

# Wirtschaftsfaktor Tourismus

Für die Region  
Hunsrück-Naheland

28. Juni 2016



Trier



Saarland



Koblenz

Starke Wirtschaft.  
Starke Region.

## Auftraggeber / Projektpartner

Industrie- und Handelskammer Koblenz  
Schlossstraße 2  
56068 Koblenz

Industrie- und Handelskammer Saarland  
Franz-Josef-Röder-Straße 9  
66119 Saarbrücken

Industrie- und Handelskammer Trier  
Herzogenbuscher Str. 12  
54292 Trier

## Auftragnehmer / Projektbearbeitung

dwif-Consulting GmbH, Büro München

in Kooperation mit  
dwif e.V. München



Sonnenstr. 27  
80331 München  
Telefon: 089/23702890

Projektbearbeitung:

Dr. Manfred Zeiner  
Dr. Bernhard Harrer  
Moritz Sporer

Alle Rechte vorbehalten. © 2016 dwif e.V. & dwif-Consulting GmbH.

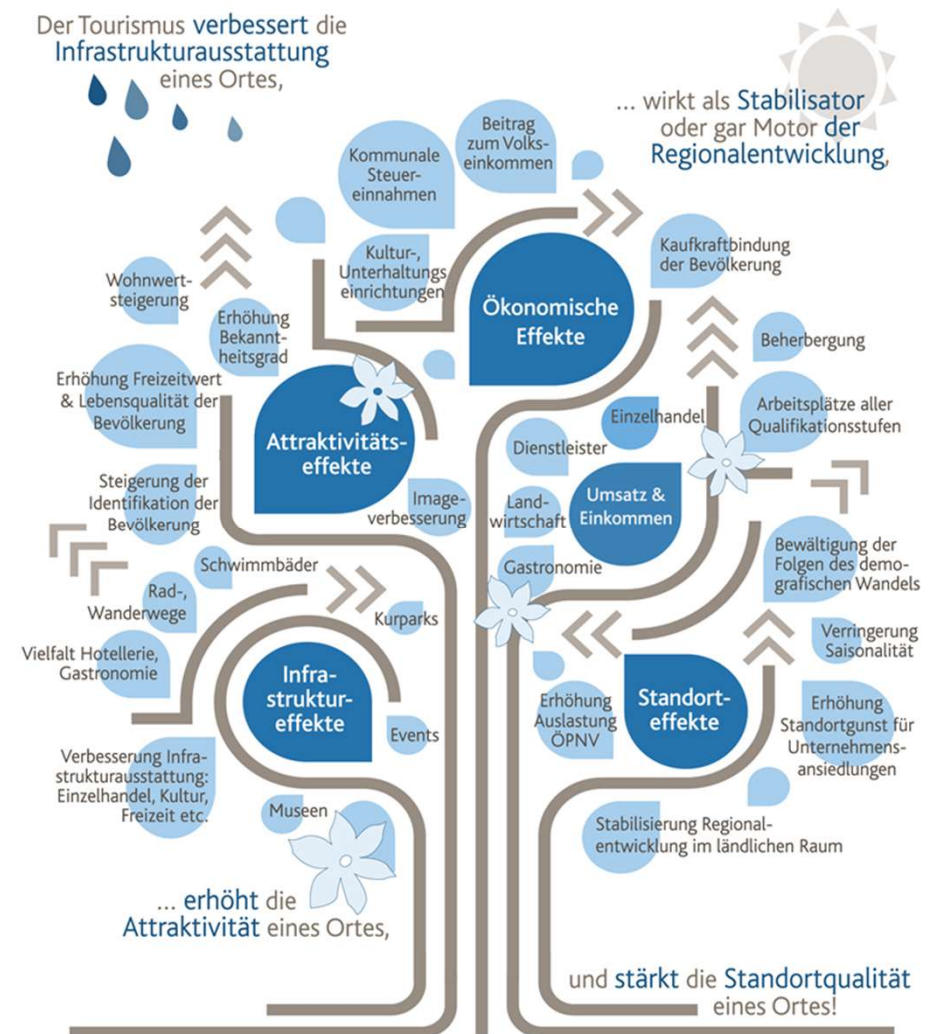
Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und der Vereinbarung zwischen Auftraggeber/Projektpartner und Auftragnehmer/Projektbearbeiter ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

<b>WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOREN TOURISMUS</b>	<b>4</b>
<b>ERGEBNISSE DER BERECHNUNG</b>	<b>5</b>
Bedeutung der touristischen Segmente	6
Umsätze durch den Tourismus	7
Direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus	9
Beschäftigungs- und Steuereffekte	10
<b>ERGEBNISSE DER HAUSHALTSBEFRAGUNG</b>	<b>13</b>
<b>DEFINITIONEN UND METHODIK</b>	<b>19</b>
Abgrenzung Übernachtungs- und Tagestourismus	20
Datenquellen	22
Berechnungsweg	26
<b>GLOSSAR UND QUELLEN</b>	<b>29</b>

Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister oder Zulieferer wie regionale Produzenten und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert. Deshalb lohnen sich Investitionen von Kommunen und Unternehmen in die tourismus-bezogene Infrastruktur, konkrete Produkte und die touristische Vermarktung. Umso wichtiger ist es, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für die Wirtschaft im Untersuchungsgebiet deutlich zu machen.




Der Tourismus ist Umsatzbringer und leistet über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Als Jobmotor bietet der Tourismus Menschen vieler unterschiedlicher Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse (von der Saisonkraft bis zur Vollzeitstelle) Einkommensmöglichkeiten. Er schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze. Hiervon profitieren Gäste ebenso wie Einheimische und Unternehmen vor Ort.

Das Tourismus-Engagement eines Ortes zahlt sich aus – in Euro und Cent für alle Branchen. Gleichzeitig steigert es die Attraktivität und Lebensqualität für alle Einwohner und Gäste.







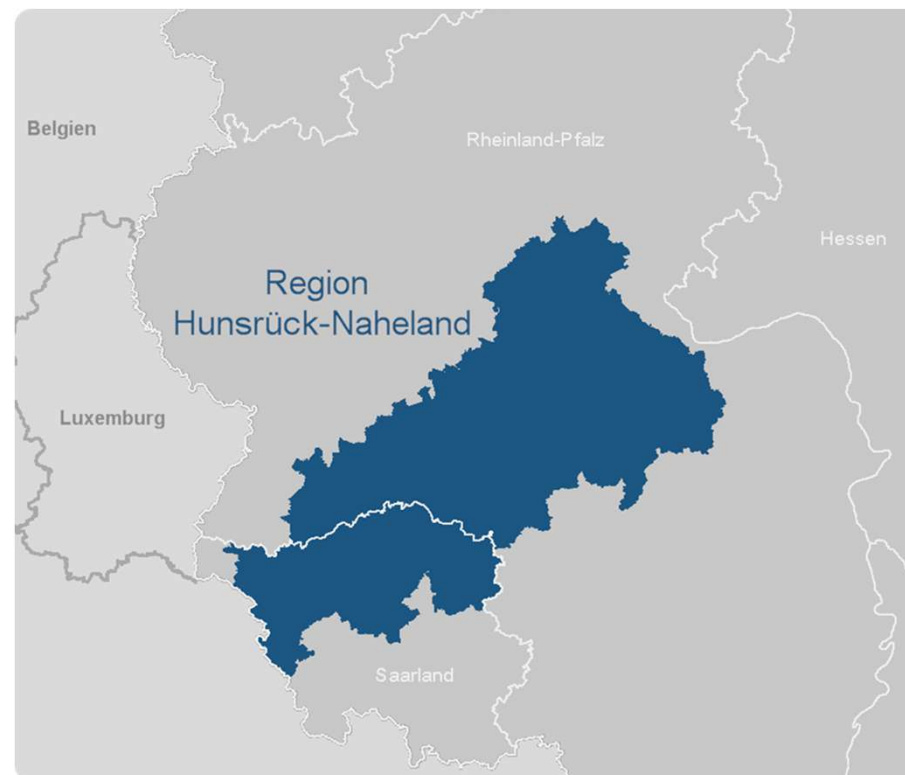
## ERGEBNISSE FÜR DIE REGION HUNSRÜCK-NAHELAND

## REGION HUNSRÜCK-NAHELAND INKL. NATIONALPARK HUNSRÜCK-HOCHWALD

	Tagesreisen	21,0 Mio.
	Übernachtungen bei Freunden/Bekannten (VFR) <sup>1</sup>	3,8 Mio.
	Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben <sup>2</sup>	4,95 Mio.

### Amtliche Statistik (2015)

	Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben (inkl. Camping) <sup>3</sup>	3,748Mio.
	davon Übernachtungen ausländischer Gäste <sup>3</sup>	k.A.
	Touristische Ankünfte <sup>3</sup>	1,118 Mio.
	Einwohner Stand 31.12.2014 <sup>4</sup>	636.734









<sup>1</sup> Die Übernachtungen durch Verwandte, Bekannte und Freunde in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR) in der Region Hunsrück-Naheland wurden durch eine repräsentative Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2016 ermittelt.

<sup>2</sup> Inklusive Privatvermieter, Touristik-, Dauercamping sowie Reisemobilisten.

<sup>3</sup> Statistisches Amt Saarland, Saarbrücken 2016; Statistisches Landesamt Rheinland- Pfalz, Bad Ems 2016.

<sup>4</sup> Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2016.

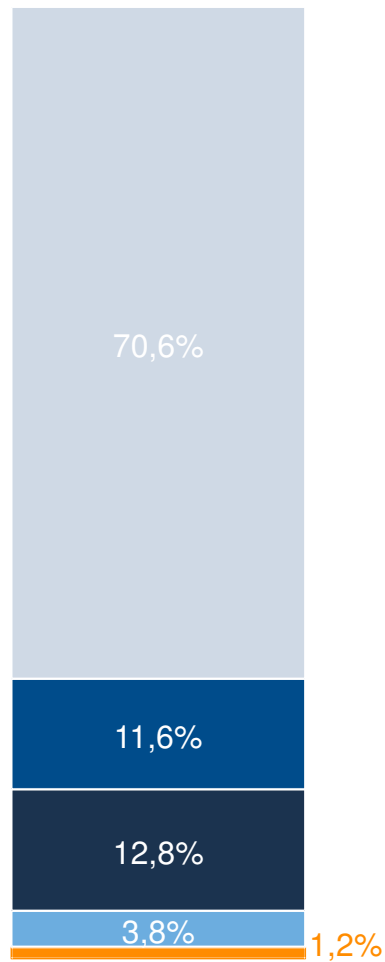
# Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2015<sup>1</sup>

Segment	Aufenthaltstage	X	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
 Tagesreisen	21,0 Mio.	X	21, <sup>50</sup> €	=	451,5 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe ( > 10 Betten; ohne Camping) <sup>2</sup>	3,47 Mio.	X	101, <sup>70</sup> €	=	352,3 Mio. €
 Verwandten-/ Bekanntebesuch (VFR) <sup>3</sup>	3,8 Mio.	X	21, <sup>50</sup> €	=	81,7 Mio. €
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten <sup>4</sup>	1,13 Mio.	X	30, <sup>40</sup> €	=	34,4 Mio. €
 Privatvermieter (< 10 Betten) <sup>2</sup>	0,35 Mio.	X	64,- €	=	22,4 Mio. €
 <b>GESAMT</b>	<b>29,75 Mio.</b>				<b>942,3 Mio. €</b>

- <sup>1</sup> Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.
- <sup>2</sup> Statistisches Amt Saarland , Saarbrücken 2016, Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Bad Ems 2016; eigene Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2016.
- <sup>3</sup> Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch eine repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2016 ermittelt.
- <sup>4</sup> Eigene Berechnungen auf Basis: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Berlin 2010; eigene Erhebungen, Recherchen und Plausibilitätskontrollen; dwif 2016.

# Bedeutung der touristischen Segmente

Aufenthaltsstage 29,75 Mio.



Tagesreisen



Gewerbliche Betriebe  
( > 10 Betten; ohne Camping)



Verwandten-/  
Bekanntebesucher (VFR)

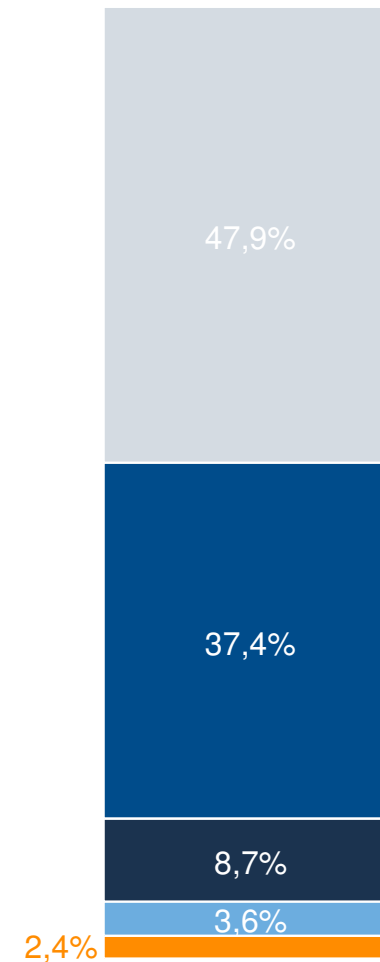


Touristik- und Dauercamping  
sowie Reisemobilisten



Privatvermieter  
( < 10 Betten)

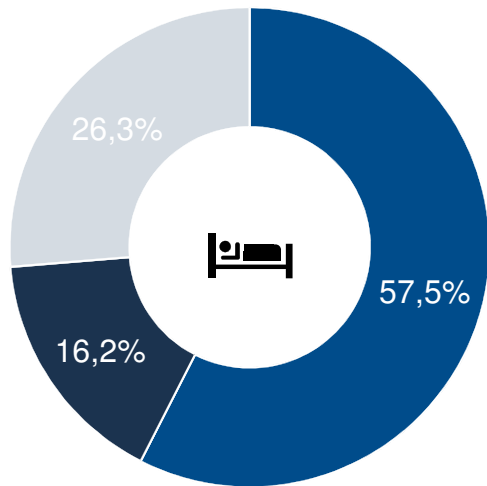
Umsätze 942,3 Mio. €



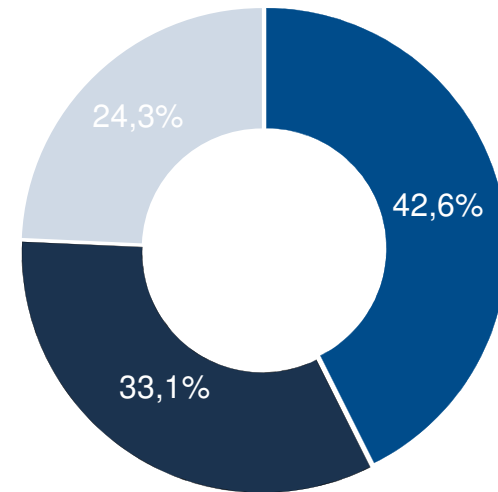


# Direkte Profiteure des Tourismus

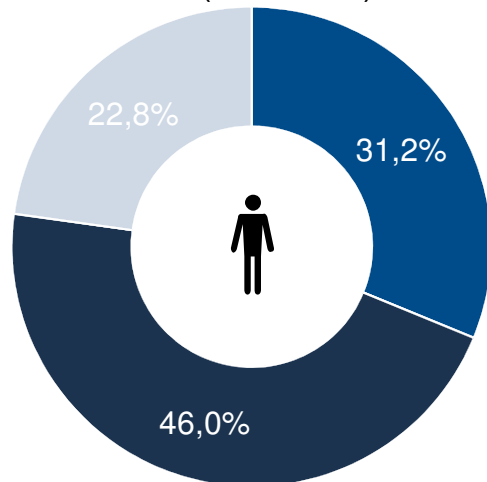
Übernachtungsgäste 409,1 Mio. €



Gesamt 942,3 Mio. €



Tagesbesucher (inkl. VFR) 533,2 Mio. €



Gastgewerbe 401,4 Mio. €

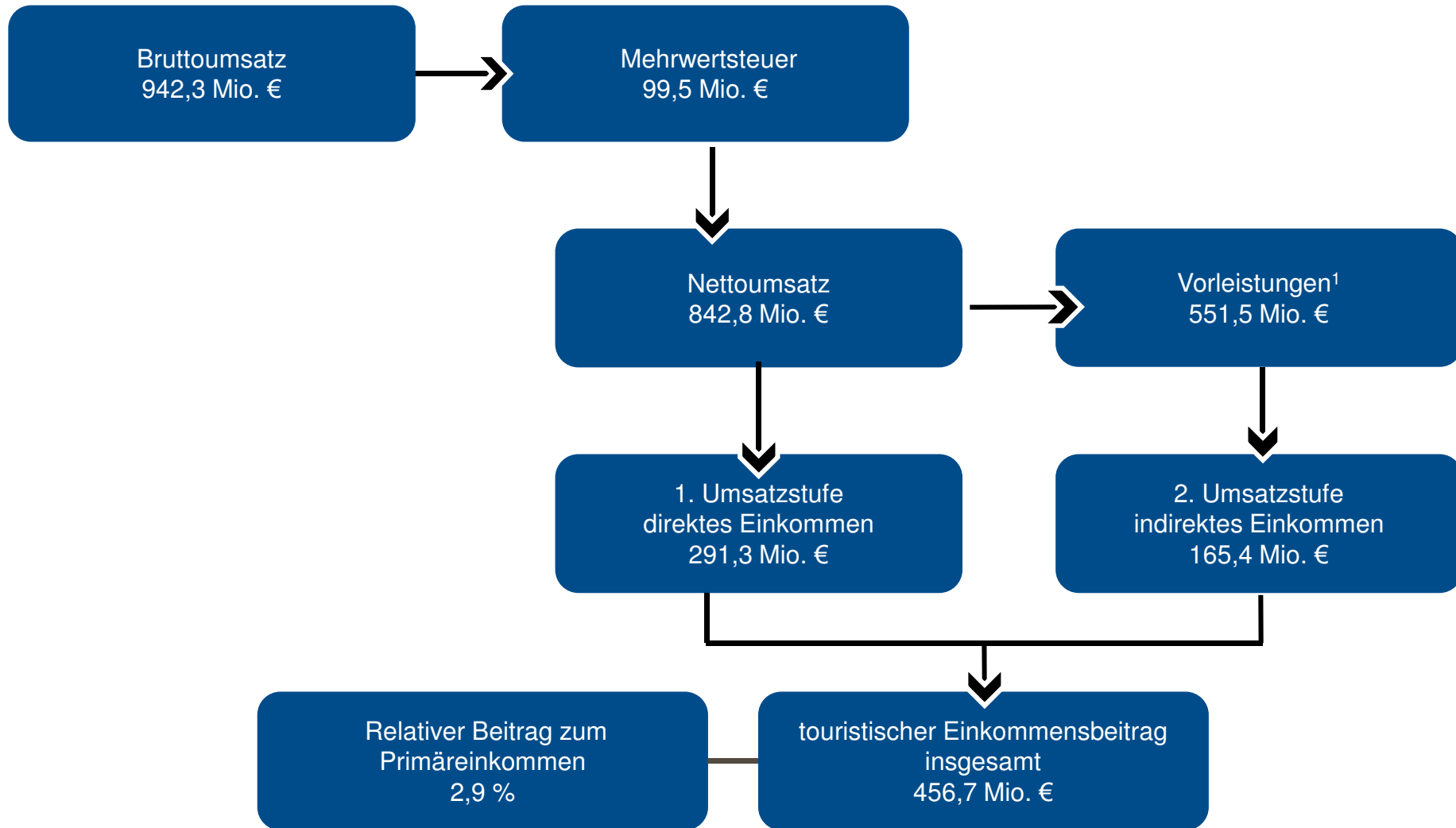


Einzelhandel 311,6 Mio. €

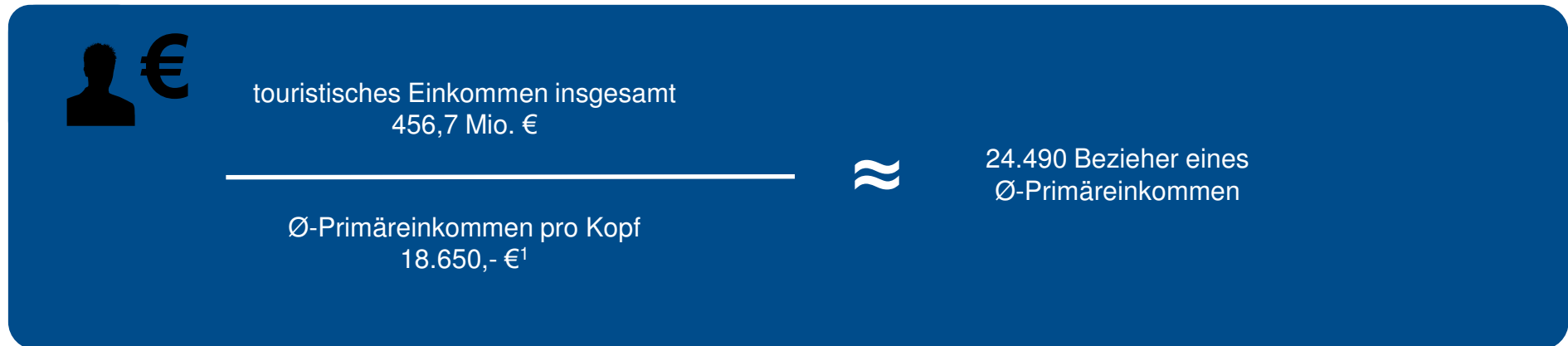


Dienstleistungen 229,3 Mio. €

# Ableitung des direkten und indirekten Einkommens aus dem Tourismus



<sup>1</sup> Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. umliegende Städte und Bundesländer, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

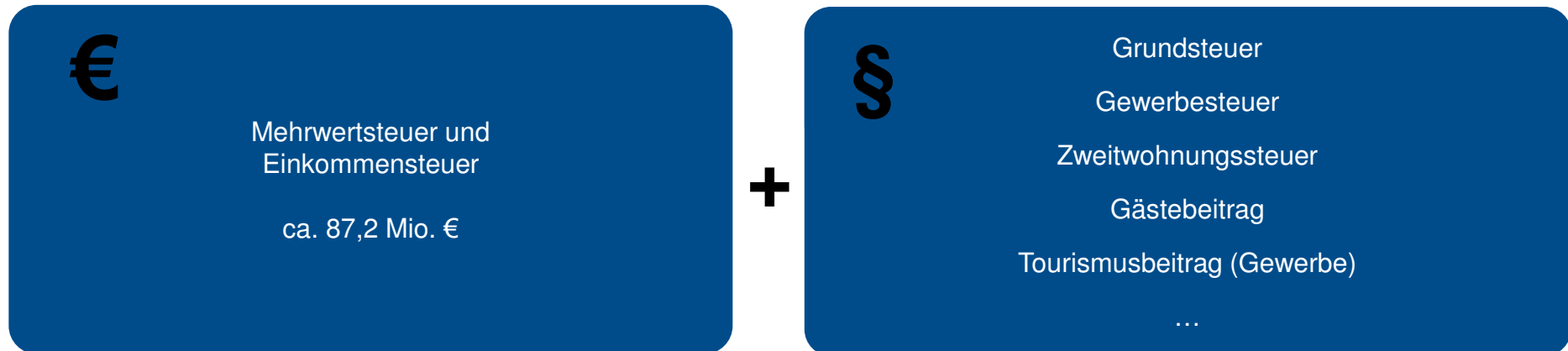


Der Einkommensbeitrag von 456,7 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund **24.490 Personen**, die durch die touristische Nachfrage in der Region Hunsrück-Naheland ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 18.650,- €) pro Kopf beziehen.

Dieser Wert darf **nicht** mit der Anzahl der durch den Tourismus beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufer im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Gäste etc.).

<sup>1</sup> Wert für Region Hunsrück-Naheland 2014, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 2000 bis 2013, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2016.

# Steueraufkommen aus dem Tourismus



Allein aus **Mehrwertsteuer + Einkommensteuer** resultieren ca. **87,2 Mio. € Steueraufkommen** aus dem Tourismus 2015 in der Region Hunsrück-Naheland, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt.

Der Tourismus erzeugt u.a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Gästebeitrag und Tourismusbeitrag (Gewerbe) zusätzliches Steueraufkommen, dessen Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist.

## STEUEREINNAHMEN

Die dem Gemeinden in der Region Hunsrück-Naheland 2015 zufließenden touristisch bedingten **Steuereinnahmen** lassen sich nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen des dwif<sup>1</sup> zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich zwischen **einem und weit mehr als drei Prozent der touristischen Nettoumsätze** als Steuereinnahmen aus dem Tourismus zufließen.

<sup>1</sup> Vgl. hierzu auch die Ergebnisse der Sparkassen-Tourismusbarometer Untersuchungen für Ostdeutschland sowie Westfalen-Lippe.

## ERGEBNISSE HAUSHALTSBEFRAGUNG FÜR DIE REGION HUNSRÜCK-NAHELAND 2016

## METHODISCHES VORGEHEN

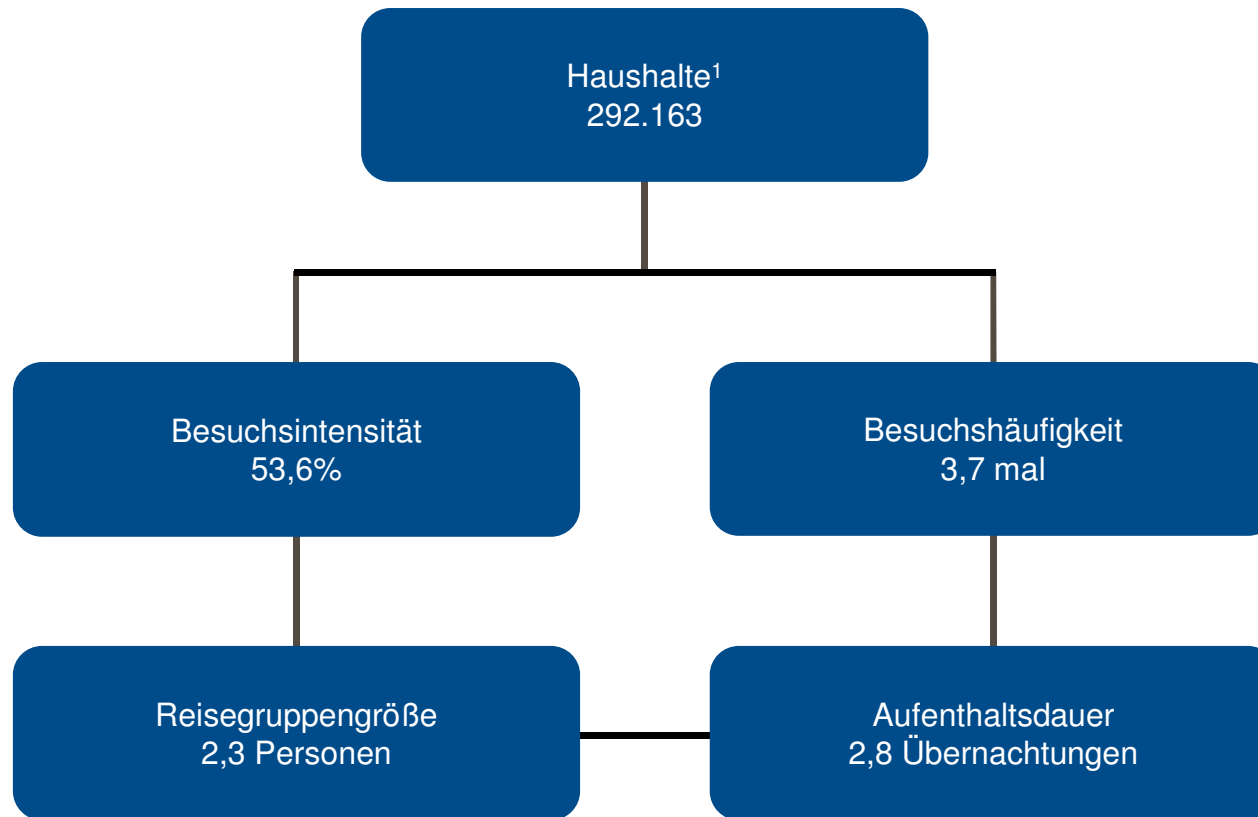
Befragungsmethode:	Telefonische Befragung
Auswahl:	Zufallsstichprobe nach Schlussziffernverfahren mit bis zu 5 Kontaktversuchen
Stichprobenumfang:	n = 311
Befragungszeitraum:	Januar/Februar 2016

Laut GfK gibt es in der REGION Hunsrück-Naheland 292.263 Haushalte (= Grundgesamtheit). 53,6 % dieser Haushalte haben in den zurückliegenden 12 Monaten (mindestens 1 x) Übernachtungsgäste in Ihrer Wohnung (unentgeltlich) beherbergt und damit sog. VFR (= Besucherverkehr von Verwandten, Bekannten und Freunden) erhalten. Falls die Haushalte überhaupt Besuch erhielten, erfolgte dies im Durchschnitt 3,7 mal pro Jahr. Im Mittel umfassten diese Besuchgruppen 2,3 Personen. Die mittlere Aufenthaltsdauer betrug 2,8 Übernachtungen.

Insgesamt errechnet sich aus diesen repräsentativ ermittelten Angaben ein Übernachtungsvolumen von rund 3,8 Mio. Übernachtungen, die bislang von keiner Statistik in der Region Hunsrück-Naheland erfasst wurden. Dies entspricht ungefähr drei Viertel der in Beherbergungsbetrieben getätigten Übernachtungen (rund 4,95 Mio.).

Umgerechnet auf die Gesamtheit der Haushalte, lässt sich das Besuchsaufkommen im Sofatourismus auf rund 13,0 Übernachtungen pro Haushalt und Jahr in der Region Hunsrück-Naheland beziffern.

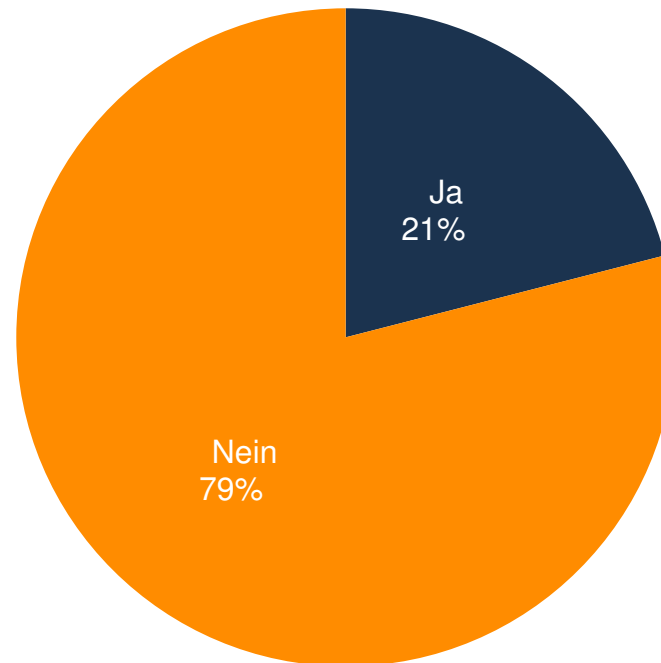
## Verwandten- und Bekanntenbesucher in den Privatwohnungen in der Region Hunsrück-Naheland



Etwa 3,8 Mio. Übernachtungen pro Jahr.  
Etwa 13,0 Übernachtungen pro Haushalt und Jahr.

## Verwandten- und Bekanntenbesucher in den Privatwohnungen in der Region Hunsrück-Naheland

Frage: „Haben Sie Ihre Gäste bereits in der Vergangenheit einmal in einem Beherbergungsbetrieb untergebracht?“

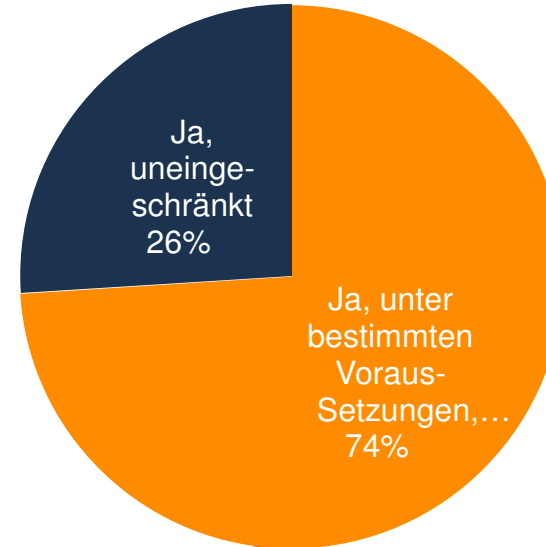
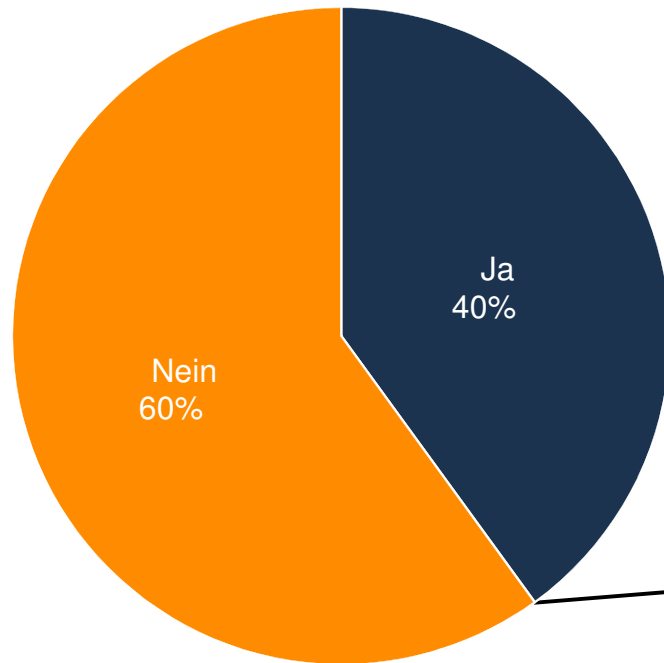


In der Vergangenheit haben bereits rund 21% der Bewohner aller Haushalte im Untersuchungsgebiet Ihre Gäste in einem Beherbergungsbetrieb untergebracht! Das entspricht ca. 61.375 Haushalten.



# Verwandten- und Bekanntenbesucher in den Privatwohnungen in der Region Hunsrück-Naheland

Frage: „Ist es für Sie ein Thema, Ihre Gäste in der Zukunft in einem Beherbergungsbetrieb unterzubringen?“



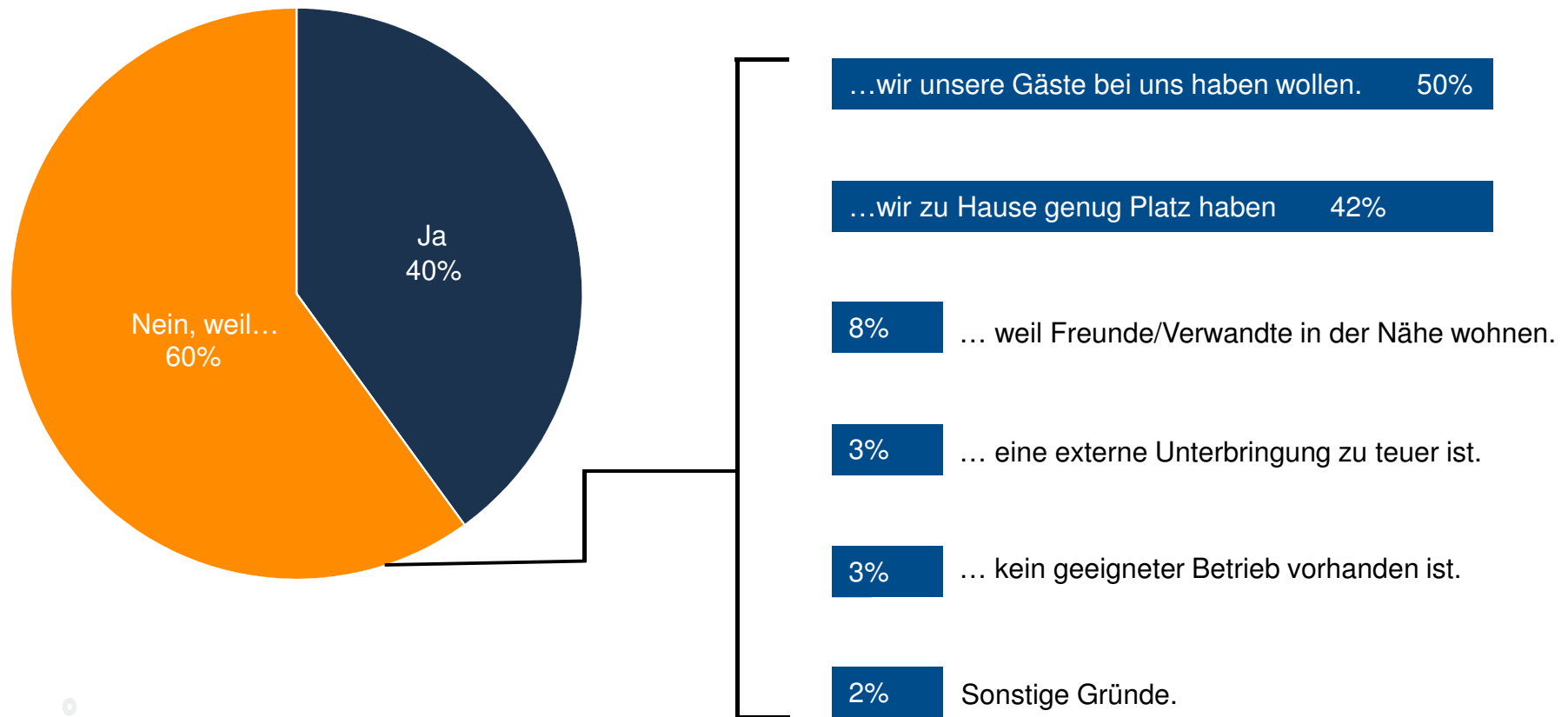
- 60% wenn zu Hause kein Platz ist
- 6% wenn es preisliche attraktive Angebote gibt
- 4% wenn attraktive ÜN-Möglichkeiten gegeben sind
- 4% sonstige Gründe



Theoretisches Zusatzvolumen für das Gastgewerbe von ca. 1,52 Mio. Übernachtungen. Dieses theoretische Zusatzvolumen leitet sich aus den 3,8 Mio. Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen ab, wenn 40% dieser Haushalte sich entscheiden, in Zukunft Ihre Gäste nicht zu Hause unterzubringen.

# Verwandten- und Bekanntenbesucher in den Privatwohnungen in der Region Hunsrück-Naheland

Frage: „Ist es für Sie ein Thema, Ihre Gäste in der Zukunft in einem Beherbergungsbetrieb unterzubringen?“  
(Mehrfachnennungen)

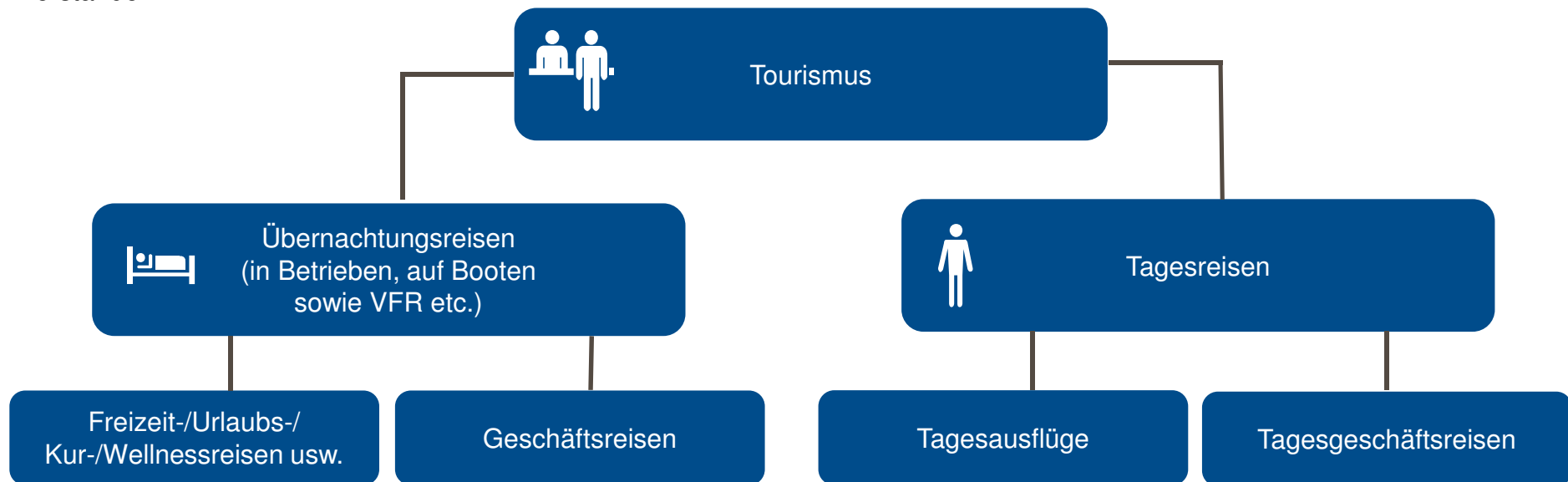


## DEFINITIONEN UND METHODIK

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) werden unter Tourismus

- alle Aktivitäten von Personen,
- die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen,
- sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken und
- nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten

verstanden.



## ÜBERNACHTUNGSTOURISMUS

Alle **Übernachtungsreisen** gehören unabhängig vom Anlass (Urlaubs-/Geschäftsreise, Kur etc.) zur touristischen Nachfrage.

Das dwif berücksichtigt grundsätzlich:

- Gewerbliche Betriebe 10 Betten
- Privatquartiere < 10 Betten
- Touristik- und Dauercamping
- Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen

**Sondersegmente**, die bei Bedarf erhoben bzw. herangezogen werden:

- Übernachtungen bei Verwandten / Bekannten (VFR)<sup>1</sup>
- Freizeitwohnsitze, Bootslichegeplätze etc.

<sup>1</sup> Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen (sog. Sofatourismus) können nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden.

## TAGESTOURISMUS

Ein **Tagesausflug** ist jedes Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient (z.B. Lebensmittel) und
- nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z.B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge).

Eine **Tagesgeschäftsreise** ist das Verlassen des ständigen Arbeitsplatzes zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben außerhalb der Gemeindegrenze. Nicht jedoch

- Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z.B. Montage)
- Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z.B. so genannte „Dienstgänge“)

## EXTERNE DATEN

Das dwif recherchiert alle extern verfügbaren Daten, die für die Erstellung der Studie hilfreich sind. Dies umfasst u.a.:

- Sonderauswertungen (z.B. aus der amtlichen Beherbergungs- und Umsatzsteuerstatistik)
- Gemeindestatistiken (z.B. Einwohner- und Haushaltszahlen)
- Daten aus den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Länder
- Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken des Auftraggebers/Projektpartners (z.B. Kataloge, Broschüren, Statistiken, Besucherzahlen, Einschätzungen der Experten vor Ort) sowie Gespräche mit sonstigen Leistungsträgern und Interessensvertretern
- vorhandene Gutachten, Entwicklungskonzepte, sowie weitere relevante Analysen
- Internetrecherchen

## DWIF-INTERNE DATEN

Wichtige Daten für die Berechnungen werden dwif-internen Datenbanken und Studien entnommen:

- Untersuchungen zu den **Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland**
- Studien zu den Tagesreisen der Deutschen
- **Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie**
- **Exklusive Datenbanken** aller Hotelbetriebe in Deutschland (u. a. Kapazitäten, Preisstrukturen, Kettenhotellerie)
- Analysen zum Camping- und Privatvermietermarkt in Deutschland
- Segmentspezifische Untersuchungen (z.B. Städtetourismus, Kulturtourismus, Radtourismus, Wandertourismus, Jugendherbergstourismus)

## **Gewerbliche Übernachtungen 10 Betten**

Die gewerblichen Übernachtungen liefert (in der Regel) die amtliche Beherbergungsstatistik. Die einzelnen Betriebstypen (wie z.B. Hotellerie, gewerbliche Ferienwohnungen, Jugendherbergen, Reha-Kliniken) werden gesondert ausgewiesen und vom dwif auf Plausibilität geprüft und gegebenenfalls angepasst. Für diese Untersuchung liegt die Beherbergungsstatistik des Projektpartners vor. Daten des statistischen Amtes, welche der Geheimhaltung unterliegen werden plausibel hochgerechnet.

## **Privatvermieter < 10 Betten**

Das Gesamtangebot dieses Segments wird (falls keine Statistiken hierzu vorliegen) primär erhoben oder geschätzt und mit einer durch das dwif spezifisch ermittelten Auslastung hinterlegt. Diese basiert auf Analysen vorliegender Studien, Statistiken und Auskünfte.

## **Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem (VFR)**

Dieses Segment wird durch eine repräsentative Haushaltsbefragung im Untersuchungsgebiet ermittelt.

## **Touristik- und Dauercamping**

Angaben zu Übernachtungen auf Touristikstandplätzen liefern (in der Regel) die amtliche Statistik sowie Recherchen und Berechnungen des dwif. Zur Bestimmung aller Camping-übernachtungen erhebt das dwif die Anzahl der verfügbaren Dauerstandplätze. Übernachtungen auf diesen basieren auf Hochrechnungen des dwif sowie Einschätzungen und Statistiken der Akteure vor Ort.

## **Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen**

Die Bestimmung der Übernachtungen in diesem Segment erfolgt auf Basis von Zulieferungen des Projektpartners (Anzahl Standplätze / verkaufte Parktickets etc. / wenn möglich Übernachtungszahlen) oder auf Detailrecherchen des dwif. Die Übernachtungen können in letzterem Falle nur hochgerechnet werden.

Die Anzahl der Tagesreisen zu ermitteln ist ein komplexer Vorgang. Eine einfache Übertragung von Relationen übergeordneter Regionen oder anderer Orte würde hierbei zu falschen Ergebnissen führen. Das dwif berechnet die Werte individuell und der jeweiligen Situation vor Ort angepasst. Die Analysen ergeben erst nach zahlreichen Plausibilitätskontrollen ein verlässliches Bild des Tagestourismus.

Hierbei werden eine Vielzahl unterschiedlichster Datenquellen herangezogen, u. a.:

- dwif Grundlagenuntersuchungen zu den „Tagesreisen der Deutschen“
- Ortsspezifische Gegebenheiten wie Ortstypen (Großstadt, Kurort, Badeort, Messestandort, sonstige Gemeinde etc.), Ortsgrößen und -lagen, touristisches sowie allgemeines Angebot (Shoppingmöglichkeiten, Freizeiteinrichtungen, Gastronomieangebot etc.)
- Ortsspezifische Hintergrundzahlen (z.B. Besucherzahlen von Einrichtungen und Veranstaltungen, Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet, Verkehrsanbindung, Infrastruktur)
- Statistikanalysen (z.B. Sonderauswertungen aus den Umsatzsteuerstatistiken)
- Durch jahrzehntelange Erfahrungen ermittelte dwif-interne Daten

Bei der Ermittlung des Tagestourismus werden weder zeitliche (Reisedauer in Stunden) noch entfernungsbezogene (Distanz in Kilometer) Einschränkungen vorgenommen und somit alle Tagesreisen erfasst.



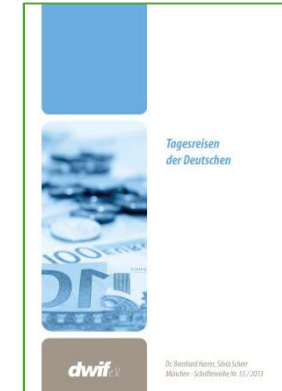


Die Ermittlung der **Ausgaben der Übernachtungsgäste** erfolgt nach einem mehrstufigen System. Ausgangspunkt sind die individuellen Ausgaben der Gäste, die, differenziert nach den jeweils genutzten Unterkunfts- und Preiskategorien, entsprechend der ortsspezifischen Situation gewichtet werden. Hierbei benutzt das dwif exklusive Datenbanken und Werte aus eigenen Grundlagenuntersuchungen des dwif.

Die ausgewiesenen Werte spiegeln somit das individuelle Ausgabeverhalten der Gäste wider.

Die **Ausgaben der Tagesbesucher** werden vom dwif individuell für das Zielgebiet ermittelt. Eine unreflektierte Übernahme veröffentlichter Ausgabenwerte für übergeordnete oder andere Regionen würde zu falschen Ergebnissen führen. Ausgangspunkte für die dwif-Berechnungen sind unter anderem:

- Auswertungen der dwif-Grundlagenuntersuchungen „Tagesreisen der Deutschen“ für die im Zielort relevanten Ausflugsaktivitäten
- ortsspezifische Analysen der relevanten Freizeitangebote (z.B. Eintrittspreise, Fahrpreise)
- Plausibilitätstests u. a. anhand von Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik
- ggf. Befragungsergebnisse



Folgende Aspekte sind in der vorliegenden Untersuchung **nicht berücksichtigt**:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet (z.B. Benzinkosten, Bahn-/Flugticket)
- Ausgaben der Touristen für Reisevor- und -nachbereitung (z.B. neuer Koffer, Urlaubsbilder)
- Umsätze und Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z.B. Taxi zum Bahnhof/Flughafen, Buchung im Reisebüro, Einkäufe für die Reise)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld

1

**Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)**  
**Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz**

Die Umsätze werden differenziert nach Marktsegmenten (Übernachtungsgäste, Tagesbesucher etc.) sowie profitierenden Branchen (Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister) dargestellt.

2

**Nettoumsätze (exkl. MwSt.)**  
**Bruttoumsatz – Mehrwertsteuer = Nettoumsatz**

Hierbei werden unterschiedliche Mehrwertsteuersätze berücksichtigt. Umsätze von Privatvermietern und Jugendherbergen sind beispielsweise von der MwSt. befreit. Beherbergungsumsätze in gewerblichen Betrieben werden i. d. R. mit 7% besteuert. Beim Lebensmitteleinzelhandel gilt zum Teil der ermäßigte, beim übrigen Einzelhandel i. d. R. der volle Mehrwertsteuersatz. Je nach Zusammensetzung der touristischen Ausgaben ergeben sich folglich ganz orts- oder regionsspezifische Abzüge vom Bruttoumsatz.

3

**Einkommenswirkungen der ersten Umsatzstufe (EW 1)**  
**Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote = EW 1**

Die Wertschöpfungsquote gibt den Anteil des Nettoumsatzes an, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen – also zu Einkommen – wird (= direkter Einkommenseffekt). Der verbleibende Rest wird von den profitierenden Unternehmen für Vorleistungen aufgewendet. Für die Berechnung verwendet das dwif individuelle, branchenspezifische Wertschöpfungsquoten.

4

**Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe (EW 2)**  
**(Nettoumsatz – EW 1) x Wertschöpfungsquote = EW 2**

Bei der zweiten Umsatzstufe werden alle Einkommenswirkungen bei den Vorleistungslieferanten (Nettoumsatz – EW 1) dargestellt, die zur Aufrechterhaltung der touristischen Dienstleistungsqualität benötigt werden (= indirekte Einkommens-effekte).

Hierunter fallen u. a.

- die Zulieferung von Waren (z.B. Brötchen vom Bäcker, Strom vom Energieversorger),
- die Bereitstellung von Dienstleistungen (z.B. Prospekte von der Werbeagentur, Versicherungen, Bankkredite) und
- Investitionen in die Substanzerhaltung (z.B. Neubau bzw. Renovierungsarbeiten durch Handwerker).

5

**Touristischer Einkommensbeitrag**  
**(EW 1 + EW 2) : Primäreinkommen (PE) = Tourismusbeitrag zum PE in %**

Die Summe der touristischen Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen wird durch das gesamte Primär-einkommen vor Ort geteilt. Daraus lässt sich der relative Beitrag des Tourismus zum Gesamteinkommen im Untersuchungsgebiet ableiten.

6

**Beschäftigungswirkung****(EW 1 + EW 2) : Primäreinkommen pro Kopf = Einkommensäquivalent**

Durch Division des nominalen Einkommensbeitrages aus dem Tourismus durch das von der amtlichen Statistik für das Untersuchungsgebiet ausgewiesene „durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf und Jahr“ lässt sich die Anzahl der Personen (= Einkommensäquivalent) errechnen, die durch die touristische Nachfrage im Untersuchungsgebiet ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf beziehen. Die tatsächliche Zahl, der anteilig oder voll vom Tourismus abhängigen Arbeitsplätze einer Region ist in der Regel wegen hoher Anteile von Saison- und Teilzeitbeschäftigten deutlich höher, kann jedoch nur über aufwendige Primärerhebungen ermittelt werden.

7

**Steuereffekte aus den touristischen Umsätzen**

Das aus dem Tourismus resultierende Steueraufkommen setzt sich in erster Linie aus Umsatz- (= MwSt.) und Einkommensteuer zusammen. Beide sind als Gemeinschaftssteuern an den Fiskus abzuführen. Sie fließen über den Länder- und kommunalen Finanzausgleich anteilig Bund, Ländern und Kommunen zu. Hinzu kommen kommunale Steuern (z.B. Gewerbe- und Grundsteuer) und Abgaben, welche die Gäste (z.B. Gästebeitrag) oder die Unternehmen am Ort (z.B. Tourismusbeitrag) zu tragen haben. Ohne aufwendige Primärerhebungen sind die den einzelnen Gebietskörperschaften zufließenden Steuereinnahmen jedoch nicht im Detail zu ermitteln.

## GOSSAR UND QUELLEN

## **Aufenthaltstag**

Bei den Berechnungen des dwif zum Wirtschaftsfaktor Tourismus wird jeder Tagesausflug, jede Tagesgeschäftsreise und jede Übernachtung jeweils als ein Aufenthaltstag gezählt. Die Addition der Nachfragesegmente ergibt folglich die gesamte touristische Nachfrage in Form von Aufenthaltstagen.

## **Ausgabenstruktur**

Differenzierung der Ausgaben pro Person und Tag nach Gastgewerbe, Einzelhandel und Dienstleistungen.

## **Bruttoumsatz**

Ergibt sich aus der Multiplikation des Nachfrageumfanges mit den  $\emptyset$ -Tagesausgaben pro Kopf (inkl. Mehrwertsteuer).

## **Campingtourismus**

Touristikcamper und Dauercamper auf Campingplätzen. Daten zu Reisemobilisten außerhalb der Campingplätze werden zum Teil von Kommunen erfasst (z. B. Anzahl der Parkscheine).

## **Dienstleistungen, sonstige**

Ausgaben der Touristen in allen Bereichen außerhalb des Gastgewerbes und des Einzelhandels, wie z.B. ÖPNV-Nutzung, Eintrittsgebühren, Inanspruchnahme von Wellness-angeboten, Tagungsgebühren, Gästekarten/ Inklusivkarten.

## **Einkommensbeitrag des Tourismus**

Der relative Beitrag des Tourismus zum Primär- bzw. Volkseinkommen wird wie folgt ermittelt: Addition der touristischen Einkommenseffekte der ersten und zweiten Umsatzstufe (= absoluter Einkommensbeitrag des Tourismus) und dessen Division durch das Primär- bzw. Volkseinkommen vor Ort (siehe Berechnungsweg).

## **Einkommenseffekte, direkt**

Lassen sich aus der Ausgabenstruktur der Touristen ableiten. Nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz ergibt sich der Nettoumsatz für die einzelnen Ausgabearten. Aus der Multiplikation des Nettoumsatzes der einzelnen Branchen mit den jeweiligen Wertschöpfungsquoten dieser Branchen ergeben sich die direkten Einkommenseffekte. Dies entspricht der ersten Umsatzstufe.

## **Einkommenseffekte, indirekt**

Ergeben sich aus der Multiplikation der Vorleistungen mit der Wertschöpfungsquote der zweiten Umsatzstufe.

## **Einzelhandel**

Bei Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus wird der Einzelhandel in Lebensmitteleinzelhandel und sonstigen Einzelhandel unterteilt.

## **Gastgewerbe**

Oberbegriff für das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe.

## **Gewerbliche Beherbergungsbetriebe**

Alle Beherbergungsstätten mit 10 oder mehr Betten (bei Campingplätzen mit 10 oder mehr Standplätzen).

Die Daten werden in der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst, in der z.B. auch Vorsorge- und Rehakliniken oder Campingplätze enthalten sind. Bei den Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus werden die Campingbetriebe jedoch getrennt von den übrigen gewerblichen Beherbergungsbetrieben betrachtet.

## **Mehrwertsteuer**

Vgl. hierzu die Ausführungen zur Umsatzsteuer.

## **Nettoumsatz**

Ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz.

## **Primäreinkommen**

Einkommen der privaten Haushalte (einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck) aus Erwerbstätigkeit und Vermögen: Arbeitnehmerentgelt, Einkommen der Einzelunternehmen/Selbstständigen, die auch eine Vergütung für die mithelfenden Familienangehörigen enthalten, Betriebsüberschuss aus der Produktion von Dienstleistungen aus

eigengenutztem Wohneigentum, sowie die netto empfangenen Vermögenseinkommen; vgl. hierzu auch Definition und Angaben der Statistischen Ämter der Länder sowie des Statistischen Bundesamtes (siehe Quellen).

## **Privatquartiere**

Alle Beherbergungsstätten mit weniger als 10 Betten, vorrangig Ferienwohnungen und -häuser, kleine Pensionen und Gasthöfe aber auch Privatzimmer.

## **Tagesausgaben**

Gesamtsumme der pro Person und Tag je Aufenthaltstag getätigten Ausgaben.

## **Tagesreisen**

Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen. Bei den Ausflügen: Verlassen des Wohnumfeldes (in der Regel Gemeindegrenze; bei Großstädten über 100.000 Einwohner wird das Wohnumfeld im Allgemeinen mit dem Stadtteil, -bezirk gleichzusetzen sein), ohne Pendlerverkehr, Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfes und regelmäßige Routinefahrten (z.B. Vereinsaktivität im Nachbarort, Behördengang, Gottesdienstbesuch). Bei Geschäftsreisen ohne Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z.B. Montage) sowie ohne Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z.B.

**Dienstgänge).**

## **Übernachtungsreisen**

Alle Reisen mit mindestens einer Übernachtung unabhängig vom Reisemotiv; Dauer nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung zu Zwecken von Urlaub, Freizeit, Wahrnehmung privater und geschäftlicher Kontakte, Besuch von Tagungen, Fortbildungsveranstaltungen, Maßnahmen zur Wiederherstellung der Gesundheit oder sonstiger Gründe.

## **Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer)**

Steuer auf den Austausch von Leistungen. Belastet wird dabei der von den Unternehmen erwirtschaftete Mehrwert. Der Endverbraucher hat die Mehrwertsteuer in voller Höhe zu tragen. Je nach Ausgabenart gelten unterschiedliche Mehrwertsteuersätze. Neben dem vollen Mehrwertsteuersatz (19 %), gibt es den ermäßigten Steuersatz (7 % u. a. für Beherbergungsleistungen, Lebensmittel, ÖPNV bis 50 km, Seilbahnen, Zeitungen) sowie eine Steuerbefreiung (0 % u. a. für Heilbehandlungen, Jugendherbergen, Mieten, Privatvermieter, Reha-Einrichtungen).

## **Verwandten-, Bekanntenbesucher (auch VFR = “visits of friends and relatives” oder „Sofatourismus“)**

Die touristisch relevanten Übernachtungen in den Privatwohnungen der Einheimischen im Untersuchungsgebiet.

## **Vorleistungen**

Der Betrag, welcher nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt, wird für Vorleistungen ausgegeben; z.B. Zulieferung von Waren (Brötchen vom Bäcker, Strom vom Energieerzeuger), Bereitstellung von Dienstleistungen (z.B. Prospekte der Werbeagentur, Kredite, Versicherungen) und Investitionen in die Substanzerhaltung (z.B. Neubau bzw. Renovierung durch Handwerker).

## **Wertschöpfung (auch Einkommen)**

Im Sinne der in dieser Untersuchung durchgeführten Berechnungen gleichzusetzen mit den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und den Gewinnen der relevanten Unternehmen.

## **Wertschöpfungsquote**

Der Anteil des Nettoumsatzes in Prozent, der direkt zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Die Wertschöpfungsquoten sind Betriebsvergleichen für die unterschiedlichen Branchen zu entnehmen. Die in den Berechnungen des dwif verwendete Wertschöpfungsquoten werden u. a. aus den Betriebsvergleichen für die Hotellerie und Gastronomie sowie weiteren Studien des dwif abgeleitet.



**Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)**  
**(Hrsg.):** Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Berlin 2010.

**dwif (Hrsg.):** Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, in: dwif-Schriftenreihe, Heft 53, München 2010.

**dwif (Hrsg.):** Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 78, München 2013.

**dwif (Hrsg.):** Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Thüringen, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 77, München 2012.

**dwif (Hrsg.):** Hotelbetriebsvergleich, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 79, München 2013.

**dwif (Hrsg.):** Tagesreisen der Deutschen, in: dwif-Schriftenreihe, Heft 50-52, München 2005 – 2007.

**dwif (Hrsg.):** Tagesreisen der Deutschen, in: dwif-Schriftenreihe, Heft 55, München 2013.

**Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV) (Hrsg.):** Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland-Jahresbericht, Berlin 2011.

**Statistisches Amt Saarland:** Statistische Berichte (G IV 1) Statistische Berichte-Fremdenverkehr im Dezember 2015 und Jahr 2015, Saarbrücken 2016.

**Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz:** Statistische Berichte (G IV 1) Gäste und Übernachtungen im Tourismus, Bad Ems 2016.

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.):** Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2015.

**Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.):** Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 2000 bis 2013, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2016.

**Westfälisch-Lippischer Sparkassen- und Giroverband (Hrsg.):** Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe, Berlin 2013.

**World Tourism Organization (UNWTO):** Technical Manual No. 2, Collection of Tourism Expenditure Statistics, 1995.

**Fotos:**  
Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Dominik Ketz

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit

**Ihr Ansprechpartner:**

Christian Dübner  
Telefon 0261 106-306  
[duebner@koblenz.ihk.de](mailto:duebner@koblenz.ihk.de)

