



Pressegespräch der Eifel Tourismus GmbH

„Gemeinsam ins Tourismusjahr 2026 – Die Eifel setzt starke Impulse auf der ITB“

<https://tourismus.eifel.info/pressegesprach-zur-itb-2026/>





Im Dialog mit Bundesverkehrsminister Herrn Patrick Schnieder

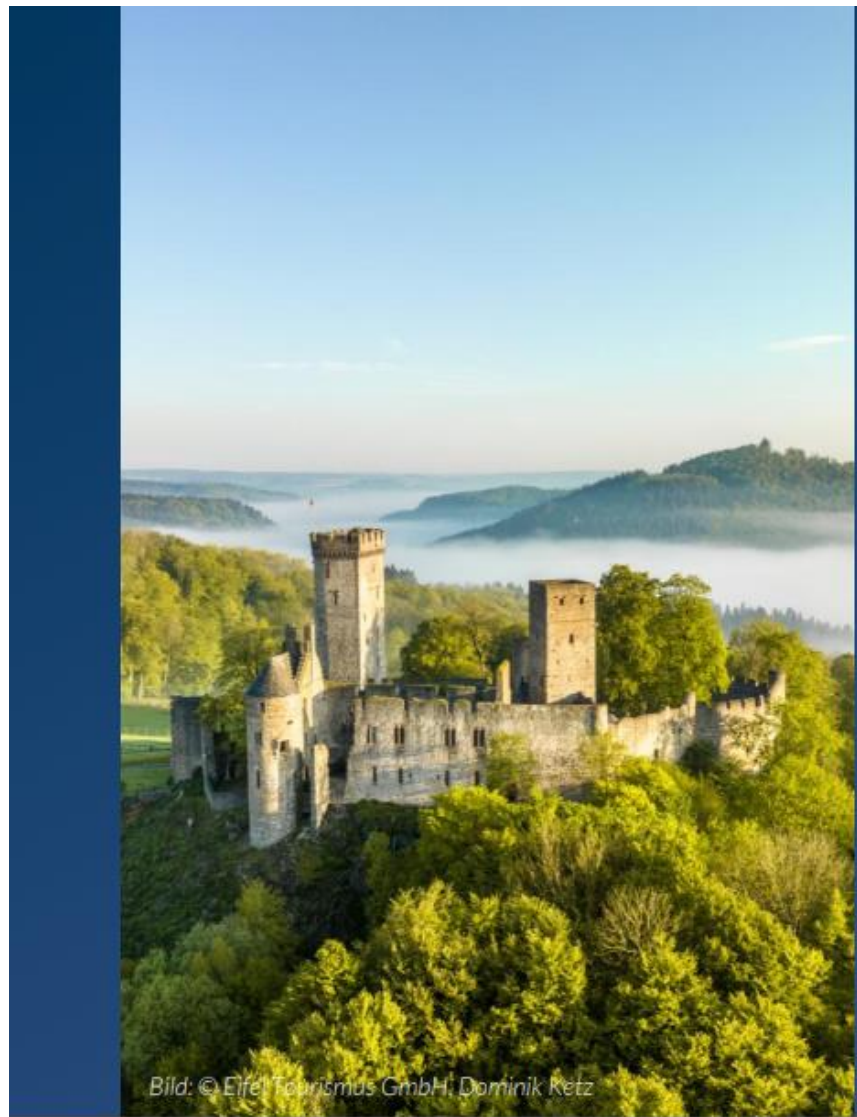


Bild: © Eifel Tourismus GmbH, Dominik Ketz

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DIE EIFEL 2024

Auftraggeber: Eifel Tourismus GmbH

München, Dezember 2025

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2025 dwif

Tourismus als starker Wirtschaftsfaktor in der Eifel

Kennziffern für die Eifel im Zeitvergleich

	2019	2020	2024	Entwicklung 2024 ggü. 2019	Entwicklung 2024 ggü. 2020
Übernachtungen in Betrieben	8,267 Mio.	5,422 Mio.	9,135 Mio.	+ 10,5 %	+ 68,5 %
Tagesreisen	33,1 Mio.	27,0 Mio.	29,0 Mio.	- 12,4 %	+ 7,4 %
Bruttoumsätze Gesamt	1.408,8 Mio. €	888,6 Mio. €	1.520,3 Mio. €	+ 7,9 %	+ 71,1 %
Bruttoumsätze Übernachtungen in Betrieben	617,7 Mio. €	335,1 Mio. €	737,3 Mio. €	+ 19,4 %	+ 120,0 %
Bruttoumsätze Tagestourismus	791,1 Mio. €	553,5 Mio. €	783,0 Mio. €	- 1,0 %	+ 41,5 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	659,1 Mio. €	376,1 Mio. €	760,9 Mio. €	+ 15,4 %	+ 102,3 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	483,2 Mio. €	353,9 Mio. €	482,4 Mio. €	- 0,2 %	+ 36,3 %
Bruttoumsätze Dienstleistungen	266,5 Mio. €	158,6 Mio. €	277,0 Mio. €	+ 3,9 %	+ 74,7 %
Touristische Wertschöpfung	656,4 Mio. €	410,6 Mio. €	712,5 Mio. €	+ 8,5 %	+ 73,5 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	3,2 %	1,9 %	2,9 %	- 0,3 %-Punkte	+ 1,0 %-Punkte
Einkommensäquivalent (in Personen)	25.140	15.330	23.853	- 5,1 %	+ 55,6 %

Quelle: dwif 2025



Bild: Eifel Tourismus GmbH, Dominik Ketz

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

LEISTUNGSTRÄGER*INNEN- BEFRAGUNG TOURISMUS IN DER REGION EIFEL 2025

Sebastian Geiger, Senior Consultant
Dajana Rosenkranz, Senior Consultant

München, November 2025

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2025 dwif
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

Erwartungen und Herausforderungen der Betriebe



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

**LEISTUNGSTRÄGER*INNEN-
BEFRAGUNG TOURISMUS IN
DER REGION EIFEL 2025**

Sebastian Geiger, Senior Consultant
Dajana Rosenkranz, Senior Consultant

München, November 2025

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2025 dwif
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

Bild: Eifel Tourismus GmbH, Dominik Katz

Gesamtbild & Stimmung

- **Geschäftslage 2025 überwiegend positiv:** Die Mehrheit der Betriebe bewertet ihre aktuelle Lage als *gut bis befriedigend*.
- **Beherbergung als Stabilitätsanker:** Besonders **Campingplätze** sowie **Privat- und Ferienunterkünfte** zeigen hohe Zufriedenheit.
- **Gastronomie und Freizeitwirtschaft** deutlich angespannter – ein strukturelles, bundesweit bekanntes Problem.



Zentrale Herausforderungen

Die größten Herausforderungen über alle
Betriebstypen hinweg:

1. Bürokratische/behördliche Auflagen
2. Steigende Kosten (Personal, Energie, Rohstoffe, Steuern)
3. Preissensibilität der Gäste
4. Fachkräftesicherung und Personalbindung
5. Finanzierung notwendiger Investitionen

→ Kostendruck ist klar die dominierende Sorge.



Investitionen der Betriebe als Schlüssel zum Erfolg



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

LANDESWEITE GÄSTEBEFragung NORDRHEIN-WESTFALEN 2024/2025

Ergebnispräsentation Region Eifel

Sebastian Geiger, Senior Consultant

Oktober, 2025

Die Eifel aus der Sicht der Gäste



Urlaubsarten & Aktivitäten

Dominierende Urlaubsarten:

- Wanderurlaub (44 %)
- Natururlaub (40 %)
- Erholungsurlaub (34 %)

Top-Aktivitäten:

- Wandern (73 %)
- Gastronomiebesuche
- Spazieren/Flanieren
- Sehenswürdigkeiten & Naturziele

Naturbezogene Aktivitäten deutlich stärker als im Benchmark



Information & Buchung

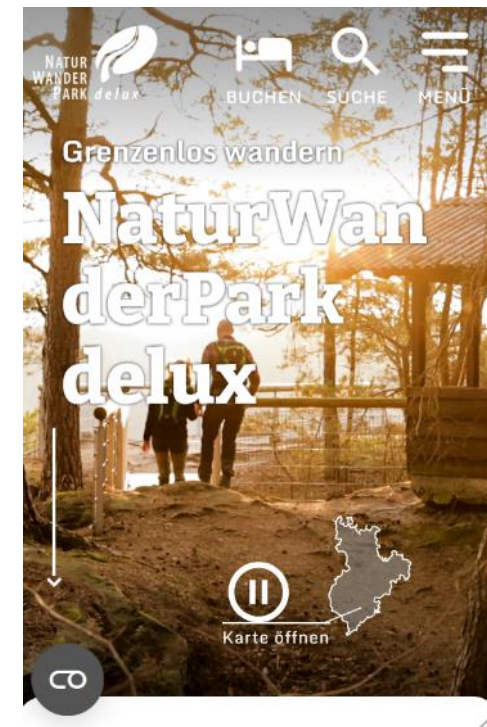
Informationsbedarf sehr hoch: 87 % informieren sich vorab.

Wichtigste Informationskanäle:

Websites der regionalen/lokalen
Tourismusorganisationen (63 %)
Google Maps / Apple Karten
Sonstige Websites & Bewertungsplattformen
→ Gedruckte Prospekte weiterhin relevant.

Buchungsverhalten:

46 % buchen online, 23 % per E-Mail.
57 % buchen direkt bei der Unterkunft, 30 % über
Online-Portale.
Auffällig **viele kurzfristige Buchungen** (26 %
innerhalb einer Woche).





Haben Sie Fragen an uns?