Wirtschaftsfaktor Tourismus im Reisegebiet Romantischer Rhein 2014

EINE DWIF-STUDIE IM AUFTRAG DER IHK KOBLENZ

IHK Koblenz
Starke Wirtschaft.
Starke Region.

Romantischer Rhein

ZAHLEN. DATEN. FAKTEN.

VORWORT

Die Freizeit- und Tourismuswirtschaft stellt im nördlichen Rheinland-Pfalz eine der tragenden Säulen der Wirtschaft dar. Das gilt umso mehr für die Destination Romantischer Rhein, in der außerhalb des Neuwieder Beckens bedingt durch topographische Beschränkungen kaum Ansiedlungen großflächiger Wirtschaftsunternehmen möglich sind.

Für die Freizeit- und Tourismuswirtschaft als klassische Querschnittsbranche liegen im Unterschied zu anderen Branchen bislang nur begrenzt detaillierte statistische Kennzahlen vor. Vor diesem Hintergrund haben die Industrie- und Handelskammer Koblenz und die Romantischer Rhein Tourismus GmbH gemeinsam beim Deutschen wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr (DWIF) eine Studie über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Ferienregion Romantischer Rhein beauftragt.

Mit den vorliegenden Erkenntnissen wird der ökonomische Stellenwert der überwiegend mittelständisch geprägten Querschnittsbranche plausibel und realistisch dargestellt und kann gegenüber anderen Regionen und Branchen eingeordnet werden.

Die Ergebnisse der Studie zeigen eindrucksvoll, welche ökonomische Bedeutung der Tourismus für die Region hat. Sie sollen aber nicht nur als Bestätigung des bisher Erreichten dienen, sondern auch einen Beitrag zur Diskussion über die zukunftsorientierte Weiterentwicklung des Rheintals als Tourismusstandort leisten. Hierfür wollen wir auch in den kommenden Jahren gemeinsam mit allen interessierte Akteuren arbeiten.

Arne Rössel
Hauptgeschäftsführer
IHK Koblenz

Claudia Schwarz
Geschäftsführerin
Romantischer Rhein Tourismus GmbH

INHALTSVERZEICHNIS

I.	Exekutive Summary – Das Wichtigste in Kürze	4
II.	Destination Romantischer Rhein	5
III.	Tourismus – was wird alles dazu gezählt?	7
IV.	Querschnittsbranche Tourismus – wie erfolgt die Datenanalyse?	9
V.	Touristische Nachfrage in der Region Romantischer Rhein	10
	1. Die Beherbergungsbetriebe	10
	2. Übernachtungsentwicklung im Untersuchungsgebiet	12
	3. Marktstellung der Region Romantischer Rhein	14
	4. Auslandsnachfrage in der Region Romantischer Rhein	17
	5. Tagestourismus in der Region Romantischer Rhein	18
VI.	Gästeausgaben am Aufenthaltsort – ein Mehrwert für die Region	20
VII.	Touristische Umsätze – häufig unterschätzter Wirtschaftsfaktor	21
VIII.	Profitierende Branchen – eine weit verzweigte Umwegrentabilität	24
IX.	Wertschöpfung – so viel Einkommen bleibt in der Region	26
X.	Einkommenseffekte – Tourismus lohnt sich	28
XI.	Steuereffekte – Tourismus füllt die Kassen der Kommunen in der Region	29
XII.	Wirtschaftsfaktor Tourismus – Berechnungsschema	30
XIII.	Quellen	31

I. EXEKUTIVE SUMMARY – DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Die Bilanz der wirtschaftlichen Effekte durch die Tourismusnachfrage in der Region Romantischer Rhein ist beeindruckend und lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Zahl der touristischen Aufenthaltstage lag 2014 bei rund 28,9 Mio.
- Pro Tag empfängt die Region also im Durchschnitt rund 80.000 Touristen.
- Aus der touristischen Nachfrage resultieren mehr als 1,07 Mrd. € Bruttoumsatz.
- Über alle Zielgruppen gibt ein Tourist am Tag im Durchschnitt 37,- € aus.
- Die touristisch induzierten Einkommenseffekte im Rahmen der ersten und zweiten Umsatzstufe belaufen sich auf 481 Mio. €.
- Der relative touristische Beitrag zum Primäreinkommen beträgt 4,3 Prozent.
- Das touristische Einkommen entfällt zu 59,2 Prozent auf die direkten und zu 40,8 Prozent auf die indirekten Profiteure.
- Das Einkommen aus der Tourismuswirtschaft liegt pro Jahr und Einwohner in der Stadt Region bei rund 1.113,- €.
- Aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages (481 Mio. €) durch das durchschnittliche Primäreinkommen im Untersuchungsgebiet pro Kopf (25.827,-€) ergibt sich ein Einkommens-äquivalent von 18.620 Personen, die rein rechnerisch ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten können.
- Das durch den Tourismus in der Region bedingte Steueraufkommen (aus MwSt. und Einkommen steuer) für Bund, Länder und Kommunen beträgt fast 100 Mio. €.

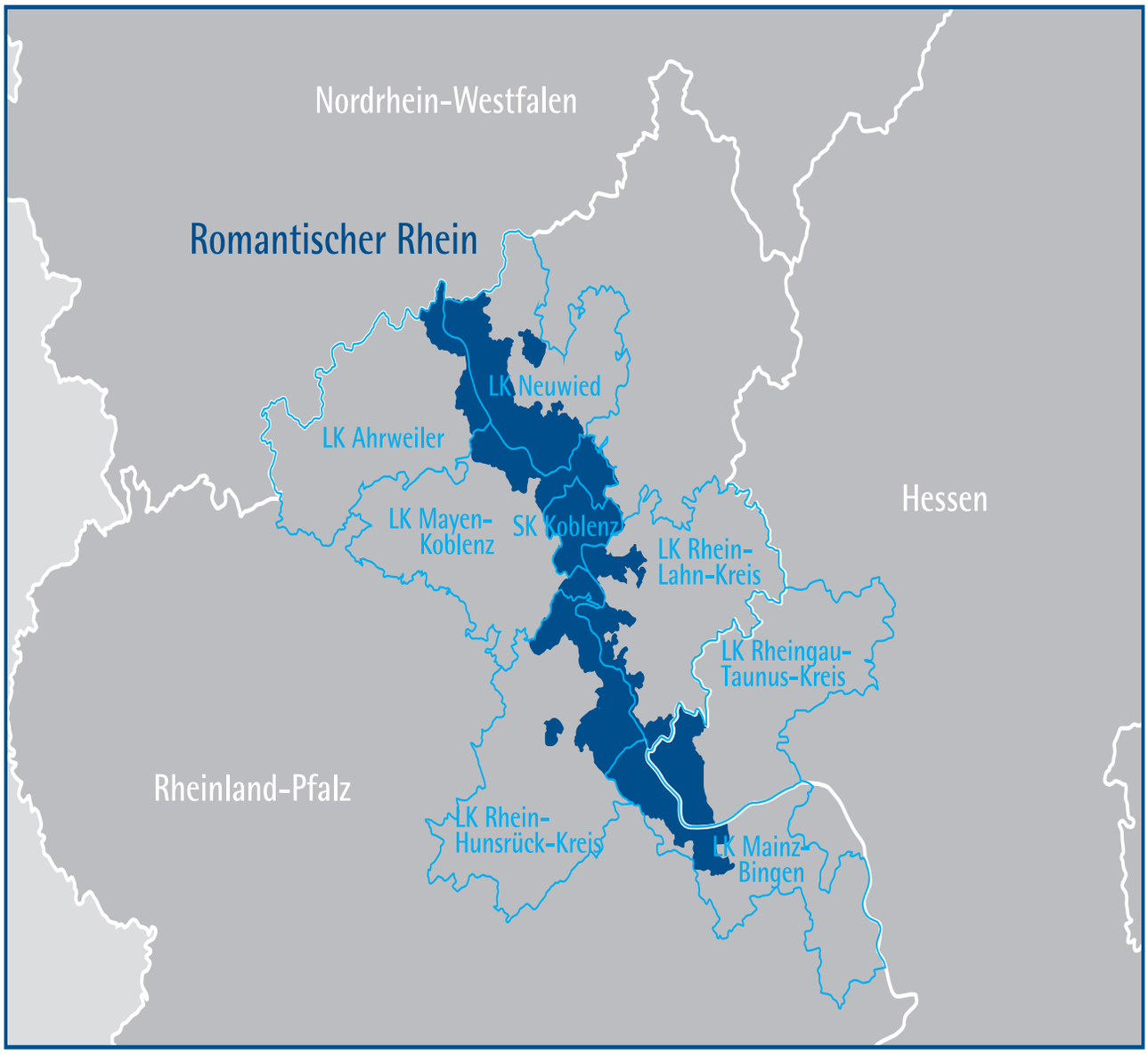
II. DESTINATION ROMANTISCHER RHEIN

Die Deutschen sind nicht nur „Reiseweltmeister", sondern Deutschland ist, gemessen an den Übernachtungszahlen, auch das beliebteste Reiseland in Europa. Nicht nur attraktive Großstädte tragen mit ihren zahlreichen touristischen Attraktionen, ihren hochkarätigen Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen sowie ihrer florierenden Wirtschaft maßgeblich dazu bei, sondern auch die vielfältigen kulturtouristischen und landschaftlichen Attraktionen sind große Anziehungspunkte für Touristen aus aller Welt. In der Destination Romantischer Rhein, zu der nicht nur das UNESCO-Welterbe „Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal" gehört, spielt der Tourismus seit vielen Jahren eine durchaus bedeutende Rolle. Besuchermagneten wie die Loreley, die Städte Koblenz, Bingen oder Rüdesheim seien hierfür nur stellvertretend genannt. Die verkehrsgünstige Lage zwischen den Agglomerationsräumen Ruhrgebiet und Rhein-Main, die hervorragende Schienenanbindung und der nahe Flughafen Frankfurt trägt maßgeblich dazu bei, dass die Region touristisch floriert. Auch die Vielfalt an kulturellen Events ist neben Sightseeing-Attraktionen als Ursache für den hohen Stellenwert des Tourismus zu sehen. Die zentrale Lage, umgeben von hochattraktiven Reisegebieten an Rhein und Mosel, sowie das Image einer der ältesten Kulturregionen in Mitteleuropa erklären die Sogwirkung auf Touristen aus aller Welt.

Die Destination Romantischer Rhein setzt sich aus insgesamt 63 Städten und Gemeinden zusammen. Sie tangiert

- 2 Bundesländer (Rheinland-Pfalz und Hessen),
- 3 Statistische Reisegebiete (Rheintal, Rheinhessen und Rheingau-Taunus) sowie
- 8 Landkreise bzw. kreisfreie Städte (Lkr. Ahrweiler, Lkr. Mayen-Koblenz, Lkr. Neuwied, Rhein Hunsrück-Kreis, Rhein-Lahn-Kreis, Lkr. Mainz-Bingen, Rheingau-Tanus-Kreis und Stadt Koblenz).

ABB. 1: REGION ROMANTISCHER RHEIN



QUELLE: DWIF 2015; KARTENGRUNDLAGE: GFK REGIOGRAPH 2013

III. TOURISMUS – WAS WIRD ALLES DAZU GEZÄHLT?

Eine klare definitorische Abgrenzung des Tourismus ist unverzichtbar, um die nachstehenden Ergebnisse richtig einordnen zu können. Diese Untersuchung ist eine Zielgebietsbetrachtung und analysiert nur den in die Region Romantischer Rhein einströmenden Tourismus. Ausgaben und Umsätze der einheimischen Bevölkerung für deren Reisen bleiben hier unberücksichtigt, obgleich auch sie unstrittig als touristisch zu bezeichnen sind.

Grundsätzlich wird zwischen Tages- und Übernachtungsreisen unterschieden.

Definition Tourismus
Im Sinne der Welttourismusorganisation werden unter Tourismus:

- **alle Aktivitäten von Personen,**
- **die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen,**
- **sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken (z.B. Kur)**
- **nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten, verstanden.**

Tagestourismus

Eine Mindestdauer oder -entfernung ist bei der Abgrenzung des Tagestourismus nach der Definition der Welttourismusorganisation (UNWTO) nicht festgelegt. Bei dieser Untersuchung werden folgerichtig alle Tagesreisen in die Region einbezogen und nicht nur jene, die aus einer Entfernung von mehr als 50 km erfolgen. Zum Tagestourismus zählen Tagesausflüge und -geschäftsreisen.

Als Wohnortausflug zählt jedes privat motivierte Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- **nicht** als Fahrt zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- **nicht** als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfes (z. B. Lebensmitteleinkauf) dient,
- **nicht** einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z. B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Arztbesuche, Behördengänge, Gottesdienstbesuche).

Das Wohnumfeld ist in der Regel mit der Gemeindegrenze gleichzusetzen. Bei Großstädten (mit mehr als 100.000 Einwohnern) wie z. B. Koblenz kann in Ausnahmefällen auch das Verlassen des jeweiligen Stadtbezirkes schon als Tagesausflug zählen, sofern der Befragte dies so empfindet. Der Tagesgeschäftsreiseverkehr umfasst alle Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben, die über den Arbeitsort hinausführen. Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde und zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage) haben keine touristische Relevanz.

Übernachtungstourismus

Bei der Übernachtungsnachfrage (In- und Auslandsnachfrage) wurden folgende Segmente berücksichtigt:

- Amtliche Beherbergungsstatistik (Betriebe mit 10 und mehr Betten) einschließlich der Betriebsarten Hotels, Hotels Garni, Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen, Heime, gewerbliche Ferienwohnungen / -häuser,
- Privatvermieter und Kleinbetriebe mit weniger als 10 Betten,
- Touristik- und Dauercamping.

Bei den Übernachtungsgästen zählen alle Reisemotive zur touristischen Nachfrage, egal ob privat oder geschäftlich unterwegs. Bei den Beherbergungsstätten werden alle Preis- und Qualitätskategorien vom Top-Hotel bis zur Einfachunterkunft berücksichtigt.
Der Tagesgeschäftsreiseverkehr umfasst alle Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben, die über den Arbeitsort hinausführen. Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde und zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage) haben keine touristische Relevanz.

Das volumenstarke, jedoch von keiner Statistik erfasste Marktsegment der Verwandten- und Bekanntenbesucher in den Wohnungen der Einheimischen (sog. VFR), konnte allerdings nicht erfasst und in die Berechnungen einbezogen werden. Hierzu wäre eine repräsentative Haushaltsbefragung zu deren empfangenen Besuchen erforderlich gewesen, deren Ergebnisse anhand aktueller Einwohner- und Haushaltszahlen hochgerechnet worden wären.

Nicht mit einbezogen wurden außerdem Übernachtungen in Privathaushalten, die über soziale Medien oder spezifische Vermittlungsplattformen wie z. B. airbnb gebucht werden, sofern die Vermieter dieses „Gewerbe" nicht offiziell gemeldet haben. Dieses durchaus volumenstarke Marktsegment ließe sich nur über Informationen der Vermittlungsdienste quantifizieren.

Die Nichtberücksichtigung entgeltlicher Übernachtungen in Privatwohnungen hat zur Folge, dass das hier aufgezeigte Nachfragevolumen und auch die Umsatzzahlen nur eine Mindestgröße darstellen, die in der Realität größer ausfallen würden.

IV. QUERSCHNITTSBRANCHE TOURISMUS – WIE ERFOLGT DIE DATENANALYSE?

Tourismus beinhaltet nicht nur Reisebüros und Hotels, Tourismus ist eine Querschnittsbranche, die in viele Bereiche der Wirtschaft hineinreicht. Der daraus resultierende große Kreis der touristischen Akteure und Profiteure macht es dabei so schwierig, umfassende Analysen durchzuführen. Zu Beginn der Berechnungen der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus in der Region Romantischer Rhein stand die Sichtung aller vorhandenen Materialien. Zur Ermittlung der notwendigen Rahmendaten wurden unterschiedliche Quellen herangezogen:

Sonderauswertungen aus grundlegenden Forschungsarbeiten des dwif:

- Grundlagenstudien über die Tagesreisen der Deutschen
- Ausgabenstrukturuntersuchungen bei Übernachtungsgästen in Deutschland
- Betriebsvergleiche für Hotels und andere Betriebe des Gastgewerbes
- Untersuchungen zum Städte- und Kulturtourismus in Deutschland
- Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
- Analysen zum Campingtourismus als Wirtschaftsfaktor in Deutschland
- Untersuchung zum Ferienwohnungs- und Ferienhausmarkt in Deutschland

Hintergrundinformationen aus zur Verfügung stehenden Unterlagen:

- Literaturrecherchen allgemeiner touristischer Publikationen
- Nutzung der amtlichen Statistik (z. B. Beherbergungsstatistik, Kapazitätserhebung, Umsatzsteuerstatistik, Einwohnerstatistik)
- Sparkassen-Tourismusbarometer
- Unterkunftsverzeichnis, Prospekte
- sonstige Informationsmaterialien

Alle Rahmendaten wurden entsprechend der jeweiligen Situation in der Region gewichtet.

V. TOURISTISCHE NACHFRAGE IN DER REGION ROMANTISCHER RHEIN

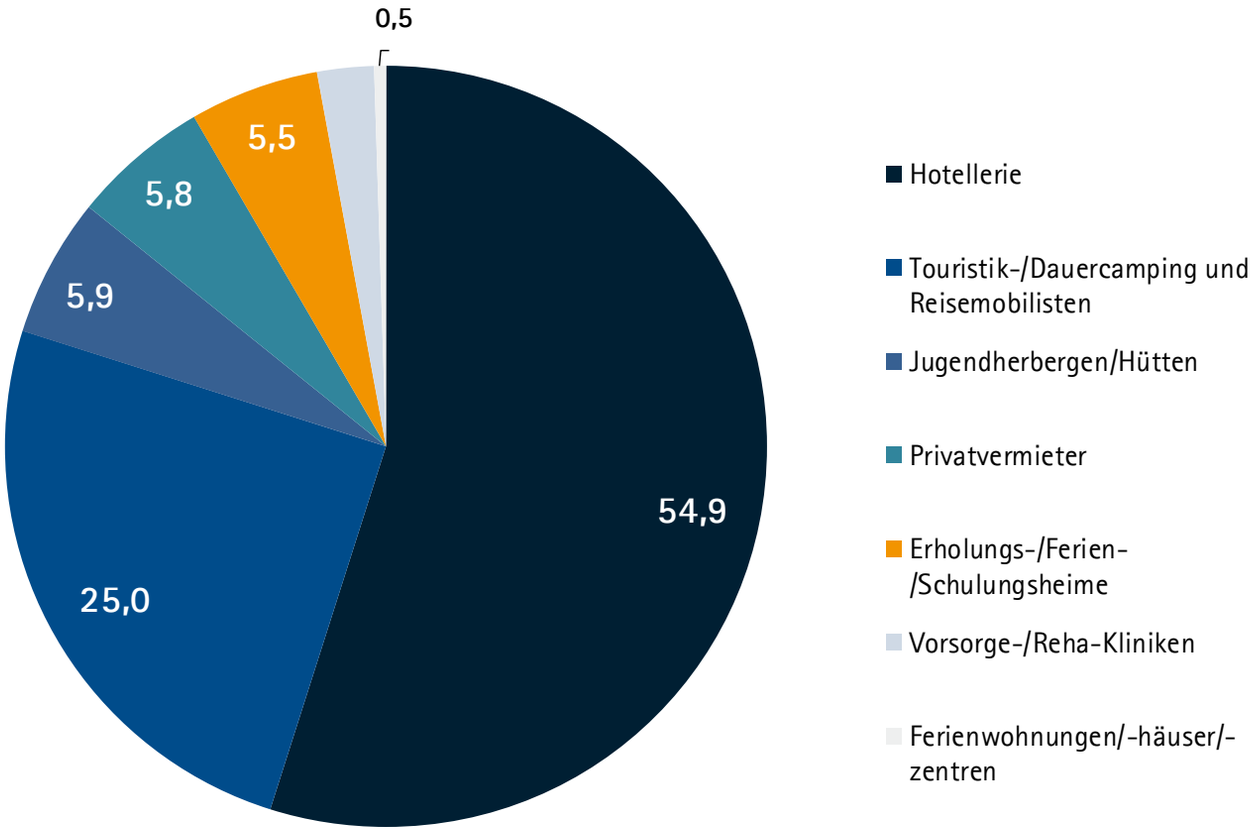
Rund 3,4 Mio. Übernachtungen von Touristen gegen Entgelt fanden in der Region 2014 statt.

1. Die Beherbergungsbetriebe

- In der Hotellerie wurden im Jahr 2014 gut 1,8 Mio. Übernachtungen registriert.
- Weitere rund 660.000 Übernachtungen erfolgten in anderen Beherbergungsstätten mit 10 oder mehr Betten (z. B. Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen, Schulungsheime).
- Für die nicht gewerblichen Privatvermieter mit weniger als 10 Betten wurden in der Region ca. 220.000 Übernachtungen ermittelt.
- Für den Bereich Camping (Touristikcamping + Dauercamping + Wohnmobiltourismus außerhalb von Campingplätzen) ergeben sich in der gesamten Region rund 740.000 Übernachtungen.

Diese Daten werden vor dem Hintergrund des Meldegesetzes an das Statistische Landesamt geliefert, dort ausgewertet und in den Statistischen Berichten dokumentiert sowie über eine Erfassung der Angebote und unter Zugrundelegung branchenspezifischer Auslastungswerte vom dwif hochgerechnet. Segmente wie nicht gewerbliche Betriebe (< 10 Betten) und Dauercamping sowie Übernachtungen in Wohnmobilen außerhalb von Campingplätzen oder Angaben zum Besucherverkehr bei Einheimischen, welche nicht von der amtlichen Statistik erfasst werden, wurden vom dwif ermittelt und ergänzt.

ABB. 2: VERTEILUNG DER ÜBERNACHTUNGEN GEGEN ENTGELT

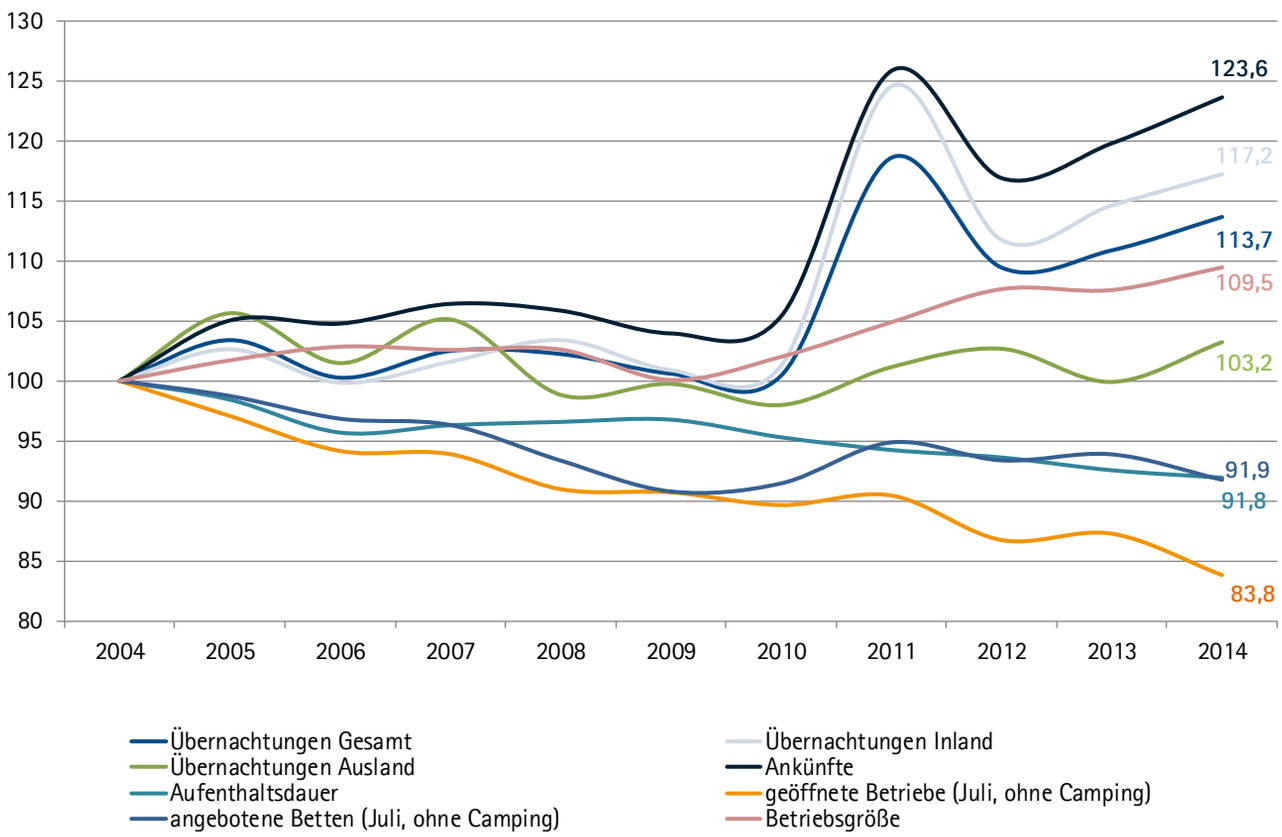


QUELLE: DWIF 2015; LANDESAMT FÜR STATISTIK RHEINLAND-PFALZ UND HESSEN SOWIE EIGENE RECHERCHEN UND BERECHNUNGEN DES DWIF 2015.

2. Übernachtungsentwicklung im Untersuchungsgebiet

Ein Blick auf die Übernachtungszahlen (sowie weitere touristische Kennziffern) der letzten Jahre ist stets lohnend. Die aktuellen Zahlen lassen sich somit besser einordnen und ein Seitenblick auf die touristische Entwicklung der Mitbewerber erweist sich oft ebenfalls als aufschlussreich.

ABB. 3: TOURISMUSENTWICKLUNG IN DER REGION ROMANTISCHER RHEIN (BZW. RHEINTAL)



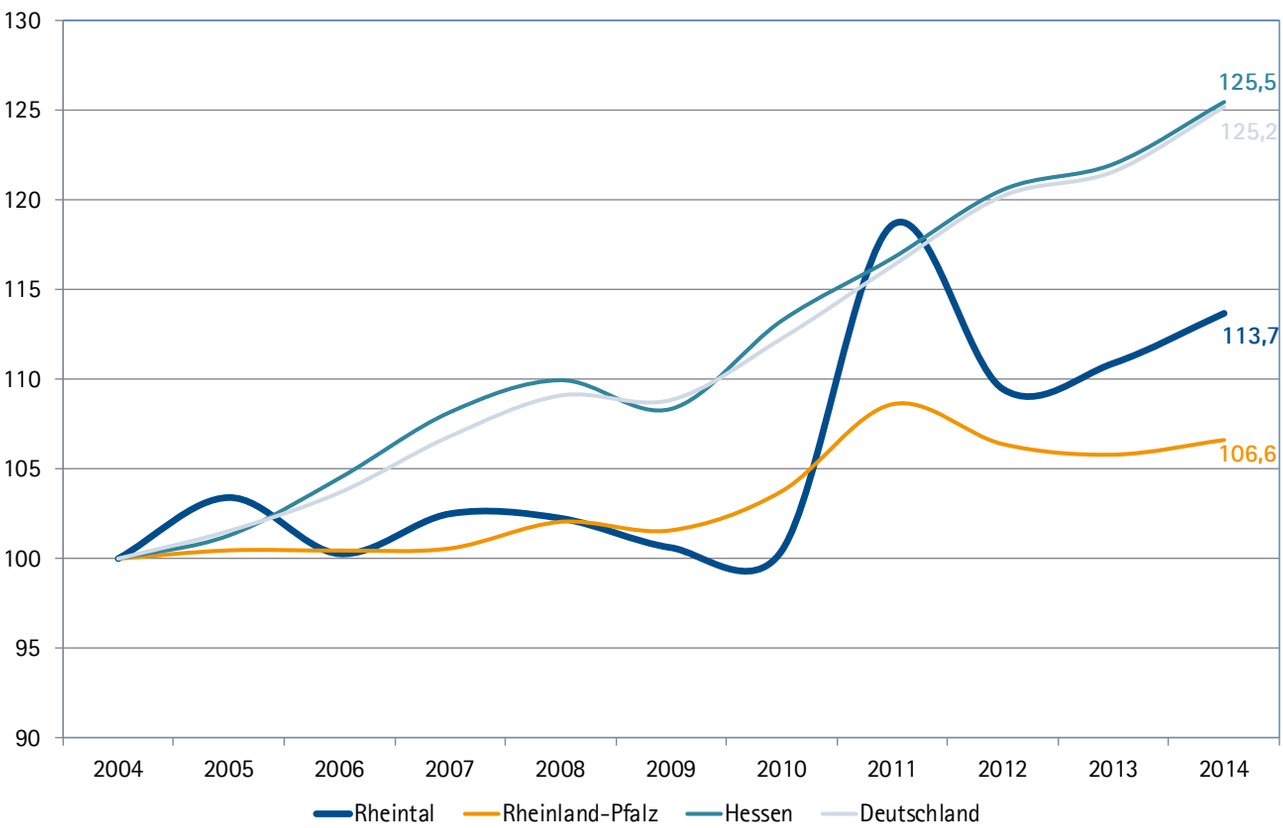
QUELLE: DWIF 2015; STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ, BAD EMS 2004 BIS 2015; DATEN: ANKÜNFTE, ÜBER-NACHTUNGEN, AUFENTHALTSDAUER AB 2009 MIT MIND. 10 BETTEN UND INKL. CAMPINGPLÄTZE.

Da sich die Destination bis auf die 3 Gemeinden (Bingen = Rheinhessen, Lorch und Rüdesheim = Rheingau- Taunus in Hessen) aus dem statistischen Reisegebiet Rheintal rekrutieren, wurde aufgrund der Verfügbarkeit statistischer Daten für den Vergleich auf Werte des Reisegebietes Rheintal (Rheinland-Pfalz) zurückgegriffen.

Die Entwicklung der gewerblichen Übernachtungszahlen in der Region Romantischer Rhein ist seit 2004 insgesamt leicht positiv verlaufen. Vor allem das Jahr der Bundesgartenschau in Koblenz 2011 zeigt einen signifikanten Nachfrageanstieg an, der ab da zu einem Niveausprung geführt hat. Bedenklich ist der seit Jahren kontinuierliche Rückgang der Beherbergungsbetriebe, der in erster Linie kleinere Betriebe betrifft, sodass die durchschnittliche Betriebsgröße leicht angestiegen ist.

Auch im Vergleich zur Region, zu Land und Bund bestätigt sich die gute Entwicklung der Region. Das Rheintal konnte sich im vergangenen Jahrzehnt besser entwickeln als Rheinland-Pfalz, blieb allerdings hinter den bundesdeutschen und auch den hessischen Wachstumsraten zurück.

ABB. 4: ENTWICKLUNG DES GEWERBLICHEN ÜBERNACHTUNGSTOURISMUS IM RHEINTAL IM VERGLEICH

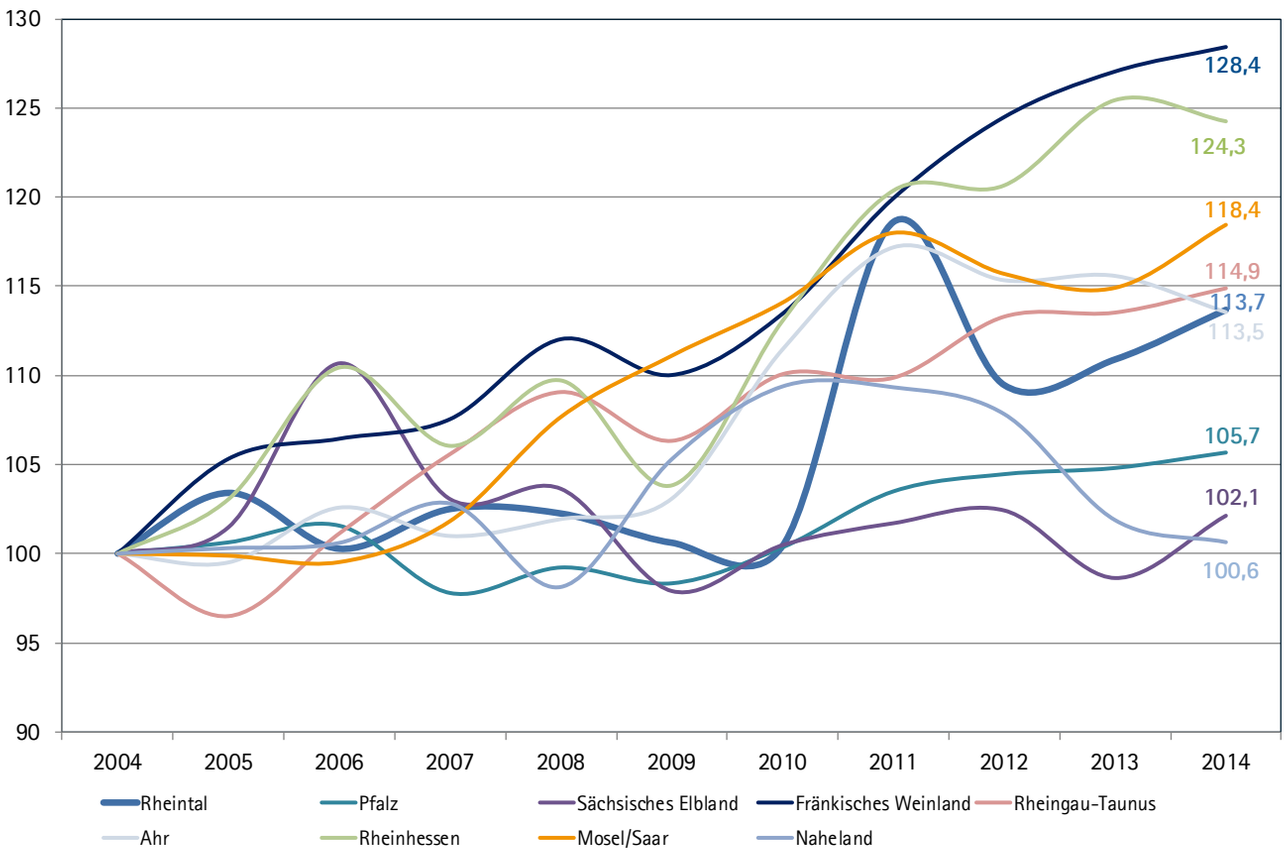


QUELLE: DWIF 2015; STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ, BAD EMS 2004 BIS 2015; STATISTISCHES BUNDESAMT, WIESBADEN 2015; DATEN: STATISTIK NIEDERSACHSEN: AB 2009 BEHERBERGUNGSBETRIEBE MIT MIND. 10 BETTEN UND INKL. CAMPINGPLÄTZE

3. Marktstellung der Region Romantischer Rhein

Auch im Vergleich mit anderen Reisedestinationen Deutschlands zeigt sich die gute Entwicklung der Region Romantischer Rhein. Im Vergleich zu anderen deutschen vom Weinbau geprägten Regionen kann das Rheintal eine positive, wenngleich nur durchschnittliche Entwicklung vorweisen. Lediglich das Fränkische Weinland und Rheinhessen konnten deutlich stärkere Nachfragezuwächse im letzten Jahrzehnt realisieren. Erneut wird der außergewöhnliche Nachfrageanstieg im Rheintal im Zusammenhang mit der Bundesgartenschau 2011 sichtbar, der in dieser Form sonst nirgends zu beobachten war.

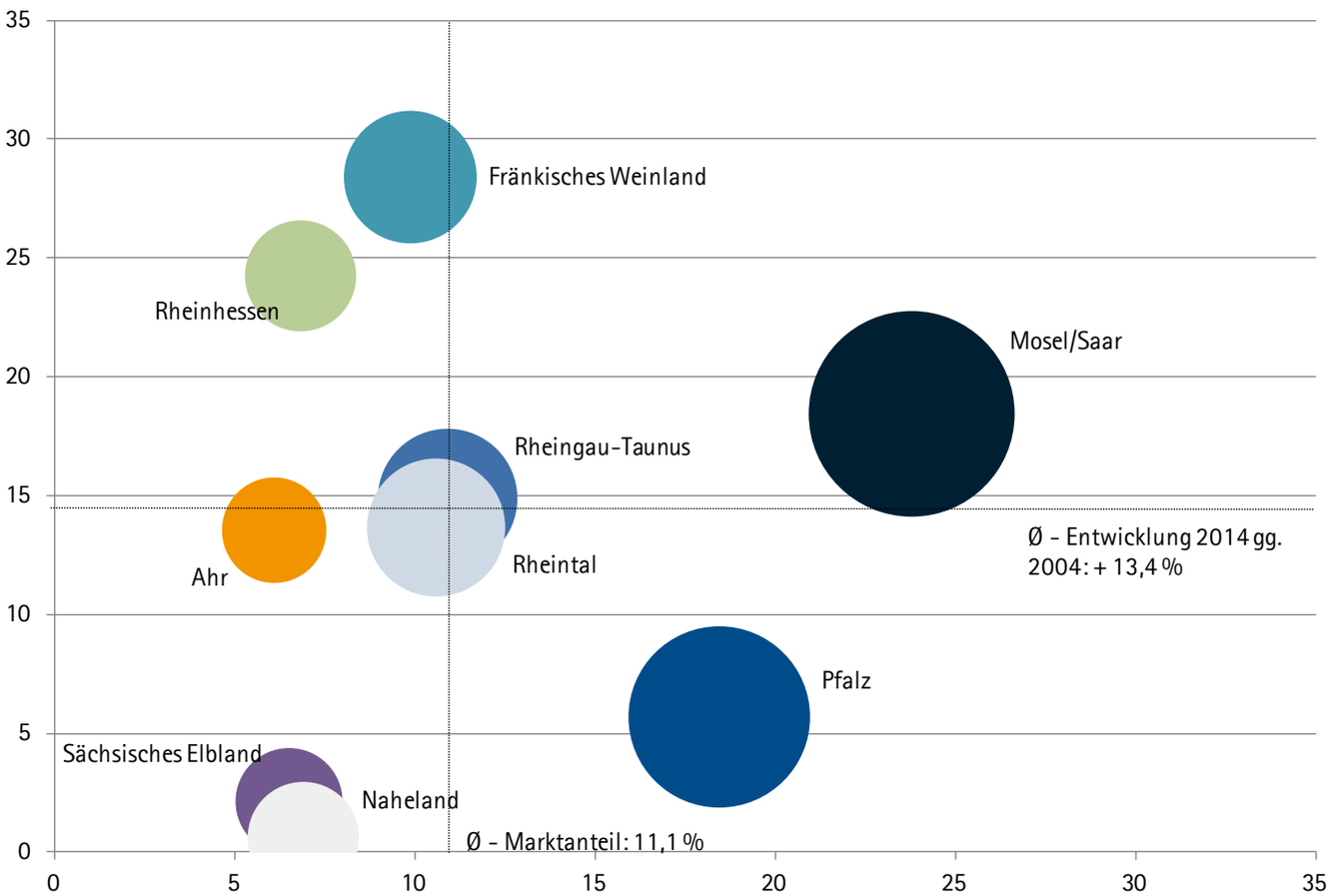
ABB. 5: ÜBERNACHTUNGSENTWICKLUNG IM RHEINTAL IM VERGLEICH ZU WEINREGIONEN IN DEUTSCHLAND



QUELLE: DWIF 2015; STATISTISCHE ÄMTER DER LÄNDER 2004 BIS 2015.

Diese in obiger Grafik dargestellten Daten lassen sich in einem weiteren Schaubild veranschaulichen, welches die Marktstellung des Rheintals unter den Weinregionen in Deutschland zum Ausdruck bringt. Hierbei zeigt sich, dass das Rheintal sowohl bezüglich des derzeitigen Marktanteils als auch hinsichtlich der erzielten Wachstumsraten „nur" durchschnittliche Ergebnisse vorzuweisen hat.

ABB. 6: DIE STELLUNG DES RHEINTALS UNTER DEUTSCHLANDS WEINDESTINATIONEN



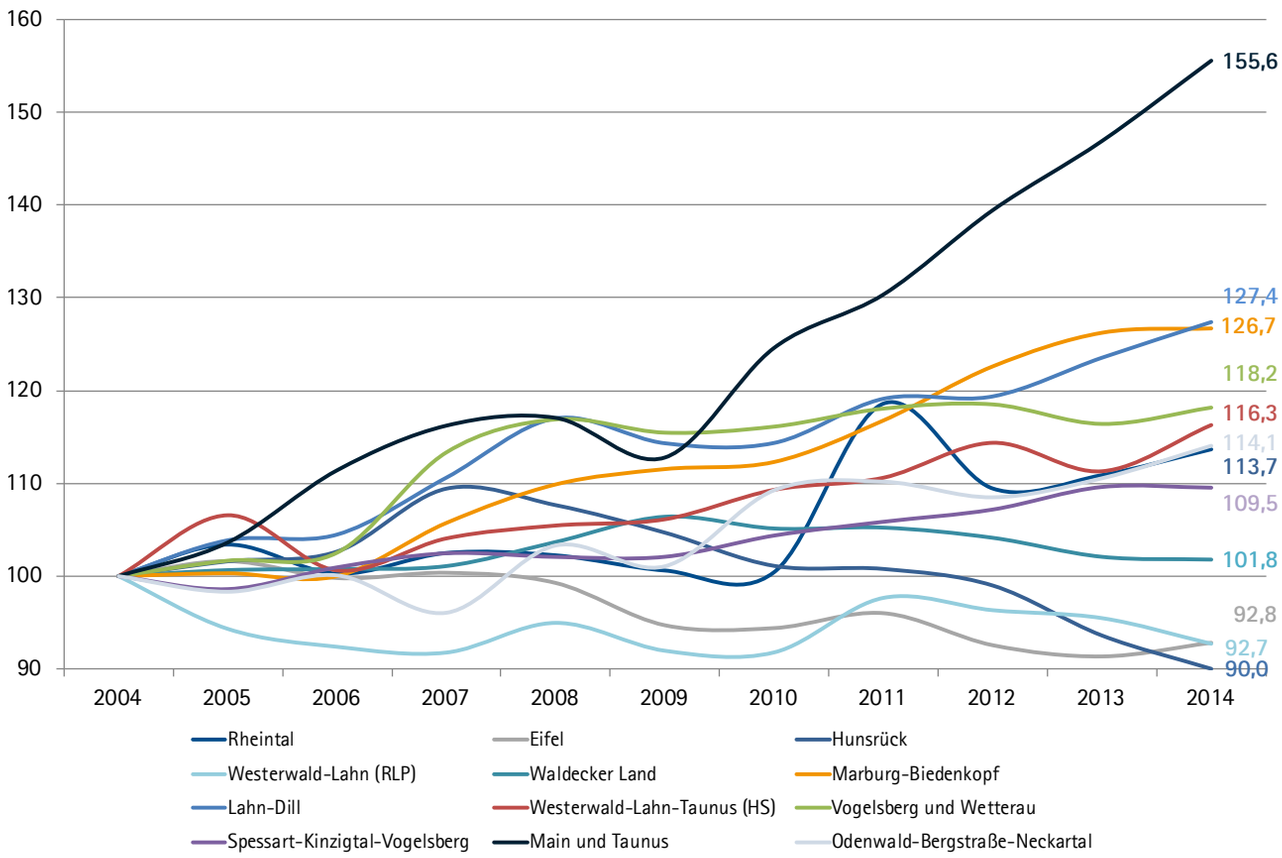
QUELLE: DWIF 2015; STATISTISCHES BUNDESAMT 2015; STATISTISCHE ÄMTER DER LÄNDER 2015.

Erläuterung zur „Bubble-Grafik":

Die waagrechte Achse stellt den Marktanteil der jeweiligen Region, gemessen an den Übernachtungen 2014, dar. Die senkrechte Achse beschreibt die Veränderung der Übernachtungen in den vergangenen zehn Jahren. Die gestrichelte waagrechte Linie ist der relative Anstieg der Übernachtungen in den Weinregionen von 2004 bis 2014 (+13,4 %), die gestrichelte Senkrechte markiert den durchschnittlichen Marktanteil der Weinregionen von rund 11,1 Prozent. Die Blasengröße der jeweiligen Weinregion ist im Verhältnis zur Anzahl der Übernachtungen in den Weinregionen im Jahr 2014 abgetragen und spiegelt somit die unterschiedlichen Marktvolumina (Anzahl der ÜN) wider.

Auch der Vergleich zu anderen Reisegebieten in Rheinland-Pfalz und Hessen zeigt, dass der Tourismus im Rheintal eine mittlere Entwicklung genommen hat. Lediglich die Region Main-Taunus (mit Frankfurt am Main) konnte hier mit ausgewöhnlichen Zuwächsen aufwarten.

ABB. 7: ÜBERNACHTUNGSENTWICKLUNG IM RHEINTAL IM VERGLEICH ANDEREN REISEGE BIETEN IN RHEINLAND-PFALZ UND HESSEN

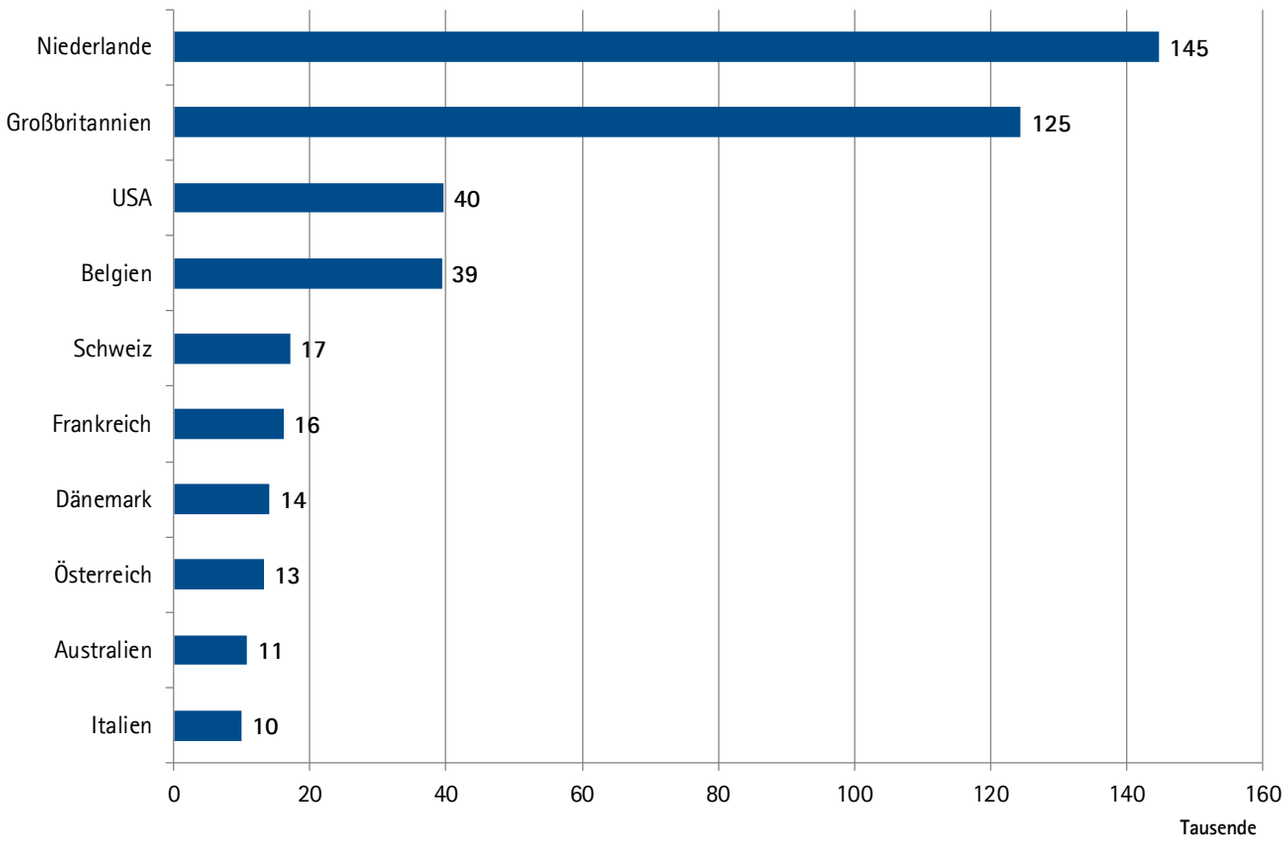


QUELLE: DWIF 2015; STATISTISCHE ÄMTER DER LÄNDER RHEINLAND-PFALZ UND HESSEN 2015.

4. Auslandsnachfrage in der Region Romantischer Rhein

Der Inlandsmarkt hat für das Rheintal zurzeit noch eine vergleichsweise große Bedeutung. Rund 78 % der statistisch erfassten Übernachtungen entfallen hierauf. Der wichtigste Auslandsmarkt für das Rheintal sind derzeit die Niederlande, die allein rund ein Viertel der Auslandsnachfrage stellen. Die von dort stammenden rund 145.000 Übernachtungen entsprechen rund 26 % der Ausländerübernachtungen. Auf Rangplatz 2 folgt Großbritannien mit rund 125.000 Übernachtungen. Fast gleichauf auf Platz 3 und 4 mit je rund 40.000 Nächten die USA und Belgien. In weiterer Folge liegen fast gleichauf die Schweiz, Frankreich, Dänemark, Österreich, Australien und Italien. Um einen Anstieg der Ausländerübernachtungen erreichen zu können, bedarf es eines gemeinsamen Engagements von Wirtschaft und Tourismus sowie einer engen Kooperation mit der Landesmarketingorganisation und der DZT. Auch Gemeinschaftsaktionen mit anderen Regionen oder in thematischen Verbünden sind hierfür als geeignete Ansätze zu benennen.

ABB. 8: HERKUNFTSSTRUKTUR DER AUSLÄNDISCHEN ÜBERNACHTUNGSGÄSTE IM RHEINTAL



QUELLE: DWIF 2015; STATISTISCHES LANDESAMT RHEINLAND-PFALZ 2015.

5. Tagestourismus in der Region Romantischer Rhein

Der Tagestourismus ist das mit Abstand größte Teilsegment des Tourismus in Deutschland. Im Bundesgebiet entfielen im Jahr 2012 auf insgesamt 407,3 Mio. statistisch erfasste Übernachtungen (inkl. Camping) rund 2.844,8 Mio. Tagesreisen der Deutschen zu Zielen im Inland. In fast allen Reisegebieten Deutschlands liegt die Anzahl der Tagesausflüge und -geschäftsreisen höher als die Zahl der amtlich registrierten Übernachtungen. Bundesweit ergibt sich eine Relation von 7 Tagesreisen je statistisch erfasster Übernachtung in gewerblichen Beherbergungsstätten. Dieser Wert wird durch die klassischen Urlaubsregionen in Deutschland, in denen die Übernachtungszahlen entsprechend hoch sind, stark beeinflusst. Die Vergleichswerte für die Region Romantischer Rhein liegen bei 7,5 Tagesreisen pro Übernachtung.

Die Daten zum Tagestourismus basieren auf der dwif-Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen" aus dem Jahr 2012 / 2013, wurden jedoch über zahlreiche Plausibilitätstests verifiziert. Grundlage waren rund 36.000 deutschlandweit repräsentativ angelegte Telefoninterviews am Wohnort. Dies ist die einzige Methode, mit der die Zielgruppe der Tagesgäste verlässlich quantifiziert werden kann. Auftraggeber für diese Untersuchung des dwif e. V. waren neben dem ADAC und der dwif-Consulting GmbH alle Wirtschaftsministerien des Bundes und der Länder.

Für die Quantifizierung der Zahl der Tagesgäste für die Region Romantischer Rhein wurden zusätzlich auch Tagesbesuche von Übernachtungsgästen der umliegenden Regionen (sog. Urlauberausflugsverkehr) über Hochrechnungen und Plausibilitätsannahmen berücksichtigt. Insgesamt ergab dies ein Volumen von rund 25,5 Mio. Aufenthaltstagen durch Tagestouristen in der Region.

Die Gesamtzahl der Tagesbesucher in der Region hat sich gegenüber einer früheren Grundlagenuntersuchung des dwif aus dem Jahr 2004 - 2006 deutlich reduziert. Für Rheinland-Pfalz insgesamt betrug der Rückgang seit 2006 rund 18,7 Prozent. Für diese rückläufigen Entwicklungen sind mehrere Ursachen mitverantwortlich. Vor allem der durch die Zensuserhebung (Destatis) 2011 bekannt gewordene Rückgang der Bevölkerung in Deutschland um rund 2,3 Mio. Einwohner, sowie die Verschiebung der Altersstruktur zu Gunsten älterer Bevölkerungsschichten, die tendenziell eine geringere Beteiligung am Tagestourismus aufweisen, sind hier anzuführen. Darüber hinaus ist auch ein Rückgang der Zahl der unternommenen Tagesreisen pro Kopf festzustellen, der möglicherweise in einem gestiegenen Freizeitangebot (im direkten Wohnumfeld) eine seiner Ursachen hat. Für viele Aktivitäten ist es nicht mehr notwendig, Tagesreisen zu unternehmen, da deren Ausübung jetzt auch am Wohnort möglich ist. Angesichts dieser Konstellation ist die ausgewiesene Zahl der Tagesreisen in die Region Romantischer Rhein durchaus im Rahmen - in vielen anderen Regionen sind diese Rückgänge deutlich höher ausgefallen!

[2] VGL. HIERZU DWIF (HRSG.); TAGESREISEN DER DEUTSCHEN, SCHRIFTENREIHE HEFT 55, MÜNCHEN 2013.

Die Tagesgäste leisten einen wichtigen Beitrag in Bezug auf eine ganzjährig befriedigende Auslastung der vorhandenen Infrastruktureinrichtungen wie Gastronomie, Freizeiteinrichtungen oder Einzelhandelsgeschäfte. Dies wiederum trägt dazu bei, die Wohnqualität für die einheimische Bevölkerung und die Standortqualität der Region insgesamt nachhaltig zu sichern.

Die Reiseanlässe der Tagesbesucher sind vielfältig. Sie umfassen unter anderem

- Besuche von Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen,
- die Ausübung spezieller Freizeitaktivitäten wie z. B. Wandern oder Radfahren,
- Verwandten- und Bekanntenbesuche sowie
- Shoppingausflüge, Restaurantbesuche und vieles andere mehr.

Bei den Tagesgeschäftsreisen sind neben

- normalen Kundenkontakten,
- Messeteilnahmen (aktiv und passiv) und
- Kongressbesuchen auch
- Tagungen oder
- Schulungen

als Reiseanlässe zu nennen.

Alles in allem ist der Tagestourismus nach wie vor das wichtigste touristische Nachfragesegment, und für die Beibehaltung des erreichten Niveaus sind auch in Zukunft vielfältige Marketingaktivitäten erforderlich. Eine ständige Aktualisierung des Freizeit- und Kulturangebotes und eine hohe Dienstleistungsqualität sind weitere Erfordernisse, die es unbedingt aufrecht zu erhalten und wenn möglich auszubauen gilt.

VI. GÄSTEAUSGABEN AM AUFENTHALTSORT – EIN MEHRWERT FÜR DIE REGION

Aus vielen Befragungen lässt sich ableiten, dass gerade während des Urlaubes oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten nur selten gespart wird. Die nachfolgend dargestellten Ausgaben der Gäste pro Kopf und Tag während ihres Aufenthaltes in der Region Romantischer Rhein geben nur eine absolute Mindestgröße an.

Definition: Ausgaben vor Ort
Erfasst werden alle Ausgaben der Touristen während ihres Aufenthaltes in den Zielgebieten. Neben der Ausgabenhöhe ist auch die strukturelle Verteilung nach profitierenden Branchen von Bedeutung (Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistungen), da sich je nach Wirtschaftszweig die Umsatz(Mehrwert)-steuersätze und Wertschöpfungsquoten unterscheiden.

In den zusammengetragenen Daten nicht enthalten sind beispielsweise:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet
- Ausgaben der Touristen für die Reisevor- und -nachbereitung
- Spezielle Marktsegmente, zu denen keine verlässlichen Datenquellen vorliegen (z. B. Besucherverkehr von Verwandten, Bekannten und Freunden in den Privatwohnungen der Einheimischen)
- Tagesreisen aus Quellgebieten im Ausland.
- Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z. B. Taxi zum Flughafen, gesamter Reisepreis).
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld.

Bandbreite der Ausgaben pro Kopf und Tag in der Region Romantischer Rhein
Im Durchschnitt werden in der Region von Touristen pro Kopf und Tag rund 37,- € ausgegeben. Bei der Berechnung dieses Wertes wurde eine segmentspezifische Gewichtung (z. B. Differenzierung nach Beherbergungsbetriebstypen oder Tagesreisemotiven) durchgeführt. Die Höhe der Ausgaben variiert je nach Gästetyp von 0,- € bei manchen Tagesausflüglern, die „nur" einen Bummel machen, bis hin zu weit über 250,- € pro Kopf und Tag, wenn Übernachtungsgäste anspruchsvolle Beherbergungsbetriebe frequentieren, gute Lokale besuchen, Kulturveranstaltungen genießen und ausgiebig shoppen gehen.

Auf Grund der hohen Bedeutung der Tagesgäste und den niedrigeren Ausgaben pro Kopf dieser Zielgruppe ist der Durchschnittswert von 37,- € über alle Marktsegmente zu erklären.

Bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsstätten (ohne Camping) ergeben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von 115,- € pro Kopf und Tag. Dieser Wert unterliegt starken **Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten:**

- Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der gesamten Tagesausgaben von rund 70,- € bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis (zumindest temporär) zu rund 250,- € bei der Frequentierung von Spitzenbetrieben.
- In den Gasthöfen und Pensionen werden im Durchschnitt rund 100,- € ausgegeben.
- Übernachtungsgäste in Privatquartieren geben im Durchschnitt rund 62,- € pro Kopf und Tag für Unterkunft, Verpflegung, Einkäufe und die Inanspruchnahme sonstiger Dienstleistungen während des Aufenthaltes aus.
- Campinggäste lassen im Durchschnitt pro Kopf und Tag rund 29,50 € in der Region.

VII. TOURISTISCHE UMSÄTZE – HÄUFIG UNTERSCHÄTZTER WIRTSCHAFTSFAKTOR

Mit den zusammengetragenen Rahmendaten wurde folgende Berechnung zur Ermittlung der Bruttoumsätze durchgeführt:

Nachfragevolumen nach Marktsegmenten x Tagesausgaben pro Kopf

Bei insgesamt 28,9 Mio. Aufenthaltstagen und durchschnittlichen Ausgaben von gerundet 37,- € lässt sich ein jährlicher Bruttoumsatz in der Region Romantischer Rhein von insgesamt rund 1,07 Mrd. € ermitteln. Nach Marktsegmenten gliedern sich die Umsätze wie folgt auf:

ABB. 9: DER TOURISTISCHE GESAMTMARKT IN DER REGION ROMANTISCHER RHEIN 2014

Segment	Aufenthaltstage	x	Ø - Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Gewerbliche Betriebe[2]	2,443 Mio.	x	114,60 €	=	279,9 Mio. €
	+				+
Pirvatvermieter[2]	0,22 Mio.	x	62,00 €	=	13,6 Mio. €
	+				+
Touristik- Et Dauercamping, sowie Reisemobilisten[3]	0,74 Mio.	x	33,20 €	=	24,5 Mio. €
	+				+
Tagesreisen	25,5 Mio.	x	29,50 €	=	752,3 Mio. €
	=				=
GESAMT	28,903 Mio.				1.070,3 Mio. €

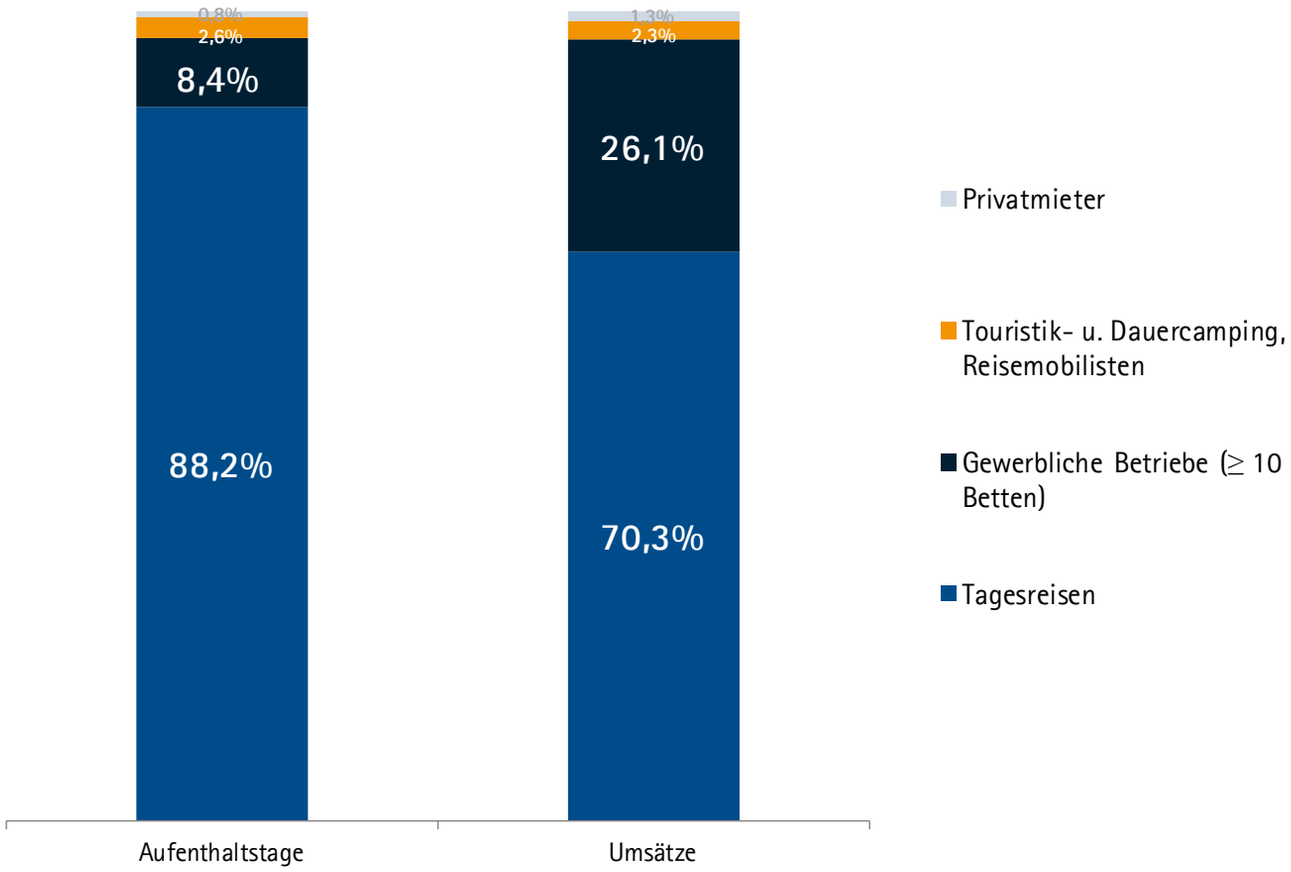
QUELLEN: DWIF 2015 1 ALLE NICHT MIT EINER FUSSNOTE GEKENNZEICHNETEN DATEN BASIEREN AUF EIGENEN BERECHNUN-GEN BZW. SONDERAUSWERTUNGEN DES DWIF. 2 LANDESAMT FÜR STATISTIK RHEINLAND-PFALZ UND HESSEN, AUS-KÜNFTE UND STATISTIKEN DER TOURISTIKER DER REGION. SOWIE EIGENE BERECHNUNGEN UND PLAUSIBILITÄTSKON-TROLLEN DES DWIF, MÜNCHEN 2015; 3

In der Tabelle sind nur die direkten Ausgaben der Touristen aufgelistet. Es handelt sich hierbei um die erste Umsatzstufe. Nach Abzug der Umsatz-(Mehrwert)steuer in Höhe von 131,2 Mio. € ergibt sich ein Nettoumsatz von 939,1 Mio. €. Bei dieser Berechnung sind unterschiedliche Umsatz-(Mehrwert) steuersätze zu berücksichtigen! Für das Erhebungsjahr 2014 wurde als normaler Steuersatz 19 % angesetzt, der ermäßigte Steuersatz liegt bei 7 % (z. B. Lebensmittel, Beherbergungsleistungen). Produkte und Leistungen einiger Anbieter (z. B. Jugendherbergen, Privatvermieter, Theater) sind von der Steuer befreit.

Aufenthaltstage und Bruttoumsätze im Vergleich

Wie unterschiedlich sich die Umsatzwirkungen der einzelnen Marktsegmente in der Region Romantischer Rhein gestalten, wird in einer grafischen Gegenüberstellung deutlich:

ABB. 10: VERTEILUNG DER TOURISTISCHEN AUFENTHALTSTAGE UND IHRE UMSATZWIRKUGEN IN DER REGION ROMANTISCHER RHEIN



QUELLEN: DWIF 2015.

Die Darstellung unterstreicht die Dominanz des Tagestourismus bei den touristischen Aufenthaltstagen. Mehr als 88 Prozent der touristischen Aufenthaltstage entfallen auf Tagesbesucher. Eine wichtige Erkenntnis liefert auch die Betrachtung der Umsatzwirkungen, denn auch dort sind gut 70 Prozent der Umsätze dem Tagestourismus geschuldet. Die große Bedeutung des Übernachtungstourismus bleibt jedoch unbestritten, denn knapp 12 Prozent der Aufenthaltstage sorgen für knapp ein Drittel (29,7 %) der touristischen Umsätze – eindrucksvoll!

VIII. PROFITIERENDE BRANCHEN – EINE WEIT VERZWEIGTE UMWEGRENTABILITÄT

Wenn von den Profiteuren des Tourismus die Rede ist, dann steht fast immer das Gastgewerbe allein im Mittelpunkt - eigentlich zu Unrecht! Die im Zuge von Gästebefragungen gewonnenen Erkenntnisse über das Ausgabeverhalten erlauben eine detaillierte Zuordnung der touristischen Umsätze auf einzelne Branchen. Grundsätzlich ist zwischen drei Wirtschaftszweigen zu unterscheiden:

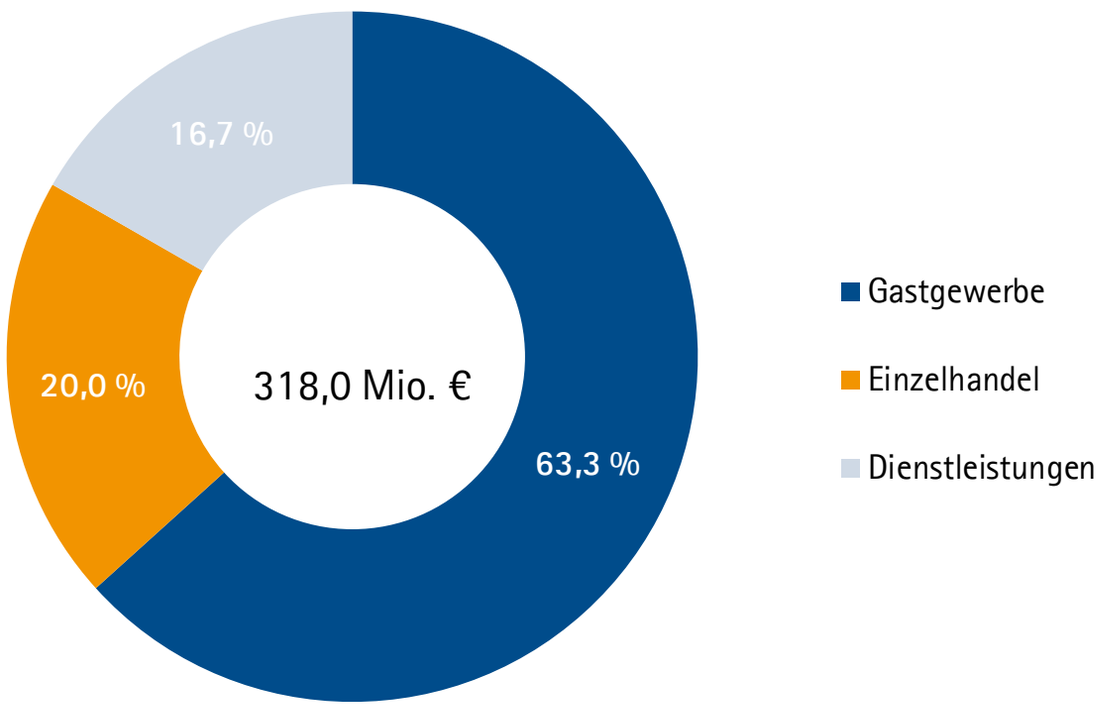
Gastgewerbe:
Hierzu zählen sowohl die Ausgaben für die Unterkunft (inkl. Frühstück, Halb- oder Vollpension) als auch für die Verpflegung in der Gastronomie (z. B. Restaurant-/ Cafébesuch)

Einzelhandel:
Sowohl Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren werden hier berücksichtigt.

Dienstleistungen:
Hier sind Ausgaben für Unterhaltung / Freizeit / Sport (z. B. Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Museen, Erlebnisbäder, Sportveranstaltungen, Nutzungsgebühren), für lokale Transportmittel (z. B. ÖPNV, Taxi) sowie sonstige Dienstleistungen (z. B. Parkgebühren, Kosten für Dienstleistungen aller Art) zu nennen.

Das Ausgabeverhalten der Tages- und Übernachtungsgäste unterscheidet sich nicht nur in der Höhe, sondern auch in der Struktur. Der Übernachtungsgast gibt das meiste Geld im Gastgewerbe aus.
Bei den Tagesgästen ist der Einzelhandel eindeutig als Hauptprofiteur zu identifizieren.

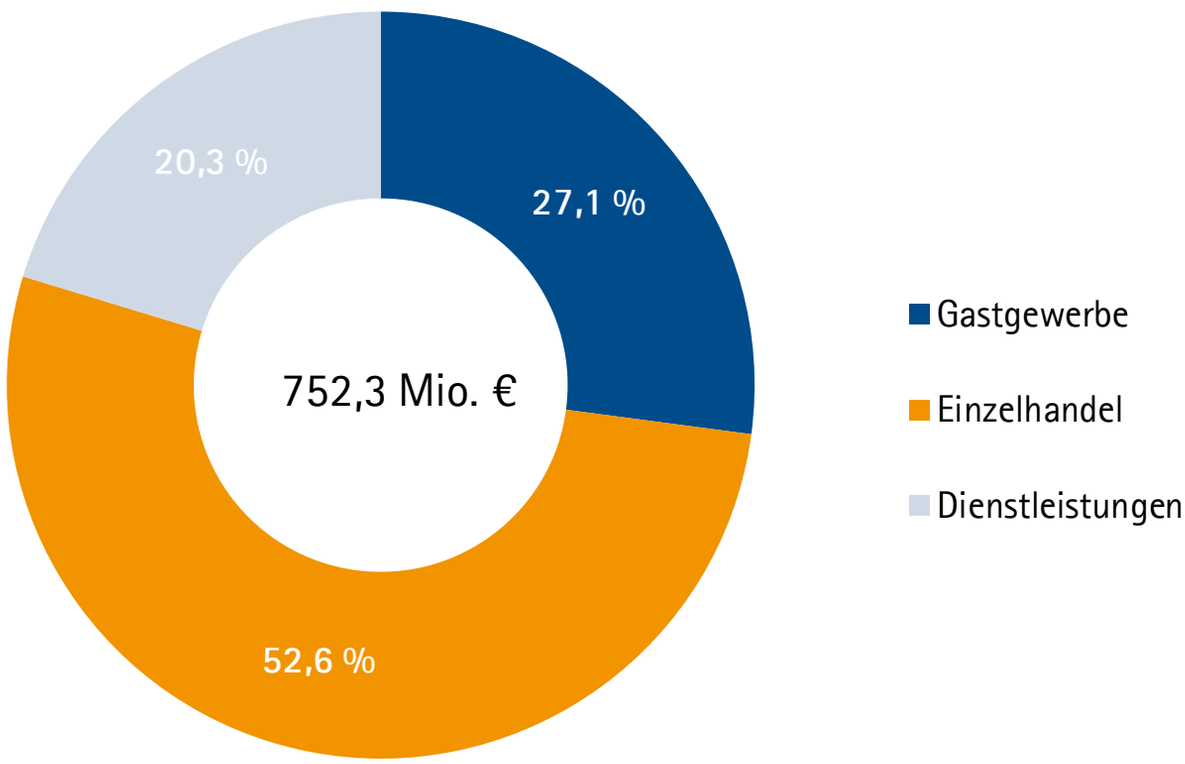
ABB. 11: VERTEILUNG DER UMSÄTZE NACH BRANCHEN (ÜBERNACHTUNGSGÄSTE) IN DER REGION ROMANTISCHER RHEIN



QUELLEN: DWIF 2015.

Von den Touristen profitieren also nicht nur die Beherbergungsbetriebe! Insgesamt ergibt sich folgendes Bild in der Region:

ABB. 12: VERTEILUNG DER UMSÄTZE NACH BRANCHEN (TAGESREISEN) IN DER REGION ROMANTISCHER RHEIN



QUELLEN: DWIF 2015.

- Fast 43 Prozent der touristischen Umsätze in der Region kommen dem Einzelhandel zugute.
- Die hohe Bedeutung des Gastgewerbes (Beherbergung und Gastronomie) drückt sich in einem Anteil von rund 37,9 Prozent der Umsätze aus. Hierin sind auch die Verpflegungsarrangments der Übernachtungsgäste enthalten (z. B. Frühstück). Rund 27 Prozent der gesamten Gastgewerbeumsätze entfallen auf die Beherbergung, fast 73 Prozent kommen den Gastronomiebetrieben zugute.
- Der Umsatzanteil für sonstige Dienstleistungsbereiche (wie z. B. Eintrittsgebühren, Parkgebühren, Besuch von Museen, Veranstaltungen, Freizeiteinrichtungen etc.) und den lokalen Transport liegt insgesamt bei knapp 20 Prozent.

IX. WERTSCHÖPFUNG – SO VIEL EINKOMMEN BLEIBT IN DER REGION

Unter dem Begriff „Wertschöpfung" oder „Einkommen" versteht man im Sinne dieser Untersuchung die

- Löhne und Gehälter der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und
- Gewinne der Unternehmer.

Definition: Wertschöpfungsquoten
Wertschöpfung ist die Addition der Personalkosten (Löhne und Gehälter der Beschäftigten) und des Gewinnes der Unternehmer. Die Wertschöpfungsquote drückt den Anteil der Wertschöpfung in Relation zum Nettoumsatz aus, also den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird.

Neben den direkten Ausgaben der Touristen müssen die für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft notwendigen Vorleistungslieferungen einbezogen werden. Eine Differenzierung zwischen der ersten und der zweiten Umsatzstufe soll die vielfältigen Verflechtungen verdeutlichen.

1. Umsatzstufe

Hierbei werden nur die ökonomischen Effekte durch die Ausgaben der Touristen in der Region erfasst. Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im Nettoumsatz in Höhe von 939,1 Mio. € wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird. Den Strukturen in der Region entsprechend, ergibt sich ein Anteil von gut 30 Prozent. Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche, die die Kostenstrukturen der Unternehmen verdeutlichen. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa zehn Prozent im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu weit über 70 Prozent bei einer Tourist-Information. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das direkte Einkommen aus der Tourismuswirtschaft in Höhe von 284,7 Mio. €.

Das direkte Einkommen in Höhe von 284,7 Mio. € resultiert aus den Ausgaben der Besucher in der Region Romantischer Rhein und wird u.a. durch

- Bezahlung der Hotelrechnung oder Verköstigung,
- Einkäufe beim Bäcker, Metzger und im Lebensmitteleinzelhandel bzw. für Zwischenmahlzeiten,
- Erwerb regionalspezifischer Produkte , Souvenirs oder sonstiger Waren,
- Shopping in Kaufhäusern und Geschäften,
- Kauf von Eintrittskarten für Theaterbesuche, Ausstellungen oder Sportveranstaltungen,
- Fahrscheine für den öffentlichen Personennahverkehr, Taxifahrten, etc. und
- die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote (z. B. Stadtführungen), bewirkt.

2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Bruttoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 654,4 Mio. €. Diese Summe wird von den direkten Profiteuren für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben. Im Rahmen dieser zweiten Umsatzstufe ist von einer Wertschöpfungsquote von etwa 30 Prozent auszugehen. Dies bedeutet, dass gut 196,3 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten anfallen.

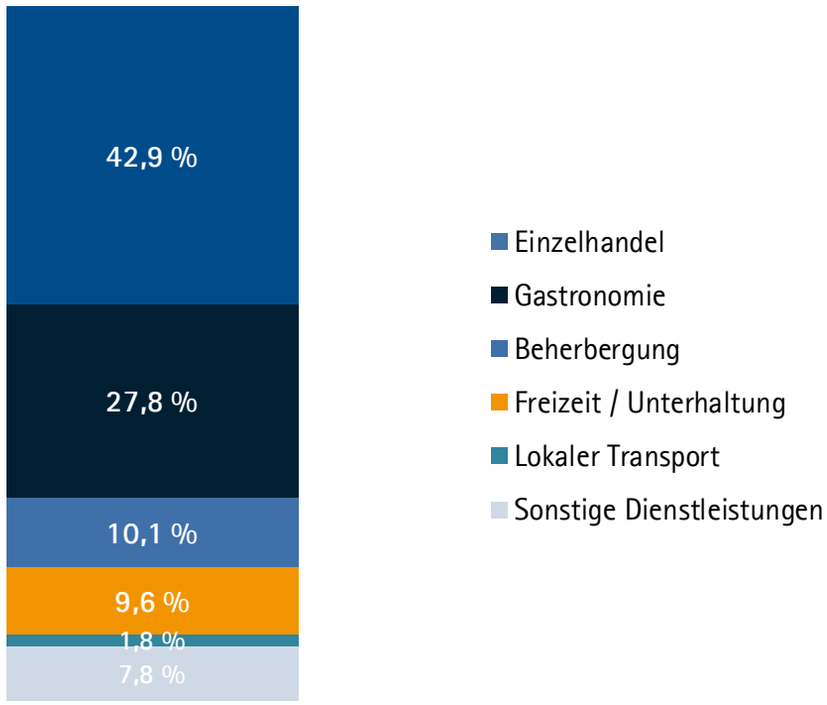
Das indirekte Einkommen in Höhe von 196,3 Mio. € resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird durch

- Zulieferungen (z. B. Lieferung des Metzgers an das Hotel; Frühstücksbrötchen, Brot, Kuchen und Tor ten für die Gäste vom Bäcker; Stromlieferung des Energieerzeugers; Werbeprospektgestaltung durch die Agentur; Jahresabschluss durch den Steuerberater),
- Investitionen für den Bau und zur Substanzerhaltung (z.B. Hotelneubau; Handwerkerarbeiten zur Renovierung wie zum Beispiel Bodenleger, Dachdecker, Elektroinstallateure, Fensterbauer, Gebäudereiniger, Maler, Sanitär- und Heizungstechniker, Schornsteinfeger, Schreiner, Tischler, Textilreiniger, Zimmerer) und
- die Bereitstellung weiterer Dienstleistungen wie z. B. Kreditwesen und Versicherungen, bewirkt.

Wirkungskette der 1. und 2. Umsatzstufe

Im Rahmen der ersten und zweiten Umsatzstufe werden 481 Mio. € in der Region einkommens-wirksam. Auf die erste Umsatzstufe entfallen rund 59,2 %, auf die zweite Umsatzstufe 40,8 %.

ABB. 13: DIE TOURISTISCHE EINKOMMENSWIRKUNG IN DER REGION ROMANTISCHER RHEIN



DWIF 2015. 1 WOHER DIE VORLEISTUNGEN IM RAHMEN DIESER 2. UMSATZSTUFE BEZOGEN WERDEN (Z. B. ANTEIL FÜR STADT KOBLENZ, EINZELNE LANDKREISE, WEITERES UMLAND, ÜBRIGES RHEINLAND-PFALZ, SONSTIGES DEUTSCHLAND, AUSLAND), KANN OHNE DETAILLIERTE ERHEBUNGEN NICHT ERMITTELT WERDEN.

X. EINKOMMENSEFFEKTE – TOURISMUS LOHNT SICH

Ein realistisches touristisch bedingtes Einkommensäquivalent für die Region Romantischer Rhein lässt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages in Höhe von 481 Mio. € durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf in Höhe von 25.827,- € in der Region ermitteln. Aus dieser Berechnung resultiert ein Äquivalent von 18.620 Personen, die rein rechnerisch ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch den Tourismus bestreiten können. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass beim Primäreinkommen pro Kopf auch zu versorgende Haushaltsmitglieder (Hausfrau/-mann, Kinder, etc.) als Bezugsgröße berücksichtigt werden. Dies hat zur Folge, dass das Einkommensäquivalent von 18.620 Personen nicht als Maßstab der aus dem Tourismus resultierenden Beschäftigung Verwendung finden kann.

Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Arbeitsmarkteffekte ist überdies zu berücksichtigen, dass viele Beschäftigte in Tourismusbetrieben

- nur anteilig vom Tourismus leben,
- einer Teilzeit- und Saisontätigkeit nachgehen,
- nur im Nebenerwerb beschäftigt sind und
- ein eher unterdurchschnittliches Einkommen beziehen.

Definition: Einkommensäquivalent
Das so genannte Einkommensäquivalent ergibt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages (insgesamt) durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf im Untersuchungsgebiet.

Im Einzelhandel oder in der Gastronomie werden auch Einheimische bedient, nur selten lassen sich die Beschäftigten eines Unternehmens daher zu 100 Prozent der Tourismusbranche zurechnen. Die exakte Zahl der anteilig und / oder vollständig Beschäftigten im Tourismus ist jedenfalls nicht bekannt, liegt aber vermutlich deutlich über dem weiter oben dargestellten Einkommensäquivalent.

3 Der Wert für die Region wurde durch Gewichtung der Werte der einzelnen Landkreise gewonnen, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 2000 bis 2012, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2014

XI. STEUEREFFEKTE – TOURISMUS FÜLLT DIE KASSEN DER KOMMUNEN IN DER REGION

Die Steuerrelevanz des Tourismus beschränkt sich nicht nur auf die Umsatz-(Mehrwert)steuer, die zunächst der Bundeskasse zukommt. Auch die anteilige Lohn- und Einkommensteuer, die die im Tourismus beschäftigten Personen zu entrichten haben, muss berücksichtigt werden. Allein aus MwSt. und Einkommensteuer ergibt sich ein Steueraufkommen aus dem Tourismus in der Region Romantischer Rhein in Höhe von 99,3 Mio. €. Dieser Betrag fließt zunächst dem Fiskus zu. Jedoch profitieren auch die Kommunen in der Region über den vertikalen und horizontalen Finanzausgleich davon in erheblichem Maße. Studien des dwif belegen, dass die den Kommunen zufließenden Steuereinnahmen aus dem Tourismus in der Region in einer Größenordnung zwischen einem und mehr als drei Prozent der dort erzielten touristischen Nettoumsätze liegen.

Allgemeine Hinweise zu den Steuereffekten

Das aus dem Tourismus in der Region resultierende Steueraufkommen für Bund, Land und Kommunen setzt sich in erster Linie aus Gemeinschaftssteuern zusammen. Dieses Steueraufkommen besteht hauptsächlich aus MwSt. (abzüglich der enthaltenen Vorsteuer, die die Unternehmen in der Region für ihre Vorleistungsbezüge bereits entrichtet haben und diese nun als Gegenposition in Abzug bringen) und Einkommensteuer. In nicht unerheblichem Umfang entstehen durch den Tourismus auch Grund- und Gewerbesteuereinnahmen, die den einzelnen Kommunen in der Region unmittelbar zufließen und bis auf die Gewerbesteuerumlage auch dort verbleiben. Ohne aufwändige Primärerhebungen lässt sich das touristisch bedingte Volumen dieser beiden Steuerarten jedoch nicht quantifizieren.

Erfahrungen des dwif unter anderem aus den Sparkassen Tourismusbarometer-Untersuchungen zeigen jedoch, dass die Einnahmen der Kommunen aus dem Tourismus in Form von Steuern und Gebühren die tourismusspezifischen Ausgaben der Kommunen in der Regel deutlich übersteigen, der Tourismus somit als einträgliches Geschäftsfeld für die Kommunen anzusehen ist und die Aufrechterhaltung der „Freiwilligen Leistung Tourismus" mehr als gerechtfertigt erscheint. Dezidierte Einzelberechnungen der kommunalen Einnahmen und Ausgaben wurden für ausgewählte Modellorte im Sparkassen Tourismusbarometer 2011 (Ostdeutschland) und 2013 (Westfalen-Lippe) durchgeführt.

4 vgl. hierzu Ergebnisse der Sparkassen-Tourismusbarometer für Ostdeutschland sowie für Westfalen-Lippe.

XII. WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS – BERECHNUNGSSCHEMA

Bei der Berechnung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus in der Region Romantischer Rhein wurde folgender Weg beschritten:

1. Schritt: Ermittlung der Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)
Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz

2. Schritt: Ermittlung der Nettoumsätze (ohne MwSt.)
Bruttoumsatz - Umsatz(Mehrwert)steuer = Nettoumsatz

3. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 1. Umsatzstufe (EW1)
Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote = EW1

4. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 2. Umsatzstufe (EW2)
(Nettoumsatz - EW1) x Wertschöpfungsquote = EW2

5. Schritt: Ermittlung des touristischen Einkommensbeitrages
EW1 + EW2 = Einkommen aus dem Tourismus

Hinweis:
Alle Daten wurden nach Segmenten aufgeteilt, individuell berechnet und entsprechend der spezifischen Situation in der Region Romantischer Rhein gewichtet.

XIII. QUELLEN

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

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

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

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

dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, in: Schriftenreihe des dwif, Heft 50, 51 und 52, München 2005 - 2007.

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

Statistische Landesämter verschiedener Bundesländer, Beherbergungsstatistik

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2013.

Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV) (Hrsg.): Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland - Jahresberichte, Berlin 2002ff.

Sparkassenverband Niedersachsen (SVN) (Hrsg.): Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen – Jahresberichte, Hannover 2003ff.

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer (IHK) Koblenz

Schlossstraße 2 I 56068 Koblenz

Telefon 0261 106-0 I service@koblenz.ihk.de

Ansprechpartner

Christian Dübner

Referent Tourismus

Telefon 0261 106-306 I duebner@koblenz.ihk.de

Redaktion / Projektbearbeitung

Dr. Manfred Zeiner, m.zeiner@dwif.de

Silvia Scherr, s.scherr@dwif.de

Sigrid Hofer, s.hofer@dwif.de

Moritz Sporer, m.sporer@dwif.de

dwif e.V. & consulting

In Kooperation mit:

Dr. Bernhard Harrer, b.harrer@dwif.de

Bilder

Romantischer Rhein Tourismus GmbH

Stand

Oktober 2015