

TOURISMUS UND GASTGEWERBE NACHHALTIG STÄRKEN HEISST BERLIN STÄRKEN



UNSERE AGENDA

FÜR DEN TOURISMUSSTANDORT BERLIN

EINLEITUNG

Der Tourismus und das Gastgewerbe zählen zu den bedeutendsten Wirtschaftsfaktoren Berlins.

Mehr als 11.000¹ gastronomische Betriebe und rund 720¹ Beherbergungsbetriebe mit insgesamt knapp 83.000¹ sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten sowie knapp 3.000² Auszubildenden prägen die Hauptstadt. Insgesamt profitieren rund 225.000³ Menschen direkt oder indirekt von dieser Branche – damit ist sie einer der größten Arbeitgeber Berlins und verdient besondere Wertschätzung und Akzeptanz.

Allein im Jahr 2023 lag die Bruttowertschöpfung des Berliner Gastgewerbes bei über 3,83 Milliarden Euro⁴. Hinzu kamen die Einnahmen aus der City Tax, die sich 2023 auf knapp 58,71 Millionen Euro⁵ beliefen.

Neben ihrer wirtschaftlichen Leistung trägt die Branche maßgeblich zur Vielfalt und Attraktivität der Stadt bei – von internationaler Spitzengastronomie über Kiezkultur, Barkultur und Clubszene bis hin zu Hotellerie und Veranstaltungen.

Hotel- und Gastronomieverband Berlin e.V.
(DEHOGA Berlin)
Keithstraße 6 | 10787 Berlin

Ansprechpartner
Gerrit Buchhorn - Hauptgeschäftsführer
T: +49 30 31804812
M: gerrit.buchhorn@dehoga-berlin.de

Kurzum: Tourismus und Gastgewerbe gehören zur DNA Berlins.

Sie stehen für Gastfreundschaft, gelebte Vielfalt und ein respektvolles Miteinander. Sie prägen das Bild der Stadt, schaffen Begegnungen und steigern die Lebensqualität – für Gäste ebenso wie für Berlinerinnen und Berliner. Dieses Potenzial gilt es zu sichern und auszubauen.

Damit Berlin auch künftig als weltoffene, lebenswerte und wirtschaftlich starke Metropole wahrgenommen wird, müssen die Rahmenbedingungen für die Branche verbessert und gezielt in den Tourismus investiert werden. Davon profitieren nicht nur die Betriebe, sondern die gesamte Stadtgesellschaft und das Land Berlin.

Unsere Agenda für den Tourismusstandort Berlin enthält konkrete Vorschläge, um das Gastgewerbe zu stärken, den Tourismus nachhaltig zu fördern und so die Wettbewerbsfähigkeit Berlins – und damit auch zahlreiche Arbeitsplätze – zu sichern.

Wir sind überzeugt: Was gut für unsere Branche ist, ist auch gut für Berlin.

Bildnachweise:

Titelseite:

BSR

AdobeStock_ 646748850

AdobeStock_ 1097510848

AdobeStock_ 123079851

AdobeStock_ 178936202

Quellen:

¹ Amt für Statistik Berlin Brandenburg

² IHK Berlin

³ https://about.visitberlin.de/sites/default/files/2025-05/tsa_berlin_2023_0.pdf

⁴ IBB Berlin aktuell (Oktober 2025)

⁵ Steuereinnahmen 2023 - Berlin.de

UNSERE AGENDA

FÜR DEN TOURISMUSSTANDORT BERLIN

Konnektivität und Flugverbindungen ausbauen – Schlüssel für Berlins Wettbewerbsfähigkeit	4
Berlin als internationalen Messe- und Eventstandort sichern	6
Außengastronomie und Sondernutzung – Potenziale nutzen, Hürden abbauen.....	8
Genusshauptstadt Berlin – Gastronomie als Reisegrund etablieren.....	10
Übernachtungssteuer (City Tax) – fair gestalten, Wettbewerbsfähigkeit sichern	12
HOGA Campus – Ausbildung und Fachkräftesicherung für den Tourismus und das Gastgewerbe der Zukunft.....	14
Erlebnismetropole Berlin – Kultur, Sport und Handel als Wachstumstreiber	16
Illegale Ferienwohnungen – schädlich für den Wohnungsmarkt, die Wirtschaft und das Land Berlin	18
Steigerung der Aufenthaltsqualität im Öffentlichen Raum – Sauberkeit und Sicherheit als Grundvoraussetzungen für einen attraktiven Tourismusstandort	20
Bürokratieabbau im Berliner Gastgewerbe – Praxiserleichterungen jetzt umsetzen.....	22
Schlussbemerkung	24

KONNEKTIVITÄT UND FLUGVERBINDUNGEN AUSBAUEN – SCHLÜSSEL FÜR BERLINS WETTBEWERBSFÄHIGKEIT



KURZÜBERBLICK

Direkte und zuverlässige Flugverbindungen sind für Berlin als Tourismus- und Wirtschaftsstandort unverzichtbar. Sie sichern internationale Sichtbarkeit, erleichtern Geschäftsreisen, stärken den Kongress- und Messemarkt und fördern die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus, des Gastgewerbes und der Berliner Wirtschaft insgesamt.

Nach der Pandemie hat sich der Luftverkehr noch nicht auf Vorkrisenniveau erholt. Gleichzeitig konkurriert Berlin weltweit um Airlines, Routen und Drehkreuz-Anbindungen. Ohne gezieltes Handeln droht ein struktureller Wettbewerbsnachteil.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Passagierzahlen am BER weiterhin deutlich unter dem Niveau von 2019 (2024 bei ca. 71 %¹).
- Fehlende Nonstop-Verbindungen in wichtige Interkontinentalmärkte (z. B. USA, Asien, Golfregion), Angebotslücken bei europäischen Point-to-Point-Flügen, ein Rückgang innerdeutscher Direktverbindungen, das Fehlen eines Home-Carriers sowie insgesamt geringere Sitzplatzkapazitäten schwächen die Standortattraktivität.
- Wettbewerbsnachteile im MICE-Segment, insbesondere gegenüber München, Frankfurt und Amsterdam.
- Hohe Standortkosten erschweren insbesondere den Low-Cost-Verkehr.
- Politische Rahmenbedingungen (u. a. Slot-Vergabe, Klimaschutzauflagen) wirken zusätzlich bremsend.

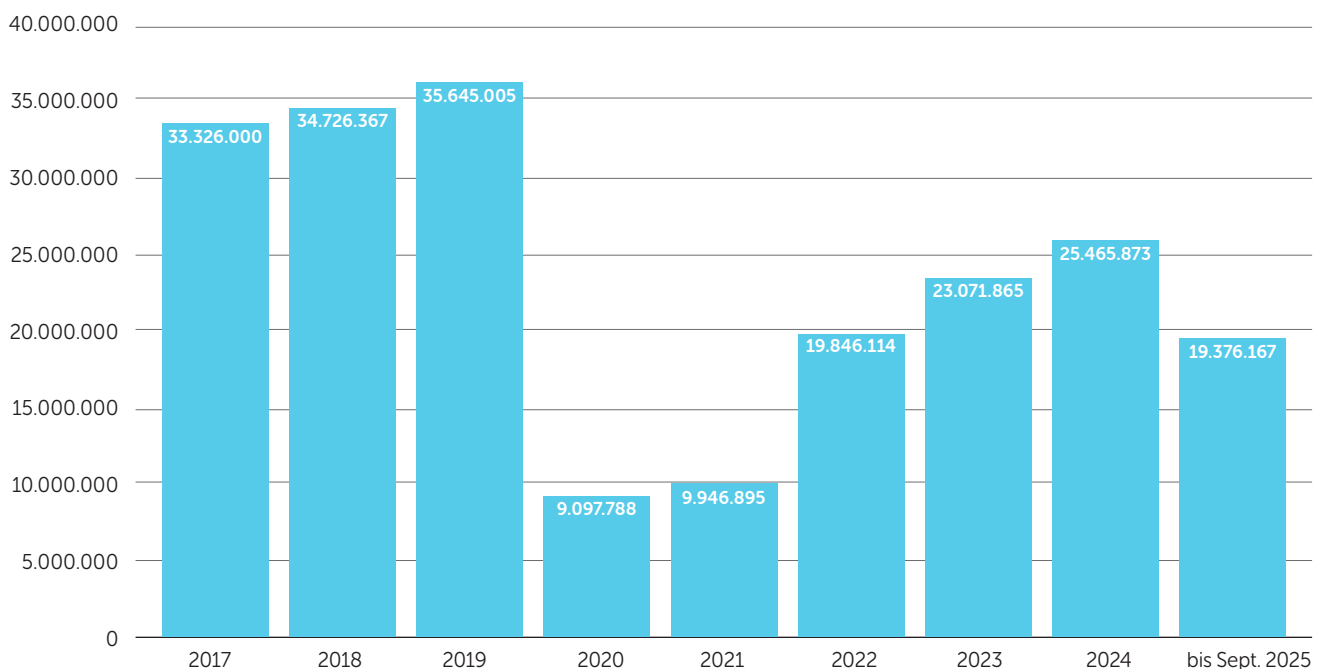
LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

- Etablierung und Unterstützung des „Connectivity Boards“ als öffentlich-privates Gremium zur gezielten Airline-Akquise.
- Anreiz- und Co-Marketing-Programme für strategisch wichtige Routen, insbesondere interkontinental.
- Politische Unterstützung bei Genehmigungs- und Slot-Fragen.
- Datenbasiertes Monitoring von Flugverbindungen und Passagierströmen zur schnellen Lückenschließung.

FAKTEN/HINTERGRUND

- 2024: 29 % Rückgang des Passagieraufkommens im Vergleich zu 2019¹.
- Deutlicher Kapazitätsrückgang im innerdeutschen Verkehr, insbesondere bei Direktflügen zu deutschen Hubs.
- Rückgang der direkten Flugverbindungen: weniger Nonstop-Strecken, reduziertes Angebot zu europäischen Hubs (z. B. Paris, London).

Jährliche Entwicklung der Anzahl an Fluggästen Berlin-Brandenburg



FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Das Land Berlin verpflichtet sich, gemeinsam mit dem BER, der Wirtschaft und der Tourismusbranche eine nachhaltige Flugverbindungsstrategie zu entwickeln, um Berlins internationale Erreichbarkeit zu sichern. Dazu wird das bereits eingerichtete „Connectivity Board Berlin-Brandenburg“ institutionell und finanziell unterstützt, das gezielt neue insbesondere interkontinentale Flugverbindungen akquiriert. Ziel ist es, bis spätestens 2030 das Passagieraufkommen wieder auf das Vorkrisenniveau von 2019 zu steigern und die Wettbewerbsfähigkeit Berlins dauerhaft zu stärken.



Quelle:

¹ Berlin-Brandenburg Airport Verkehrsstatistik
<https://corporate.berlin-airport.de/de/unternehmen-presse/ber/verkehrsstatistik.html>

BERLIN ALS INTERNATIONALEN MESSE- UND EVENTSTANDORT SICHERN



KURZÜBERBLICK

Der MICE-Sektor (Meetings, Incentives, Conventions, Events) ist ein zentraler Wirtschaftsfaktor für Berlin. Er bringt internationale Gäste, stärkt Hotellerie, Gastronomie und Handel und trägt maßgeblich zur wirtschaftlichen Wertschöpfung bei.

In den vergangenen Jahren sind die Zahlen rückläufig – mit spürbaren Folgen für Tourismus und viele verbundene Bereiche. MICE steht zugleich für Fachkräfteaustausch, Investitionen, Wissenstransfer und internationale Sichtbarkeit.

Veranstaltungen schaffen urbane Lebendigkeit, sichern Einkommen in den Kiezen und erhöhen die Strahlkraft Berlins als Metropole.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Starker internationaler Wettbewerb um Messen und Kongresse.
- Fehlende Kongressinfrastruktur für mittelgroße Veranstaltungen (1.000 - 5.000 Personen).
- Rückgang der Veranstaltungszahlen nach der Pandemie sowie geringere Besucherzahlen bei Messen im Vergleich zu 2018/2019.
- Fehlende gebündelte Strukturen für Akquise und Koordination.
- Genehmigungsverfahren häufig langwierig und unflexibel.



LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

- Umsetzung des Berlin Paper und dauerhafte Etablierung des Berlin Event Board sowie einer zentralen Anlaufstelle für Akquise und Genehmigungen.
- Gezielte Ansprache internationaler Großveranstaltungen und Leitmesse sowie ggf. Entwicklung weiterer eigener Formate.
- Vereinfachte und digitalisierte Genehmigungsprozesse für Events im öffentlichen Raum.
- Ausbau der Messe- und Kongressinfrastruktur zur Steigerung der Gästezahlen.
- Gezielte Anschubfinanzierung für innovative Projekte, Technologien und Formate zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit im internationalen MICE-Markt.
- Fortführung von Kongressfonds und Welcome Packages sowie Aufbau eines strukturierten City Dressings zur Sicherung einer professionellen Willkommenskultur.




FAKTEN/HINTERGRUND

- Die MICE-Branche trägt jährlich rund 1,1 Milliarden Euro¹ zur Berliner Wirtschaft bei.
- Berlin gehört laut ICCA-Ranking² zu den Top-30-Kongressstandorten weltweit.
- Jede Kongressteilnehmerin bzw. jeder Kongressteilnehmer gibt durchschnittlich 350 Euro¹ pro Tag aus.

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

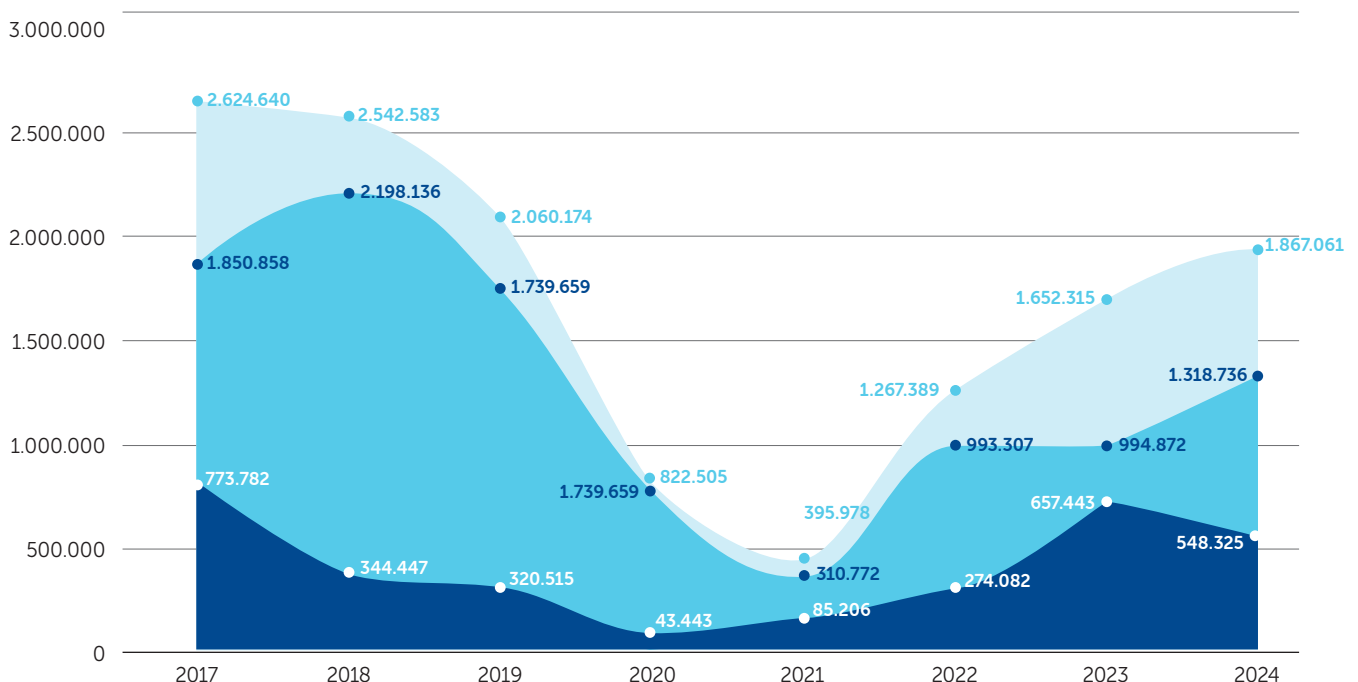
Berlin etabliert das Berlin Event Board dauerhaft, richtet eine zentrale Anlaufstelle für Veranstalter und Veranstalterinnen ein und setzt gemeinsam mit den Stakeholdern die Maßnahmen des Berlin Papers um. Internationale Großveranstaltungen werden proaktiv akquiriert und unterstützt, Genehmigungen für Events digital, schnell und transparent abgewickelt. Ziel ist es, Berlin dauerhaft als internationale Veranstaltungs- und Kongressmetropole zu sichern und auszubauen – als Beitrag zur wirtschaftlichen Stärke, internationalen Sichtbarkeit und kulturellen Vielfalt der Stadt. Zudem gilt es, die Besucherzahlen von Messen und Kongressen deutlich zu steigern.

Entwicklung Besucher Messe Berlin³

Zahl der Besucher/Teilnehmer (intern) 
 Zahl der Teilnehmer (extern) 
 Besucher gesamt 

Quellen:

¹ <https://about.visitberlin.de/presse/pressemitteilungen/starkes-kongressjahr-fuer-berlin-2023-knuepft-fruehere-erfolge>
² ICCA Presents 2024 GlobeWatch Rankings - CIM Fachmagazin der Eventbranche
³ <https://www.messe-berlin.de/de/unternehmen/geschaeftsbericht>





AUSSENGASTRONOMIE UND SONDERNUTZUNG – POTENZIALE NUTZEN, HÜRDEN ABBAUEN

KURZÜBERBLICK

Berlin ist eine Weltstadt!

Die Außengastronomie und die Sondernutzung öffentlicher Flächen für Veranstaltungen sind zentrale wirtschaftliche und soziale Faktoren für Berlin. Sie beleben öffentliche Räume, schaffen Arbeitsplätze und steigern die Attraktivität des Stadtbildes.

Außengastronomie ist fester Bestandteil der Berliner Stadtkultur – sie prägt das Straßensbild, erhöht die Lebensqualität für Berlinerinnen und Berliner sowie Gäste und trägt erheblich zum wirtschaftlichen Erfolg der Gastronomie bei.

Darüber hinaus leisten Gastronomiebetriebe, die öffentliche Flächen nutzen, einen wichtigen Beitrag zur Sauberkeit und Ordnung in der Stadt.

Ohne ihr Engagement wären viele Orte deutlich „vermüllter“ und „dreckiger“ – ihre Präsenz sorgt für gepflegte und lebendige Plätze.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Eingeschränkte Nutzungszeiten und begrenzte Flächen reduzieren das wirtschaftliche Potenzial.
- Genehmigungsverfahren sind oft komplex, langwierig und intransparent.
- Mehr als acht verschiedene Gesetze und Verordnungen regeln die Nutzung – deren unterschiedliche Auslegung in den Bezirken erschwert die Praxis und Planung.



LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

Gezielte gesetzliche und verwaltungstechnische Maßnahmen können dazu beitragen, eine nachhaltige und wirtschaftlich sinnvolle Optimierung der Außengastronomie und der Sondernutzung für Veranstaltungen zu erreichen. Dabei sollen folgende Punkte umgesetzt werden:

- Verlängerung der Nutzungszeiten (23:00 Uhr / 00:00 Uhr).
- Erweiterung der Flächen für Außengastronomie und Veranstaltungen.
- Vereinheitlichung der Vorgaben für Dekoration, Schirme und Mobiliar.
- Erleichterung der Sondernutzung für Veranstaltungen.
- Optimierung der Genehmigungsverfahren.
- Erteilung unbefristeter Genehmigungen.

FAKTEN/HINTERGRUND

- Die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum ist für Berlin und seine Gäste ein entscheidendes Attraktivitätsmerkmal. Untersuchungen zeigen, dass Außengastronomie die Besucherzufriedenheit erhöht und die Verweildauer spürbar verlängert.
- Rund 45 % der Gastronomiebetriebe in Berlin bieten Außengastronomie an.
- Laut DEHOGA-Umfragen könnte ein optimiertes Genehmigungsverfahren Umsätze um bis zu 30 % steigern.

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Berlin optimiert die rechtlichen Grundlagen für die Außengastronomie und Sondernutzung, führt ein zentrales, digitales Genehmigungssystem ein und verankert die Außengastronomie als festen Bestandteil urbaner Lebensqualität – unter Berücksichtigung der Anwohnerbedürfnisse. Ziel ist es, die Attraktivität der Stadt für Besucher zu erhöhen, Betriebe zu entlasten und zusätzliche Wertschöpfung zu ermöglichen.





GENUSSHAUPTSTADT BERLIN – GASTRONOMIE ALS REISEGRUND ETABLIEREN

KURZÜBERBLICK

Berlin verfügt über eine der vielfältigsten Gastronomielandschaften Europas – von international ausgezeichnetem Fine Dining über kreative Streetfood-Märkte und eine lebendige Barszene bis zu innovativen Konzepten wie Zero-Waste- oder veganen Restaurants.

Diese Vielfalt ist ein starkes Alleinstellungsmerkmal im internationalen Wettbewerb um Gäste, wird jedoch bislang nicht konsequent als eigenständiger Reisegrund vermarktet.

Gastronomie ist identitätsstiftender Bestandteil der Hauptstadt, prägt das Stadtbild, schafft Arbeitsplätze, verbindet Kulturen und steigert die Lebensqualität. Sie wirkt als Motor für den Tourismus, den Einzelhandel und die Kultur.

Eine strategische, internationale Vermarktung kann Berlins Position als Genusshauptstadt festigen, Synergien schaffen und die wirtschaftliche Wertschöpfung steigern.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Fehlende internationale Vermarktungsstrategie für die Berliner Gastronomie als integralen Teil der Stadtmarke.
- Zersplitterte Darstellung einzelner Formate ohne gebündelte Kommunikation.
- Unzureichende Nutzung von Synergien zwischen Gastronomie, Tourismus, Kultur und Handel.



LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

- Entwicklung und Integration einer Gastronomie-Marketingstrategie in die Gesamtmarke „Berlin“ sowie finanzielle Förderung durch das Land.
- Bündelung bestehender Formate (z. B. Berlin Food Week, Meisterköche, Flagship-Restaurants, veganes Sommerfest, eat!berlin) unter einer gemeinsamen Plattform „Kulinarisches Berlin“.
- Förderung und internationale Vermarktung kulinarischer Events mit Strahlkraft.
- Aufbau einer digitalen Plattform zur Präsentation der Berliner Gastronomieviefalt – in mehreren Sprachen.
- Enge Kooperation zwischen Gastronomie, Tourismus, Kultur, Handel und Veranstaltungswirtschaft.
- Integration kulinarischer Erlebnisse in Stadtmarketing, Messen (ITB, Grüne Woche) und Kulturprogramme.
- Erfolgsmessung über klare KPIs (Anteil kulinarisch motivierter Gäste, Eventbesucher, gastronomischer Umsatz, Social-Media-Reichweite).

FAKTEN/HINTERGRUND

- Über 11.000¹ gastronomische Betriebe in Berlin.
- bei 60 % der Berlin-Besucher sind Restaurant- und Cafébesuche die beliebteste Aktivität².
- Kulinarischer Tourismus wächst geschätzt weltweit um 16,6 % im Zeitraum 2022 - 2032 (Future Market Insights Inc.)³.
- Städte mit klarer „Food-Marke“ verzeichnen signifikant höhere Übernachtungszahlen.

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Das Land Berlin entwickelt gemeinsam mit dem DEHOGA Berlin, visitBerlin, Berlin Partner und den Bezirken eine langfristige Gastronomie-Marketingstrategie. Ziel ist es, Berlin als internationale Genusshauptstadt zu positionieren, die gastronomische Vielfalt sichtbar zu machen, den Tourismus zu stärken und Arbeitsplätze zu sichern.

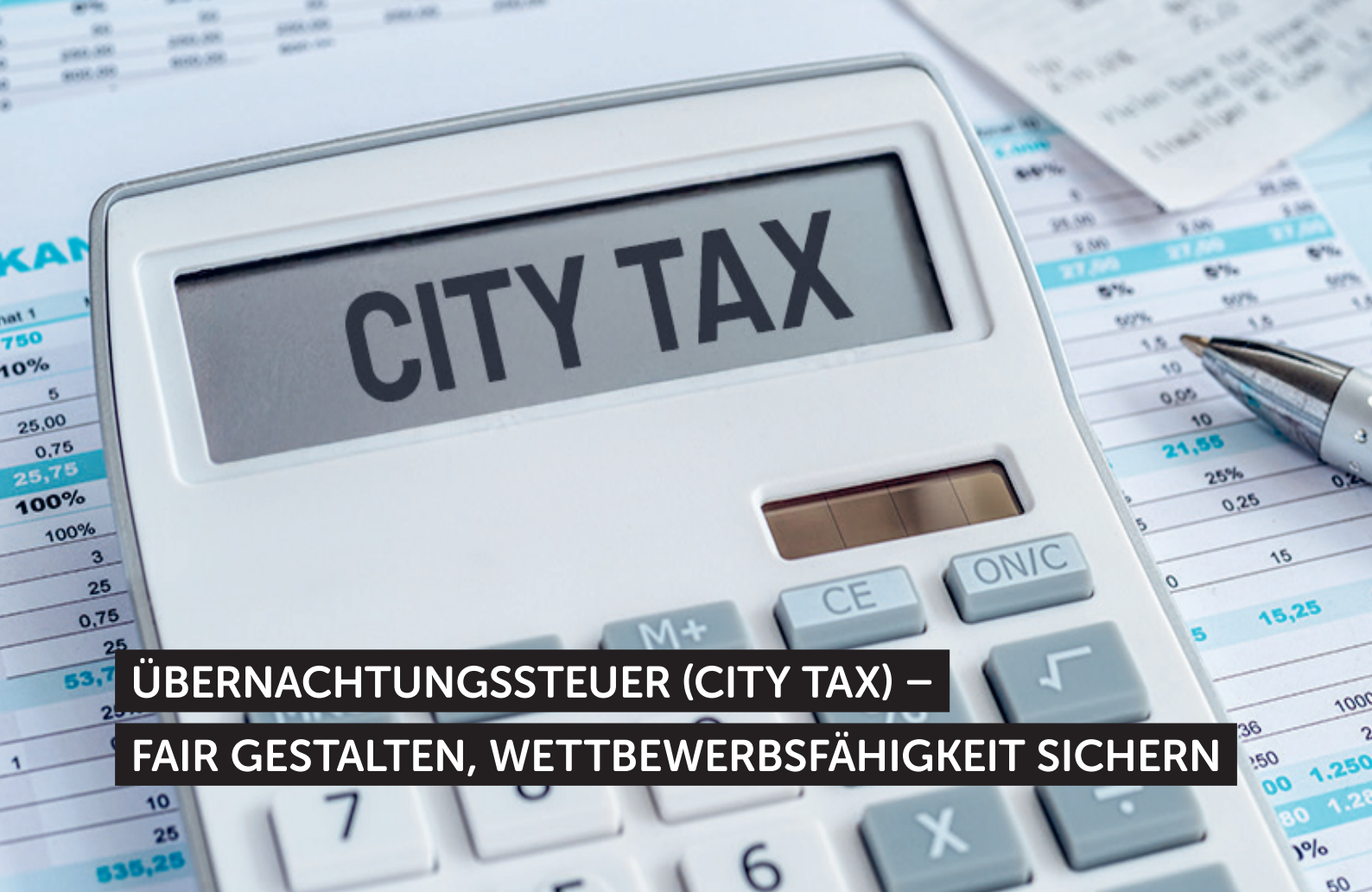
Quellen:

¹ Amt für Statistik Berlin Brandenburg

² <https://about.visitberlin.de/presse/pressemittelungen/visitberlins-neue-studie-zu-gaesten-wer-besucht-berlin-was-erleben-sie>

³ <https://foodtourismmanagement.com/de/neuigkeiten/>





ÜBERNACHTUNGSSTEUER (CITY TAX) – FAIR GESTALTEN, WETTBEWERBSFÄHIGKEIT SICHERN

KURZÜBERBLICK

Seit dem 1. Januar 2014 erhebt das Land Berlin eine Übernachtungssteuer (City Tax) auf entgeltliche Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben. Seit dem 1. April 2024 gilt diese Steuer auch für Geschäftsreisende.

Zum 1. Januar 2025 wurde der Steuersatz zudem von 5 % auf 7,5 % angehoben. Diese kurzfristig beschlossenen Änderungen belasten die Berliner Hotellerie erheblich: Sie erhöhen die Preise, verschärfen den Wettbewerbsnachteil gegenüber anderen Standorten und führen zu zusätzlichem bürokratischem Aufwand.

Die Auslastung liegt weiterhin unter dem Vorkrisenniveau, während die Kosten für Personal, Energie und Waren steigen. Gäste empfinden die Steuer häufig als intransparent und nicht nachvollziehbar. Zudem ist unklar, in welchem Umfang die Einnahmen tatsächlich in tourismusfördernde Maßnahmen fließen.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

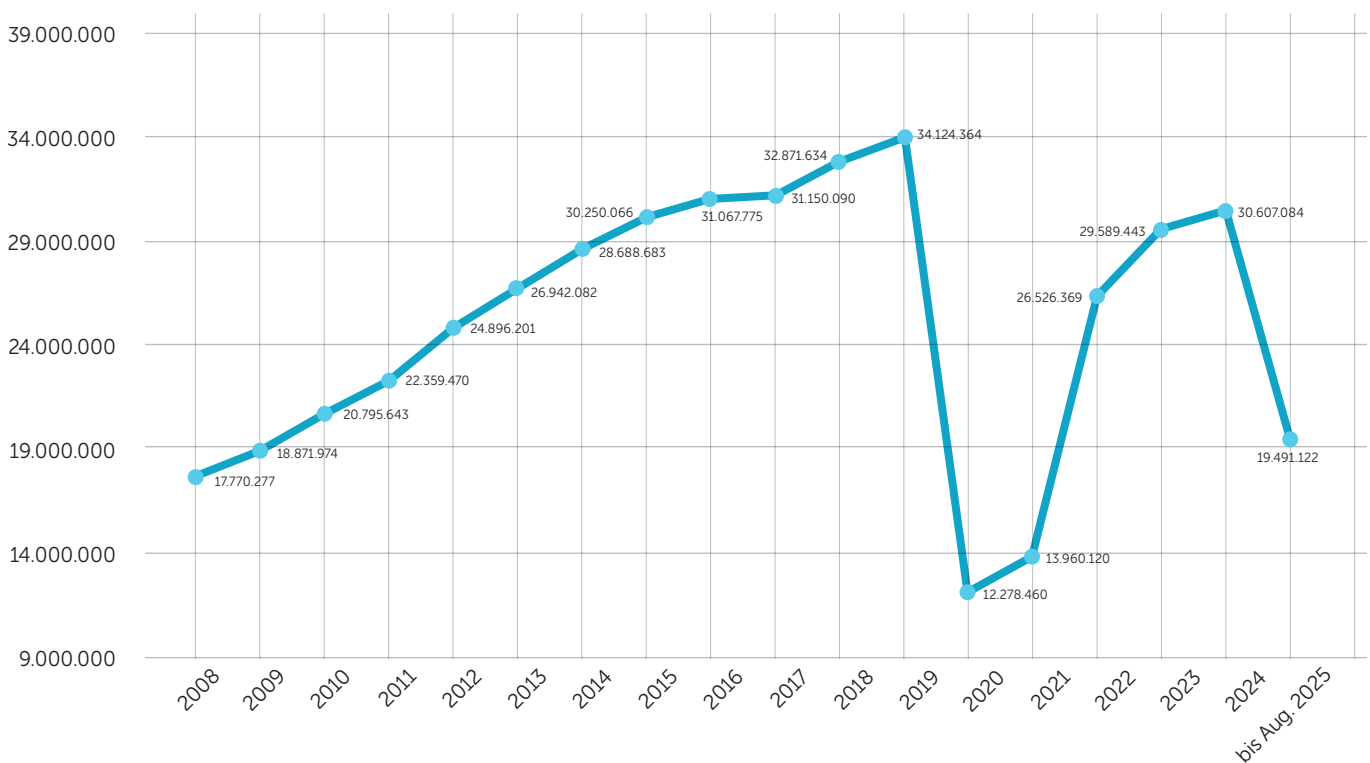
- Wettbewerbsnachteil gegenüber Städten ohne oder mit geringerer Übernachtungssteuer.
- Erhöhter Erklärungs- und Verwaltungsaufwand für Betriebe gegenüber Gästen.
- Fehlende Transparenz über die Verwendung der Einnahmen.
- Zusätzliche Belastung in einer Phase, in der sich die Branche von den Krisenjahren erholt.
- Negative Auswirkungen auf Messe- und Kongressgeschäft sowie internationale Buchungen.
- Keine Steuereinnahmen bei illegalen Ferienwohnungen.

LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

- Änderung der Steuerschuldnerschaft: Gast statt Beherbergungsbetrieb.
- Umstellung auf einen pauschalen Betrag pro Übernachtung statt prozentualem Satz.
- Vereinfachung der Erhebung, um bürokratische Belastung zu reduzieren.
- Klare, transparente Berichterstattung über Mittelverwendung.
- Zweckbindung: bis zu 10 % der Einnahmen in touristische Projekte investieren – abgestimmt mit der Branche (z. B. Connectivity Board, Berlin Event Board, Genusshauptstadt Berlin, Sonderprojekte Sport und Kultur, Touristische Infrastruktur).



Entwicklung der Übernachtungszahlen³



FAKTEN/HINTERGRUND

- Berlin zählt rund 720 Hotels mit über 140.000 Betten¹.
- Passagierzahlen und Gästeaufkommen liegen weiterhin unter dem Niveau von 2019.
- Die Hotellerie ist die einzige Branche mit dieser zusätzlichen Steuerbelastung.
- In anderen europäischen Metropolen ist die City Tax häufig niedriger oder wird teilweise zweckgebunden für Tourismusförderung eingesetzt.
- Seit Einführung der Steuer wurden in Berlin über 603 Millionen Euro² Übernachtungssteuer eingenommen.

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Das Land Berlin überarbeitet das Übernachtungssteuergesetz praxisnah und in enger Abstimmung mit der Branche. Ziel ist ein transparentes, faires Modell mit geringerer bürokratischer Belastung, klarer anteiliger Zweckbindung und einer wettbewerbsfähigen Ausgestaltung, um Berlins Attraktivität als Tourismus- und Geschäftsreiseziel zu sichern und zugleich den Qualitätstourismus zu stärken.

Quellen:

¹ <https://about.visitberlin.de/materialien/toolkit/tourismus-statistiken>

² Stand: September 2025

https://www.berlin.de/sen/finanzen/steuern/steuereinnahmen/artikel.5814.php#headline_1_18

³ <https://about.visitberlin.de/materialien/toolkit/tourismus-statistiken>



HOGA CAMPUS – AUSBILDUNG UND FACHKRÄFTESICHERUNG FÜR DEN TOURISMUS UND DAS GASTGEWERBE DER ZUKUNFT

Modell Hoga Berlin Service GmbH

KURZÜBERBLICK

Bis 2019 hat Berlin im Gastgewerbe und Tourismus eine bemerkenswerte Entwicklung erlebt. Mit moderner Hotelinfrastruktur, internationaler Vielfalt und einer dynamisch wachsenden Gastronomie zählt die Hauptstadt zu den führenden Destinationen Europas. Als pulsierende Metropole zieht sie Besucherinnen und Besucher sowie Geschäftsreisende aus aller Welt an.

Der HOGA Campus ist ein zentrales Zukunftsprojekt, um Fachkräfte zu sichern und Berlins Position als internationale Stadt der Freiheit und Gastfreundschaft weiter auszubauen. Er vereint Ausbildung, Weiterbildung, Forschung und Praxis an einem Standort, fördert Innovationen in Digitalisierung, Nachhaltigkeit und neuen Geschäftsmodellen und stärkt so Unternehmen und Beschäftigte gleichermaßen. Der HOGA Campus wäre in dieser Form der erste nationale Campus für das Gastgewerbe – ein Leuchtturmprojekt mit Vorbildcharakter für die gesamte Branche.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Fachkräftemangel nach der Corona-Pandemie, nur langsam steigende Ausbildungszahlen.
- Fehlende Verzahnung von Ausbildung, Weiterbildung und Studium.
- Unzureichende Übergangsstrukturen zwischen Schule, Beruf und Hochschulbildung.
- Mangel an bezahlbarem Wohnraum für Auszubildende.
- Potenziale der Branche für Wirtschaft, Beschäftigung und Standortmarketing werden nicht voll ausgeschöpft.



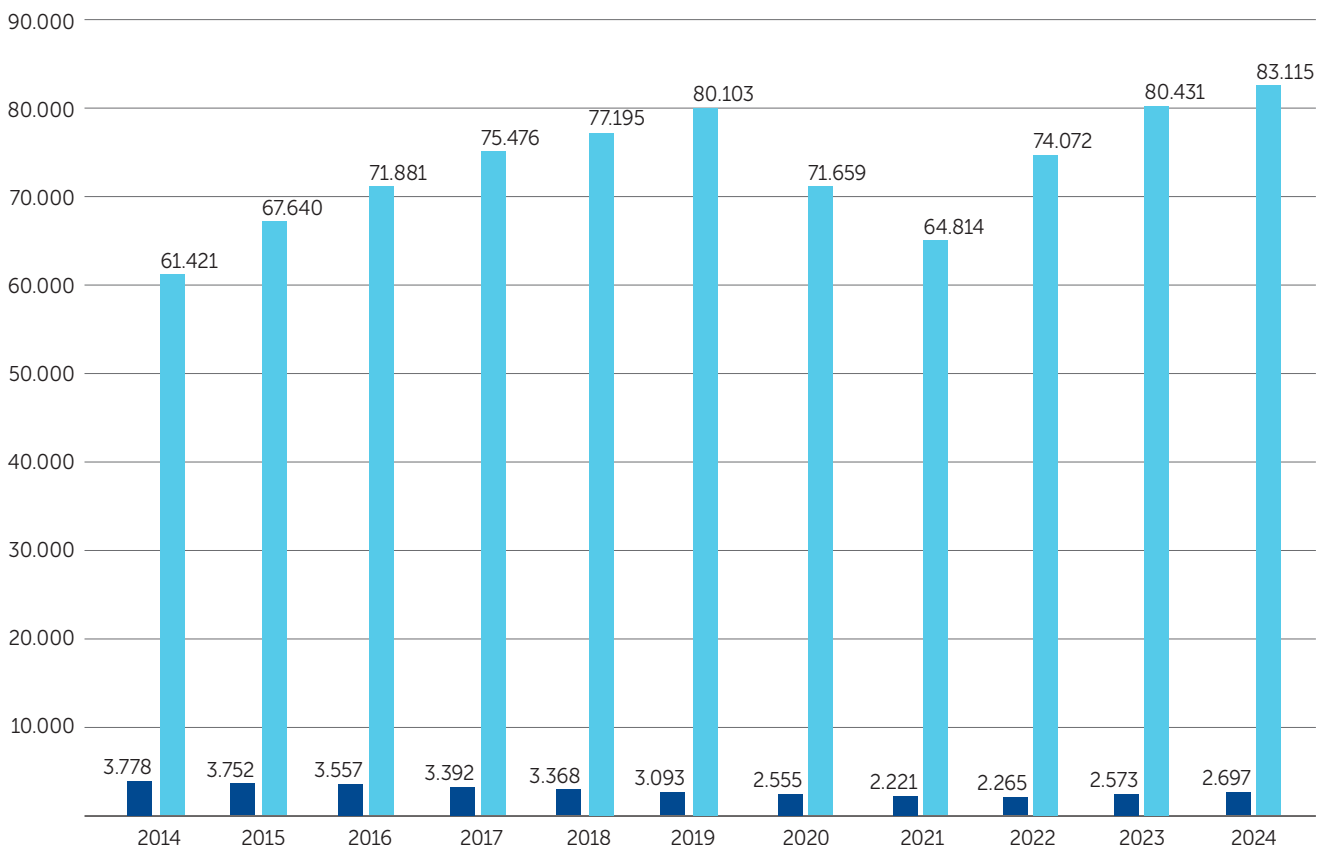
LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

Der HOGA Campus schafft eine zentrale Bildungs- und Kompetenzplattform für das Gastgewerbe:

- Ganzheitlicher Bildungsansatz von Berufsorientierung über Erstausbildung bis zu Studium und Existenzgründung.
- Nutzung von Synergien aus Praxis, Forschung und Lehre.
- Transparente, durchlässige Bildungswege und attraktive Fort- und Weiterbildungsangebote.
- Förderung von „Guter Ausbildung“, „Guter Arbeit“ und „Guten Betrieben“.
- Wohnraumangebote für Auszubildende.
- Positionierung Berlins als Innovationsstandort für Gastronomie-, Beherbergungs- und Tourismusformen.

Arbeits- und Ausbildungsverhältnisse im Berliner Gastgewerbe

- Sozialversicherungspflichtige beschäftigte mit Arbeitsort Berlin
- Anzahl gastgewerblicher Ausbildungsverhältnisse Berlin



FAKTEN/HINTERGRUND

- Etwa 83.000¹ sozialversicherungspflichtige Beschäftigte im Berliner Gastgewerbe.
- Knapp 3.000² Auszubildende.
- Rund 225.000³ Menschen profitieren direkt oder indirekt von der Branche.

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Das Land Berlin entwickelt gemeinsam mit dem DEHOGA Berlin den HOGA Campus als zentralen Bildungs- und Innovationsstandort für das Gastgewerbe. Berufsschule und Hotelfachschule werden integriert.

Das Land unterstützt das Projekt, u. a. durch die Bereitstellung eines geeigneten Grundstücks im Erbbaurecht, und verankert es in der Tourismusförderung.

Quellen:

¹ Amt für Statistik Berlin Brandenburg Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Berlin und Brandenburg.

² IHK Berlin

³ https://about.visitberlin.de/sites/default/files/2025-05/tsa_berlin_2023_0.pdf



ERLEBNISMETROPOLE BERLIN – KULTUR, SPORT UND HANDEL ALS WACHSTUMSTREIBER

KURZÜBERBLICK

Berlin lebt von seiner Vielfalt – neben Gastronomie und Hotellerie prägen vor allem Kulturangebote, internationale Sportevents und ein attraktiver Einzelhandel die touristische Anziehungskraft.

Diese Bereiche tragen wesentlich zur Wertschöpfung, zum Image und zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Hauptstadt bei.



PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Kultur: Kürzungen im Kulturbereich können Berlins Position als Kulturmetropole schwächen, obwohl Kultur für rund 61 % der Gäste Hauptreisegrund ist¹.
- Sportevents: Internationale Sportgroßveranstaltungen werden nicht ausreichend strategisch akquiriert, obwohl sie enorme mediale Reichweite und wirtschaftliche Effekte bringen.
- Einzelhandel: Die geringe Zahl verkaufsoffener Sonntage – insbesondere bei besonderen Anlässen – limitiert Umsatzpotenziale. Analysen zeigen zwischen 20 - 30 % höhere Besucherfrequenzen² gegenüber regulären Wochenenden. Zudem stärkt der Handel auch das Gastgewerbe und umgekehrt.

LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

- Kultur: Verlässliche Kulturförderung sichern und gezielt Leuchtturmprojekte unterstützen – auch aus zweckgebundenen Mitteln der City Tax.
- Sport: Aufbau einer systematischen Sport-event-Strategie in Kooperation mit dem Tourismusmarketing, um internationale Veranstaltungen gezielt nach Berlin zu holen und eigene Formate zu entwickeln.
- Einzelhandel: Erweiterung und Flexibilisierung der verkaufsoffenen Sonntage – insbesondere anlassbezogen (Advent, Großevents, Messen) – zur Belebung der Innenstädte und Steigerung der touristischen Wertschöpfung.

Quellen:

¹ visitBerlins neue Studie zu Gästen: Wer besucht Berlin? Was erleben sie in der deutschen Hauptstadt? | [about.visitberlin.de](https://www.visitberlin.de)

² <https://www.agitano.com/verkaufsoffener-sonntag/157619>

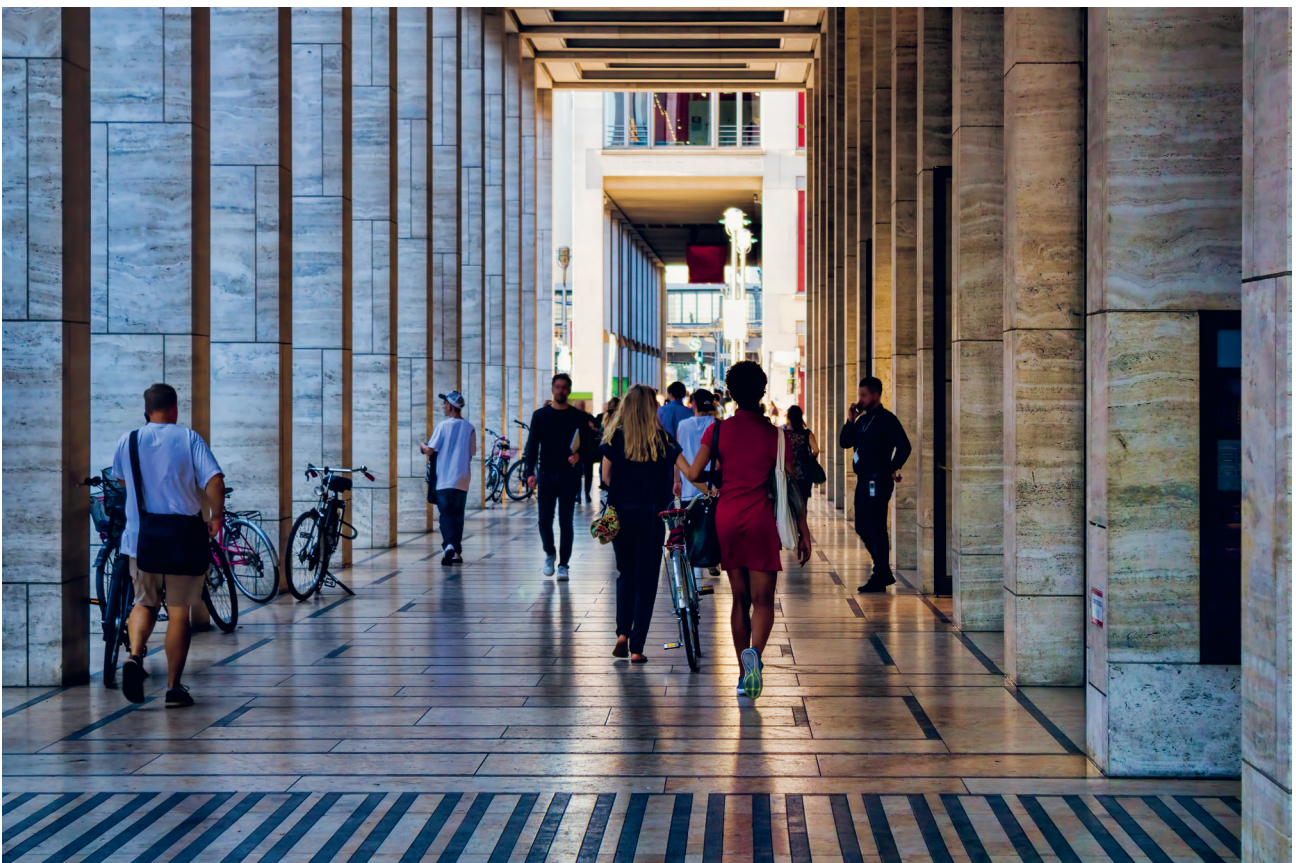
³ BMW BERLIN-MARATHON 2024, Herausgebende: SCC EVENTS GmbH und Senatsverwaltung für Inneres und Sport des Landes Berlin

FAKTEN/HINTERGRUND

- Kultur ist für 61 % der Gäste Hauptreisegrund.
- BMW BERLIN-MARATHON 2024: 469,4 Millionen Euro wirtschaftliche Wertschöpfung, 2,75 Millionen Euro Werbewert, über 1 Million Zuschauer und Zuschauerinnen³.
- Verkaufsoffene Sonntage: +20 - 30 % Besucherfrequenz, mehrere Millionen Euro zusätzlicher Umsatz pro Termin.

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Berlin stärkt seine internationale Strahlkraft durch eine verbindliche Kultur- und Sport-event-Strategie, fördert Leuchtturmprojekte gezielt aus City Tax-Mitteln und ermöglicht einer Metropole angemessene verkaufsoffene Sonntage zur Belebung der Innenstädte, Steigerung der touristischen Wertschöpfung und Sicherung von Arbeitsplätzen.





ILLEGALE FERIEWOHNUNGEN – SCHÄDLICH FÜR DEN WOHNUNGSMARKT, DIE WIRTSCHAFT UND DAS LAND BERLIN

KURZÜBERBLICK

Ferienwohnungen sind Teil des Berliner Beherbergungsangebots und ergänzen das touristische Portfolio. Doch illegale Ferienwohnungen entziehen dem Wohnungsmarkt dringend benötigten Wohnraum, verzerren den Wettbewerb zulasten der Hotellerie, führen zu hohen Steuer ausfällen und beschädigen zudem das Image legaler gewerblicher Ferienwohnungsbetreiber.

Bezahlbarer Wohnraum ist darüber hinaus ein entscheidender Faktor für die Arbeits- und Fachkräftesicherung im Gastgewerbe und Tourismus. Fehlt dieser, wird es für die Betriebe noch schwieriger, Personal zu gewinnen und langfristig zu halten.

Fehlende digitale Kontroll- und Erhebungsmechanismen erschweren zudem eine effektive Durchsetzung der bestehenden Vorschriften.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Illegale Ferienwohnungen müssen schnell und nachhaltig wieder dem Wohnungsmarkt zugeführt werden – auch um Wohnraumangebote für Fachkräfte der Hotellerie und Gastronomie bereitzustellen.
- Um zielgenau gegen illegale Ferienwohnungen vorzugehen, werden verlässliche Zahlen zur Anzahl der Ferienwohnungen benötigt – hier kursieren derzeit sehr unterschiedliche Daten.
- Legale gewerbliche Betreiber zulässiger Vermietungsmodelle, die Wertschöpfung für den Wirtschaftsstandort Berlin schaffen, müssen hingegen geschützt werden.
- Unbürokratische Registrierungssysteme, wie sie von der EU bereits eingeführt wurden, sollten übernommen werden.

LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

- Einführung eines zentralen, digitalen Melderegisters für alle Ferienwohnungsangebote.
- Verpflichtende, automatisierte Datenübermittlung durch Plattformen an die Behörden.
- Digitale Einziehung und Ausschüttung der Übernachtungssteuer über Buchungsplattformen nach internationalem Vorbild (u. a. Wiesbaden, Dresden, Frankfurt, Dortmund, Kanton St. Gallen).
- Mehr Kontrollen und Verschärfung der Sanktionen bei Verstößen.
- Zweckbindung eines Teils der Einnahmen für Tourismusförderung und Wohnraumsicherung.

Quellen:

¹ https://www.diw.de/de/diw_01.c.810832.de/publikationen/wochenberichte/2021_07_1/durch_airbnb-vermietungen_steigen_in_berlin_die_mieten.html

FAKTEN/HINTERGRUND

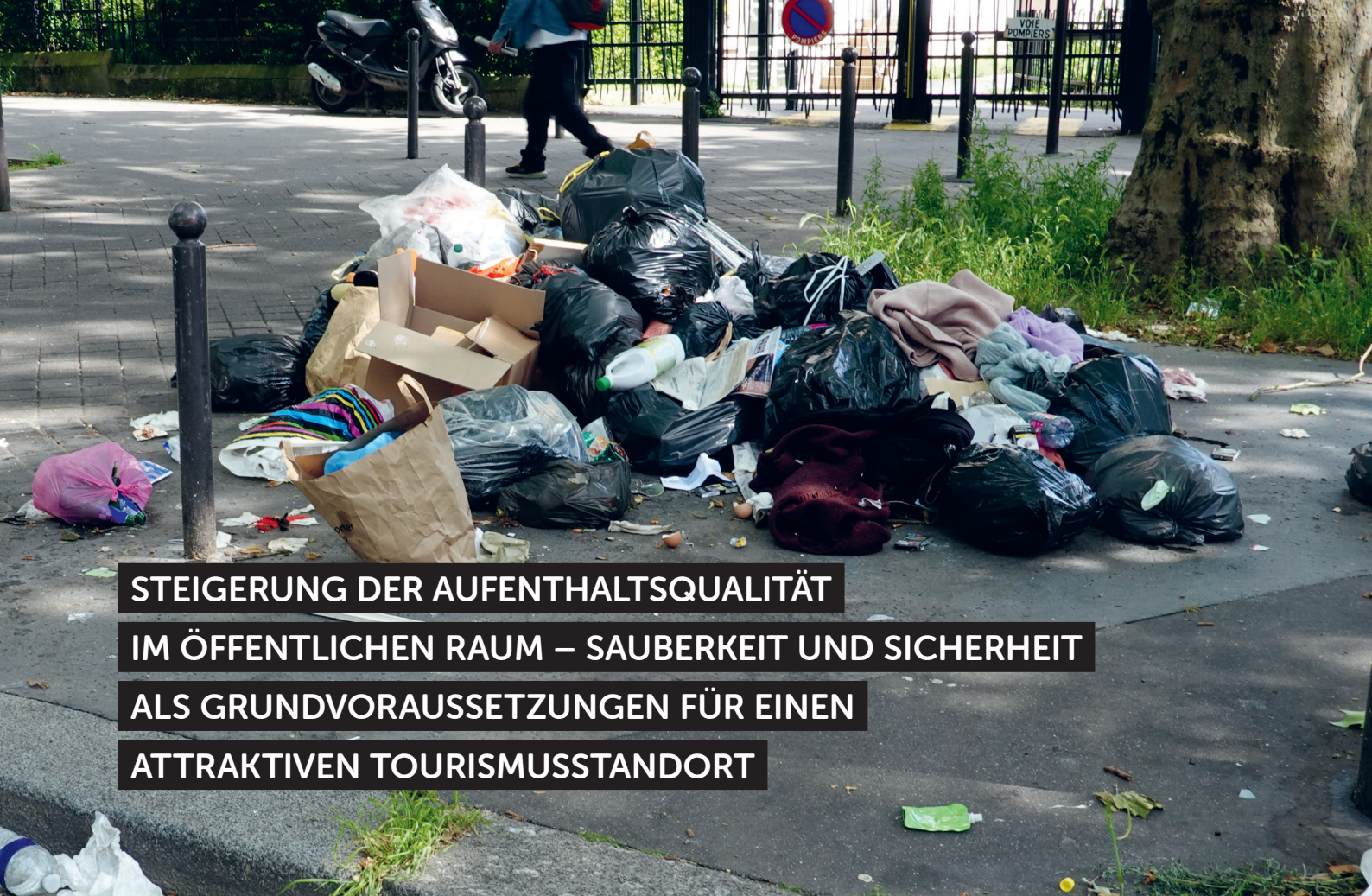
- Technische Lösungen reduzieren Verwaltungsaufwand, verbessern Steuer-Compliance und sichern die Gleichbehandlung von Hotellerie und Kurzzeitvermietern.
- Mietpreisanstieg in betroffenen Quartieren: +13 - 46 Cent/m² im direkten Umfeld¹.

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Das Land Berlin verschärft die gesetzlichen Grundlagen zur Erfassung und Kontrolle von Ferienwohnungsangeboten und führt ein zentrales, digitales System zur automatisierten Steuererhebung der Vermieter auf den Plattformen ein. Die Plattformen werden verpflichtet, die Übernachtungssteuer beim Buchungsvorgang einzuziehen und an das Land abzuführen.

Ziel ist Transparenz, Sicherung von Wohnraum, fairer Wettbewerb und eine zweckgebundene Rückführung der Einnahmen in Tourismus-, Wohnraum- und Fachkräftesicherung.





STEIGERUNG DER AUFENTHALTSQUALITÄT IM ÖFFENTLICHEN RAUM – SAUBERKEIT UND SICHERHEIT ALS GRUNDVORAUSSETZUNGEN FÜR EINEN ATTRAKTIVEN TOURISMUSSTANDORT

KURZÜBERBLICK

Sauberkeit und Sicherheit im öffentlichen Raum sind zentrale Faktoren für die Lebensqualität der Berlinerinnen und Berliner – und entscheidend für den touristischen Gesamteindruck. Sie beeinflussen direkt Aufenthaltsdauer, Wiederbesuchsabsicht und Weiterempfehlung durch Gäste.

Um die Aufenthaltsqualität spürbar zu steigern, braucht es mehr Sauberkeit, Sicherheit, barrierefreie Zugänge sowie eine attraktivere Gestaltung von Plätzen, Parks und Fußgängerbereichen.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Verschmutzte Plätze, illegale Müllablagerungen, Vandalismus und eine wachsende Zahl von Ordnungsstörungen beeinträchtigen das Stadtbild.
- Einsparungen bei den Parkläufern.
- Gäste nehmen diese Probleme oft sensibler wahr als Einheimische – das schwächt Image und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Tourismusstandorts.
- Viele öffentliche Plätze und Parks sind gestalterisch wenig einladend, teilweise vernachlässigt und nicht barrierefrei nutzbar.



LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

- Mehr Mittel für Stadtreinigung und Instandhaltung öffentlicher Plätze – auch finanziert über City Tax-Einnahmen.
- Ausbau der Sicherheitspräsenz in Hotspots wie Bahnhofsumfeld, Alexanderplatz und Kurfürstendamm, inkl. „Tourismus-Ordnungsdienst“ in Kooperation mit Ordnungsämtern und Polizei.
- Optimierung von Beleuchtung, Barrierefreiheit und Infrastruktur in stark frequentierten Bereichen.
- Aufwertung von Plätzen und Parks zur Steigerung der Aufenthaltsqualität sowie Entwicklung eines Konzepts für die historische Mitte.
- Außengastronomie stärken.
- Öffentlichkeitskampagnen für Sauberkeit, Rücksichtnahme und Sicherheit.

FAKTEN/HINTERGRUND

- Laut visitBerlin-Befragungen zählt Sauberkeit zu den drei meistgenannten Kritikpunkten von Gästen.
- Sauberkeit und Sicherheit wirken sich direkt auf Standortbewertungen in Online-Portalen aus.
- Beispiele aus Wien, Singapur und Kopenhagen zeigen messbare touristische Zugewinne nach gezielten Investitionen in diese Bereiche.

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Das Land Berlin und die Bezirke verbessern Sauberkeit und Sicherheit im öffentlichen Raum – mit besonderem Fokus auf touristische Hotspots – und investieren zugleich in eine attraktivere Gestaltung von Plätzen, Parks und Fußgängerbereichen. So wird Berlin zu einer einladenden, gepflegten, sicheren und barrierefreien Stadt für Gäste und Einheimische.

Mengen illegaler Ablagerungen 2020 bis 2024 sowie Kosten der BSR für die Beseitigung.

Die Tabelle bildet nur die Kosten und Mengen ab, die durch die BSR erfasst wurden. Nicht enthalten sind die Mengen von illegalen Ablagerungen, die vor Mai 2023 noch durch die Bezirke beseitigt wurden sowie die Kosten, die ihnen dadurch entstanden sind.



Daten und Fakten zur Stadtsauberkeit
Senatsverwaltung für
Mobilität, Verkehr, Klimaschutz
und Umwelt

Kalenderjahr	Kosten der BSR in Euro	Mengen (inkl. Bauabfälle) in m ³
2020	5.043.237	39.514
2021	5.188.735	39.112
2022	6.295.382	40.660
2023 *	9.675.637	49.689
2024	10.338.205	54.267

* seit 01. Mai 2023 setzt die BSR den gesetzlichen Auftrag zur Beseitigung illegaler Ablagerungen, inklusive Bauschutt, um. Daher ist eine Vergleichbarkeit nur bedingt möglich. Quelle: Ordnungsamt-Online (AMS)



BÜROKRATIEABBAU IM BERLINER GASTGEWERBE – PRAXISERLEICHTERUNGEN JETZT UMSETZEN

KURZÜBERBLICK

Das Berliner Gastgewerbe ist von umfangreichen Dokumentations-, Prüf- und Berichtspflichten betroffen. Diese binden Zeit und Ressourcen – besonders in kleinen und mittleren Betrieben, die zusätzlich mit Fachkräftemangel, steigenden Kosten und Steuerbelastungen (z. B. City Tax) konfrontiert sind.

Berlin kann durch eigene Maßnahmen entlasten und sollte sich zugleich auf Bundesebene für praxisgerechte Anpassungen einsetzen.

PROBLEMATIK/HERAUSFORDERUNG

- Hoher administrativer Aufwand bei HACCP, Allergenkennzeichnung, technischen Prüfungen.
- Uneinheitliche Vollzugspraxis in den Bezirken führt zu Rechtsunsicherheit.
- Fehlende digitale Standards und umständliche Nachweispflichten.
- Lange Bearbeitungszeiten bei Genehmigungen.

LÖSUNGEN/FORDERUNGEN

- Einheitliche Vollzugspraxis in allen Bezirken.
- Risikobasierte Kontrollen statt pauschaler Dokumentationspflichten.
- Digitale Verfahren und zentrale Meldeplattformen ausbauen.
- Praxisgerechte Allergenkennzeichnung (mündlich und schriftliche Hinterlegung).
- Verbindliche Bearbeitungsfristen für Genehmigungen.
- Erteilung von unbefristeten Genehmigungen.
- Politische Initiative Berlins auf Bundesebene für Entlastungen im Gastgewerbe.
- Praxischecks Bürokratie: Belastungen für Betriebe systematisch analysieren und praxisnahe Entlastungen gemeinsam mit der Politik entwickeln.

FAKTEN/HINTERGRUND

- Rund 720 Hotels und über 11.000¹ gastronomische Betriebe in Berlin.
- 84 % der Betriebe empfinden Bürokratie als große Belastung (DEHOGA-Umfrage).
- Andere Bundesländer setzen bereits vereinfachte Dokumentationspflichten bei positiver Kontrollhistorie um.

Quelle:

¹ Amt für Statistik Berlin Brandenburg

FÜR DIE ZUKUNFT BERLINS

Berlin reduziert Bürokratie im Gastgewerbe durch einheitliche Standards, digitale Verfahren und verbindliche Fristen. Das Land nutzt seine rechtlichen Spielräume und setzt sich auf Bundesebene für praxismgerechte Anpassungen ein, um Unternehmen nachhaltig zu entlasten und Investitionen zu fördern.



Download-Link
zur Broschüre

SCHLUSSBEMERKUNG

Alle in dieser Agenda genannten Maßnahmen verfolgen das Ziel, Berlin als attraktiven, wettbewerbsfähigen und lebenswerten Standort für Gäste, Bewohnerinnen und Bewohner sowie Unternehmerinnen und Unternehmer zu erhalten und weiterzuentwickeln.

Nachhaltigkeit – ökologisch, ökonomisch und sozial – sowie Klimaschutz müssen dabei ebenso selbstverständlich berücksichtigt werden wie die digitale Transformation.

Dazu gehören Investitionen in die Elektrifizierung von Bussen und Booten, Projekte zur CO₂-Reduktion und Anpassung an klimatische Veränderungen sowie digitale Verwaltungsprozesse, Smart-City-Ansätze im Tourismus und die intelligente Nutzung von Daten für Angebotsentwicklung und Infrastrukturplanung.

Aufbauend auf dem touristischen Datenhub von visitBerlin kann die digitale Infrastruktur gezielt erweitert und für Kultur, Bezirke und Verbände geöffnet werden. So lassen sich Synergien schaffen, Daten effizient einsetzen und Doppelstrukturen vermeiden – zum Vorteil der Stadtgesellschaft. Dies erfordert einen kontinuierlichen Dialog zwischen Politik, Verwaltung und der Branche, um praxisnahe, tragfähige und zukunftsorientierte Lösungen zu entwickeln – statt isolierter Einzelmaßnahmen.

Tourismus und Gastgewerbe prägen Berlin als weltoffene, vielfältige und friedliche Metropole. Diese Werte verdienen Anerkennung, Förderung und passende Rahmenbedingungen – heute und in Zukunft. Nur so kann Berlin dauerhaft als internationale Stadt der Gastfreundschaft, Innovation und Lebensqualität bestehen.