

## Metropolregion Rhein-Neckar



## Tourismus als Wirtschaftsfaktor



# Blick zurück nach vorn

Im Auftrag unseres Verbandes Region Rhein-Neckar hat die renommierte Beratungsfirma dwif-Consulting GmbH die neuesten Zahlen zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in der Rhein-Neckar-Region vorgelegt, die wir Ihnen hiermit vorstellen.

Fast vier Milliarden Euro touristische Bruttoumsätze sowie daraus resultierende Einkommen in Höhe von rund 1,8 Milliarden Euro sind beeindruckende Belege der ökonomischen Bedeutung des Tourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar.

Das größte Stück (60,1 Prozent) zum Gesamtumsatz tragen die Tagestouristen bei. Jeder dritte touristisch bedingte Umsatzeuro kommt aus der Hand der Übernachtungsgäste in Beherbergungsbetrieben. Ein Übernachtungsgast in einer kostenpflichtigen Unterkunft gibt rund 4,5 mal so viel pro Kopf und Tag in der Region Rhein-Neckar aus, wie ein Tagesgast, aber die große Zahl der Ausflügler macht dieses Manko leicht wett.

Seit der ersten Erhebung der Daten zum „Wirtschaftsfaktor Tourismus in der MRN“ 2006/2007 hat sich die Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben im Referenzzeitraum um 14 % erhöht. Die durchschnittlichen Ausgaben der Übernachtungsgäste sind um rund 40 % angestiegen. Dies ist jedoch nicht nur auf Preissteigerungen zurückzuführen, sondern auf veränderte Anteile der frequentierten Unterkunftsformen.

Die Gesamtumsätze aus dem Tourismus sind um rund 6,5 % auf nunmehr fast vier Milliarden € im Jahr 2013 gestiegen, wobei rund 400 Mio. € davon auf erstmals erfasste Besucher von Verwandten und Bekannten (sog. Sofatouristen) entfallen. Die Zahl der Tagesbesucher ist, einem deutschlandweit zu beobachtenden Trend folgend, auf nunmehr 87,7 Mio. gesunken. Dieser Rückgang fiel jedoch geringer aus als im Bundesdurchschnitt. Hauptursache für die rückläufigen Zahlen beim Tagestourismus sind eine geringere Wohnbevölkerung (Zensus 2011) und eine Altersverschiebung innerhalb der Bevölkerung zugunsten älterer und damit weniger ausflugsfreudiger Altersgruppen.

Insgesamt konnten die „sonstigen Dienstleistungsanbieter“ aus Kultur, Sport, Unterhaltung und Freizeit am stärksten von der touristischen Entwicklung profitieren. Sie konnten den Anteil der auf sie entfallenden touristischen Umsätze von 13,6 % auf nunmehr 19,6 % erhöhen.

Gemeinsam mit den Touristikern und den Leistungsträgern der Branche werden wir an der Staatsvertragsaufgabe „Regionales Tourismusmarketing“ weiterarbeiten.



Ralph Schlusche  
Verbandsdirektor des Verbandes Region Rhein-Neckar



Ralph Schlusche  
Verbandsdirektor



# Inhalt

I	Querschnittsbranche Tourismus – Wie erfolgt die Datenanalyse?	1
II	Touristische Nachfrage in der Metropolregion Rhein-Neckar – Garant für Umsatz	2
III	Gästeausgaben am Aufenthaltsort – Mehrwert für die Region	7
IV	Touristische Umsätze – Häufig unterschätzter Wirtschaftsfaktor	8
V	Profitierende Branchen – Weit verzweigte Umwegrentabilität	9
VI	Wertschöpfung – Einkommen bleibt in der Region	10
VII	Einkommenseffekte – Die Branche schafft Mehrwert	12
VIII	Steuereffekte – Profit für die kommunalen Kassen	13
IX	Tourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar – Wichtiger Wirtschaftsfaktor und Jobmotor!	14
	Wirtschaftsfaktor Tourismus – Berechnungsschema	15
	Quellen	16

Projektbearbeitung: dwif-Consulting GmbH  
[www.dwif.de](http://www.dwif.de)

Dr. Manfred Zeiner,  
Alexander Neumann,  
Lars Bengsch,  
Susanne Grasegger



# I Querschnittsbranche Tourismus – Wie erfolgt die Datenanalyse?

Tourismus beinhaltet nicht nur Reisebüros und Hotels, Tourismus ist eine Querschnittsbranche, die in viele Bereiche der Wirtschaft hineinreicht. Genau das macht es auch so schwierig, umfassende Analysen durchzuführen.

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 Grauen Markt in Deutschland
- Analysen zum Campingtourismus als Wirtschaftsfaktor in Deutschland

Hintergrundinformationen aus zur Verfügung stehenden Unterlagen

- Literaturrecherchen allgemeiner touristischer Publikationen
- Amtliche Statistik (z. B. Beherbergungsstatistik, Kapazitätserhebung, Umsatzsteuerstatistiken, Einwohnerstatistiken)
- Unterlagen der Kommunen und Landkreise der Metropolregion Rhein-Neckar
- Unterkunftsverzeichnisse, Prospekte
- sonstige Informationsmaterialien (u. a. Besucherzahlen von touristischen Einrichtungen)

Alle Rahmendaten wurden entsprechend der spezifischen Situationen in den jeweiligen Teilräumen der Metropolregion Rhein-Neckar gewichtet.

## II Touristische Nachfrage in der Metropolregion Rhein-Neckar – Garant für Umsatz

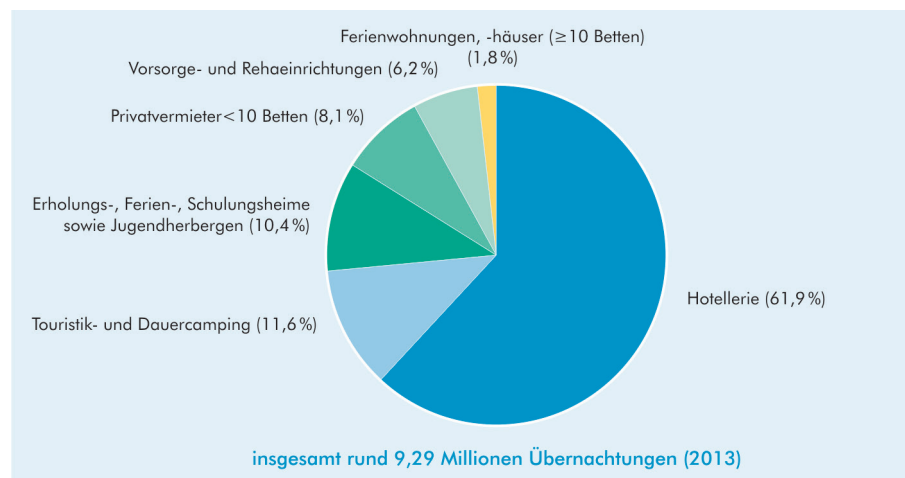
### Übernachtungstourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar

Insgesamt, das heißt inklusive Camping und Privatquartieren, ist in der Metropolregion Rhein-Neckar von jährlich 9,3 Mio. Übernachtungen auszugehen.

Ein Blick auf die Details:

- In den gewerblichen Beherbergungsstätten mit 10 oder mehr Betten wurden im Jahr 2013 rund 7,5 Mio. Nächtigungen registriert.
- Für die nicht gewerblichen Privatvermieter mit weniger als 10 Betten wurden rund 750.000 Übernachtungen recherchiert. Diese Privatvermieter leisten insbesondere in den ländlichen Regionen einen wichtigen Beitrag zur Angebotsbreite der Übernachtungsmöglichkeiten.
- Bei den Campinggästen sind sowohl die Touristik- als auch die Dauercamper berücksichtigt.
- Beide Segmente ergeben für das Jahr 2013 fast 1,1 Mio. Übernachtungen.

Übernachtungen nach Unterkunftsart in der Metropolregion Rhein-Neckar 2013



Daten: dwif

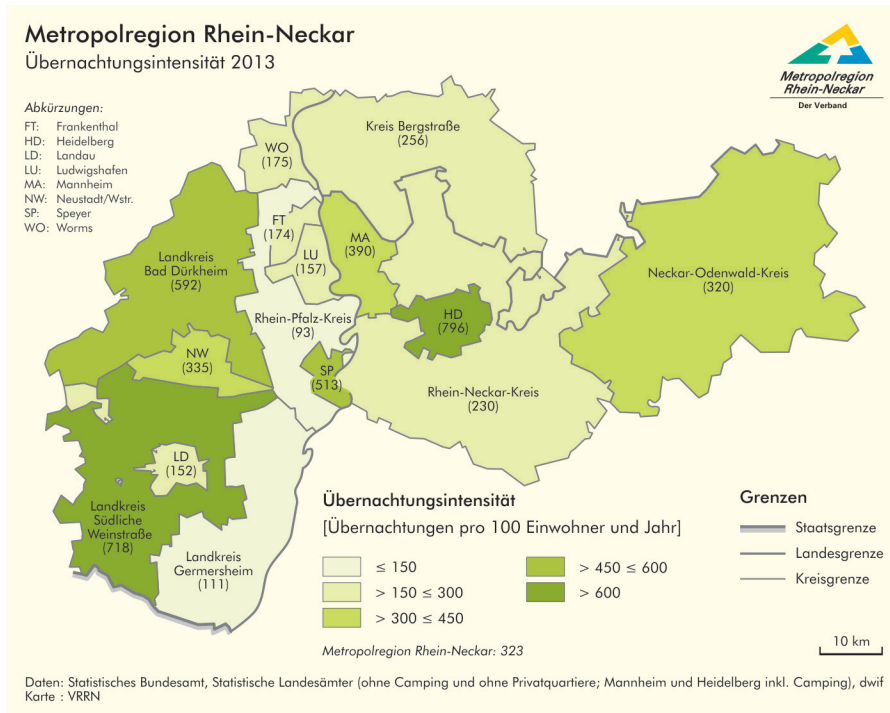
Grafik: VRRN

Die sogenannte Übernachtungsintensität<sup>1</sup> spiegelt die unterschiedliche Rolle des Übernachtungstourismus in den Kreisen und kreisfreien Städten der Metropolregion sehr gut wieder. Im Jahr 2013 lag die Intensität des Übernachtungstourismus in der Metropolregion bei 323 Übernachtungen<sup>2</sup> je 100 Einwohner. Die Bandbreite reicht von fast 800 Übernachtungen (ohne Camping und ohne Privatquartiere) je 100 Einwohner in der Stadt Heidelberg, zwischen 500 und 700 Übernachtungen in den Landkreisen Südliche Weinstraße und Bad Dürkheim sowie der Stadt Speyer bis zu unter 150 Übernachtungen pro 100 Einwohner im Landkreis Gernsheim oder im Rhein-Pfalz-Kreis.

<sup>1</sup> Die Kennziffer Übernachtungsintensität wird meist in Übernachtungen je 100 Einwohner angegeben.

<sup>2</sup> Hinweis: ohne Camping, ohne Privatquartiere





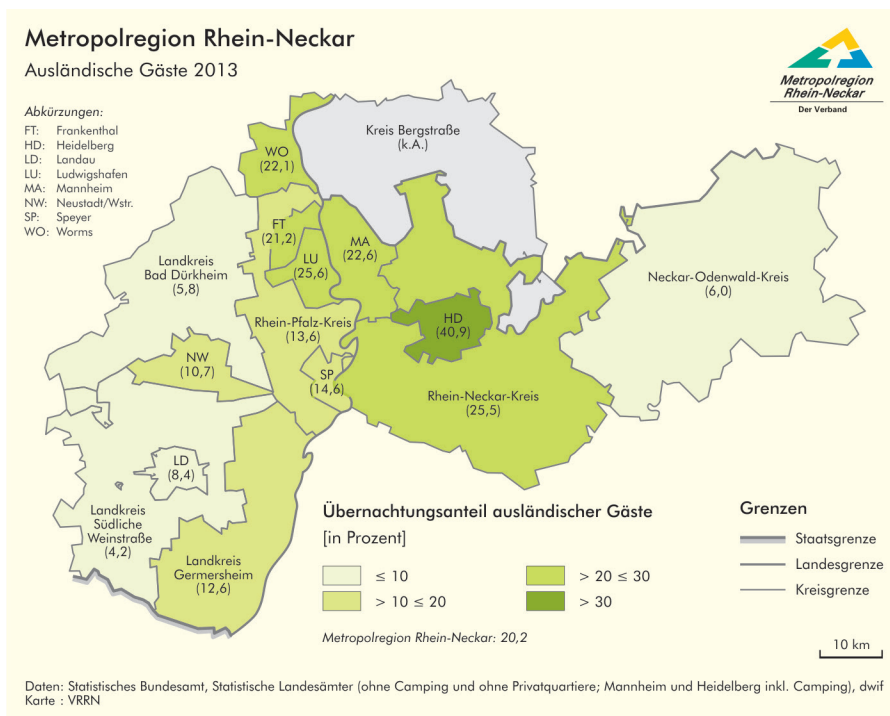
**Zum Vergleich:**

Der Bundesdurchschnitt betrug 478 Übernachtungen je 100 Einwohner.

Zu berücksichtigen ist dabei, dass die Region weder über eine Meeresküste, noch über Hochgebirge oder eine größere Zahl von Seen verfügt und eine hohe Einwohnerdichte aufweist.

**Bedeutung des Incoming-Tourismus wächst**

In den vergangenen Jahren war der Übernachtungszuwachs in Deutschland größtenteils auf die steigende Nachfrage aus dem Ausland zurückzuführen. Der Incoming-Tourismus spielt auch in der Metropolregion eine wichtige Rolle: Rund jede fünfte Übernachtung<sup>3</sup> wird von einem Gast aus dem Ausland getätigt. Eine Betrachtung der Ausländeranteile an den Übernachtungen zeigt interessante Unterschiede zwischen den Landkreisen und kreisfreien Städten.



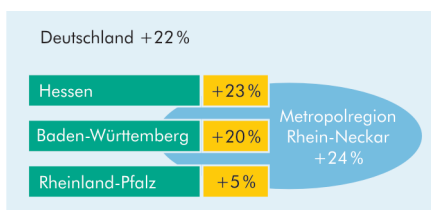
3 Hinweis: ohne Camping, ohne Privatquartiere

### Sofatourismus – wichtiges aber oft vergessenes Segment

Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen sind ein Marktsegment, das leider all zu oft außer Acht gelassen wird. Doch diese touristische Nachfrage existiert – und sie ist enorm. Insgesamt finden jährlich 12,8 Millionen Übernachtungen durch den sogenannten Sofatourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar statt und damit weit mehr als in gewerblichen Betrieben registriert werden.

Diese bemerkenswerte Zahl ergab eine repräsentative Befragung von Haushalten in der Rhein-Neckar-Region, die der Verband Region Rhein-Neckar im Frühjahr 2013 durchführen ließ. Die Umfrage offenbart jedoch auch, dass aus vielen Sofatouristen „echte Hotelgäste“ werden könnten. Immerhin 44 Prozent der befragten Haushalte gaben an, dass sie sich eine zukünftige Einquartierung ihrer Gäste in der Hotellerie durchaus vorstellen könnten. Insbesondere wenn größere private Festivitäten wie Hochzeiten oder runde Geburtstage mit größeren Besucherzahlen anstehen. Umgerechnet stehen also 5,6 Millionen Übernachtungen zur Disposition, die dem Gastgewerbe in der Metropolregion Rhein-Neckar zufließen könnten.

#### Übernachtungsentwicklung 2013 im Vergleich zu 2003



Daten: Statistische Landesämter  
(ohne Camping und ohne Privatquartiere), dwif  
Grafik: VRRN

### Dynamische Übernachtungsentwicklung in den vergangenen 10 Jahren

Das Übernachtungsvolumen in der Metropolregion hat sich zwischen 2003 und 2013 um fast 24 Prozent gesteigert<sup>4</sup>. Deutschlandweit lag das Wachstum lediglich bei 22 Prozent.

Nicht alle Landkreise und kreisfreien Städte der Metropolregion konnten von dieser Entwicklung profitieren. Zu den Gewinnern der vergangenen 10 Jahre zählen vor allem die Städte Mannheim und Heidelberg. Auch der Rhein-Neckar-Kreis, Neustadt an der Weinstraße, Landau und Speyer konnten durch Übernachtungszuwächse Marktanteile gewinnen. Marktanteile abtreten mussten hingegen insbesondere die Landkreise Bad Dürkheim, Südliche Weinstraße und die Bergstraße.

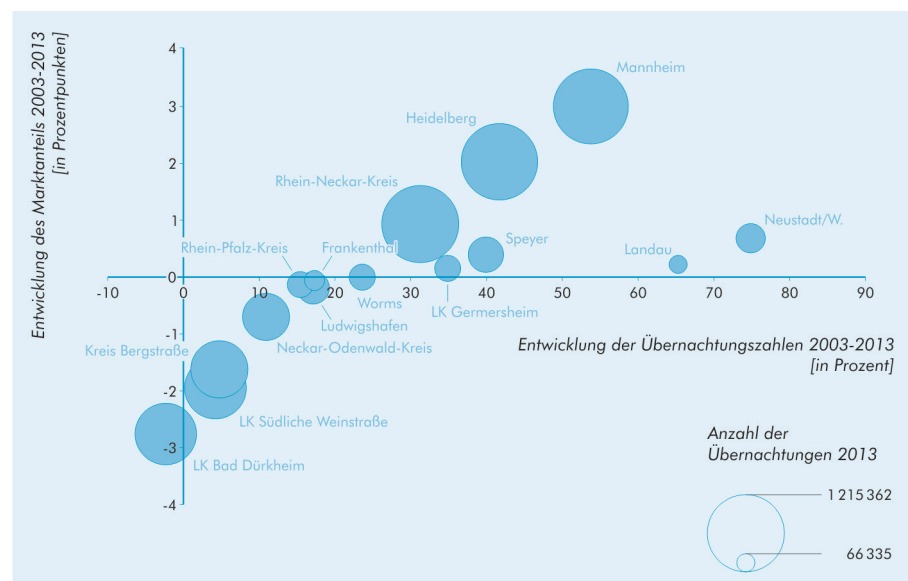
#### Marktanteilsveränderungen und Übernachtungsentwicklung in der Metropolregion Rhein-Neckar 2013 im Vergleich zu 2003

##### Erläuterungen zur Abbildung

Auf der horizontalen Linie ist die Übernachtungsentwicklung in den Jahren 2003 bis 2013 dargestellt. Je weiter rechts die Position, umso größer war der Übernachtungszuwachs in den vergangenen 10 Jahren.

Die vertikale Linie spiegelt die Veränderungen der Marktanteile innerhalb der Metropolregion Rhein-Neckar wieder. Je weiter oben die Position, desto besser war die Marktanteilsentwicklung in den vergangenen 10 Jahren.

Die Größe der Kreise stellt die Anzahl der Übernachtungen in den Landkreisen bzw. kreisfreien Städten dar.



Daten: Statistische Landesämter (ohne Camping und ohne Privatquartiere; Mannheim und Heidelberg inkl. Camping), dwif  
Grafik: VRRN

4 Hinweis: ohne Camping, ohne Privatquartiere

## Tagestourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar

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 erfasste Übernachtung in gewerblichen Beherbergungsstätten. Dieser Wert wird durch die klassischen Urlaubsregionen in Deutschland, in denen die Übernachtungszahlen entsprechend hoch sind, stark beeinflusst. Der Vergleichswert für die Metropolregion Rhein-Neckar liegt bei 11 Tagesreisen pro Übernachtung.

Die Daten zum Tagestourismus wurden im Rahmen der zwischen Mai 2012 und April 2013 laufenden Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ ermittelt. Basis waren 36.000 repräsentativ angelegte Telefoninterviews am Wohnort. Dies ist die einzige Methode, mit der die Zielgruppe der Tagesgäste verlässlich quantifiziert werden kann<sup>5</sup>.

Die Einzelauswertung für die Metropolregion ergab ein Volumen von 87,7 Mio. Aufenthaltstagen durch Tagestouristen. Rund 9 von 10 Tagesreisen sind privat motiviert (Tagesausflug), die übrigen sind Tagesgeschäftsreisen. Damit ist der Tagestourismus rein mengenmäßig das mit Abstand wichtigste touristische Marktsegment für die Metropolregion.



Bedeutung des Tagestourismus  
in der Metropolregion Rhein-Neckar

Daten: dwif  
Grafik: VRRN

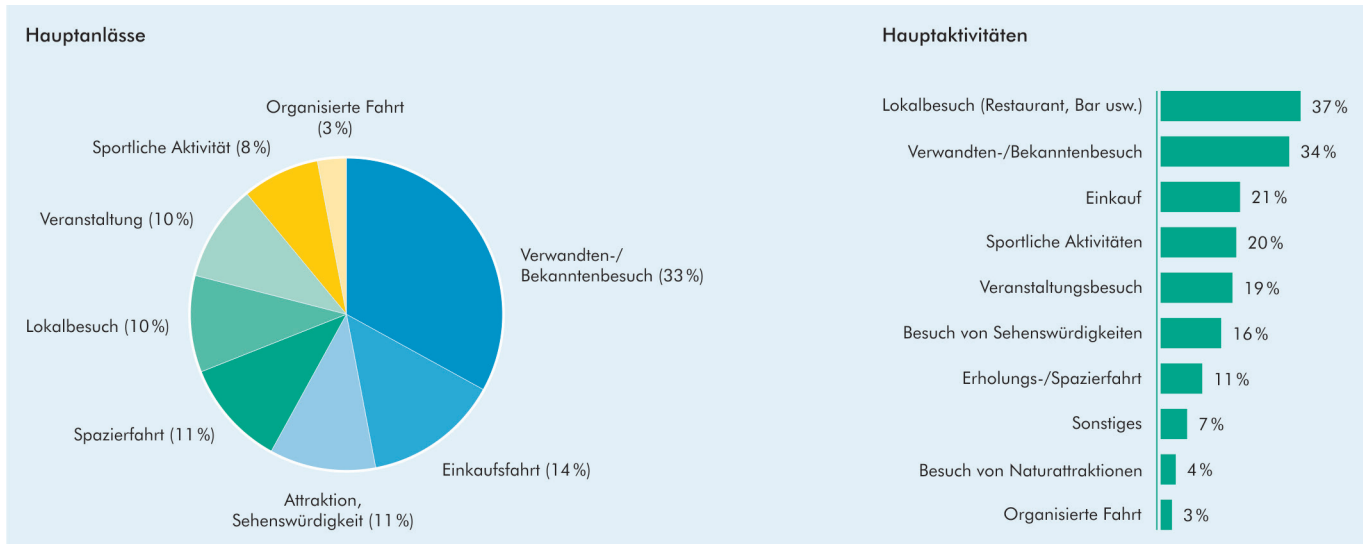
Tagesgäste leisten einen wichtigen Beitrag in Bezug auf eine ganzjährig befriedigende Auslastung der vorhandenen Infrastruktureinrichtungen wie Gastronomie, Freizeiteinrichtungen oder Einzelhandelsgeschäfte. Die Reiseanlässe sind vielfältig. Bei den Tagesgeschäftsreisen in die Metropolregion Rhein-Neckar stehen neben den Kundenkontakten auch Messen, Kongresse, Tagungen oder Schulungen im Mittelpunkt. Bei den Tagesausflüglern in der Metropolregion Rhein-Neckar reicht die Bandbreite

- von Verwandten- und Bekanntenbesuchen,
- über Einkaufsausfahrten (außerhalb des Wohnortes) oder Restaurantbesuche,
- den Besuch von Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen oder
- der Ausübung spezieller Freizeitaktivitäten,
- bis hin zu reinen Spazierfahrten oder
- organisierten Fahrten.

<sup>5</sup> Vgl. hierzu dwif (Hrsg.); Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Heft 55, München 2013.

In vielen Städten und Gemeinden sind beim Tagestourismus die Verwandten- und Bekanntenbesucher als wichtigste Zielgruppe anzusehen. In der Metropolregion liegt deren Anteil bei 33 Prozent aller Tagesausflüge. Dieser Sachverhalt verdeutlicht, wie wichtig die Einheimischen als Multiplikator für den Tourismus sind.

#### Hauptanlass und Aktivitäten der Tagesausflügler in der Metropolregion Rhein-Neckar 2013



Daten: dwif  
Grafik: VRRN

Ein paar weitere interessante Details zu den Tagesausflüglern in der Metropolregion Rhein-Neckar:

- Fast die Hälfte der Tagesausflüge in die Metropolregion Rhein-Neckar wird am Samstag oder Sonntag unternommen (48 Prozent).
- Die Mehrheit (77 Prozent) reist mit dem PKW an. Auf Reisebusse, Bahn und ÖPNV entfallen rund 6 Prozent.
- 59 Prozent der Tagesausflügler stammen aus der Metropolregion selber, 41 Prozent aus anderen Regionen Deutschlands. Die TOP-3-Quellgebiete außerhalb der Metropolregion sind die Regionen Main-Taunus, Rheingau, Stuttgart und die nicht zur Metropolregion gehörenden Anteile des Odenwaldes, Rheinhessens und der Pfalz.
- Die durchschnittlich zurückgelegte Distanz (einfache Strecke) beträgt 48 Kilometer.

Rund 80 Prozent der gesamten touristischen Aufenthaltstage in der Metropolregion Rhein-Neckar entfallen auf die Tagesbesucher, die am gleichen Tag wieder an ihren Wohnort zurückkehren. Der Tagestourismus muss also gerade unter ökonomischen Gesichtspunkten als wichtiges Teilsegment bei den Analysen zur Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor angesehen werden.

### III Gästerausgaben am Aufenthaltsort – Mehrwert für die Region

Gerade während des Urlaubes oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten wird bekanntlich nur selten gespart. Die nachfolgend dargestellten Ausgaben der Gäste pro Kopf und Tag während ihres Aufenthaltes in der Metropolregion Rhein-Neckar geben nur eine Mindestgröße an.

**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. Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen)
- Tagesreisen aus Quellgebieten im Ausland
- Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z. B. Taxi zum Flughafen, gesamter Reisepreis; Ausgaben im Reisebüro)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld.

#### **Bandbreite der Ausgaben pro Kopf und Tag in der Metropolregion Rhein-Neckar**

Im Durchschnitt werden in der Metropolregion Rhein-Neckar pro Kopf und Tag rund 35,90 € 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 zu 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 35,90 € über *alle* Marktsegmente zu erklären.

Bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsstätten ergeben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von 145,40 € pro Kopf und Tag. Dieser Wert unterliegt starken Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten:

- Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der Tagesausgaben von 70,- € bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis zu weit über 250,- € bei der Frequentierung anspruchsvollerer Betriebe. Der Großteil der Bettenkapazitäten ist im mittleren Preissegment angesiedelt.
- In Gasthöfen und Pensionen werden im Durchschnitt rund 100,- € ausgegeben.
- Campinggäste und Übernachtungsgäste in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit weniger als 10 Betten geben am wenigsten für Unterkunft, Verpflegung, Einkäufe und die Inanspruchnahme sonstiger Dienstleistungen während des Aufenthaltes aus (Campinggäste: ø 29,30 €; Gäste in Privatquartieren: ø 67,50 €).

## IV Touristische Umsätze – Häufig unterschätzter Wirtschaftsfaktor

Mit den Rahmendaten wurde die Berechnung zur Ermittlung der Bruttoumsätze durchgeführt:

Nachfragevolumen nach Marktsegmenten x Tagesausgaben pro Kopf

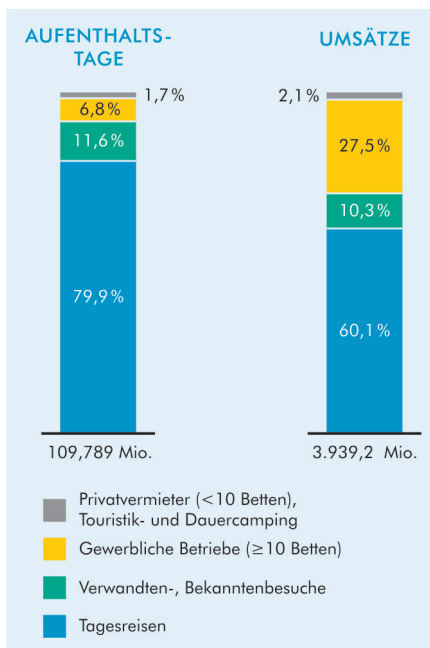
Bei insgesamt 109,789 Mio. Aufenthaltstagen und durchschnittlichen Ausgaben von rund 35,90 € lässt sich ein jährlicher Bruttoumsatz in der Metropolregion Rhein-Neckar von insgesamt knapp vier Mrd. € ermitteln.

Touristische Aufenthaltstage, Ausgaben und Umsätze in der Metropolregion Rhein-Neckar

Segment	Aufenthaltstage		Ø - Tagesausgaben		Bruttoumsatz
Verwandten-/ Bekanntenbesuch	12,8 Mio.	×	31,60 €	=	404,5 Mio. €
Gewerbl. Betriebe (≥ 10 Betten)	7,459 Mio.	×	145,41 €	=	1.084,6 Mio. €
Touristik- und Dauercamping	1,08 Mio.	×	29,26 €	=	31,6 Mio. €
Privatvermieter (< 10 Betten)	0,75 Mio.	×	67,47 €	=	50,6 Mio. €
Tagesreisen	87,7 Mio.	×	27,- €	=	2.367,9 Mio. €
<b>GESAMT</b>	<b>109,789 Mio.</b>				<b>3.939,2 Mio. €</b>

Bedeutung der touristischen Segmente in der Metropolregion Rhein-Neckar

Daten: dwif



Daten: dwif  
Grafik: VRRN

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 476,6 Mio. € ergibt sich ein Nettoumsatz von 3.462,6 Mio. €. Bei der Berechnung sind unterschiedliche Umsatz-(Mehrwert)steuersätze zu berücksichtigen. Für das Erhebungsjahr 2013 wurde als normaler Steuersatz 19 Prozent angesetzt, der ermäßigte Steuersatz liegt bei 7 Prozent (z. B. Lebensmittel, Beherbergungsleistungen). Produkte und Leistungen einiger Anbieter (z. B. Jugendherbergen, Privatvermieter, Theater) sind zudem von der Steuer befreit.

### Aufenthaltstage und Bruttoumsätze im Vergleich

Wie unterschiedlich sich die Umsatzwirkungen der einzelnen Marktsegmente in der Metropolregion Rhein-Neckar gestalten, wird in der nebenstehenden grafischen Gegenüberstellung deutlich.

Mehr als jeder zweite Umsatz-Euro geht auf den Tagestourismus zurück. Die stärksten Umsatzwirkungen erzielen jedoch die Ausgaben der Gäste in gewerblichen Betrieben. Etwas mehr als 5 Prozent der Aufenthaltstage sorgen hierbei für über ein Viertel der touristischen Umsätze.

## V Profitierende Branchen – Weit verzweigte Umwegrentabilität

Vielerorts werden fälschlicher Weise nur die Inhaber der Beherbergungsbetriebe zu den Profiteuren der Tourismusbranche gezählt. Durch eine detaillierte Abfrage der Ausgabenstrukturen lassen sich die Geldströme im Detail nachvollziehen und die Profiteure nach Wirtschaftszweigen ermitteln.

### Gastgewerbe

Ausgaben für die Unterkunft (inkl. Frühstück, Halb- oder Vollpension) und die Verpflegung in der Gastronomie (z. B. Restaurant-/Cafébesuch)

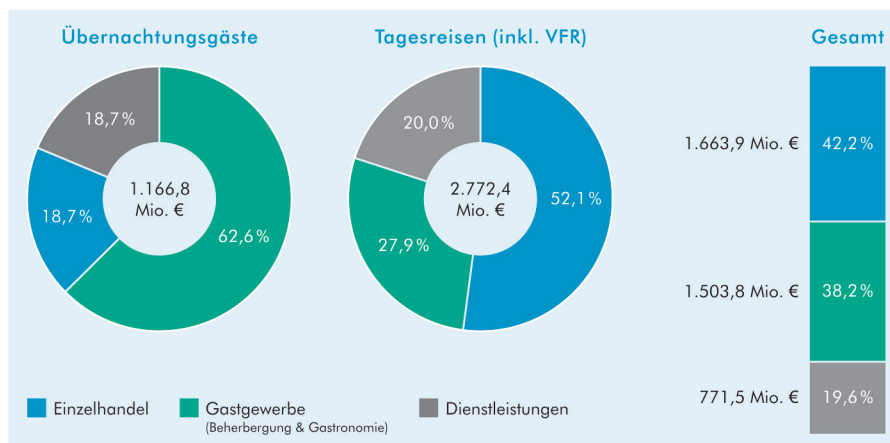
### Einzelhandel

Lebensmitteleinkäufe und Einkäufe sonstiger Waren

### Dienstleistungen

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).

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.



Vom Tourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar profitierende Branchen

Daten: dwif  
Grafik: VRRN

- Die hohe Bedeutung des Einzelhandels drückt sich in einem Anteil von rund 42 Prozent der Umsätze aus.
- 38 Prozent der gesamten touristischen Umsätze entfallen auf das Gastgewerbe. Hierin sind auch die Verpflegungsarrangements der Übernachtungsgäste enthalten (z. B. Frühstück).
- Der Umsatzanteil für Dienstleistungen (wie z. B. Parkgebühren, Besuch von Museen) und den lokalen Transport liegt bei etwa 20 Prozent.

## VI Wertschöpfung – Einkommen bleibt in der Region

Wertschöpfung oder Einkommen ist gleichzusetzen mit

- den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und
- den Gewinnen der Unternehmer.

### 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 Metropolregion Rhein-Neckar erfasst. Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im Nettoumsatz in Höhe von 3,46 Mrd. € wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird (Anteil von etwa 30,5 Prozent).

Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa zehn Prozent im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu über 70 Prozent bei einer Tourist-Information. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das direkte Einkommen aus der Tourismuswirtschaft in Höhe von 1,05 Mrd. €.

Das **direkte Einkommen** in Höhe von 1,05 Mrd. € resultiert aus den Ausgaben der Besucher in der Metropolregion Rhein-Neckar und wird u. a. bewirkt 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. Wellness-Anwendungen)



## 2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Bruttoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 2,41 Mrd. €. 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 722 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten anfallen.

Das **indirekte Einkommen** in Höhe von 722 Mio. € resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird bewirkt durch

- Zulieferungen (z. B. Lieferung des Metzgers an das Hotel; Frühstücksbrötchen, Brot, Kuchen und Torten 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

## Wirkungskette der 1. und 2. Umsatzstufe

Im Rahmen der ersten und zweiten Umsatzstufe werden 1,78 Mrd. € einkommenswirksam. Auf die erste Umsatzstufe entfallen rund 59 Prozent, auf die zweite Umsatzstufe 41 Prozent.



## VII Einkommenseffekte – Die Branche schafft Mehrwert

Ein realistisches Einkommensäquivalent lässt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages in Höhe von 1,78 Mrd. € durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf in Höhe von 25.250,- €<sup>6</sup> in der Metropolregion Rhein-Neckar ermitteln.

Aus dieser Berechnung resultiert ein Äquivalent von 70.380 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.

Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Arbeitsmarkteffekte ist 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.

### **Einkommensäquivalente**

Das sogenannte 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 Beschäftigten im Tourismus ist allerdings nicht bekannt.

<sup>6</sup> Gewichteter Wert für die Landkreise und kreisfreien Städte der Metropolregion Rhein-Neckar.

Basis: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2009, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2011.

## VIII Steuereffekte – Profit für die kommunalen Kassen

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 Mehrwertsteuer und Einkommensteuer ergibt sich ein Steueraufkommen aus dem Tourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar in Höhe von 424 Mio. €.

Dieser Betrag fließt zunächst dem Fiskus zu. Jedoch profitieren davon auch die Kommunen der Metropolregion Rhein-Neckar über den vertikalen und horizontalen Finanzausgleich in erheblichem Maße. Studien des dwif belegen, dass die einer Kommune zufließenden Steuereinnahmen aus dem Tourismus im Bereich zwischen einem und mehr als drei Prozent der touristischen Nettoumsätze liegen.

### **Hinweise zu den Steuereffekten**

Das aus dem Tourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar 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 Metropolregion Rhein-Neckar 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 Gewerbesteuererinnahmen, die den Kommunen 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. Investitionen in den Tourismus können somit ein einträgliches Geschäftsfeld für die Kommunen sein. Dezierte Einzelberechnungen der kommunalen Einnahmen und Ausgaben wurden für ausgewählte Modellorte im Sparkassen-Tourismusbarometer 2011 (Ostdeutschland) und 2013 (Westfalen-Lippe) durchgeführt.

## IX Tourismus in der Metropolregion Rhein Neckar – Wichtiger Wirtschaftsfaktor und Jobmotor!

Die Bilanz der wirtschaftlichen Effekte durch die Tourismusnachfrage in der Metropolregion Rhein-Neckar ist beeindruckend und lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Zahl der touristischen Aufenthaltstage lag 2013 bei rund 110 Mio. Pro Tag empfängt die Metropolregion Rhein-Neckar also im Durchschnitt rund 300.000 Touristen.
- Aus der touristischen Nachfrage resultieren knapp vier Mrd. € Bruttoumsatz.
- Über alle Zielgruppen gibt ein Tourist am Tag im Durchschnitt 35,90 € aus.
- Die touristisch induzierten Einkommenseffekte im Rahmen der ersten und zweiten Umsatzstufe belaufen sich auf 1,78 Mrd. €.
- Der relative touristische Beitrag zum Primäreinkommen beträgt 3,0 Prozent.
- Das touristische Einkommen entfällt zu 59 Prozent auf die direkten und zu 41 Prozent auf die indirekten Profiteure.
- Das Einkommen aus der Tourismuswirtschaft liegt pro Jahr und Einwohner in der Metropolregion Rhein-Neckar bei 766,- €.
- Aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages (1,78 Mrd. €) durch das durchschnittliche Primäreinkommen im Untersuchungsgebiet pro Kopf (25.250,- €) ergibt sich ein Einkommensäquivalent von 70.380 Personen, die rein rechnerisch ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten können.
- Das touristisch bedingte Steueraufkommen (aus MwSt. und Einkommensteuer) für Bund, Länder und Kommunen beträgt 424 Mio. €.

## Wirtschaftsfaktor Tourismus – Berechnungsschema

Bei der Berechnung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus in der Metropolregion Rhein-Neckar wurde folgender Weg beschritten:

1. Schritt: Ermittlung der Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)  
 $\text{Nachfrageumfang} \times \text{Tagesausgaben} = \text{Bruttoumsatz}$
2. Schritt: Ermittlung der Nettoumsätze (ohne MwSt.)  
 $\text{Bruttoumsatz} - \text{Umsatz(Mehrwert)steuer} = \text{Nettoumsatz}$
3. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 1. Umsatzstufe (EW1)  
 $\text{Nettoumsatz} \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW1}$
4. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 2. Umsatzstufe (EW2)  
 $(\text{Nettoumsatz} - \text{EW1}) \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW2}$
5. Schritt: Ermittlung des touristischen Einkommensbeitrages  
 $\text{EW1} + \text{EW2} = \text{Einkommen aus dem Tourismus}$

### Hinweis

Alle Daten wurden nach Segmenten aufgeteilt, individuell berechnet und entsprechend der spezifischen Situation in den jeweiligen Teilräumen der Metropolregion Rhein-Neckar gewichtet!

## 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. 75, München 2010.

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

dwif (Hrsg.): Hotelbetriebsvergleich, in: Sonderreihe des dwif, Nr. 76,  
München 2010.

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.

Hessisches Statistisches Landesamt: Gäste und Übernachtungen im hessischen  
Tourismus, Wiesbaden 2014.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: Beherbergung im Reiseverkehr  
Baden-Württembergs, Stuttgart 2014.

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Gäste und Übernachtungen im  
Tourismus, Bad Ems 2014.

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

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

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder  
(Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkrei-  
sen Deutschlands 1995 bis 2009, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2011.

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

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



**Metropolregion Rhein-Neckar –  
Tourismus als Wirtschaftsfaktor**

**Herausgeber:**

Verband Region Rhein-Neckar (VRRN)  
Körperschaft des öffentlichen Rechts  
P 7, 20-21  
68161 Mannheim

[info@vrrn.de](mailto:info@vrrn.de)

[www.vrrn.de](http://www.vrrn.de)

**Datenanalyse und Redaktion im  
Auftrag des VRRN:**

dwif-Consulting GmbH

**Layout, Kartographie:**

Uwe Hein

**Titelfoto:**

Tobias Schwerdt

**Koordination:**

Edelgard Seitz

**V.i.S.d.P.:**

Verbandsdirektor Ralph Schlusche