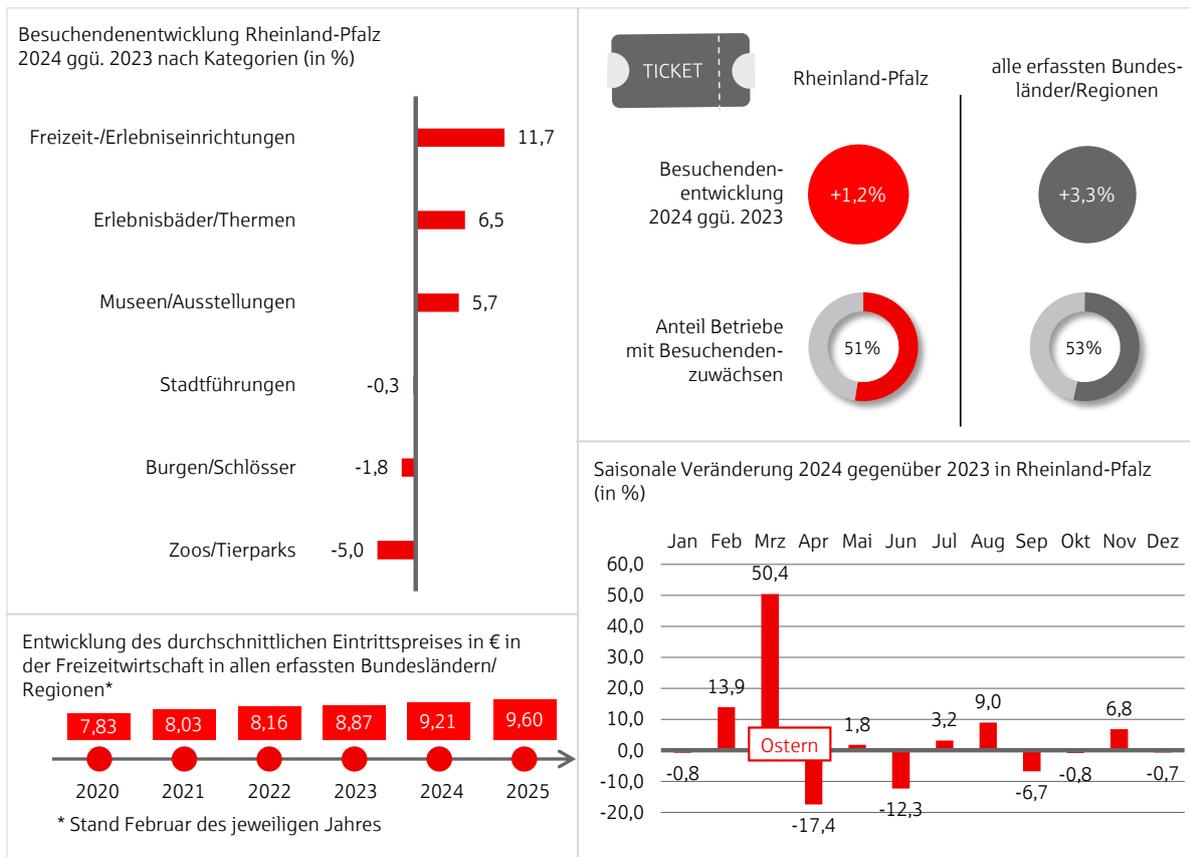
2024 war auch für die Freizeiteinrichtungen in Rheinland-Pfalz ein erfolgreiches Jahr.³ Die Zahl der Besuchenden erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Prozent. Bei allen Einrichtungen aus 10 Bundesländern, die am Monitoring teilnehmen, lag das Plus sogar bei 3,3 Prozent. Trotzdem wurde in Rheinland-Pfalz das Niveau des Jahres 2019 noch um 7,0 Prozent verfehlt. Über die Hälfte der Einrichtungen in Rheinland-Pfalz vermeldeten 2024 ein Plus gegenüber dem Vorjahr, was dem generellen Trend der am Monitoring teilnehmenden Einrichtungen entspricht. Mehr als einem Drittel der Einrichtungen gelang es, die Zahl der Besuchenden im Vergleich zu 2019 zu erhöhen. Erlebnisbäder/Thermen, Freizeit- und Erlebniseinrichtungen und Museen/Ausstellungen konnten das Ergebnis des Jahres 2023 übertreffen. Burgen/Schlösser, Stadtführungen und Zoos/Tierparks schnitten schwächer ab. Die Entwicklung von den Monaten März und April war durch die unterschiedliche Lage der Osterferien in den Jahre 2023 und 2024 beeinflusst.

Von Februar 2024 bis Februar 2025 sind die Eintrittspreise in allen am Monitoring teilnehmenden Freizeiteinrichtungen erneut gestiegen (+ 4,2 Prozent), allerdings weniger stark als im Vorjahr (+4,9 Prozent). Verglichen mit dem Frühjahr 2020 entspricht das einem Preisanstieg über ein Fünftel und liegt damit etwas über dem Anstieg des Verbraucherpreisindex für Freizeit, Kultur und Unterhaltung (+16,1 Prozent)⁴. In Rheinland-Pfalz bewegte sich der durchschnittliche Preisanstieg in den

³ Am Monitoring im Rahmen der Sparkassen-Tourismusbarometer nehmen insgesamt 670 Einrichtungen aus 10 Bundesländern teil, 62 davon aus Rheinland-Pfalz.

⁴ Vergleich Februar 2020 mit Februar 2025, Destatis

Freizeiteinrichtungen 2025 mit 2,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr unter dem aller teilnehmenden Bundesländer. Die höchsten Preissteigerungen waren bei den Erlebnisbädern/Thermen und den Zoos/Tierparks zu beobachten. Trotzdem blieben beide Kategorien im Vergleich zu den anderen Bundesländern weiterhin preislich unter dem Durchschnitt.



Quelle: dwif 2025, Daten dwif-Freizeitmonitoring

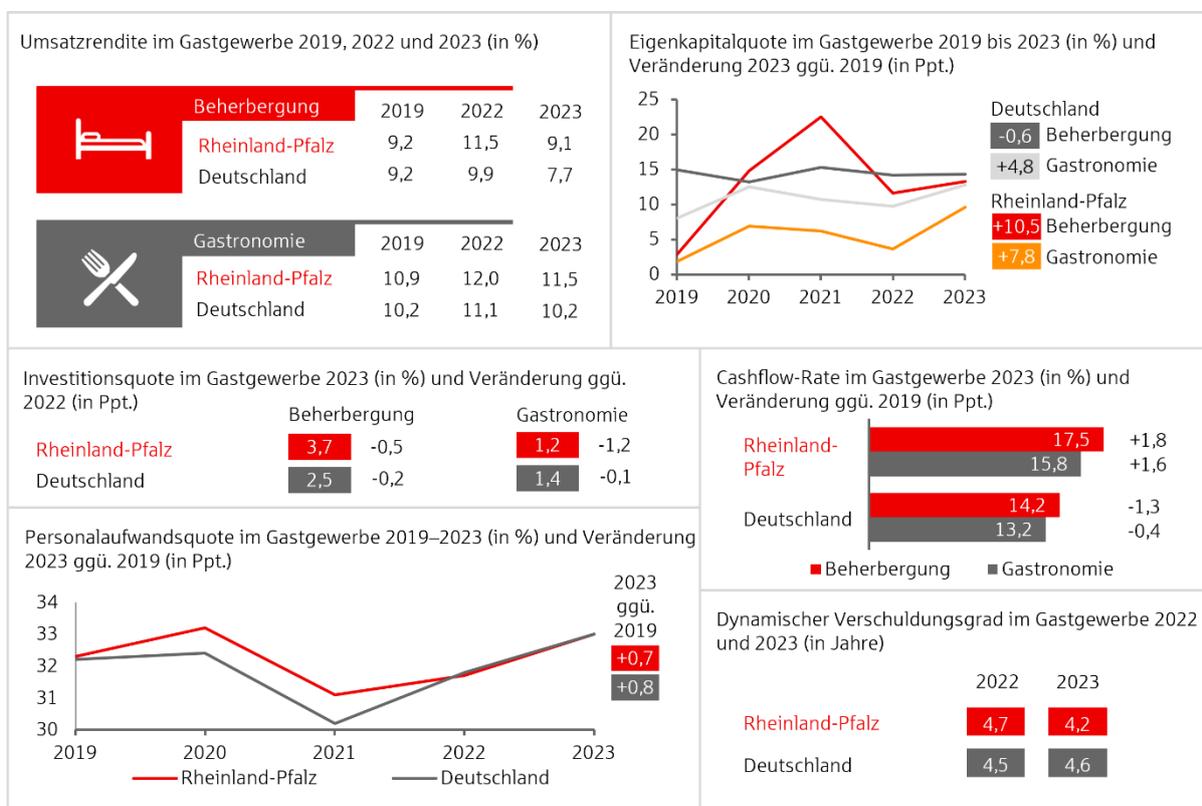
Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe

Für das Jahr 2024 wurde eine stagnierende Entwicklung der deutschen Wirtschaft prognostiziert. In diesem wirtschaftlichen Umfeld blieb auch die Situation im Hotel- und Gaststättengewerbe weiterhin angespannt. In der rheinland-pfälzischen Gastronomie belief sich der reale Umsatzrückgang auf durchschnittlich 5,3 Prozent – insbesondere verursacht durch stetig steigende Betriebskosten. Auch im Beherbergungsgewerbe fiel die Bilanz verhalten aus: Zwar sank der nominale Umsatz in Rheinland-Pfalz im Vergleich zu 2023 lediglich um 0,8 Prozent, inflationsbereinigt entspricht dies jedoch einem Rückgang von 3,7 Prozent. Trotz weiterhin herausfordernder Rahmenbedingungen und einer eher getrübtten Bewertung der aktuellen Lage deutet sich zum Jahresbeginn 2025 eine erste Stimmungsaufhellung im Gastgewerbe an. Die Geschäftserwartungen haben sich verbessert und fallen optimistischer aus als noch zum Jahresende 2024.

In Rheinland-Pfalz zeigte sich zudem eine stabile Marktlage, begleitet von einem leichten Rückgang der Übernachtungspreise um 0,5 Prozent gegenüber 2023. Im Jahr 2024 lag der durchschnittliche Zimmerpreis in Rheinland-Pfalz bei 103,30 Euro, dies sind 15,50 Euro unter dem Bundesdurchschnitt von 118,80 Euro. Damit befindet sich Rheinland-Pfalz preislich weiterhin im unteren Drittel im bundesweiten Vergleich. Die Zimmerauslastung im deutschen Hotelsektor hat sich im dritten Jahr in Folge schrittweise dem Vorkrisenniveau von 2019 angenähert und liegt aktuell bei etwa 61,7 Prozent in Rheinland-Pfalz. Somit stieg 2024 der RevPAR, der durchschnittliche Erlös pro verfügbares Zimmer, auf 63,70 Euro und liegt etwa einen Euro über dem Vorkrisenniveau von 2019.

Die Innenfinanzierungskraft des rheinland-pfälzischen Gastgewerbes zeigt sich trotz eines teilweise leichten Rückgangs weiterhin stabil. Mit einer Cashflow-Rate von 17,5 Prozent im Jahr 2023 im Beherbergungssegment und 15,8 Prozent in der Gastronomie liegt Rheinland-Pfalz deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt von 14,2 Prozent in der Beherbergung und 13,2 Prozent in der Gastronomie.

Die wirtschaftliche Stabilität eines Betriebs ist eng mit seiner Investitionsfähigkeit verknüpft, wobei die Eigenkapitalquote neben der Cashflow-Rate als zentraler Indikator dient. In Rheinland-Pfalz wie auch bundesweit ist die Quote im Jahr 2023 gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen. Im Beherbergungssegment um 1,7 Prozentpunkte auf 13,3 Prozent und in der Gastronomie um 6 Prozentpunkte auf 9,6 Prozent. In der mittelfristigen Betrachtung ist die Eigenkapitalquote in Rheinland-Pfalz leichten Schwankungen ausgesetzt gewesen. Lag sie bei den Beherbergungsbetrieben 2019 noch bei 2,8 Prozent, stieg sie 2021 auf 22,5 Prozent. In der Gastronomie sah es ähnlich aus: Von 1,8 Prozent im Jahr 2019 auf 6,2 Prozent im Jahr 2021. Die Gastronomie konnte, anders als die Beherbergung ihren Wert von 2021 im Jahr 2023 steigern. Im Bundesdurchschnitt entwickelte sich die Eigenkapitalquote etwas stabiler von 14,9 Prozent bei den Beherbergungsbetrieben im Jahr 2019 zu 14,3 Prozent im Jahr 2023.



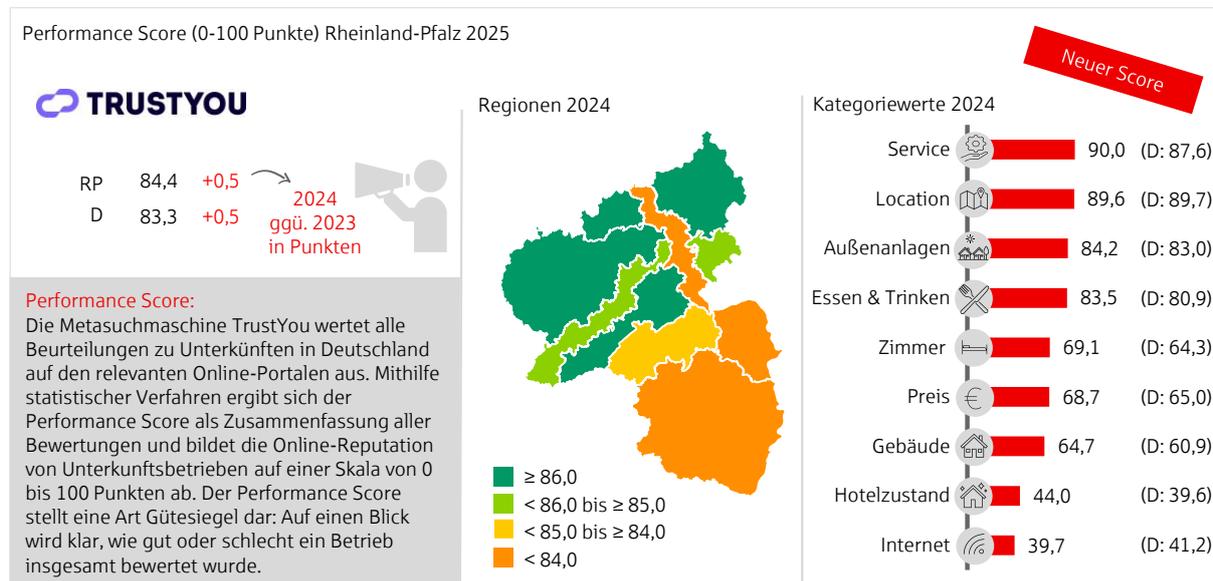
Quelle: dwif 2025, Daten DSV 2025 (Sonderauswertung EBIL, Datenstand Juli 2025)

Gästezufriedenheit

Der Performance Score von TrustYou bildet die Gästebewertungen der Unterkünfte der 12 Monate des vergangenen Kalenderjahres ab. Aufgrund der neuen Methodik ist ein Vergleich mit den in den Vorjahren in anderen Publikationen ausgewiesenen Werten nicht mehr möglich.

Die Gästezufriedenheit in Rheinland-Pfalz ist im Jahr 2024 erneut gestiegen. Der Performance Score lag bei 84,4 Punkten von maximal 100 Punkten und damit 0,5 Punkte höher als im Vorjahr. Damit belegt Rheinland-Pfalz im Bundesländerranking den vierten Platz knapp hinter Sachsen mit 84,5 Punkten. Bundesweit lag die Gästezufriedenheit im Jahr 2024 bei 83,3 Punkten und damit ebenfalls 0,5 Punkte höher als im Vorjahr. Den Wert des Jahres 2019 unterschreitet Rheinland-Pfalz noch um 0,6 Punkte, der Bundesschnitt liegt noch um einen Punkt unter dem Niveau des Jahres 2019. In sämtlichen rheinland-

pfälzischen Regionen ist die Gästezufriedenheit im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Dies zeigt sich auch im bundesweiten Destinationsranking mit über 140 Reiseregionen, in dem viele rheinland-pfälzische Regionen sehr gut abschnitten. Allen voran die Ahr, die mit 88,4 Punkten den zweiten Platz im Destinationsranking belegte. Hunsrück (86,4 Punkte), Westerwald (86,3 Punkte) und Eifel (86,1 Punkte) schafften es mit den Plätzen 21, 23 und 26 unter die Top 30.



Quelle: dwif 2025, Daten TrustYou GmbH

Rheinland-Pfalz konnte sich in der Sentiment Analysis⁵ in vielen Kategorien bundesweit sehr gut positionieren. In der Kategorie Zimmer erreichte Rheinland-Pfalz im Jahr 2024 mit 69,1 Punkten den ersten Platz. Ebenfalls bundesweiter Marktführer ist Rheinland-Pfalz bei den gastronomischen Angeboten in den Beherbergungsbetrieben (83,5 Punkte). Den jeweils zweiten Platz belegte Rheinland-Pfalz in den Kategorien Service (90,0 Punkte) und Hotelzustand (44,0 Punkte) – jeweils mit einem deutlichen Vorsprung auf den bundesdeutschen Durchschnitt.

Zukunftsperspektiven für das Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz

Familiär, regional verwurzelt und traditionsbewusst

Das Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz zeichnet sich durch familiäre Strukturen, regionale Verwurzelung und Traditionsbewusstsein aus und bietet trotz aktueller Herausforderungen vielfältige Chancen für nachhaltiges Wachstum. Besonders durch gezielte Investitionen in Modernisierungsmaßnahmen, die Digitalisierung und Nachhaltigkeit mitdenken, lassen sich neue Potenziale erschließen und die Zukunftsfähigkeit der Branche aktiv gestalten. Themen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit gewinnen weiter an Bedeutung, nicht als Selbstzweck, sondern dort, wo sie einen spürbaren Mehrwert wie Self-Check-In oder digitale Gästemappen für Gäste und Betreibende schaffen.

Im Jahr 2023 wurden in Rheinland-Pfalz insgesamt 11.056 steuerpflichtige gastgewerbliche Betriebe erfasst. Im Vergleich zu 2019 bedeutet dies einen Rückgang um fast 14 Prozent. Auch wenn zuletzt ein leichter Zuwachs um rund 2 Prozent verzeichnet wurde, liegen die Angebotskapazitäten weiterhin unter dem Niveau von 2019. Besonders deutlich zeigt sich dies im Bereich der Hotellerie. Hier ist die Zahl der Betriebe im Vergleich zu 2019 um etwa 15 Prozent gesunken. Rund 42 Prozent der an der Befragung teilgenommenen Betriebe empfinden die Beherbergung in Rheinland-Pfalz grundsätzlich als nicht

⁵ Die sogenannte Sentiment Analysis erfasst die in den Freitexten der Bewertungsportale geäußerten Gästemeinungen zur Unterkunft und wertet diese über Algorithmen aus.

ausreichend. Die gefühlte Unterversorgung bei einer gleichzeitig geringen Auslastung im bundesvergleich weist daher in der Tendenz somit auf qualitative Defizite im Beherbergungsangebot hin.

Auch wenn Rheinland-Pfalz im Bundeslandvergleich eine relativ gute gastronomische Abdeckung aufweist, sehen viele Befragte Nachholbedarf in einzelnen Regionen. Nur knapp 25 Prozent der Teilnehmenden sind der Meinung, dass das gastronomische Angebot in Rheinland-Pfalz insgesamt – unabhängig von touristischen Routen – genügt. Zukunftsimpulse wie die BUGA 2029, neue Hotelprojekte und saisonverlängernde Angebote bieten Chancen für mehr Wertschöpfung. Zugleich ergeben sich daraus höhere Anforderungen an Kapazität und Qualität. Gerade für kleinere Betriebe ohne eigene Zusatzangebote sind wetter- und saisonunabhängige Besuchsanziehe sowie strahlkräftige Leuchtturmprojekte in der Region wichtig. Ob Museen, Erlebniseinrichtungen oder Thermen – rund drei Viertel der Befragten sehen hier Entwicklungspotenziale.

Chancen zur Qualitätssteigerung

Gerade vor dem Hintergrund steigender Gästewünsche, zunehmendem Fachkräftemangel und wachsendem Wettbewerbsdruck gewinnt Qualität an Bedeutung. Eine wichtige Erkenntnis für Betriebe ergibt sich dabei aus der kritischen Auseinandersetzung mit dem eigenen Angebot. Die zentrale Frage lautet: Sind unsere Leistungen marktfähig? Die Ergebnisse zeigen: Zwei Drittel der Befragten stufen das Beherbergungsangebot in Rheinland-Pfalz als marktfähig ein. Die sich im Jahr 2024 verbesserte Gästezufriedenheit in Rheinland-Pfalz bestätigt dies: Der erreichte Performance Score lag bei 84,4 Punkten und damit um 0,5 Punkte über dem Vorjahreswert.⁶ Im bundesweiten Vergleich belegt Rheinland-Pfalz damit Rang 4. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 liegt das Bundesland noch 0,6 Punkte zurück; bundesweit beträgt der Rückstand zum damaligen Niveau noch einen ganzen Punkt. Beim gastronomischen Angebot hingegen herrscht geteilte Meinung – jeweils rund die Hälfte bewertet es als marktfähig beziehungsweise nicht marktfähig. Dennoch überzeugt Rheinland-Pfalz durch eine Vielzahl hochwertiger touristischer Angebote und entwickelt sich zunehmend zu einer genussorientierten Destination, in der Qualität, Authentizität und Regionalität im Fokus stehen. Trotz dieser positiven Tendenzen zeigen Rückmeldungen aus Umfragen und Fachgesprächen, dass es im rheinland-pfälzischen Gastgewerbe weiterhin strukturelle Optimierungspotenziale gibt. Besonders häufig wird in diesem Zusammenhang ein bestehender Modernisierungs- und Renovierungsstau in vielen Betrieben kritisiert.

Investitionsbereitschaft im rheinland-pfälzischen Gastgewerbe

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten und niedriger Eigenkapitalquote zeigt das rheinland-pfälzische Gastgewerbe Investitionsbereitschaft: In den letzten 4 Jahren wurden laut Betriebsbefragung durchschnittlich 600.000 Euro pro Betrieb investiert. Der Investitionsschwerpunkt liegt in den Betrieben auf Modernisierungen, während Kapazitätserweiterungen teilweise weniger verfolgt werden. Steigende Kosten, fehlende Rücklagen und erschwerte Kreditvergabe bremsen viele Betriebe dennoch aus – rund 43 Prozent berichten von einem leichten Investitionsstau.

Nachhaltigkeit hält Einzug bei den gastgewerblichen Betrieben in Rheinland-Pfalz

Für die traditions- und familiengeprägten Betriebsstrukturen im Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz, deren Ziel es ist, den Betrieb generationenübergreifend weiterzuführen, ist der nachhaltige ökonomische Erfolg ein zentraler Leitgedanke bei der Unternehmensentwicklung. Mehr als die Hälfte der befragten Betriebe in Rheinland-Pfalz setzen sich mittlerweile aktiv – wenn auch in unterschiedlicher Intensität – mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. Viele gastgewerbliche Betriebe in Rheinland-Pfalz gehen beim Thema soziale Nachhaltigkeit mit gutem Beispiel voran: Sie zahlen übertarifliche Löhne, gewähren Zuschüsse zur Mobilität oder Kinderbetreuung und ermöglichen – wo es betrieblich machbar ist – flexible Arbeitszeitmodelle.

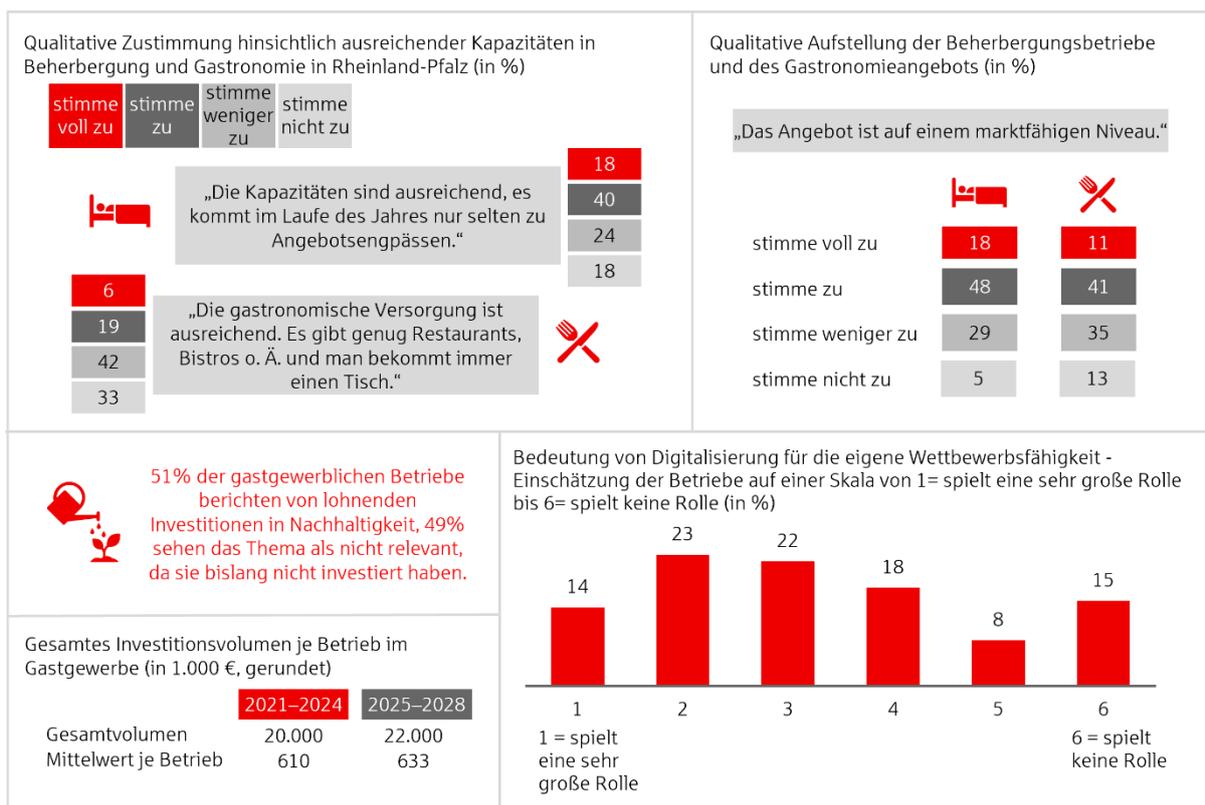
⁶ TrustYou GmbH

Investitionen in Mitarbeitende und eine wertschätzende Unternehmenskultur zahlen sich durch gute Arbeitsqualität und Treue der Mitarbeitenden aus: Rund 85 Prozent sind mit der Fachkompetenz und Servicebereitschaft ihrer Teams zufrieden und 82 Prozent berichten von einer niedrigen Mitarbeitendenfluktuation. Trotzdem bleibt der Fachkräftemangel auch häufig in Häusern mit einer wertorientierten Unternehmensführung spürbar. Fast die Hälfte der befragten Betriebe (47 Prozent) meldet unbesetzte Arbeitsstellen.

Nutzen der Digitalisierung noch nicht überall angekommen

Trotz vielfältiger Fortschritte in der Branche ist der Nutzen der Digitalisierung für die Zukunftsfähigkeit im Gastgewerbe noch nicht überall durchgedrungen. Zwar sind die meisten grundsätzlich davon überzeugt, dass Digitalisierung eine wichtige Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit spielt, doch bewerten über 39 Prozent sie lediglich als mittelwichtig und sogar 23 Prozent sind der Überzeugung, dass die Digitalisierung fast keine oder gar keine Rolle spielt. Dabei sind die Erwartungen der Gäste klar: Bereits 2022 zeigten rund 71 Prozent der Deutschen großes Interesse an digitalen Angeboten in der Gastronomie – insbesondere an Online-Tischreservierungen und digitalen Speisekarten, die von einigen als Standard erwartet werden.⁷

Zudem stehen 36 Prozent der befragten Betriebe aus Rheinland-Pfalz bei der Digitalisierung noch ganz am Anfang und haben bisher kaum Maßnahmen ergriffen. Betriebe scheuen vor allem den notwendigen Zeit- und Implementierungsaufwand, der mit Digitalisierungsthemen einher geht. Zudem fehlt es bei einigen Betrieben auch an grundlegenden Voraussetzungen wie beispielsweise dem WLAN-Ausbau.



Quelle: dwif 2025, Online-Befragung der gastgewerblichen Betriebe in Rheinland-Pfalz März bis April 2025, n=102

⁷ Statista 2022: Gästeerwartungen an die Digitalisierung in der Gastronomie in Deutschland im Jahr 2022

Ganzheitlich denken, lange Betriebszugehörigkeit und smarte Geräte

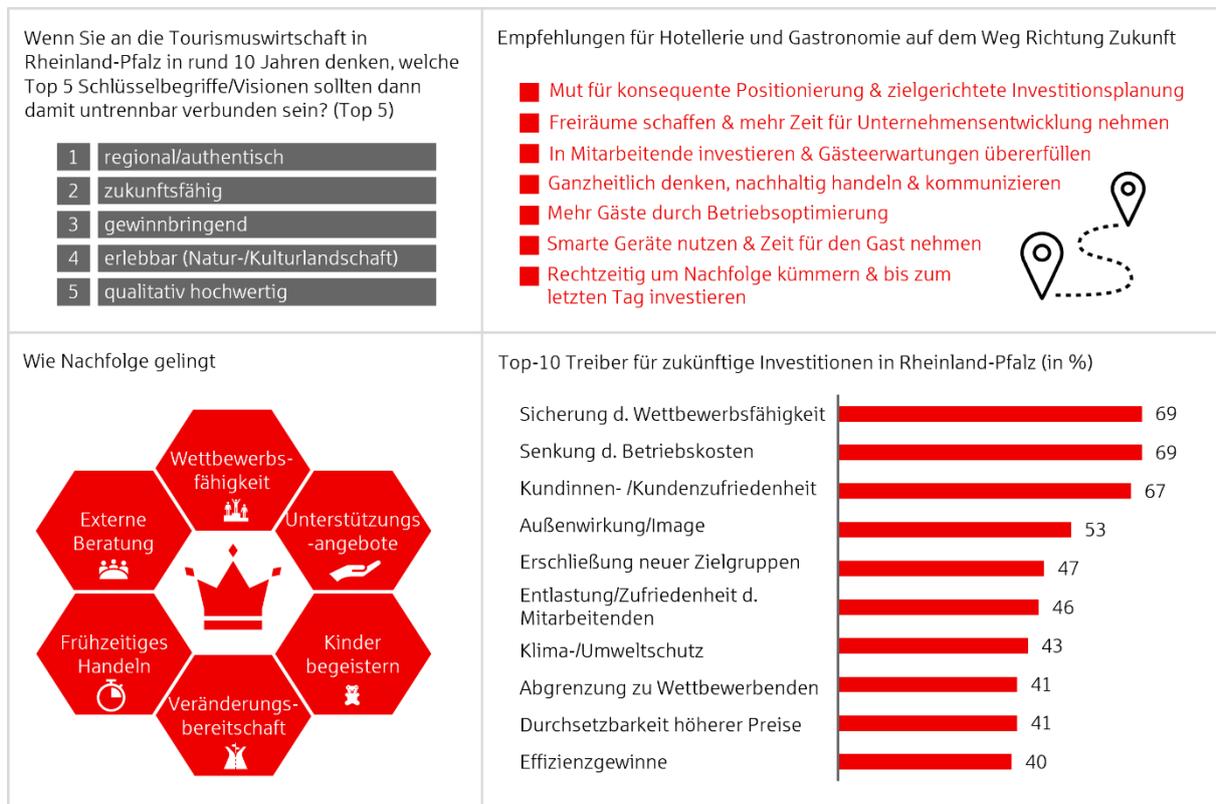
Blicken die befragten Betriebe 10 Jahre in die Zukunft, herrscht weitgehende Einigkeit in einem Punkt: Die Zukunft für das Gastgewerbe im Land wird sich vor allem mit den Begriffen regional und authentisch beschreiben lassen (rund 67 Prozent). Diese Einschätzung deutet eine klare Perspektive an, die Anlass zur Zuversicht gibt. In Rheinland-Pfalz ist das Gastgewerbe von zahlreichen qualitativ hochwertigen Traditionsbetrieben geprägt, die seit Generationen am Markt bestehen. Diese Stärke gilt es zu bewahren. Dafür ist es entscheidend, dass sich Unternehmerinnen und Unternehmer kontinuierlich an veränderte Rahmenbedingungen anpassen, an zukünftige Markttrends ausrichten und mit der Entwicklung Schritt halten.

Nach Einschätzung von Vorreiterbetrieben aus Rheinland-Pfalz beruhen zentrale Erfolgsfaktoren auf einer nachhaltigen Unternehmensführung, zufriedenen und langfristig gebundenen Mitarbeitenden sowie dem gezielten Einsatz smarterer Technologien.

Drei Grundzutaten für die Zukunftsfähigkeit im Gastgewerbe: Ganzheitlich denken, lange Betriebszugehörigkeit und smarte Geräte⁸

Wer digitale Lösungen einsetzt, profitiert von automatisierten und beschleunigten Arbeitsabläufen, effizienteren Prozessen, einer höheren Buchungsquote und gesteigerten Umsätzen.

Empfehlungen für ein zukunftsfähiges Gastgewerbe umfassen mutige und konsequente Positionierung sowie zielgerichtete Investitionsplanung, wobei Freiräume geschaffen werden sollten, um mehr Zeit für die Unternehmensentwicklung zu gewinnen. Zudem gilt es, in Mitarbeitende zu investieren, Gästeerwartungen zu übererfüllen, nachhaltig und ganzheitlich zu handeln, Betriebsabläufe zu optimieren, smarte Technologien einzusetzen und rechtzeitig an Nachfolge sowie kontinuierliche Investitionen zu denken.



Quelle: dwif 2025, Online-Befragung der gastgewerblichen Betriebe in Rheinland-Pfalz März bis April 2025, n=102

⁸ Fachgespräche mit Betrieben Jahresbeginn 2025

Kernaussagen und Empfehlungen zum Tourismus in Rheinland-Pfalz

Der Tourismus in Rheinland-Pfalz erlebte 2024 ein erfolgreiches Jahr.

- Bei den Übernachtungen wurde 2024 mit einem Plus von 0,4 Prozent nach 2019 und 2018 der dritthöchste Wert erreicht.
- Bundesweit fiel das Wachstum mit 1,8 Prozent etwas dynamischer aus.

In Rheinland-Pfalz fand in den letzten Jahren eine Marktbereinigung statt.

- Bei weiter rückläufigen Betriebszahlen nahm die Zahl der Schlafgelegenheiten 2024 zu.
- Dennoch zählt Rheinland-Pfalz zu den wenigen Bundesländern, in denen gegenüber 2019 Kapazitäten abgebaut wurden.
- Die Auslastung der Schlafgelegenheiten ist weiterhin niedrig.

Die Besuchendenzahlen der Freizeiteinrichtungen entwickelten sich 2024 positiv.

- Erlebnisbäder/Thermen, Freizeit- und Erlebniseinrichtungen sowie Museen/Ausstellungen konnten das Ergebnis des Jahres 2023 übertreffen.
- Burgen/Schlösser, Stadtführungen und Zoos/Tierparks schnitten schwächer ab.
- Die Eintrittspreise stiegen weiter, jedoch weniger stark als in den Vorjahren.

Der wirtschaftliche Druck belastet das Gastgewerbe auch im Jahr 2024.

- Im anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Umfeld 2024 steht das Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz weiterhin vor strukturellen Herausforderungen wie steigenden Arbeitskosten, Fachkräftemangel und einer schwachen Eigenkapitalbasis.
- Dies sind zentrale Risiken, die trotz einzelner Entlastungen wie der stabilen Cashflow-Rate die Investitionsbereitschaft hemmen.

Die Gästezufriedenheit in den Beherbergungsbetrieben in Rheinland-Pfalz ist im Jahr 2024 erneut gestiegen.

- Rheinland-Pfalz liegt bei der Gästezufriedenheit im Bundesländerranking auf dem vierten Platz.
- Die Ahr schneidet im Vergleich von über 140 Reiseregionen mit einem zweiten Platz hervorragend ab.

Nachhaltigkeit und Digitalisierung prägen die Entwicklung des Gastgewerbes in Rheinland-Pfalz. Empfehlungen für ein zukunftsfähiges Gastgewerbe:

- Vor jeder Investition sollte die Frage der Positionierung geklärt sein. Nur so lassen sich Investitionen zielgerichtet, nachfragegerecht und im Sinne einer möglichen Betriebsübergabe geplant werden.
- Neben einer modernen Infrastruktur sollten Betriebe in die Qualifikation, Motivation und Bindung ihrer Mitarbeitenden investieren. Denn Team- und Gästezufriedenheit sind eng miteinander verknüpft.
- Nachhaltiges Handeln verschafft den Betrieben strategische Vorteile, senkt Kosten, stärkt Vertrauen von Gästen und Partnern und sichert die Zukunftsfähigkeit des Betriebes.
- Für ihre Wettbewerbsfähigkeit müssen Betriebe gezielt in Angebote, Vertrieboptimierung und smarte Technologien investieren. Wer digitale Lösungen einsetzt, wo sie einen echten Mehrwert schaffen, profitiert von beschleunigten Arbeitsabläufen, effizienteren Prozessen, einer höheren Buchungsquote und gesteigerten Umsätzen.

Inhaltsverzeichnis Gesamtbericht 2025

- I. Einführung**
- II. Rheinland-Pfalz Tourismus im Wettbewerbsvergleich**
 - 1 Rahmenbedingungen
 - 2 Touristische Nachfrage
 - 3 Tagesreisen
 - 4 Touristisches Angebot
 - 5 Betriebstypen im Vergleich
 - 6 Destinationstypen im Vergleich
- III. Freizeitwirtschaft und Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz**
 - 1 Kultur- und Freizeiteinrichtungen
 - 2 Wirtschaftliche Situation im Gastgewerbe
 - 3 Qualität der Betriebe
- IV. Zukunftsperspektiven für das Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz**
 - 1 Quantitative und qualitative Wachstumspotenziale für das Gastgewerbe
 - 2 Die Nachfrage und der Erwartungsdruck für Hotellerie und Gastronomie
 - 3 Investitionsverhalten der gastgewerblichen Betriebe in Rheinland-Pfalz
 - 4 Nachhaltigkeit und Digitalisierung – Die großen Transformationstreiber und ihre Wachstumspotenziale für Hotellerie und Gastronomie
 - 5 Empfehlungen für ein zukunftsfähiges Gastgewerbe

Die Kurz- und die Langversion des Sparkassen-Tourismusbarometers
Rheinland-Pfalz 2025 finden Sie

im Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz unter:



[*rlp.tourismusnetzwerk.info/sparkassen-tourismusbarometer*](http://rlp.tourismusnetzwerk.info/sparkassen-tourismusbarometer)

beim Sparkassenverband Rheinland-Pfalz unter:



[*www.sv-rlp.de/newsroom/publikationen*](http://www.sv-rlp.de/newsroom/publikationen)

Abkürzungsverzeichnis:

BUGA	Bundesgartenschau
DSV	Deutscher Sparkassenverband
EBIL	Einzelbilanzanalyse
Mio	Millionen
PPT	Prozentpunkte
RevPAR	Revenue per Available Room (Umsatz pro verfügbarem Zimmer)
SG	Schlafgelegenheit
STR Global	Smith Travel Research
ÜN	Übernachtung

EBIL-Kennzahlenerläuterung:

Umsatzrendite	Die Umsatzrentabilität oder -rendite bezeichnet das erzielte Betriebsergebnis, ausgedrückt in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz). Sie wird als Nachweis für die Ertragskraft eines Unternehmens gesehen.
Personalaufwandsquote	Die Personalaufwandsquote misst den Anteil der Personalkosten am Gesamtumsatz eines Unternehmens und wird immer in Prozent der Gesamtleistung (Nettoumsatz) dargestellt.
Rohertragsquote	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	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	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	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	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	Der Anlagendeckungsgrad ist eine Kennzahl zur Beurteilung der finanziellen Stabilität des Unternehmens (fristenkongruente Finanzierung des längerfristig gebundenen Vermögens).
Cashflow-Rate	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	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 abbezahlt worden wären.
Eigenkapitalquote	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.

Impressum

Herausgeber: Sparkassenverband Rheinland-Pfalz
Vordere Synagogenstraße 2
55116 Mainz
www.sv-rlp.de

Geschäftsbereich Strategie und Gremien
Telefon +49 (0) 6131-145-215
tourismus@sv-rlp.de

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
Rheinland-Pfalz
Stiftsstraße 9
55116 Mainz
www.mwvlw.rlp.de

Referat Tourismuspolitik, Tourismusmarketing
Telefon +49 (0) 6131-160
tourismus@mwvlw.rlp.de

Fachliche
Begleitung: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
Löhrstraße 103 – 105
56068 Koblenz

+49 (0) 261-91520-0
rlp.tourismusnetzwerk.info/rpt
info@rlp-tourismus.de

Bearbeitung: dwif-Consulting GmbH
dwif – Büro Berlin
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
Telefon +49 (0) 30-7 57 94 90
info-berlin@dwif.de
www.dwif.de

dwif – Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon +49 (0) 89-23 70 28 90
info@dwif.de

Bildnachweis: Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

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

