

• Touristischer KulMon[®]-Report

- Ausgewählte Ergebnisse 2025
mit besonderer Relevanz für den Berlin-Tourismus

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung zum touristischen KulMon®-Report von visitBerlin	3
2. Ausgewählte tourismusrelevante KulMon®-Ergebnisse 2025	9
2.1 KulMon®-Erhebung 2025	10
2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur	13
2.3 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Verhalten der Besucher:innen	22
2.4 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Zufriedenheit der Besucher:innen	31
3. Fazit: touristisch relevante Kernergebnisse	34

Kontaktdaten:

Der KulMon®-Report wurde erstellt von:

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH
Gutenbergstraße 74, 14467 Potsdam
Telefon 0331 200 83 43

potsdam@ift-consulting.de

www.ift-consulting.de

in Abstimmung mit dem IKTf und visitBerlin.

Auftraggeberin ist die:

visitBerlin
c/o Berlin Tourismus & Kongress GmbH
Sophia Quint

Leitung Marktforschung
Schöneberger Straße 15, 10963 Berlin

Sophia.Quint@visitberlin.de



1. Einführung zum touristischen KulMon[®]-Report von visitBerlin

Touristischer KulMon[®]-Report allgemein, ausgewählte Rahmenbedingungen für Berlin

1. Einführung zum touristischen KulMon®-Report von visitBerlin

Über KulMon®

Dies ist die 4. Auflage des touristischen KulMon®-Reports von visitBerlin für das Gesamtjahr 2025. Der Report berichtet als Ergänzung der Auswertungen des Instituts für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) jährlich über ausgewählte tourismusrelevante Ergebnisse aus den Befragungen in den Berliner Kultureinrichtungen¹.

KulMon®, das ist:

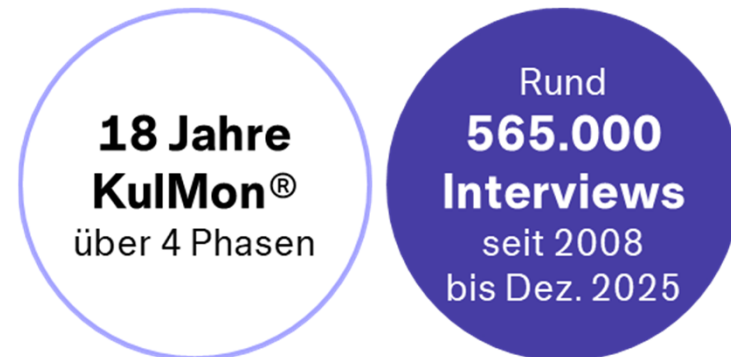
- › das größte, am längsten etablierte Besucher:innenforschungssystem im deutschsprachigen Raum. Seit 2008 bis Dezember 2025 wurden 565.000 Interviews in Berliner Kultureinrichtungen durchgeführt¹.
- › bedeutende permanente Grundlagenforschung durch kontinuierliche Befragungen in den Berliner Kultur- und Freizeiteinrichtungen.
- › die Betrachtung der Besucher:innen unter soziodemografischen, aber auch verhaltensspezifischen und sogar wertorientierten Aspekten.
- › Monitoring, das die Differenzierung der Daten nach Branchen und Sparten zulässt.
- › ein partizipativer Prozess, der aktuelle Entwicklungen berücksichtigt.

Von 2008 bis 2021 war visitBerlin als KulMon®-Projektträgerin verantwortlich für die Gesamtleitung und operative Umsetzung. Seit Ende 2021 ist das Institut für Kulturelle Teilhabeforschung (IKTf) in Berlin Träger von KulMon®.

KulMon® bietet im Hinblick auf die Methodik:

- › **standardisierte Erhebungen:** Face-to-Face-Befragungen in Kulturinstitutionen, durchgeführt von Profis mit digitalen Erfassungstools
- › **unterschiedliche Stichprobenumfänge:** 300–2.400 Interviews je Einrichtung
- › **individuelles Fragenprogramm:** verpflichtende Kernfragen für Basismerkmale und optionale Zusatzfragen – flexibel und vergleichbar.

Die teilnehmenden Einrichtungen können die Befragungsergebnisse über das intuitive, webbasierte Auswertungstool Reportbook selbst abrufen.



¹ KulMon® wird auch in weiteren Städten Deutschlands genutzt, wie z. B. in Köln und Düsseldorf. Der vorliegende touristische KulMon®-Report von visitBerlin beschränkt sich auf die Daten für Berlin.

1. Einführung zum touristischen KulMon®-Report von visitBerlin

Über den KulMon®-Report

Im vorliegenden touristischen KulMon®-Report werden Ergebnisse ausgewählter **Kernfragen** (K-Fragen) vorgestellt, die in allen Einrichtungen erhoben werden. Davon werden einige mit den Ergebnissen für alle Einrichtungen dargestellt, andere mit Differenzierungen z. B. nach Herkunft, Branchen oder Alter (über Kreuztabellierungen, diese sind mit „#“ markiert). Der Fokus liegt auf den Tourist:innen, nur in wenigen Fällen sind die Ergebnisse aller Befragten einschließlich der Berliner:innen dargestellt, um die Ergebnisse bei den Tourist:innen besser einordnen zu können.

Zusätzlich werden Ergebnisse ausgewählter, touristisch relevanter **Zusatzfragen** (Z-Fragen) anonymisiert vorgestellt, die sich die Einrichtungen in ihrem Fragenkatalog individuell zusammenstellen können.

Wichtig ist, dass **Besucher:innen ab 15 Jahren befragt** werden. Befragte in der Altersgruppe „unter 20 Jahren“ sind hier daher grundsätzlich nicht vollständig abgebildet. Dies gilt auch für die Teilnehmenden in Reise- oder Bildungsgruppen, da aktuell **nur Individualgäste** befragt werden.

Weitere Informationen zu KulMon® gibt es hier:

<https://www.iktf.berlin/kulmon/>

Hinweis zum Datenschutz: visitBerlin nutzt die Auswertungsergebnisse der Kern- bzw. K-Fragen und ausgewählter, touristisch relevanter Zusatz- bzw. Z-Fragen. Bei letzteren werden grundsätzlich keine individuellen Ergebnisse einzelner Einrichtungen, sondern lediglich anonymisiert die Ergebnisse aller Einrichtungen dargestellt.

Auch in dieser Ausgabe gibt es zunächst flankierend einen **kurzen Blick zur generellen Entwicklung der touristischen und Besuchsnachfrage 2025 in Berlin**, bevor das Besucher:innenverhalten in den Berliner Kultureinrichtungen beleuchtet wird. Dazu werden auf den folgenden Seiten ausgewählte Daten aus der **Beherbergungsstatistik** und aus **Visitor Insight** dargestellt.

Sie möchten mit Ihrer kulturtouristischen Einrichtung in Berlin ebenfalls an KulMon® teilnehmen und die wertvollen Daten nutzen?
Dann melden Sie sich gerne unter kulmon@iktf.berlin.

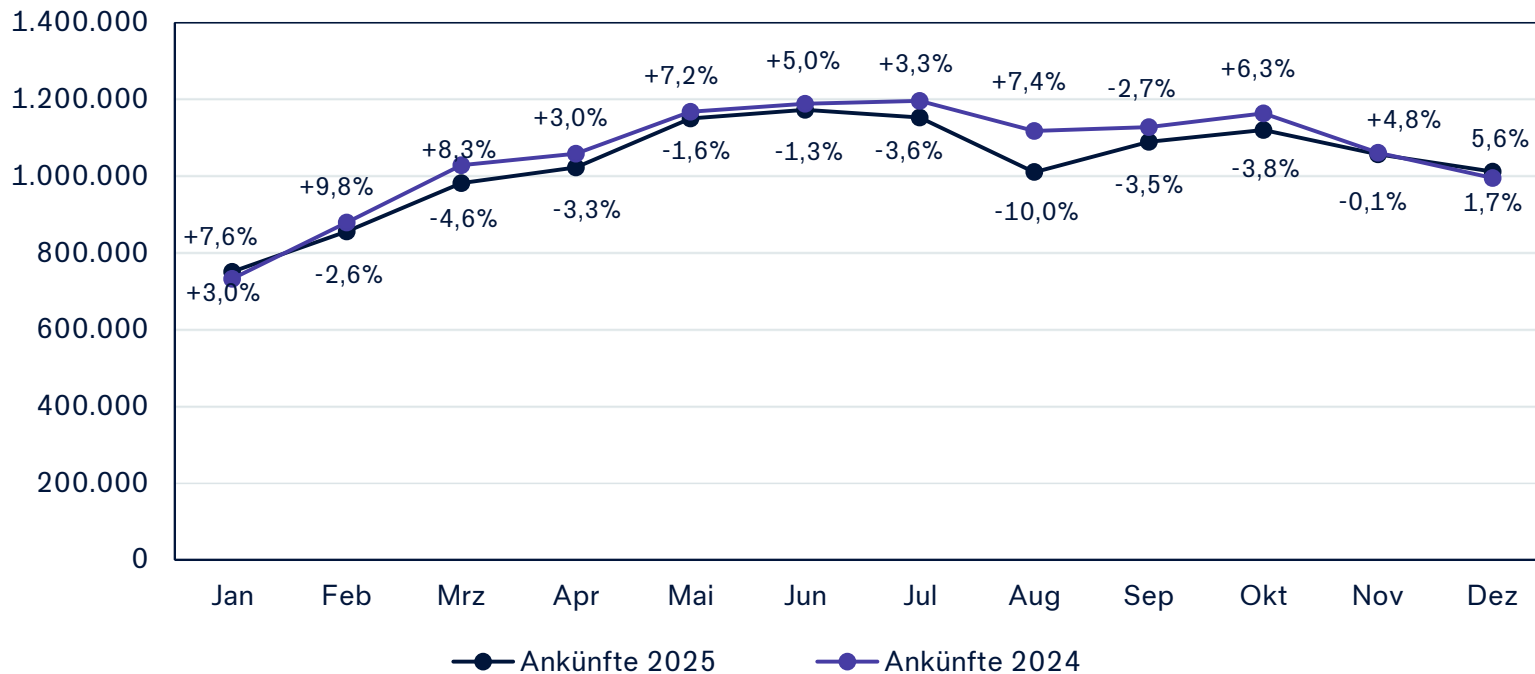
Der nächste KulMon®-Report kommt.
In welchen touristischen Themenbereichen wünschen Sie sich vertiefende Informationen? Schreiben Sie uns gerne an marktforschung@visitBerlin.de.

1. Einführung zum touristischen KulMon[®]-Report von visitBerlin

Rahmenbedingungen: touristische Nachfrage Berlins und Besuchszahlen in den Kultureinrichtungen

Visitor Economy Berlin: Gewerbliche Ankünfte

Abbildung: Ankünfte 2025* und 2024 (Anzahl und Veränderung zum Vorjahresmonat in Prozent)



Quelle: visitBerlin auf Basis Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Berlin, Februar 2026 *Vorabkennzahlen); gewerbliche Ankünfte in Beherbergungsbetrieben mit mind. 10 Betten

Jan.-Dez.
2025
Ankünfte
12.375.208
(-2,7%)

Die touristische Nachfrage in Berlin ist im Mai-Juli und Oktober am höchsten.

Im Gesamtjahr 2025 wurden in Berlin 12,4 Millionen Ankünfte verzeichnet. Damit gab es einen leichten Rückgang von 2,7 Prozent gegenüber 2024.

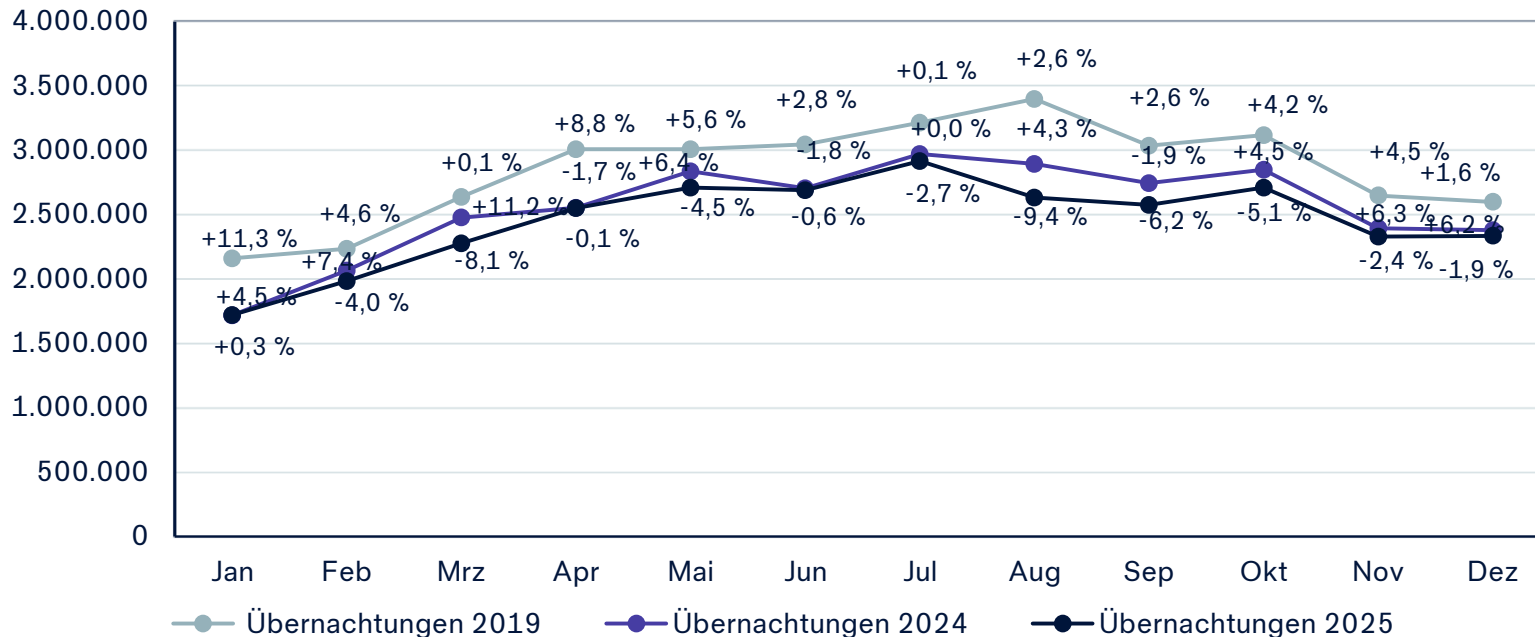
Der deutlichste Rückgang wurde mit -10 % im August 2025 gegenüber August 2024 verzeichnet.

1. Einführung zum touristischen KulMon[®]-Report von visitBerlin

Rahmenbedingungen: touristische Nachfrage Berlins und Besuchszahlen in den Kultureinrichtungen

Visitor Economy Berlin: Gewerbliche Übernachtungen

Abbildung: Übernachtungen 2025*, 2024 und 2019 (Anzahl und Veränderung zum Vorjahresmonat in Prozent)



**Jan.-Dez. 2025
Übernachtungen
29.4 Mio.
(-3,8 %)**

Auch bei den Übernachtungen 2025 konnten in Berlin nicht die Vorjahreswerte erreicht werden: es gab ein Minus von 3,8 Prozent. Vor allem im März (-8,1 %) und August (-9,4 %) gab es sichtbare Rückgänge gegenüber den Vorjahresmonaten.

Das Niveau der Übernachtungszahlen von 2019 (vor der Corona-Pandemie) konnte noch nicht wieder erreicht werden

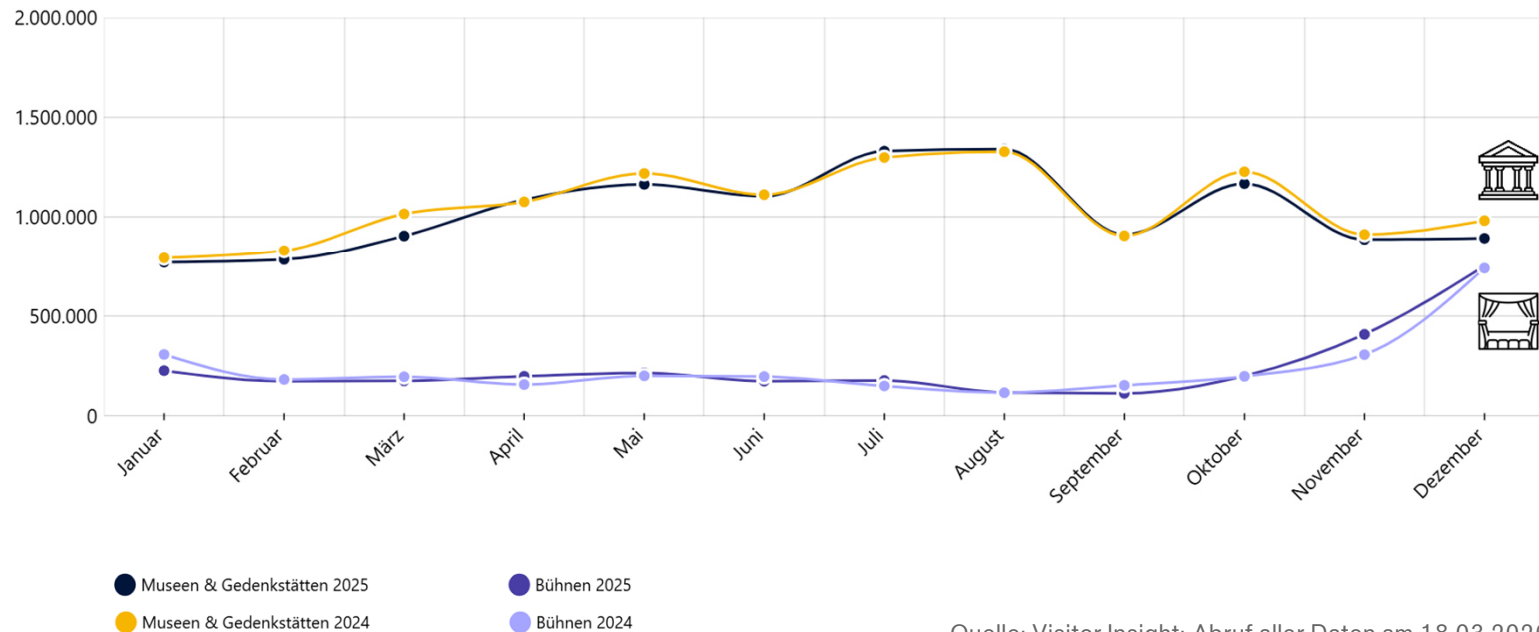
Quelle: visitBerlin auf Basis Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Berlin, Februar 2026 *Vorabkennzahlen); gewerbliche Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit mind. 10 Betten

1. Einführung zum touristischen KulMon®-Report von visitBerlin

Rahmenbedingungen: touristische Nachfrage Berlins und Besuchszahlen in den Kultureinrichtungen

Visitor Insight-Daten: Tatsächliche Besuchsnachfrage in Berliner Kultureinrichtungen

Abbildung: Besuchszahlen 2025 und 2024 nach Branchen



Theater und Bühnen haben ihren Peak im Dezember. Auch im November ist die Nachfrage hoch.

Museen und Gedenkstätten werden am häufigsten im Sommer besucht (Juli, August). Auch im Mai und Oktober ist die Nachfrage hoch.

2025 besuchten **12,34 Millionen Besucher:innen** die an Visitor Insight teilnehmenden **Museen und Gedenkstätten**. Dies sind 2,8 Prozent weniger als im Jahr 2024 (Anzahl Einrichtungen 2025: 58, 2024: 52).

Die **Theater und Bühnen** zählten 2025 **2,93 Millionen Besucher:innen**, d. h. 0,8 Prozent mehr als 2024 (Anzahl Einrichtungen 2025: 17, 2024: 16).

2025 zählte Visitor Insight 109 Einrichtungen, die ihre Daten eingepflegten (inkl. Tagungsorte, Tagungshotels). Im Kultur- und Freizeitbereich waren es 58 Museen und Gedenkstätten sowie 17 Theater und Bühnen. Einige der Einrichtungen sind parallel in KulMon® und können so beide Datenwelten nutzen.

Quelle: Visitor Insight; Abruf aller Daten am 18.03.2026



2. Ausgewählte tourismusrelevante KulMon®-Ergebnisse 2025

2.1 KulMon®-Erhebung 2025

Befragungszeitraum, teilnehmende Einrichtungen, Stichprobenumfang

Diesem KulMon®-Report liegen die **Befragungsergebnisse in den Berliner Kultur- und Freizeiteinrichtungen im Zeitraum 01.01. –31.12.2025** zugrunde.

Im Betrachtungsjahr 2025 waren es 74 teilnehmende Einrichtungen. Die Zahl der teilnehmenden Einrichtungen hat damit seit 2019 kontinuierlich zugenommen, was für das große Interesse der Berliner Kultureinrichtungen an KulMon®-Daten und auch eine erfolgreiche Ansprache der Einrichtungen spricht.

- › 2019 37 KulMon®-Einrichtungen
- › 2020 28 KulMon®-Einrichtungen (*Corona-Jahr*)
- › 2021 36 KulMon®-Einrichtungen (*Corona-Jahr*)
- › 2022 46 KulMon®-Einrichtungen
- › 2023 55 KulMon®-Einrichtungen
- › 2024 57 KulMon®-Einrichtungen
- › **2025 74 KulMon®-Einrichtungen**

Jedes Jahr nutzen mehr Einrichtungen KulMon® und schaffen so eine wertvolle gemeinsame Datenbasis. Berlin bietet eine sehr dichte Kulturlandschaft mit insgesamt über 610 Bühnen und Ausstellungsstätten, darunter über 170 Museen, Schlösser, Gedenkstätten und 290 Galerien für

klassische Moderne und zeitgenössische Kunst. Um so wichtiger ist, dass möglichst viele Einrichtungen bei KulMon® dabei sind.

2025 konnten **53.843 persönliche Interviews*** durchgeführt werden – im Jahr 2024 waren es im Gesamtjahr 62.320 Interviews. Trotz der gestiegenen Zahl teilnehmender Einrichtungen, war die Anzahl der durchgeführten Interviews im Jahr 2025 demnach geringer als im Jahr 2024.

In den Berliner Theatern und Bühnen wurden 2025 weniger Besucher:innen befragt als in den Berliner Museen und Gedenkstätten:

- › **38 Museen und Gedenkstätten** (davon 6 Gedenkstätten)
27.867 Interviews im Jahr 2025, 51,8 % der Interviews.
- › **36 Theater und Bühnen** (davon neu auch drei Literaturhäuser)
25.976 Interviews im Jahr 2025, 48,2 % der Interviews.



* Hinweis: Im Jahr 2025 wurden tatsächlich 54.741 Interviews durchgeführt. Davon wurden 898 Interviews keiner Branche zugeordnet. Daher bezieht sich der touristische KulMon®-Report immer dann, wenn nach Branchen differenziert wird, auf eine Grundgesamtheit von 53.843 Interviews.

Quelle: visitBerlin <https://about.visitberlin.de/presse/pressemitteilungen/berlin-zahlen#KulturundEvents>

2.1 KulMon®-Erhebung 2025



Teilnehmende Einrichtungen – sortiert nach Branchen bzw. Sparten

Hinweis: Nicht alle Einrichtungen waren im gesamten Zeitraum Jan.–Dez. 2025 dabei.

Branche: Museen und Gedenkstätten
Sparte: Museen (insgesamt 32)
<ul style="list-style-type: none"> › Altes Museum › Humboldt Forum im Berliner Schloss <ul style="list-style-type: none"> – „Beziehungsweise Familie“ – Ausstellung im Humboldt Forum – „Berlin-Global“ – Ausstellung im Humboldt Forum – „Hin und Weg“ – Ausstellung im Humboldt Forum › Berlinische Galerie › BRÖHAN-MUSEUM › Brücke-Museum › Ephraim-Palais › Fernsehturm › Futurium › Georg-Kolbe-Museum › Gropius Bau – Berliner Festspiele › Haus am Waldsee

Branche: Museen und Gedenkstätten
weiter Sparte: Museen
<ul style="list-style-type: none"> › Käthe-Kollwitz-Museum / grafische Sammlung Hans Pels-Leusden › Kunsthaus Dahlem › Künstlerhaus Bethanien › KUNST-WERKE Berlin › Museumsdorf Düppel › Museum Blindenwerkstatt Otto Weidt › Museum für Fotografie › Museum Knoblauchhaus › Museum Nikolaikirche › Neue Nationalgalerie › Schloss Charlottenburg › Schwules Museum Berlin › Stiftung Deutsches Technikmuseum Berlin › Stiftung Domäne Dahlem – Landgut und Museum › Werkbundarchiv – Museum der Dinge

Branche: Museen und Gedenkstätten
weiter Sparte: Museen
<ul style="list-style-type: none"> › SMB – Gemäldegalerie › SMB – Neues Museum › SMB – Hamburger Bahnhof
Sparte: Gedenkstätten (insgesamt 6)
<ul style="list-style-type: none"> › Dokumentationszentrum Flucht, Vertreibung, Versöhnung › Gedenkstätte Deutscher Widerstand › Gedenkstätte Hohenschönhausen › Haus der Wannsee-Konferenz – Gedenk- und Bildungsstätte › Stiftung Topographie des Terrors › Gedenkstätte Bernauer Straße Stiftung Berliner Mauer

2.1 KulMon[®]-Erhebung 2025



Teilnehmende Einrichtungen – sortiert nach Branchen bzw. Sparten

Hinweis: Nicht alle Einrichtungen waren im gesamten Zeitraum Jan.–Dez. 2025 dabei.

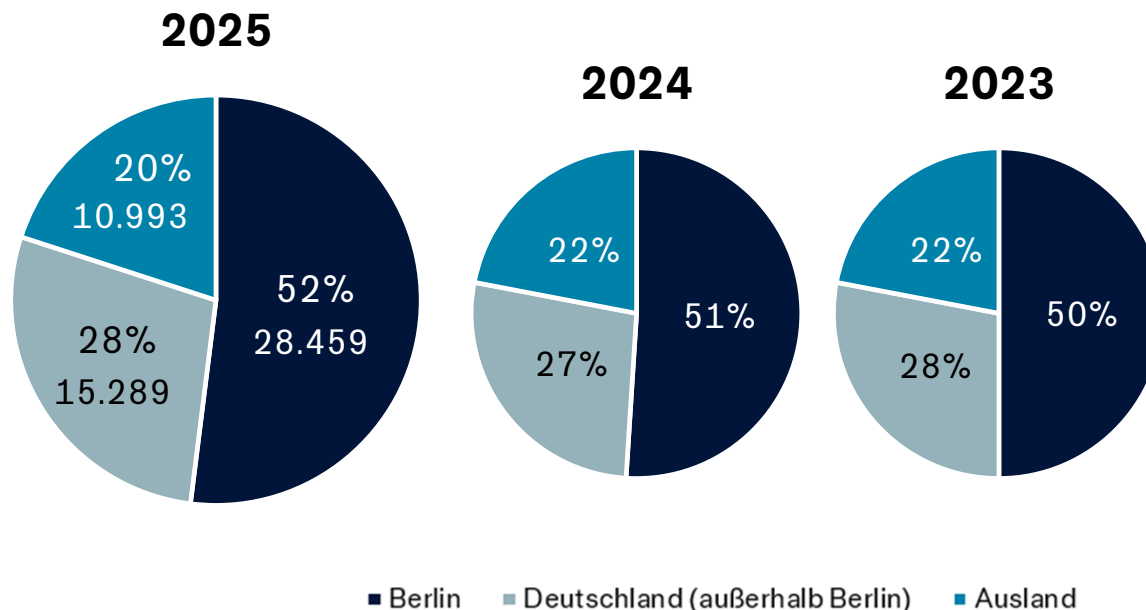
Branche: Theater und Bühnen (auch Literatur)	Branche: Theater und Bühnen (auch Literatur)	Branche: Theater und Bühnen (auch Literatur)
Sparte: Oper / Ballett / Tanztheater-aufführungen / Konzerthäuser (insgesamt 16)	weiter Sparte: Oper / Ballett / Tanztheater-aufführungen / Konzerthäuser	weiter Sparte: Sprechtheater
<ul style="list-style-type: none"> › Stiftung Oper in Berlin mit: <ul style="list-style-type: none"> – Deutsche Oper in Berlin – Komische Oper Berlin – Staatsballett Berlin – Staatsoper Unter den Linden › ATZE Musiktheater › Ballhaus Naunynstraße › Berliner Philharmonie › Deutsches Symphonie-Orchester Berlin (DSO) › Friedrichstadt-Palast › Kesselhaus Berlin › Konzerthaus Berlin › Neuköllner Oper › RIAS Kammerchor Berlin 	<ul style="list-style-type: none"> › Rundfunk-Orchester und -Chöre (ROC Berlin) › Rundfunkchor Berlin › Rundfunk-Sinfonieorchester Berlin (RSB) Sparte: Sprechtheater (insgesamt 17) <ul style="list-style-type: none"> › Berliner Ensemble › Chamäleon Berlin › Deutsches Theater Berlin › Grips Theater › HAU Hebbel am Ufer › Komödie am Kurfürstendamm (Potsdamer Platz) › Maxim Gorki Theater › Renaissance-Theater Berlin › Schaubühne am Lehniner Platz 	<ul style="list-style-type: none"> › Schlosspark Theater › Sophiensæle › Theater an der Parkaue › Theater im Palais › Theater Strahl › UFA-Fabrik › Vagantenbühne Berlin › Volksbühne Berlin Sparte: Literatur/Diskurs (insgesamt 3) NEU <ul style="list-style-type: none"> › Haus für Poesie › Literarisches Colloquium Berlin › Literaturhaus Berlin

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Herkunft, Anteile der Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen

Herkunft der Besucher:innen (alle KulMon®-Einrichtungen)

Abbildung: Wohnort 2025, 2024 und 2023 (K-Frage, alle KulMon®-Befragten)



Quelle: K-Frage Wohnort, 2025 n = 54.741, 2024 n = 62.320, 2023 n = 61.251

Nahezu die Hälfte der Besucher:innen in den teilnehmenden Berliner Kultur-einrichtungen sind Tourist:innen (2025: 48 %), davon etwas mehr deutsche Tourist:innen (28 %) als ausländische (20 %).

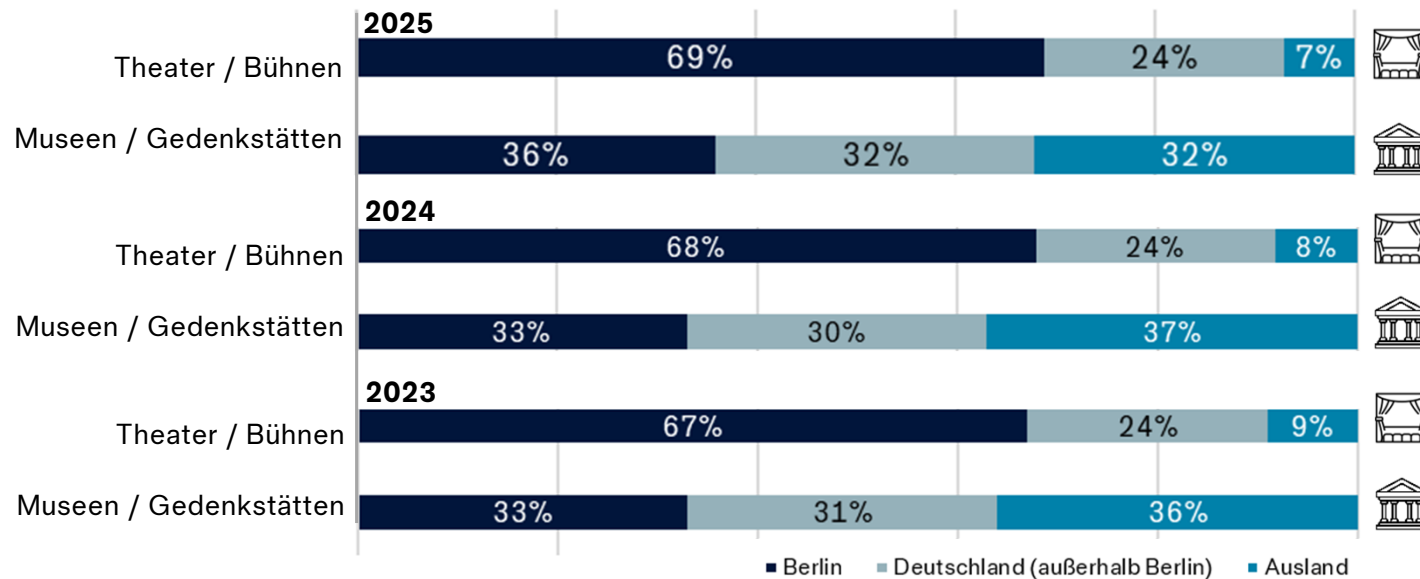
Die Werte zur Herkunft sind stabil und haben sich in den letzten vier Jahren nur um 1-2 Prozentpunkte verändert.

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Herkunft, Anteile der Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen

Besucher:innen nach Branchen und Herkunft

Abbildung: Wohnort nach Branchen (K-Frage, alle KulMon®-Befragten, # Kreuztabellierung)



Quelle: K-Frage Wohnort, 2025 n = 53.843, 2024 n = 62.320, 2023 n = 61.251

Die Berliner **Theater und Bühnen** werden vor allem von Berliner:innen besucht (2025 69 %). Immerhin 24 Prozent waren deutsche Tourist:innen, lediglich 7 Prozent ausländische Tourist:innen – auch aufgrund vorhandener Sprachbarrieren.

Bei den **Museen und Gedenkstätten** ist der Anteil ausländischer Besucher:innen in den KulMon®-Einrichtungen mit 32 Prozent dagegen deutlich höher als bei den Theatern und Bühnen.

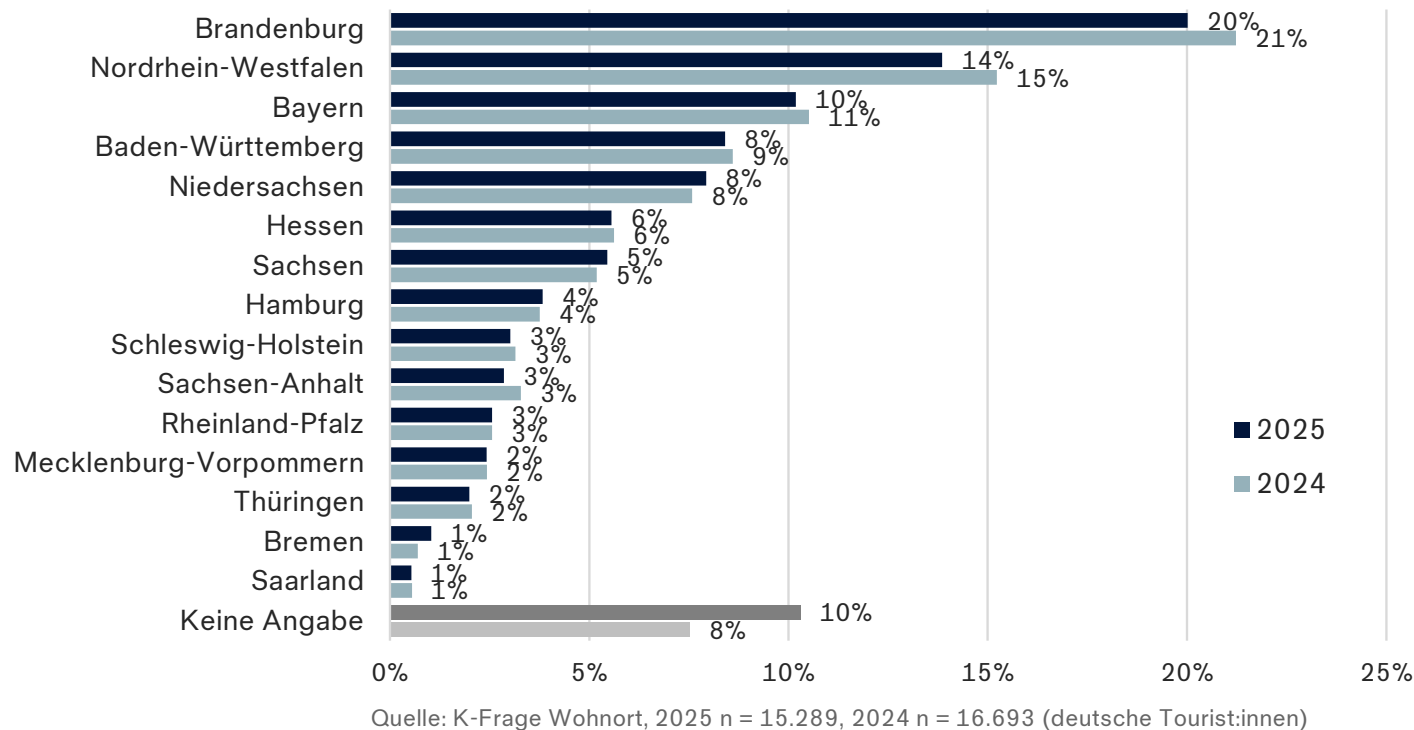
* Theater und Bühnen: Zusammenfassung der neuen Branchen-Einordnungen: Humor/Show, Kinder/Jugend, klassische Konzerte, Literatur/Diskurs, Oper/Operette, Tanz, Theater, zeitgenössische Konzerte

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Besucher:innen in den KulMon®-Einrichtungen aus Deutschland

Herkunft der deutschen Tourist:innen nach Bundesländern (alle KulMon®-Einrichtungen)

Abbildung: Wohnort nach Bundesland 2025, 2024 (K-Frage, nur deutsche Tourist:innen)



Auch im Jahr 2025 stammten die meisten deutschen Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen aus dem benachbarten Land Brandenburg (20 %), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (14 %) und Bayern (10 %).

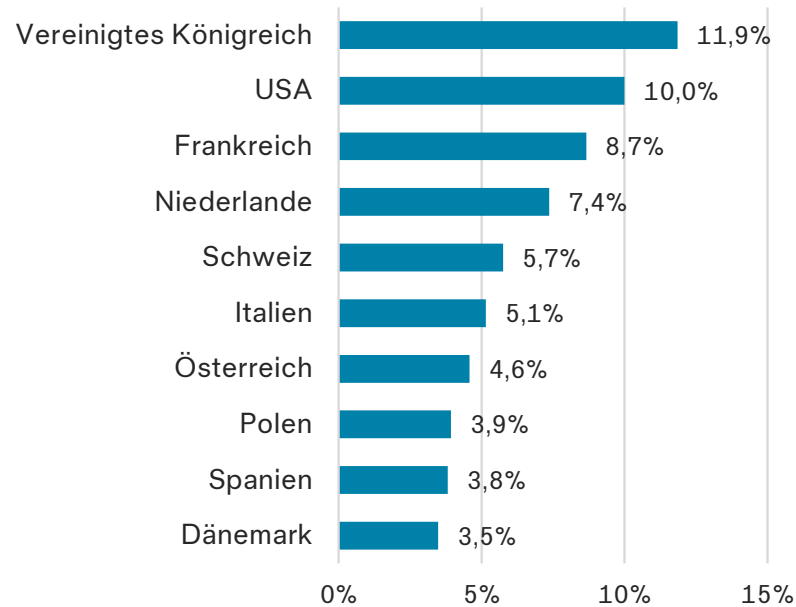
Wie schon in den Vorjahren machten diese drei Bundesländer zusammen nahezu die Hälfte der Besucher:innen aus, jedoch zuletzt mit leicht abnehmender Tendenz (2025: 44 %, 2024: 47 %).

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Top-10-Herkunftsländer der Tourist:innen aus dem Ausland

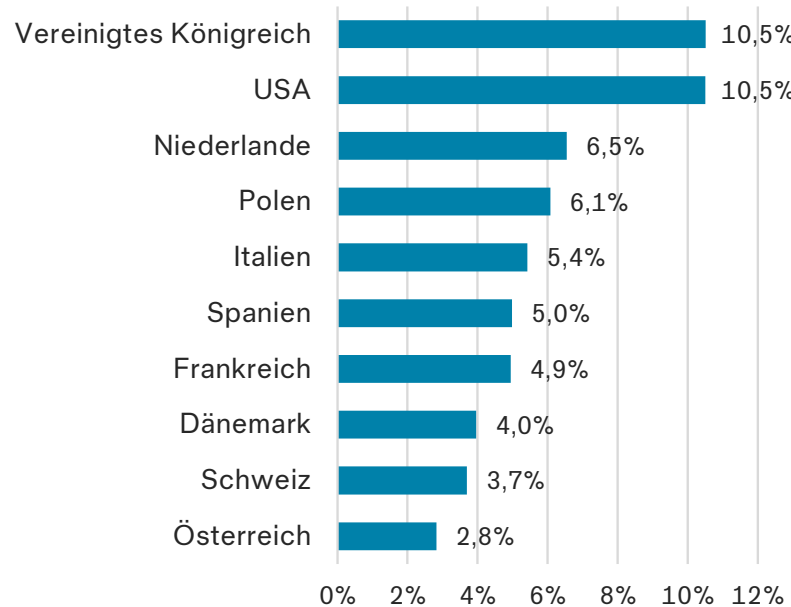
Ausländische Tourist:innen nach Herkunftsländern

Abbildung: Herkunftsland ausländischer Tourist:innen in allen KulMon®-Einrichtungen 2025 (K-Frage)



Quelle: K-Frage Wohnort, 2025 n = 10.993 (ausländische Tourist:innen)

Abbildung: Herkunft ausländischer Gäste in Berlin, 2025 (Beherbergungsstatistik)



Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Beherbergungsstatistik 2025, n = 4.485.959 (Gäste aus dem Ausland)

2025 kamen die meisten ausländischen Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen aus dem Vereinigten Königreich (12 %). Darauf folgten Gäste aus den USA (10 %) und Frankreich (9 %).

Der Vergleich mit der Beherbergungsstatistik Berlin zeigt: Auch hier kamen mit rund 11 Prozent die meisten ausländischen Gäste aus dem Vereinigten Königreich, gefolgt von Gästen aus den USA (11 %) und den Niederlanden (7 %). Frankreich kam mit 5 % aller Berlin-Gäste nur noch auf Rang 7, während unter den Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen 9 % von dort kommen (Rang 3).

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Gäste aus dem Ausland

Ausländische Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen nach Branchen und Herkunftsländern

Abbildung: Herkunft ausländischer Besucher:innen in der Branche Museen und Gedenkstätten, 2025
(K-Frage, # Kreuztabellierung)

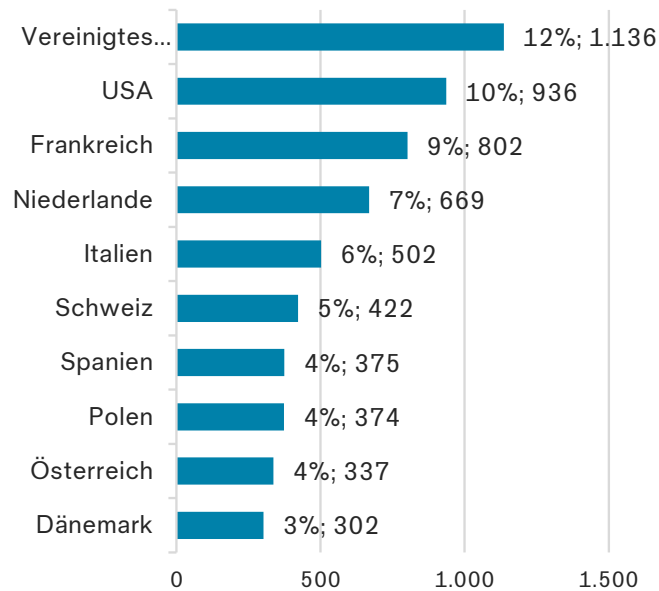
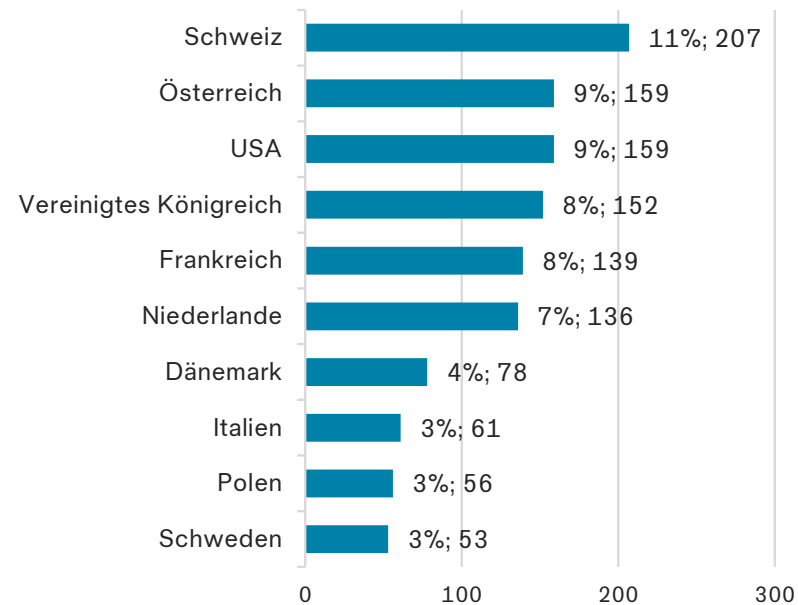


Abbildung: Herkunft ausländischer Besucher:innen in der Branche Theater und Bühnen*, 2025
(K-Frage, # Kreuztabellierung)



Bei den **Museen und Gedenkstätten** waren 2025 die **TOP 3**: das Vereinigte Königreich (12 %), die USA (10 %) und die Niederlande (9 %), ähnlich wie bei allen Einrichtungen.

In den **Theatern und Bühnen** stammten die Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen am häufigsten aus den (vorrangig deutschsprachigen) Ländern Schweiz (11 %) und Österreich (9 %) bzw. den USA (9 %).

* Zusammenfassung der neuen Branchen-Einordnungen: Humor/Show, Kinder/Jugend, klassische Konzerte, Literatur/Diskurs, Oper/Operette, Tanz, Theater, zeitgenössische Konzerte

Quelle: K-Frage Wohnort, 2025 n = 9.098 ausländische Besucher:innen in Museen und Gedenkstätten; prozentual und absolut

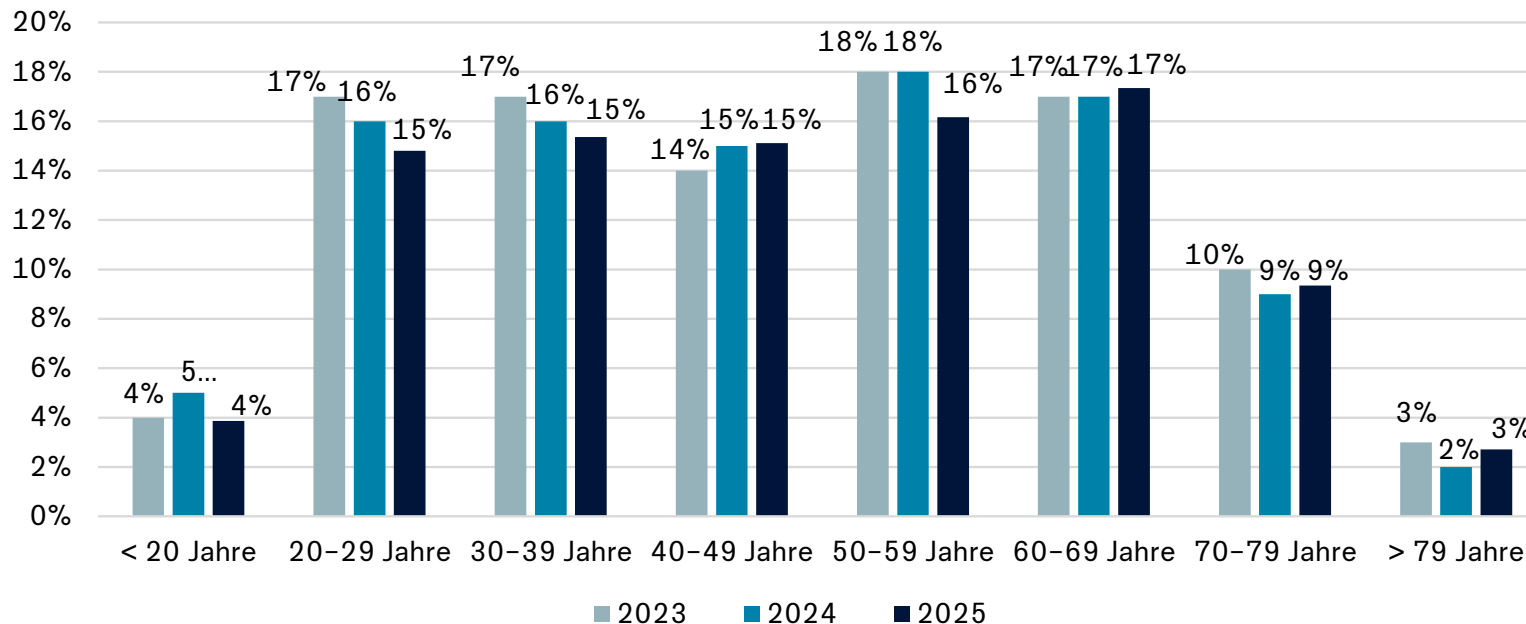
Quelle: K-Frage Wohnort, 2025 n = 1.825 ausländische Besucher:innen in den, zu Theater und Bühnen zugehörigen Branchen, prozentual und absolut

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Alter

Alter der Befragten (alle KulMon®-Einrichtungen)

Abbildung: Alter 2023 bis 2025 (K-Frage, alle KulMon®-Befragten, gruppiert)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, 2025 n = 54.741, 2024 n = 62.320, 2023 n = 61.251, 2025: „keine Angabe“: 5,3 % (wurde in den Vorjahren nicht erfasst)

2025 waren die **60-69-Jährigen** (17,3 %) die am häufigsten vertretene Altersgruppe. Der Anteil der **50-59-Jährigen** ist leicht zurückgegangen (16,2 %). Es zeigt sich eine ausgeglichene Verteilung der Altersgruppen zwischen 20 und 69 Jahren, erst ab 70 nimmt der Anteil deutlich ab.

Das Durchschnittsalter lag bei 48 Jahren, in den beiden Jahren davor bei 47 Jahren.

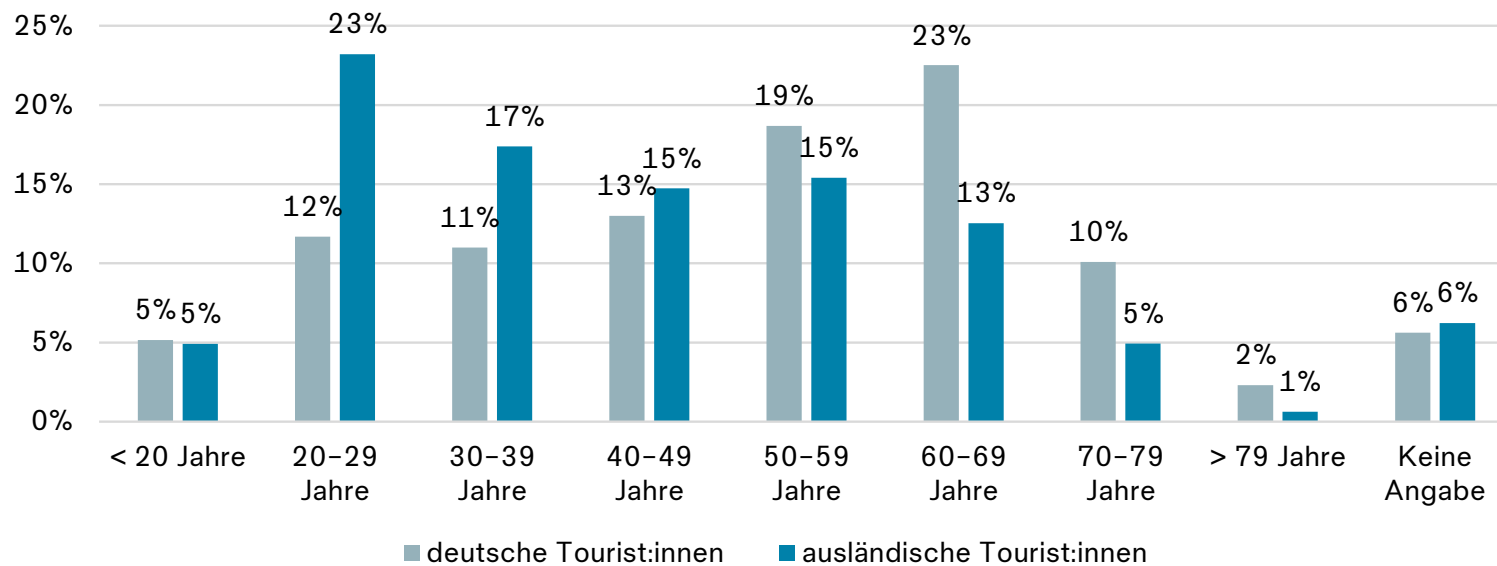
Hinweis: Es werden nur Personen ab 15 Jahren befragt und keine Gruppen.

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Alter

Alter der befragten Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen nach Herkunft (alle Einrichtungen)

Abbildung: Alter nach Herkunft 2025 (K-Frage, ⚠ Kreuztabellierung, nur Tourist:innen, gruppiert)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, Deutschland n = 15.289 (ohne Berlin), Ausland n = 10.993

Schaut man sich ausschließlich die Tourist:innen an, dann waren unter den befragten **ausländischen Tourist:innen** in den KulMon®-Einrichtungen 2025 mit 23 Prozent besonders viele Jüngere zwischen 20 und 29 Jahre alt. Darauf folgten die 30–39-Jährigen mit 17 Prozent.

Deutsche Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen waren dagegen 2025 überdurchschnittlich häufig zwischen 60 und 69 Jahre (23 %) und zwischen 50 und 59 Jahre alt (19 %).

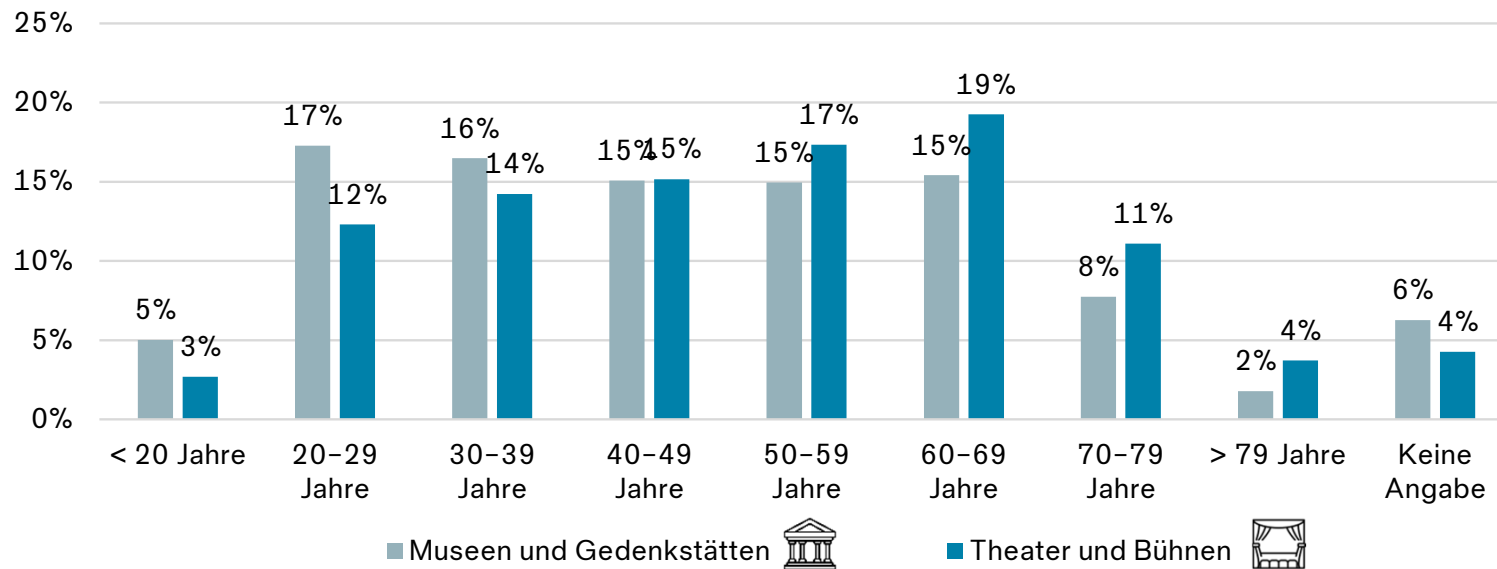
Hinweis: Es werden nur Personen ab 15 Jahren befragt und keine Gruppen.

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Alter

Alter der Befragten nach Branchen

Abbildung: Alter nach Branchen 2025 (K-Frage, alle KulMon®-Befragten, ⊕ Kreuztabellierung, gruppiert)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, 2025 n = 53.843: Museen und Gedenkstätten n = 27.867, Theater und Bühnen n = 25.976

Bei den **Museen und Gedenkstätten** waren die jüngeren Altersgruppen im Jahr 2025 erneut stärker vertreten. Dort machte die Gruppe der 20-29-Jährigen 17 Prozent und die Gruppe der 30-39-Jährigen 16 Prozent aller Besucher:innen aus.

Theater und andere Bühnen wiederum werden überdurchschnittlich häufig von älteren Altersgruppen besucht: 2025 waren es 19 Prozent 60-69-Jährige und 17 Prozent der 50-59-Jährige.

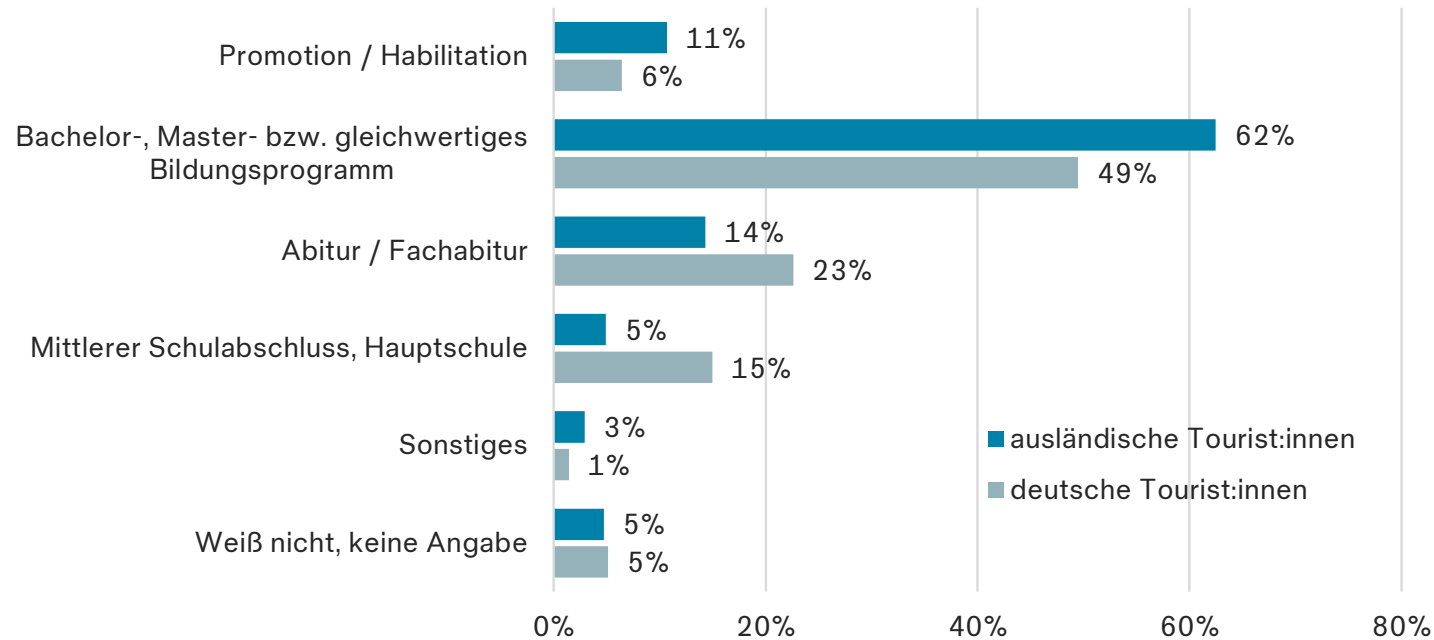
Hinweis: Es werden nur Personen ab 15 Jahren befragt und keine Gruppen.

2.2 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Besucher:innenstruktur

Soziodemografische Daten: Gäste aus dem Ausland

Bildungsabschluss der befragten Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen

Abbildung: Bildungsabschluss nach Herkunft 2025 (K-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, Deutschland n = 15.289 (ohne Berlin), Ausland n = 10.993

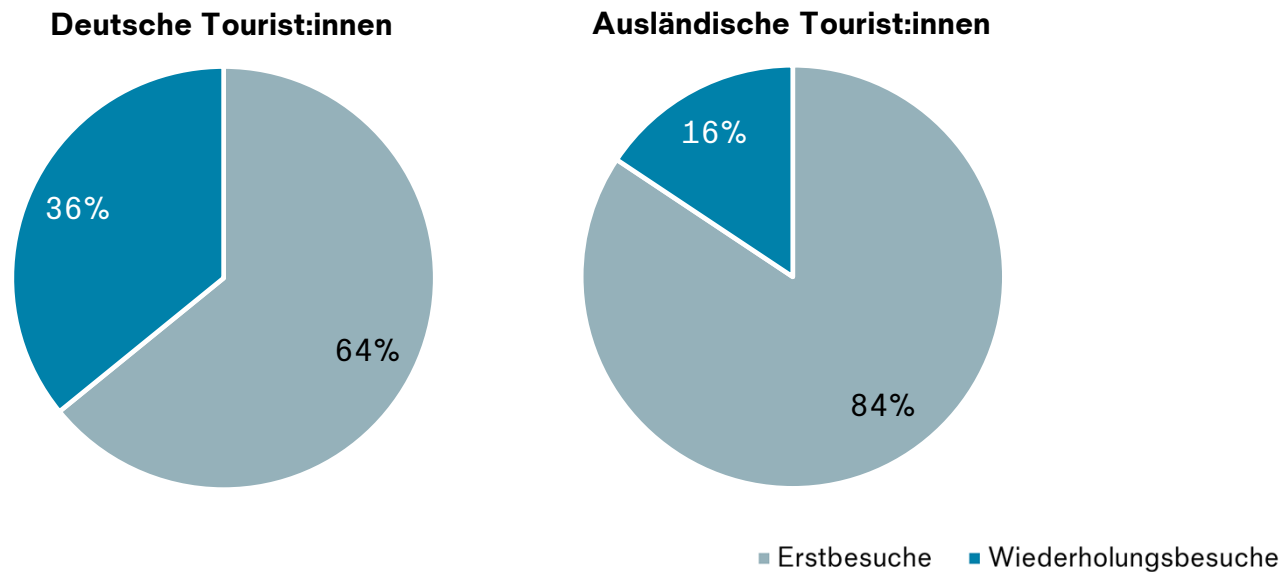
Die Besucher:innen in den KulMon®-Einrichtungen sind sehr hoch gebildet. Im Jahr 2025 verfügten 64 Prozent aller Befragten (mit Berliner:innen) über einen Hochschulabschluss, eine Promotion bzw. Habilitation – bei den **ausländischen Tourist:innen** in den KulMon®-Einrichtungen waren es zusammen sogar 73 %.

2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Erstbesuche – Wiederholungsbesuche

Erst- bzw. Wiederholungs-Besucher:innen in den KulMon®-Einrichtungen 2025

Abbildung: Erst- oder Wiederholungsbesuch nach Herkunft 2025 (K-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, K-Frage, Deutschland n = 15.289 (ohne Berlin), Ausland n = 10.993

2025 kamen 64 Prozent der befragten **deutschen Tourist:innen** in den KulMon®-Einrichtungen zum Erstbesuch. 36 Prozent kamen dagegen zum wiederholten Mal. 2024 waren es mehr Wiederholungsbesucher:innen (40 %).

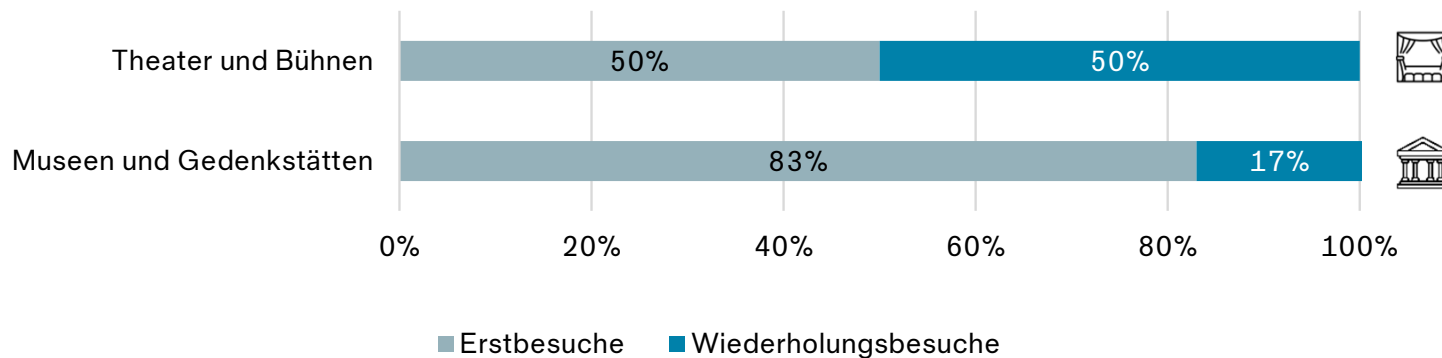
Unter den **ausländischen Tourist:innen** waren 84 Prozent der Befragten Erstbesucher:innen, im Jahr 2024 waren es 82 Prozent.

2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Erstbesuche – Wiederholungsbesuche

Erst- bzw. Wiederholungs-Besucher:innen in den KulMon®-Einrichtungen 2025

Abbildung: Erst-, Wiederholungsbesuch nach Branchen 2025 (K-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Bei den **Museen und Gedenkstätten** war der Anteil der Erstbesucher:innen unter den Tourist:innen mit 83 Prozent besonders hoch.

Bei den **Theatern und Bühnen** war das Verhältnis ausgeglichen: hier kamen die 50 % der befragten Tourist:innen zum ersten Mal in die Einrichtung, die übrigen 50 Prozent bereits zum wiederholten Mal (darunter überwiegend deutsche Tourist:innen).

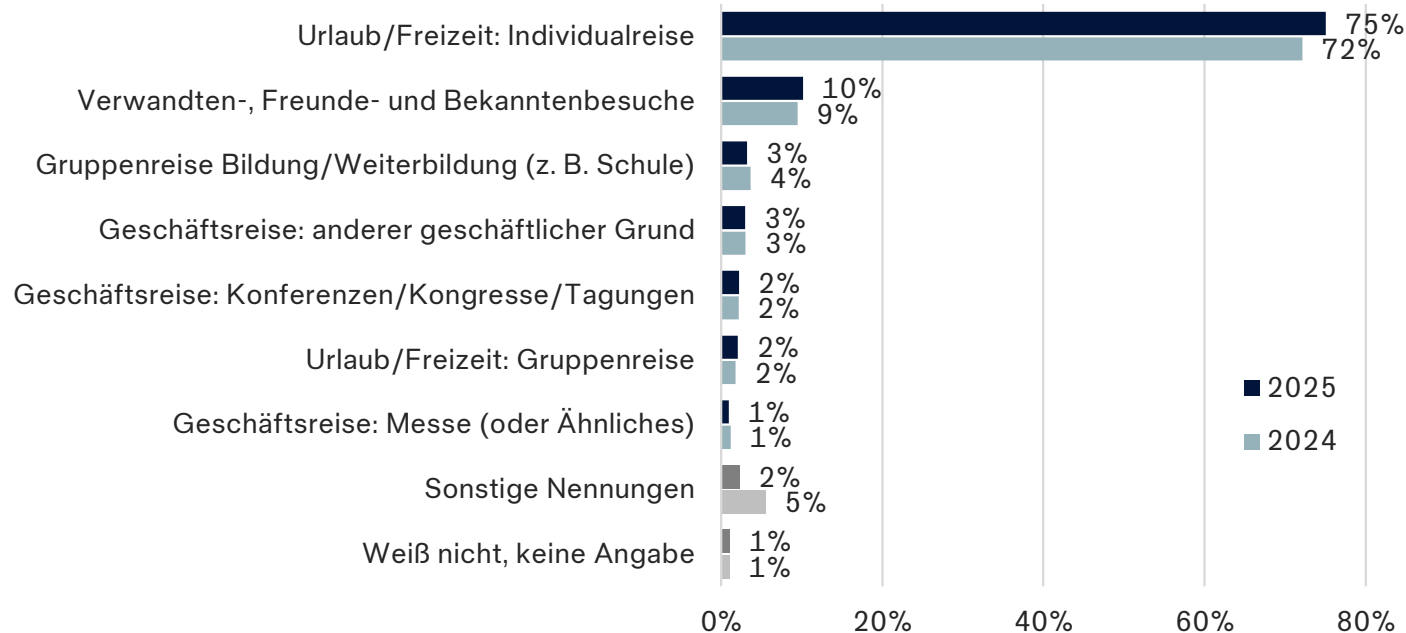
Quelle: *ift* auf Basis KulMon®, 2025 n = 26.002 (280 ohne Angabe bei dieser Frage im Reportbook):
Museen und Gedenkstätten n = 17.885, Theater und Bühnen n = 8.117

2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Besuchsverhalten: Reisegrund

Reisegrund der Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen für den aktuellen Berlin-Besuch

Abbildung: Reisegrund für den Berlin-Besuch 2025 (Z-Frage, nur Tourist:innen, einige Einrichtungen)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, K-Frage, 2025 n = 3.536, 2024 n = 5.874

Drei Viertel der Befragten in den KulMon®-Einrichtungen waren 2025 **privat als Individualgäste** in Berlin (2025: 75 %, 2024: 72 %), 10 Prozent besuchten **Freund:innen oder Verwandte** in der Stadt.

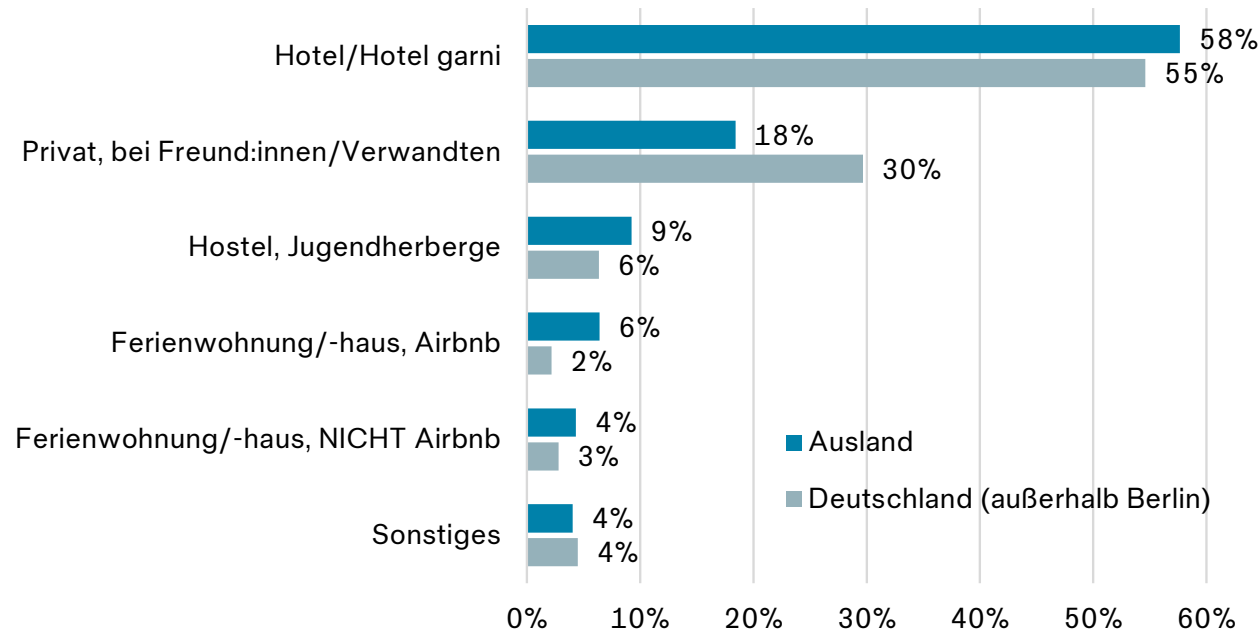
Beruflich motivierte Gäste waren kaum unter den Befragten in den KulMon®-Einrichtungen: nur insgesamt 6 Prozent der Befragten gaben einen geschäftlichen Reisegrund an.

2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Besuchsverhalten: Beherbergungsart

Beherbergungsart nach Herkunft (Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen)

Abbildung: Beherbergungsart nach Herkunft 2025 (K-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, K-Frage, Deutschland n = 11.200 (ohne Berlin), Ausland n = 10.685

95 Prozent der ausländischen Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen sowie 70 Prozent der deutschen übernachteten 2025 in Berlin und nicht etwa im Umland (hier nicht dargestellt).

Von den in Berlin Übernachtenden nächtigten **mehr als die Hälfte in Hotels** (58 % der ausländischen und 55 % der deutschen Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen).

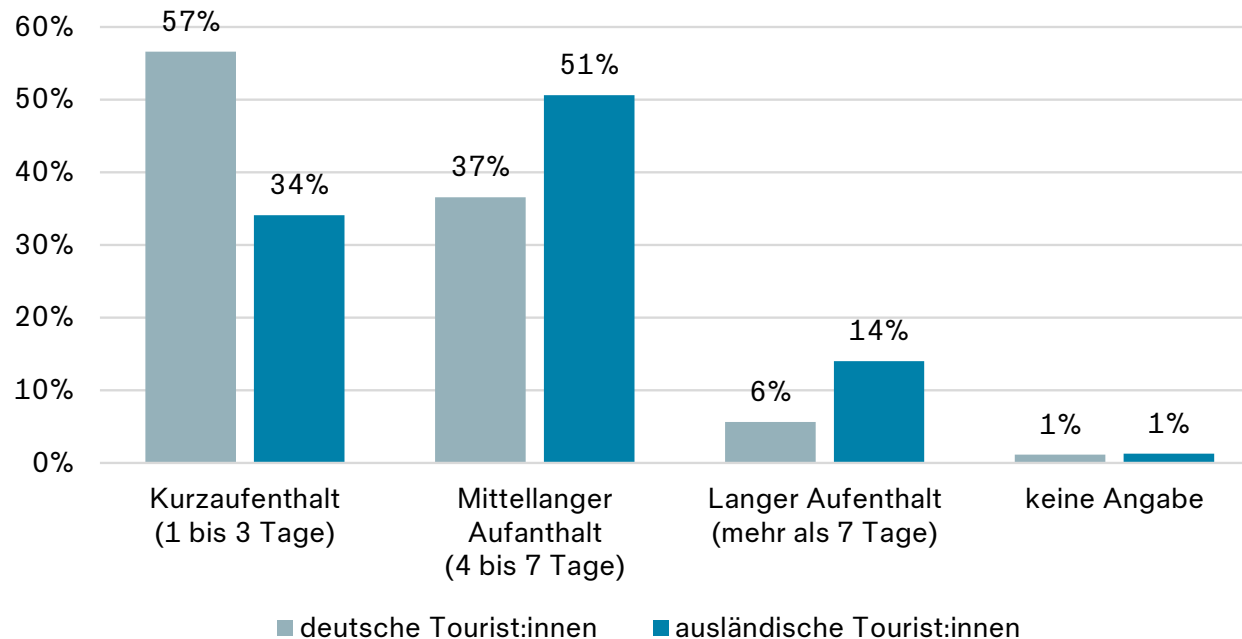
Auch die Unterkunft bei Freund:innen und Verwandten ist beliebt: dort übernachteten 2025 30 Prozent der deutschen und 18 Prozent der ausländischen Befragten in den KulMon®-Einrichtungen. Mit 10 Prozent ist der Anteil der ausländischen Befragten, die in Ferienwohnungen übernachteten, über-durchschnittlich hoch (davon etwas mehr über Airbnb, nämlich 6 %).

2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Besuchsverhalten: Anzahl der Übernachtungen am Befragungsort

Anzahl Übernachtungen am Befragungsort (Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen)

Abbildung: Anzahl Übernachtungen am Befragungsort 2025 (K-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, K-Frage, Deutschland n = 11.006 (ohne Berlin), Ausland n = 10.518

Die befragten **deutschen Tourist:innen** in den KulMon®-Einrichtungen waren 2025 mit 57 Prozent überdurchschnittlich oft für einen Kurzaufenthalt in Berlin (1-3 Tage). **Ausländische Tourist:innen** in den KulMon®-Einrichtungen blieben länger in der Stadt (51 % 4-7 Tage).

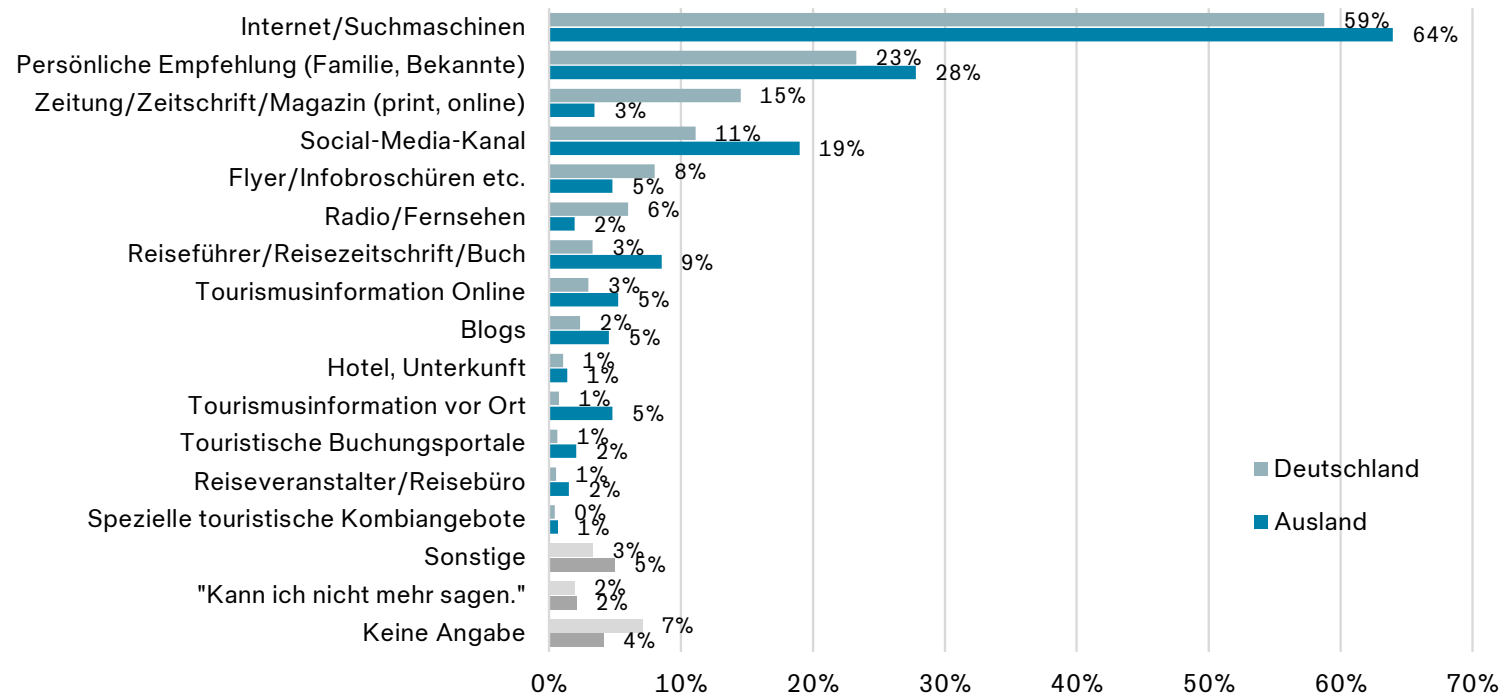
Die durchschnittliche Anzahl der Übernachtungen in Berlin betrug bei den deutschen Befragten 4,1 Nächte, bei den ausländischen 6,4 Nächte.

2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Kommunikationsverhalten: Information vor der Berlin-Reise

Information über die Berliner Kulturangebote vor der Berlin-Reise (Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen)

Abbildung: Informationsverhalten vor der Reise 2025 (Z-Frage, nur Tourist:innen, ⊕ Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, Z-Frage, 2025 n = 1.663: Deutschland n = 936 (ohne Berlin), Ausland n = 727 (nur ausgewählte Einrichtungen, Mehrfachnennungen möglich)

Die meisten befragten Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen informierten sich 2025 vor ihrer Reise über das **Internet bzw. Suchmaschinen über die Berliner Kulturangebote** (64 % der ausländischen und 59 % der deutschen Befragten). An zweiter Stelle folgten **persönliche Empfehlungen von Verwandten oder Bekannten** mit 28 Prozent (ausländische Tourist:innen) bzw. 23 Prozent (deutsche Tourist:innen).

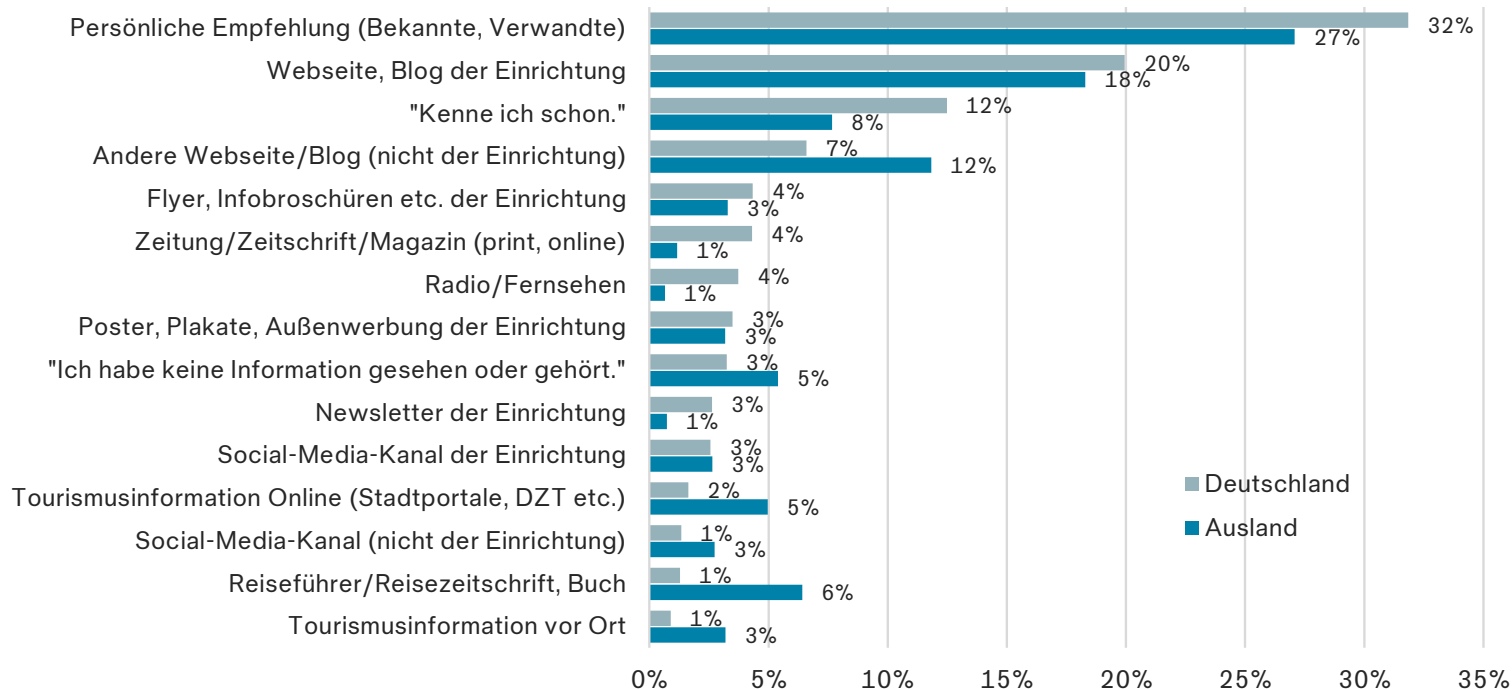
Für ausländische Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen sind darüber hinaus **Social-Media-Kanäle** bedeutende Informationsquellen (19 %), bei den deutschen sind weiterhin **Printmedien** auf dem dritten Rang (15 %).

2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Kommunikationsverhalten: Aufmerksamkeitsauslöser Tourist:innen

Aufmerksamkeitsauslöser nach Herkunft (Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen)

Abbildung: Aufmerksamkeitsauslöser Top 15 nach Herkunft 2025 (K-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, K-Frage, 2025 n = 26.282: Deutschland n = 15.289 (ohne Berlin), Ausland n = 10.993 (Mehrfachnennungen möglich)

Auch 2025 waren **persönliche Empfehlungen** durch Verwandte und Bekannte die wichtigsten Aufmerksamkeitsauslöser für den Besuch bei den deutschen (32 %) und ausländischen (27 %) Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen. Darauf folgten **Webseiten oder Blogs der Einrichtungen** (Deutschland 20 %, Ausland 18 %). Vor allem ausländische Tourist:innen wurden auch über **andere Webseiten oder Blogs** (nicht der Einrichtung) auf das Kulturangebot aufmerksam (12 %).

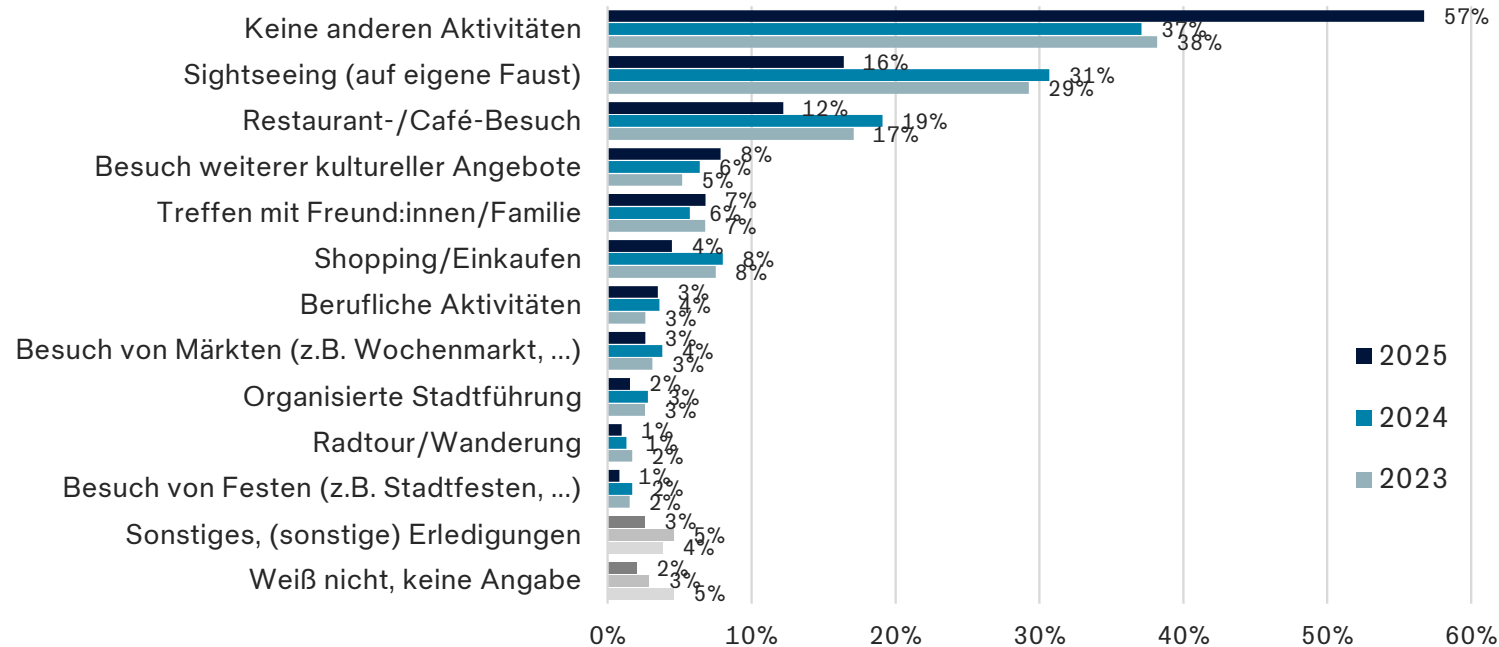
12 Prozent der deutschen und 8 Prozent der ausländischen Befragten **kannten die Einrichtung schon**.

2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Besuchsverhalten: Mit dem Besuch verknüpfte weitere Aktivitäten

Mit dem Besuch verknüpfte weitere Aktivitäten (einige Einrichtungen)

Abbildung: Mit dem Besuch verknüpfte weitere Aktivitäten im Jahresvergleich 2023–2025
(Z-Frage, alle KulMon®-Befragten, # Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, Z-Frage, 2025 n = 6.241, 2024 n = 3.053, 2023 n = 4.330 (nur ausgewählte Einrichtungen, Mehrfachnennungen möglich)

Im Jahr 2025 ist der Anteil der Befragten deutlich gestiegen, die an diesem Tag ausschließlich zum Besuch der Kultureinrichtung kamen und sonst keine weiteren Aktivitäten unternahmen (57 % im Jahr 2025, 37 % im Jahr 2024).

Die beliebteste Aktivität, die mit dem Besuch verknüpft wird, war auch 2025 das „**Sightseeing auf eigene Faust**“ mit 16 Prozent (2024: 31 %). In den Vorjahren nutzten noch deutlich mehr Befragte den Besuch auch für einen Gastronomiebesuch.

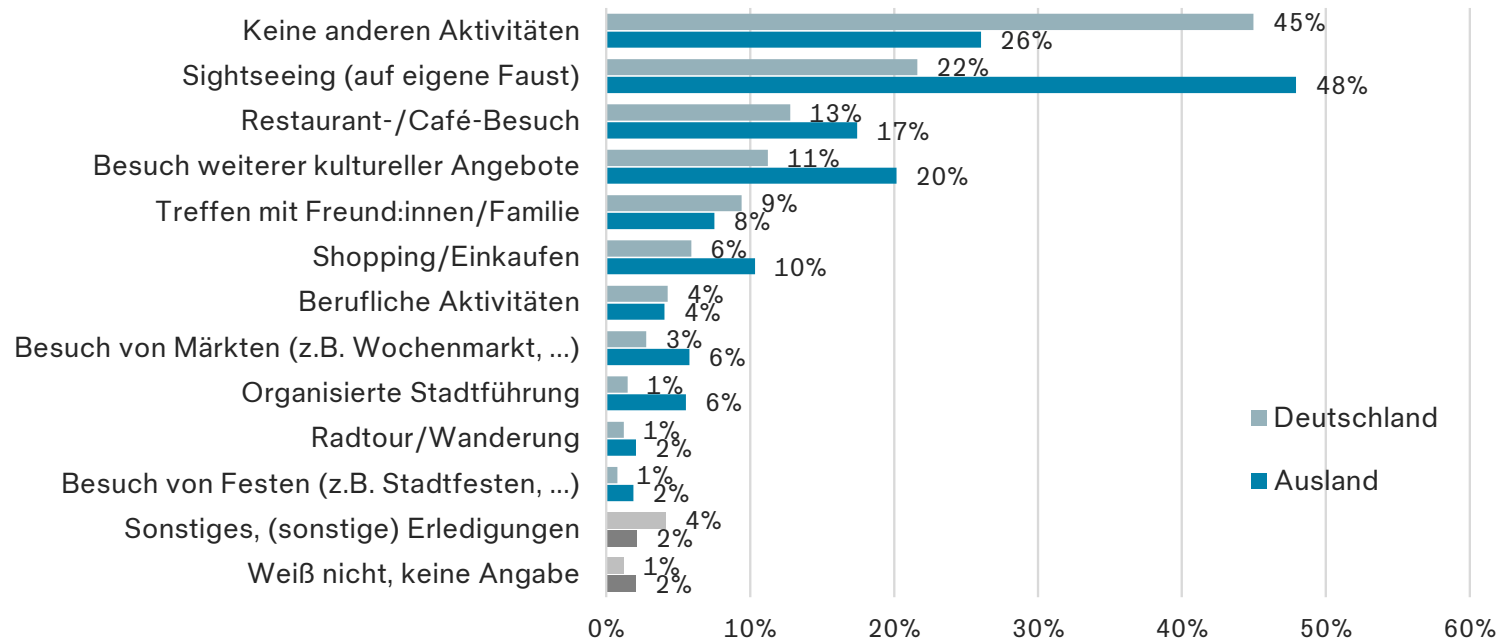
2.3 Tourismusrelevante Daten: Verhalten der Besucher:innen

Besuchsverhalten: Mit dem Besuch verknüpfte weitere Aktivitäten

Mit dem Besuch verknüpfte weitere Aktivitäten (Tourist:innen in einigen KulMon®-Einrichtungen)

Abbildung: Mit dem Besuch verknüpfte weitere Aktivitäten nach Herkunft im Jahr 2025

(Z-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon®, Z-Frage, Deutschland n = 1.541, Ausland n = 1.210 (nur ausgewählte Einrichtungen, Mehrfachnennungen möglich)

Nahezu die Hälfte der befragten **deutschen Tourist:innen** in den KulMon®-Einrichtungen verknüpfen keine anderen Aktivitäten (45 %) mit ihrem Besuch in der Kultureinrichtung, 22 Prozent begeben sich zusätzlich auf Sightseeing auf eigene Faust.

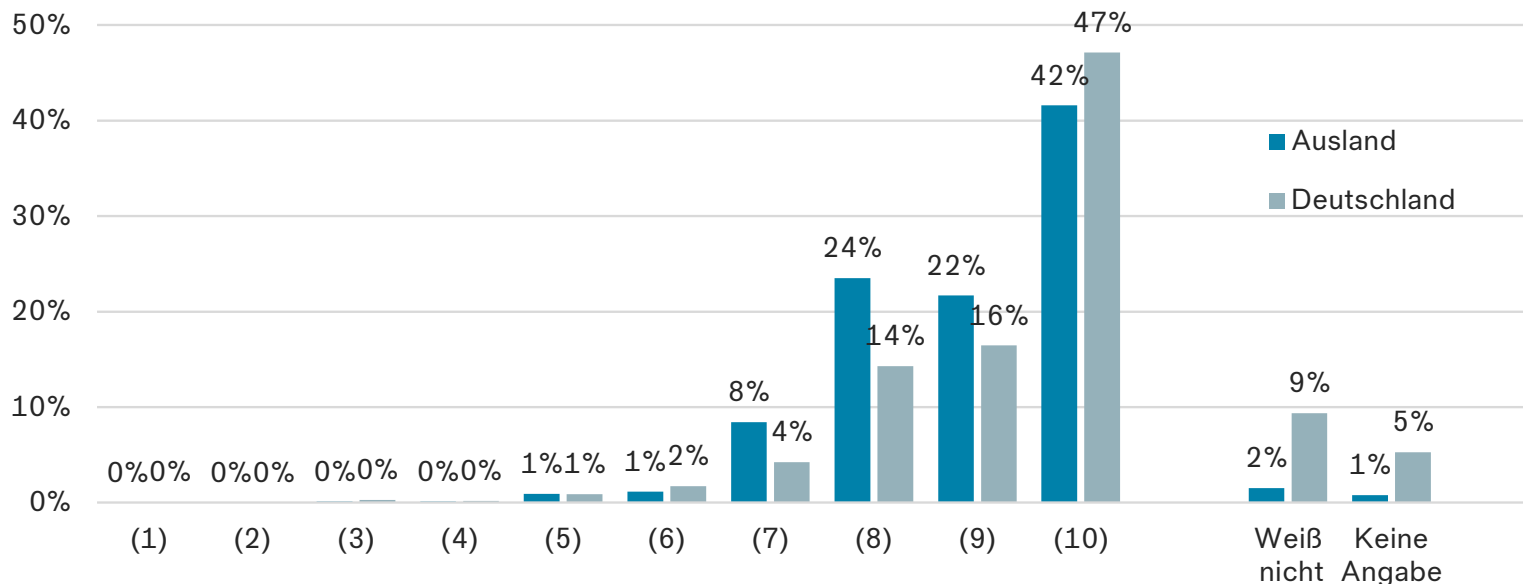
Anders ist es bei den **ausländischen Tourist:innen**. Hier gaben 48 Prozent an, die Gelegenheit noch zusätzlich für das Sightseeing auf eigene Faust zu nutzen.

2.4 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Zufriedenheit

Weiterempfehlungsabsicht, Gesamtzufriedenheit

Gesamtzufriedenheit (einige Einrichtungen)

Abbildung: Gesamtzufriedenheit mit dem Besuch 2025 (Z-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Quelle: Quelle: ift auf Basis KulMon® Z-Frage, Deutschland n = 3.031, Ausland n = 2.356 (nur ausgewählte Einrichtungen)

47 Prozent der deutschen Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen und 42 Prozent der ausländischen Tourist:innen vergaben für ihren Besuch in der Kultureinrichtung eine 10 von 10 und waren somit **sehr zufrieden bzw. in höchstem Maße zufrieden**.

77 Prozent der deutschen und **88 Prozent** der ausländischen Befragten in den KulMon®-Einrichtungen waren mit ihrem Besuch **zufrieden bis sehr zufrieden** (Stufen 8–10).



(1) = gar nicht zufrieden,
(10) = sehr zufrieden

2.4 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Zufriedenheit

Zufriedenheitsaspekte

Zufriedenheit mit ausgewählten Aspekten (einige Einrichtungen)

Abbildung: Zufriedenheit mit ausgewählten Aspekten im Jahr 2025 nach Branchen und Herkunft
 (Z-Frage, nur Tourist:innen, ⊕ Kreuztabellierung, Angabe in Schulnoten: 1 – sehr gut bis 6 – ungenügend)

2025	Theater und Bühnen 		Museen und Gedenkstätten 	
	Deutschland	Ausland	Deutschland	Ausland
Basis	3.413	4.336	1.001	4.242
<i>Z11. Wie zufrieden sind Sie mit...</i>				
der Webseite	1,6	1,5	1,7	1,6
dem Social-Media-Auftritt	1,7	1,5	1,8	1,8
der Kartenbuchung online	1,3	1,3	1,5	1,5
den Eintrittspreisen	1,6	1,7	1,9	1,8
der Barrierefreiheit bei uns	1,9	2,0	1,5	1,4
dem Service am Einlass	1,2	1,2	1,3	1,3
der Freundlichkeit des Abend-/Aufsichtspersonals	1,2	1,3	1,3	1,4
der Gastronomie	1,6	1,7	1,9	1,9
dem Shop	1,5	2,1	1,8	1,7
der Sauberkeit (Veranstaltungs-/Ausstellungsräume, Toiletten etc.)	1,4	1,3	1,5	1,7

Quelle: ift auf Basis KulMon®, Z-Frage (nur ausgewählte Einrichtungen)

Sowohl die befragten deutschen als auch ausländischen Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen sind mit den hier ausgewählten Aspekten **„Service am Einlass“** und **„Freundlichkeit des Abend- oder Aufsichtspersonals“** in den Einrichtungen, die diese Zusatzfrage gestellt haben, sehr zufrieden (Noten 1,2-1,3).

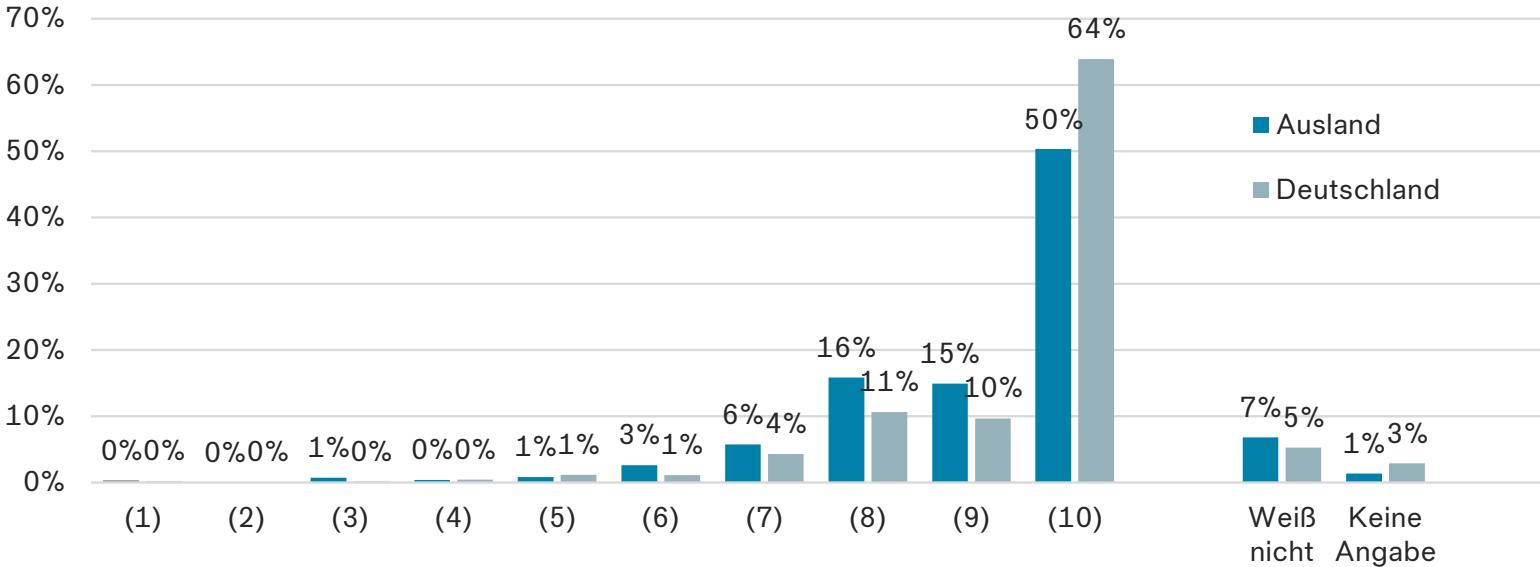
In den Theatern und Bühnen wird beispielsweise die **Online-Kartenbuchung** besonders gut bewertet (Note 1,3).

2.4 Tourismusrelevante KulMon®-Daten: Zufriedenheit

Weiterempfehlungsabsicht, Gesamtzufriedenheit

Weiterempfehlungsabsicht (einige Einrichtungen)

Abbildung: Weiterempfehlungsabsicht der besuchten Kultureinrichtung 2025
(Z-Frage, nur Tourist:innen, # Kreuztabellierung)



Quelle: ift auf Basis KulMon® Z-Frage, Deutschland n = 1.877, Ausland n = 952 (nur ausgewählte Einrichtungen)

Deutlich mehr als die Hälfte der befragten deutschen (64 %) und die Hälfte (50 %) der ausländischen Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen würden die besuchte Kultureinrichtung **sehr wahrscheinlich** weiterempfehlen.

85 Prozent der deutschen und **81 Prozent** der ausländischen Befragten würden die Einrichtung **wahrscheinlich** oder **sehr wahrscheinlich** weiterempfehlen (Stufen 8-10). Auch dies zeigt die hohe Zufriedenheit mit den Berliner Kulturangeboten.

(1) = überhaupt nicht wahrscheinlich, (10) = sehr wahrscheinlich



3. Fazit: Touristisch relevante Kernergebnisse

3. Touristisch relevante Kernergebnisse

Zur KulMon®Befragung und zur Besucher:innen-Struktur in den KulMon®-Einrichtungen in Berlin

Teilnehmende Einrichtungen und Zahl der Interviews 2025:

- › 2025 haben sich **74 Berliner Kultureinrichtungen an KulMon® beteiligt**, davon **38 Museen und Gedenkstätten** (davon 6 Gedenkstätten) und **36 Theater und Bühnen** (dabei neu auch drei Literaturhäuser). 2024 waren es noch 57 Einrichtungen.
- › 2025 wurden in den Berliner Kultureinrichtungen **53.843 persönliche Interviews** durchgeführt, davon **27.867 in Museen und Gedenkstätten** und **25.976 in Theatern und Bühnen**. 2024 waren es 62.320 Interviews (bei deutlich weniger Einrichtungen).

Struktur der befragten Besucher:innen in den Berliner Kultureinrichtungen:

- › **Nahezu die Hälfte der befragten Besucher:innen 2025 waren Tourist:innen** (48 %, davon 28 % deutsche Tourist:innen und 20 % ausländische).
- › **Das Land Brandenburg war 2025 mit 20 % wichtigster deutscher Quellmarkt** für die Berliner Kultureinrichtungen. Danach folgen Nordrhein-Westfalen und Bayern.
- › Die **Theater und Bühnen** werden vor allem durch Berliner:innen selbst besucht (2025 69 %), 24 Prozent waren deutsche und nur 7 Prozent ausländische Tourist:innen.
- › Bei den **Museen und Gedenkstätten** ist der Anteil ausländischer Tourist:innen mit 32 Prozent dagegen deutlich höher als bei den Theatern und Bühnen.
- › In den **Museen und Gedenkstätten** kommen die meisten ausländischen Tourist:innen aus dem **Vereinigten Königreich** (12 %), gefolgt von den **USA** (10 %) und **Frankreich** (9 %).
- › In den **Theatern und Bühnen** kommen die meisten Befragten aus dem (vorrangig deutschsprachigem) Ausland aus der **Schweiz** (11 %) und aus **Österreich** (9%).

Hoch gebildet und anspruchsvoll:
2025 verfügten 73 Prozent der befragten ausländischen Tourist:innen über einen Hochschulabschluss, Promotion oder Habilitation.

Ausländische Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen sind überdurchschnittlich häufig zwischen 20–29 Jahre alt (23 %).

Deutsche Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen sind **durchschnittlich älter:** bei ihnen ist die Altersgruppe zwischen 60–69 Jahren am häufigsten vertreten (23 %).

3. Touristisch relevante Kernergebnisse

Zum Verhalten und zur Zufriedenheit der Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen in Berlin

Erstbesuche und Wiederholungsbesuche:

- › Bei den **Museen und Gedenkstätten** war der Anteil der Tourist:innen sehr hoch, die zum ersten Mal die Einrichtung besuchten (83 %).
- › Bei den **Theatern und Bühnen** kamen dagegen 50 % der befragten Tourist:innen bereits zum wiederholten Mal (überwiegend deutsche Tourist:innen).

Touristischer Aufenthalt, Übernachtung:

- › Die befragten **deutschen Tourist:innen** waren häufiger für einen Kurzaufenthalt in Berlin (57 % 1-3 Tage). **Ausländische Tourist:innen** blieben länger in Berlin (51 % 4-7 Tage).
- › Von den in Berlin Übernachtenden nächtigten 58 Prozent der ausländischen und 55 Prozent der deutschen Tourist:innen in den KulMon®-Einrichtungen **in Hotels**. Auch die **Unterkunft bei Freund:innen und Verwandten** ist beliebt (30 % der deutschen, 18 % der ausländischen Befragten). 10 % der ausländischen Befragten übernachteten in **Ferienwohnungen** (davon 6 % über Airbnb).

Informationsquellen und Aufmerksamkeitsauslöser:

- › **Internet und Suchmaschinen sind die wichtigsten Informationsquellen vor der Reise**, besonders für ausländische Tourist:innen mit 64 Prozent (deutsche 59 %), gefolgt von persönlichen Empfehlungen durch Bekannte und Verwandte.
- › **Persönliche Empfehlungen durch Bekannte oder Verwandte** sind die wichtigsten **Aufmerksamkeitsauslöser** für den Besuch sowohl bei deutschen Tourist:innen (32 %) als auch bei ausländischen Tourist:innen (27 %). Außerdem wichtig für den Besuchsimpuls: die **Webseiten / Blogs der jeweiligen Einrichtung**.

