Bild: Lahntal Tourismus Verband e. V.

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

ÖKONOMISCHER FAKTENCHECK

Ökonomische Bedeutung des Rad- und Kanutourismus im Lahntal 2019

Auftraggeber: Lahntal Tourismus Verband e. V.

München, Dezember 2022

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2022 dwif

Inhalt

ERGEBNISSE DER BEHERBERGUNGSBEFRAGUNG 4

Details zur Untersuchung 5

Entwicklung der Nachfrage 6

Bedeutung der Themen „Radfahren“ und „Kanu“ für die Beherbergungsbetriebe 9

Stärken und Schwächen des radtouristischen Angebots 15

Bett & Bike-Zertifizierung 18

Zusammenarbeit mit dem Lahntal Tourismus Verband e. V. 25

ÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DES RADTOURISMUS IM LAHNTAL 31

Prämissen für die Berechnungen 32

Bedeutung der Zielgruppen im Radtourismus 34

Direkte Profiteure des Radtourismus 36

Direktes und indirektes Einkommen aus dem Radtourismus 37

Beschäftigungs- und Steuereffekte 38

Quelle: dwif 2022

Inhalt

ÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DES KANUTOURISMUS IM LAHNTAL 40

Prämissen für die Berechnungen 41

Bedeutung der Zielgruppen im Kanutourismus 43

Direkte Profiteure des Kanutourismus 45

Direktes und indirektes Einkommen aus dem Kanutourismus 46

Beschäftigungs- und Steuereffekte 47

DEFINITIONEN UND METHODIK 49

Definition Tourismus 50

Ausgabeverhalten der Gäste 52

Berechnungsweg 53

GLOSSAR UND QUELLEN 56

Quelle: dwif 2022

ERGEBNISSE DER BEHERBERGUNGSBEFRAGUNG

Details zur Untersuchung

Methodik

- Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal
- Gesamtstichprobe: n = 104
- Befragungszeitraum: Oktober 2022
- Fragebogenentwurf: dwif-Consulting GmbH in enger Abstimmung mit Lahntal Tourismus Verband e. V.
- Durchführung der Befragung: dwif-Consulting GmbH und Lahntal Tourismus Verband e. V.

Sonstige Hinweise

- Die Werte in der nachfolgenden Auswertung sind gerundet.
- Die Betriebe wurden nach ihrer tatsächlichen Verteilung in der Region Lahntal gewichtet, sowie die Hotels/Hotels garnis zusätzlich nach ihrer Betriebsgröße. Somit ist eine bestmögliche Repräsentativität der Ergebnisse gegeben.

Quelle: dwif 2022

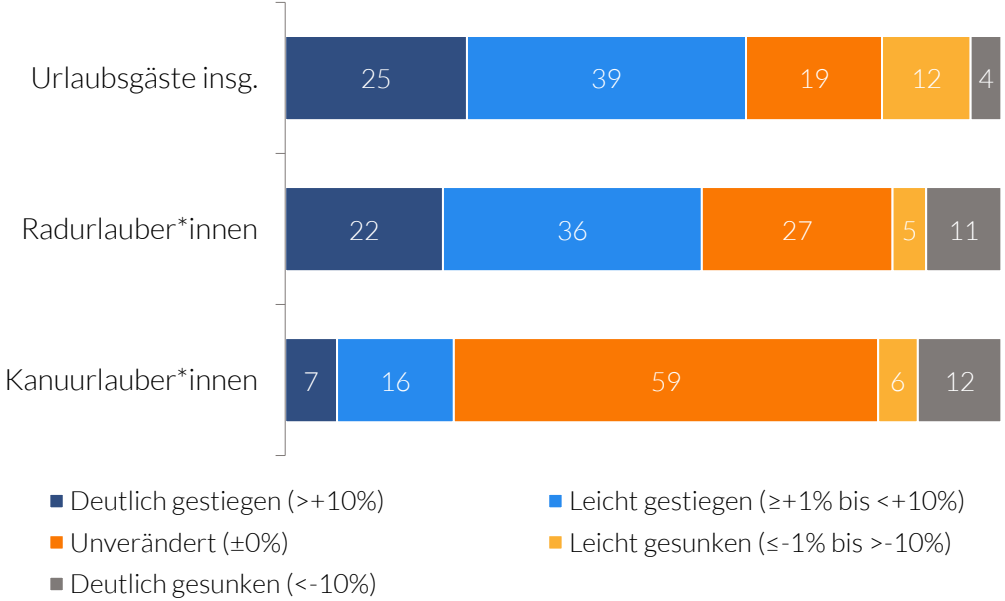
dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Entwicklung der Nachfrage

Nachfrage hat sich in den letzten Jahren meist positiv entwickelt

Wie hat sich die Nachfrage der folgenden Segmente gemessen an den Übernachtungszahlen in den letzten fünf Jahren in Ihrem Beherbergungsbetrieb entwickelt?

(Angaben in %)



Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

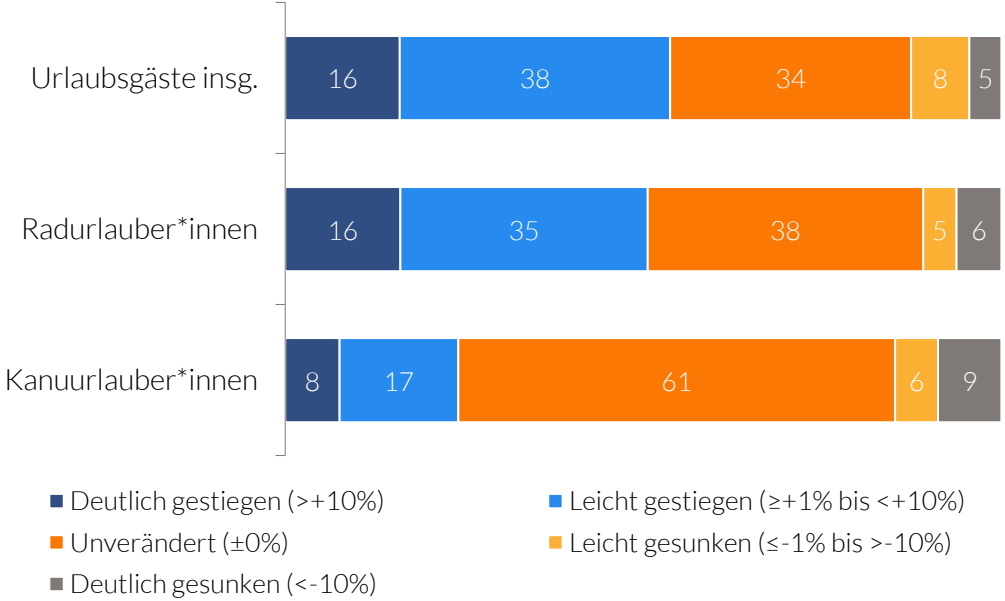
- Die Nachfrage im Leisure-Segment hat sich in den meisten Betrieben in den letzten Jahren positiv entwickelt. Bezogen auf alle Urlaubs-gäste berichtet rund ¼ der Betriebe über deutlich gestiegene Zahlen. Bei weiteren 39% ist die Nachfrage zumindest leicht gestiegen. Nur 16% der Unterkünfte klagen über Übernachtungs-Rückgänge.
- Auch das Aufkommen der Radurlauber*innen hat sich in vielen Betrieben in den letzten Jahren positiv Entwickelt. 22% bzw. 36% verzeichneten in diesem Segment deutliche oder zumindest leichte Zuwächse.
- Die Nachfrage der Kanuurlauber*innen stagniert hingegen in den meisten Betrieben. Nur 23% verzeichnen hierbei eine steigende Nachfrage.

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Auch zukünftig erwarten die Betriebe eine positive Nachfrage-Entwicklung

Wie schätzen Sie die Entwicklung der Nachfrage der folgenden Segmente gemessen an den Übernachtungszahlen in den kommenden fünf Jahren in Ihrem Beherbergungsbetrieb ein?

(Angaben in %)



Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

- Die Betriebe blicken grundsätzlich positiv in die Zukunft und erwarten häufig zumindest eine leicht steigende Nachfrage der Leisure-Gäste (38%). 16% erwarten sogar deutlich steigende Zahlen. Rund 1/3 der Betriebe geht davon aus, dass die Nachfrage in den nächsten Jahre gleich bleiben wird.
- Bzgl. der Radurlauber*innen gehen die Betriebe von einen weitestgehend ähnlichen Entwicklung aus.
- Bei den Kanuurlauber*innen sehen sie hingegen weniger Steigerungspotenzial. 61% der Betriebe glauben, dass die Nachfrage in diesem Segment in den nächsten Jahren gleich bleiben wird.

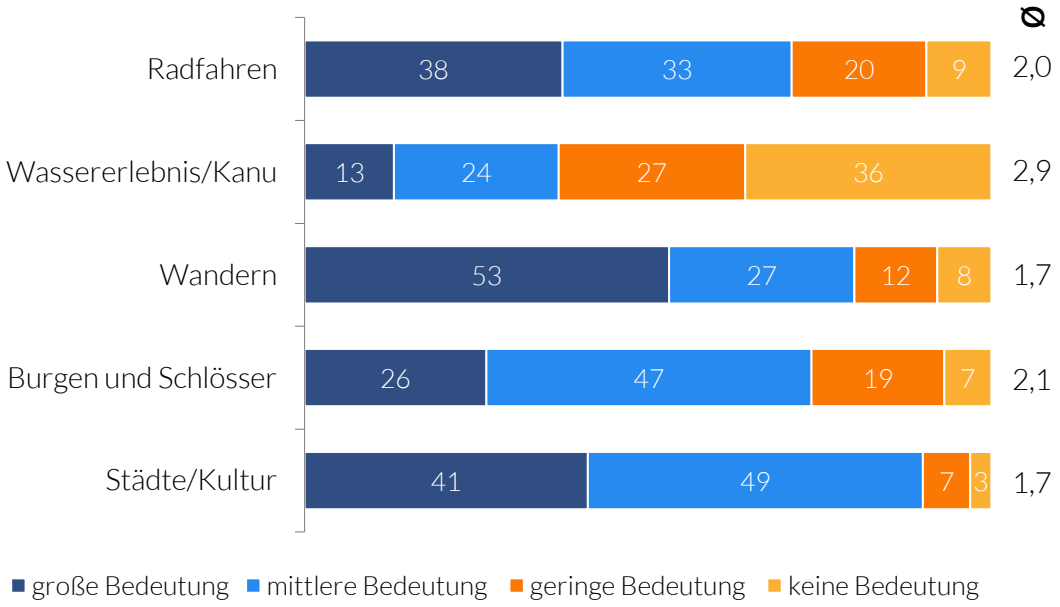
dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Bedeutung der Themen „Radfahren“ und „Kanu“ für die Beherbergungsbetriebe

Die Themen Wandern und Städte/Kultur sind besonders wichtig

Welche Bedeutung haben die folgenden Themen im Rahmen Ihrer eigenen Marketingarbeit?

(Angaben in %)



- Grundsätzlichen werden die für die Region Lahntal charakteristischen und prägenden Themen auch von den Beherbergungsbetrieben als (sehr) wichtig für ihre Marketingarbeit bewertet – allen voran die Themen Wandern, Städte/Kultur und Radfahren.
- Das Thema Wassererlebnis/Kanu hat hingegen nur rund 4 von 10 Unterkunftsbetrieben Bedeutung.

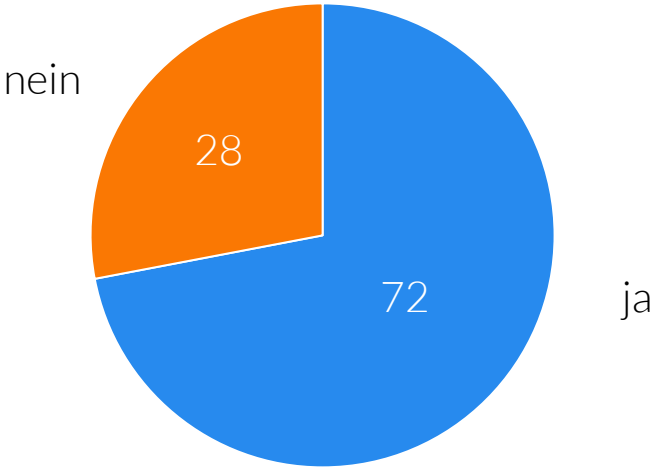
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Die Betriebe haben sich häufig auf die Bedürfnisse der Zielgruppen eingestellt

Bieten Sie spezielle Leistungen für Rad-/ Kanuurlauber*innen an?

(Angaben in %)



- In vielen Betrieben werden die speziellen Anforderungen der entsprechenden Urlauber*innen nach eigenen Angaben bereits berücksichtigt. Insgesamt geben fast ¾ der Betriebe an, spezielle Leistungen für Rad- und/oder Kanuurlauber*innen anzubieten.

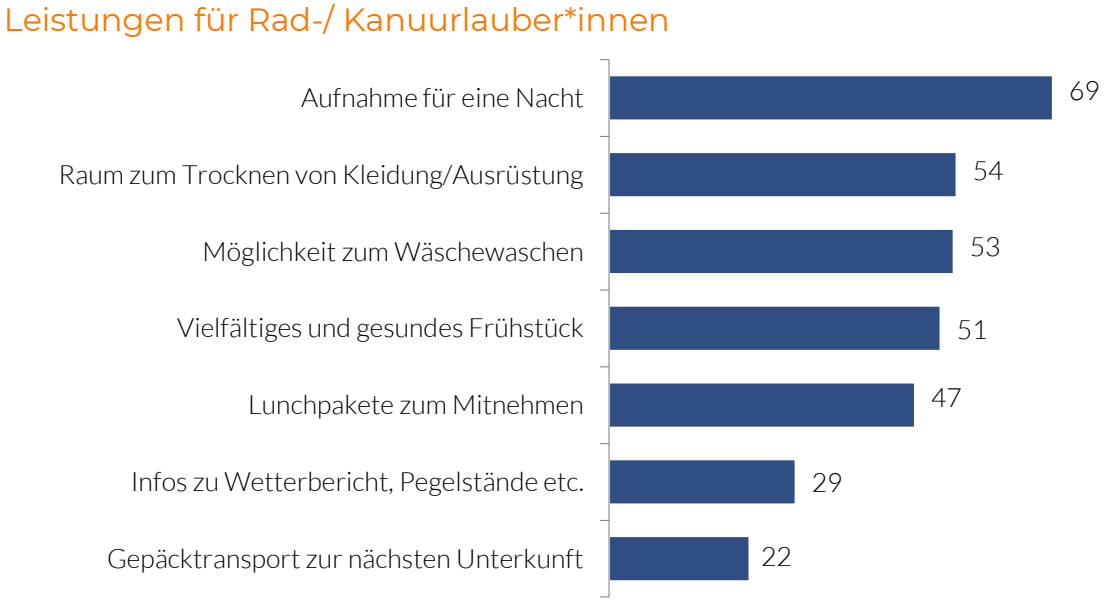
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Meistens werden jedoch nur Basis-Leistungen angeboten…

Welche speziellen Leistungen bieten Sie für Rad-/ Kanuurlauber*innen an?

(Angaben in %)



- Rund 70% der Unterkünfte, die spezielle Leistungen anbieten, sind bereit, Gäste auch für nur eine Nacht aufzunehmen.
- Rund die Hälfte bietet Trockenräume und/oder Waschmöglichkeiten sowie spezielle Verpflegungsleistungen für Rad und Kanuurlauber*innen (gesundes Frühstück, Lunchpakte) an.
- Infos zu Wetterbericht, Pegelstände sowie Gepäcktransport werden hingegen noch nicht mehrheitlich angeboten.

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

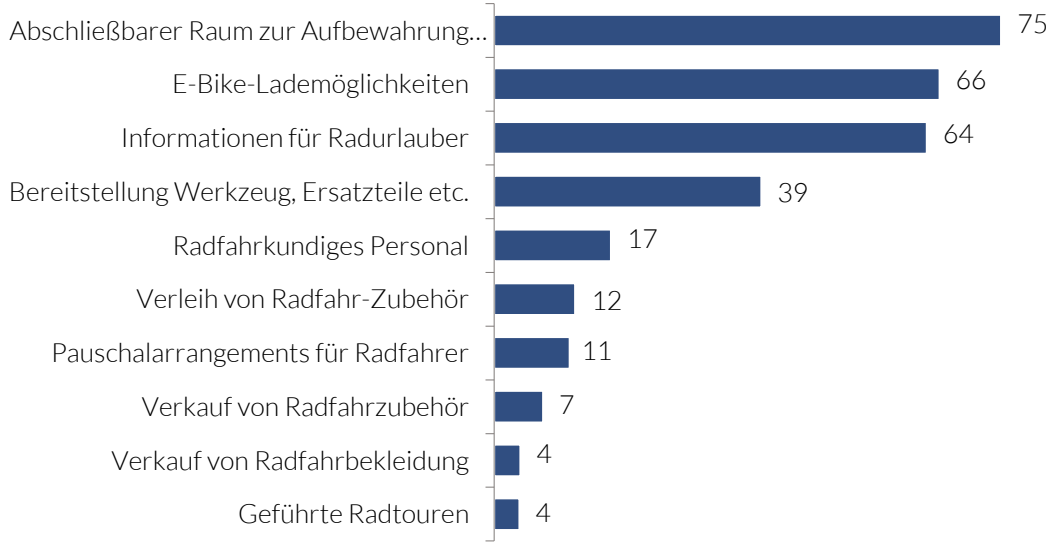
dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Aufbewahrung von Fahrrädern gehört bereits häufig zum Standard

Welche speziellen Leistungen bieten Sie für Rad-/ Kanuurlauber*innen an?

(Angaben in %)

Leistungen speziell für Radurlauber*innen



- Auch bei Leistungen speziell für Fahrradfahrer*innen werden vor allem Basisleistungen angeboten. Dazu gehören eine sichere Aufbewahrung der Fahrräder, E-Bike-Lademöglichkeiten und Informationen zum radtouristischen Angebot der Region.
- Rund 4 von 10 Betrieben stellen Werkzeug bzw. Ersatzteile für Fahrräder zur Verfügung.
- Alle anderen abgefragten Leistungen werden vergleichsweise selten angeboten.

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

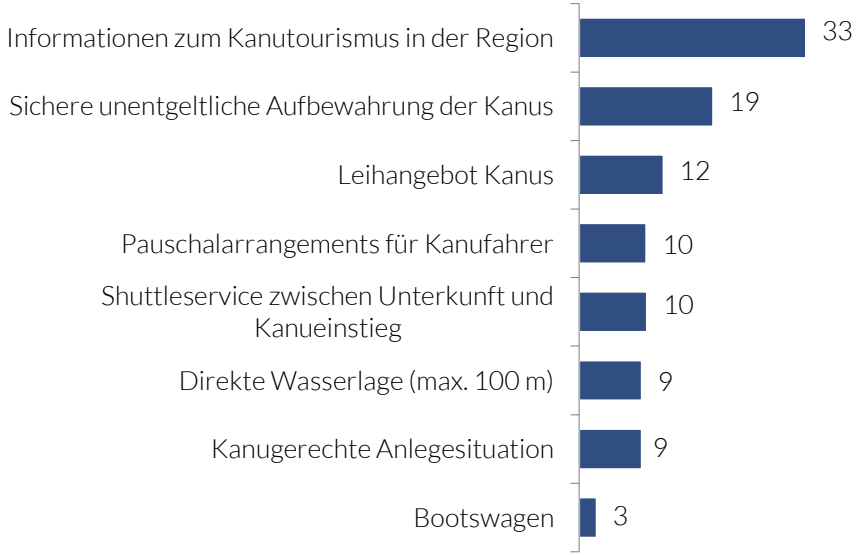
dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Spezielle Angebote für Kanu-Touristen sind noch eher die Ausnahme

Welche speziellen Leistungen bieten Sie für Rad-/ Kanuurlauber*innen an?

(Angaben in %)

Leistungen speziell für Kanuurlauber*innen



- Rund 1/3 der Beherbergungsbetriebe im Lahntal bieten ihren Gästen Informationen zum Kanu-Tourismus in der Region. Informationen zum Radtourismus werden hingegen von 64% der Unterkünfte angeboten (vgl. vorherige Folie).
- Rund 20% gewährleisten eine sichere, kostenfreie Aufbewahrung der Kanus.
- Alle weiteren Leistungen werden nur vereinzelt angeboten.

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Stärken und Schwächen des radtouristischen Angebots

Die Landschaft ist die größte Stärke des fahrradtouristischen Angebots

Was sehen Sie als Stärken des fahrradtouristischen Angebots im Lahntal an?

(offene Abfrage, Anteile in % der Gesamtnennungen, max. 3 Nennungen)

- Die schöne Landschaft ist aus Sicht der Beherberger*innen die mit Abstand größte Stärke des fahrradtouristischen Angebots im Lahntal.
- Ebenfalls häufig genannt wurde die gute Anbindung (ÖPNV) sowie die touristische Vielfalt (Sehenswürdigkeiten, Städte) entlang der Radwege.
- Auch der Lahntalradweg an sich sowie der gute Zustand der Radwege werden von vielen positiv hervorgehoben.

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Qualität und Beschilderung werden eher kritisch bewertet

Was sehen Sie als Schwächen des fahrradtouristischen Angebots im Lahntal an?

(offene Abfrage, Anteile in % der Gesamtnennungen, max. 3 Nennungen)

- Gleichwohl viele Unterkünfte den guten Zustand der Radwege als Stärke sehen, wird gleichzeitig auch deren Qualität bemängelt – in erster Linie die Breite bzw. der Ausbau der Fahrradwege. Auch die Bewertung der Beschilderung/Orientierung polarisiert durchaus.
- Des weiteren sehen die Beherbergungsbetriebe häufiger die fehlende Infrastruktur entlang der Wege kritisch (Gastronomie, Unterkünfte, Fahrradservice etc.)

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

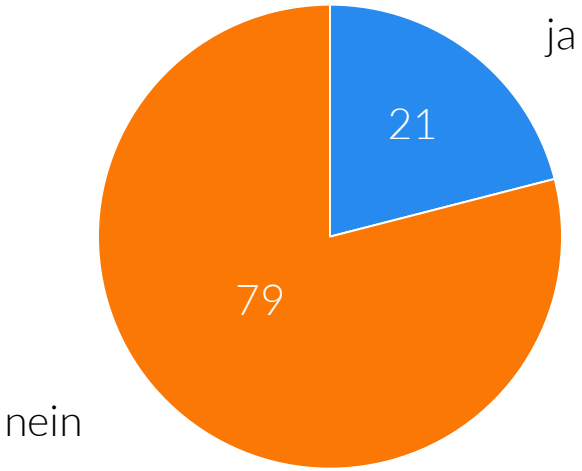
dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Bett & Bike-Zertifizierung

Rund jeder fünfte Betrieb im Lahntal ist Bett & Bike zertifiziert

Ist Ihr Beherbergungsbetrieb Bett & Bike (ADFC) zertifiziert?

(Angaben in %)



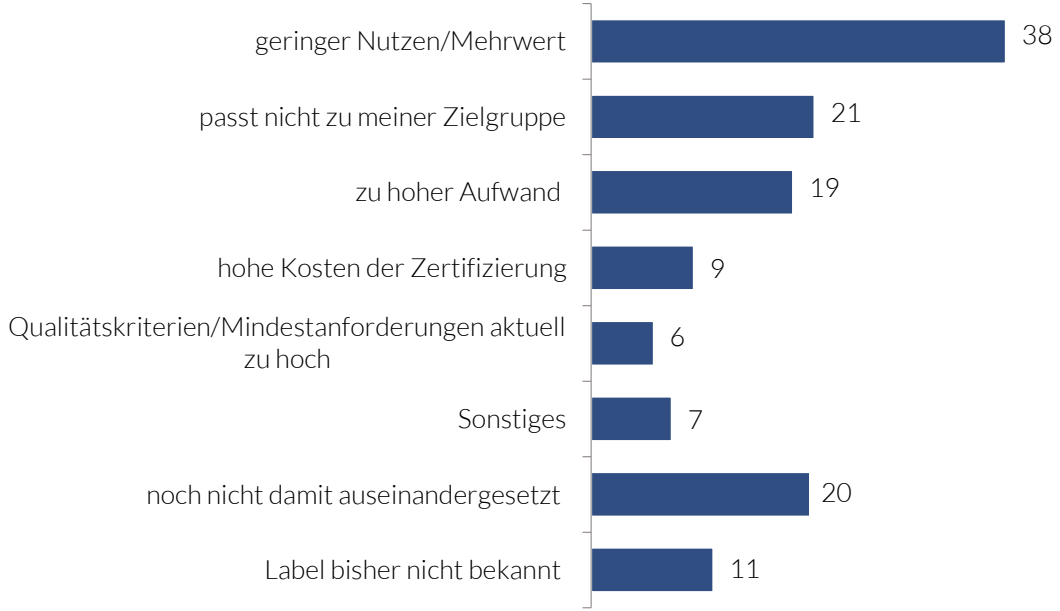
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Die Betriebe sehen häufig keinen Mehrwehrt der Bett & Bike-Zertifizierung

Sie haben angegeben, dass Ihr Beherbergungsbetrieb nicht Bett & Bike (ADFC) zertifiziert ist. Was sind die Gründe dafür?

(Angaben in %)



- Diejenigen Betriebe, die noch nicht Bett & Bike zertifiziert sind, geben als Hauptgrund an, dass sie in der Zertifizierung keinen großen Nutzen bzw. Mehrwert sehen.
- Jeweils rund 20% haben einen anderen Gästezielgruppe oder scheuen den hohen Zertifizierungsaufwand.
- Ebenfalls rund jeder fünfte nicht zertifizierte Betrieb hat sich noch nicht mit einer Bett & Bike-Zertifizierung auseinander gesetzt. 11% ist das Label bisher noch nicht bekannt.

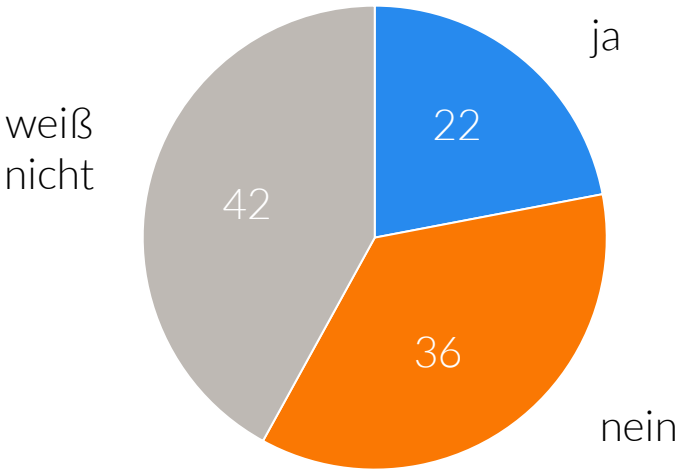
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Viele Betriebe sind bzgl. einer Bett & Bike Zertifizierung unsicher

Kommt für Sie eine Bett & Bike-Zertifizierung (ADFC) grundsätzlich in Frage?

(Angaben in %)



- Nur jeder fünfte nicht zertifizierte Betrieb steht dem Bett & Bike Label generell offen gegenüber.
- Für 36% kommt eine Zertifizierung hingegen grundsätzlich nicht in Frage.
- Fast die Hälfte der Betriebe können die Frage für sich nicht beantworten.

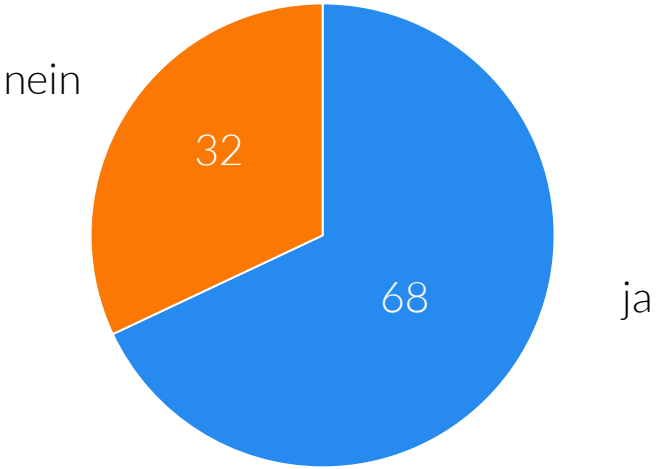
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Bett & Bike-Betriebe nehmen jedoch häufig positive Effekte wahr

Können Sie infolge der Zertifizierung (positive) Effekte feststellen?

(Angaben in %)



- Rund 7 von 10 Bett & Bike-Betriebe nehmen in Folge der Zertifizierung positive Effekte wahr.

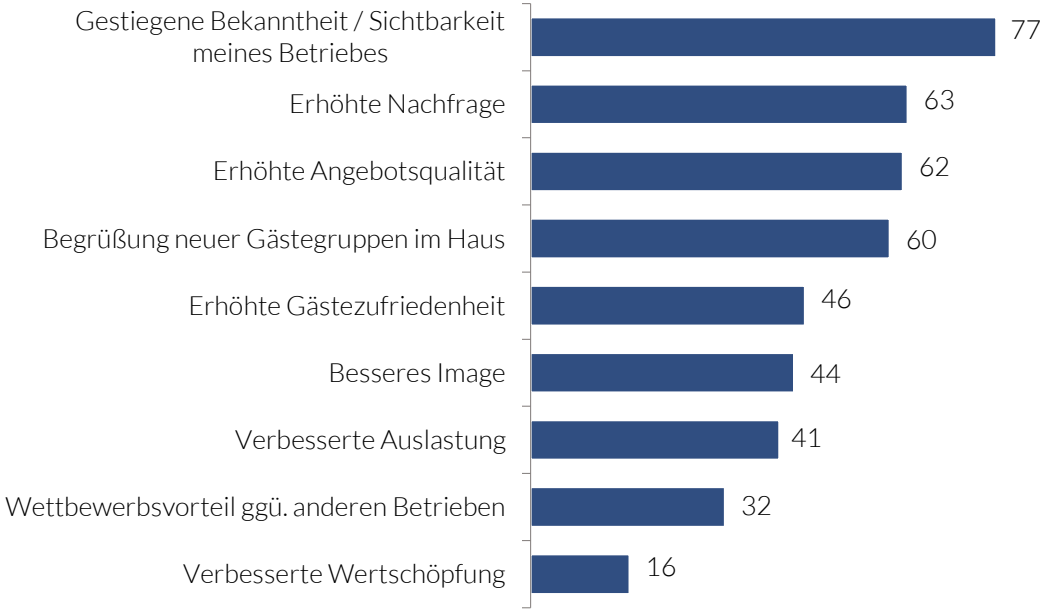
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Zertifizierung wirkt sich v.a. positiv auf Bekanntheit/Sichtbarkeit aus

Können Sie infolge der Zertifizierung (positive) Effekte feststellen?

(Angaben in %)



- Fast 80% der Bett & Bike-Betriebe geben an, dass sich die Zertifizierung positiv auf ihre Bekanntheit/Sichtbarkeit auswirkt.
- Jeweils rund 60% berichten über eine steigende Nachfrage, höhere Qualität und neue Gästegruppen.
- 46% haben durch die Zertifizierung und die damit verbundenen Kriterien die Zufriedenheit ihrer Gäste steigern können. 44% sehen durch das Bett & Bike Label ihr Image verbessert.

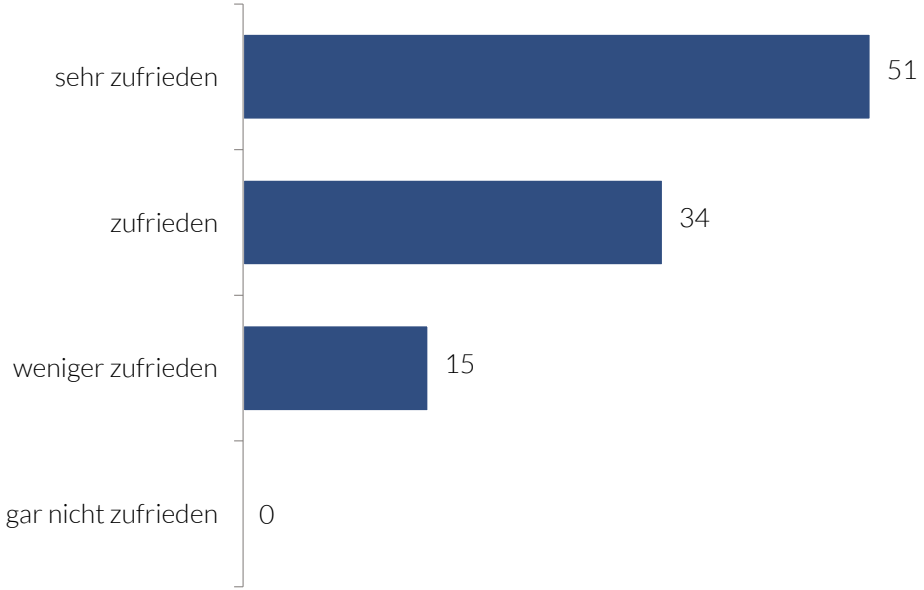
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Betriebe sind mit der Bett & Bike-Zertifizierung weitestgehend zufrieden

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Bett & Bike-Zertifizierung (ADFC)?

(Angaben in %)



- Rund die Hälfte der Bett & Bike-Betriebe ist mit der Zertifizierung sehr zufrieden. Weitere 34% sind zufrieden.
- Nur 15% der Betriebe sind weniger zufrieden.

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Zusammenarbeit mit dem Lahntal Tourismus Verband e. V.

Rund ¼ der Betriebe ordnet sich dem Lahntal zu

In welcher touristischen Destination liegen Sie?

(offene Abfrage, Anteile in % der Gesamtnennungen)

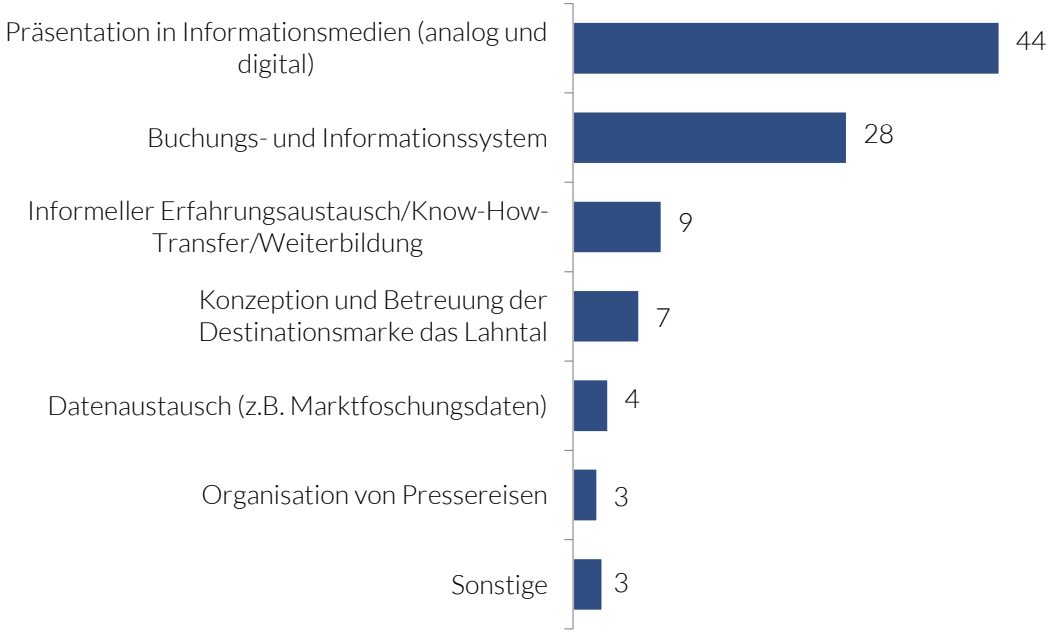
Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

(Dienst-)Leistungen und Kooperationsangebote werden selten genutzt

Welche der folgenden (Dienst-)Leistungen und Kooperationsangebote des Lahntal Tourismus Verbands e. V. kennen Sie bzw. nehmen Sie in Anspruch?

(Angaben in %)



Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

- Generell werden die abgefragten (Dienst-) Leistungen und Kooperationsangebote des Lahntal Tourismus Verbands e. V. von den Betrieben selten in Anspruch genommen.
- Knapp die Hälfte erscheint in den Informationsmedien des Lahntal Tourismus Verbands e. V. – 28% nehmen das Buchungs-/Informationssystem in Anspruch.
- Alle anderen Leistungen und Angebote werden von den Betrieben nur sporadisch in Anspruch genommen.

Thema Radfahren

- Der Anteil der Rad-Urlauber*innen hat sich in den Betrieben im Lahntal in den letzten Jahren positiv entwickelt. Auch in Zukunft sehen die Akteure hier großes Wachstumspotenzial.
- Entsprechend hat das Thema „Radfahren“ für die Betriebe auch eine (große) Bedeutung in der Vermarktung. Noch wichtiger sind jedoch die Themen „Wandern“ und „Städte/Kultur“.
- Viele Betriebe bieten spezielle Leistungen für Radurlauber*innen an. Hier bei handelt es sich jedoch in erster Linie um Basisangebote wie z.B. Aufbewahrung, Lademöglichkeiten für E-Bikes oder Informationen zum Radtourismus im Lahntal.
- Bzgl. der Stärken des fahrradtouristischen Angebots im Lahntal punktet die Region vor allem mit den Aspekten Landschaft und guter Anbindung. Die Qualität sowie die Beschilderung der Radwege polarisiert hingegen aus Sicht der Betriebe. Möglicherweise kommen an dieser Stelle unterschiedliche Bewertungen je nach Lage an bestimmten Wegen/Abschnitten zum tragen.

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Bett & Bike-Zertifizierung

- Nur jeder fünfte teilnehmende Betrieb ist Bett & Bike zertifiziert. Hierbei zeigt die Befragung vor allem ein Informationsdefizit bei den Unterkünften. Viele Betriebe sehen in der Zertifizierung keinen Mehrwert, haben sich damit noch nicht auseinander gesetzt oder kennen das Label gar nicht. Auch die Frage, ob eine Bett & Bike-Zertifizierung grundsätzlich in Frage kommt können die meisten Betriebe für sich nicht beantworten.
- Grundsätzlich nehmen die Bett & Bike gekennzeichneten Betriebe im Lahntal jedoch positive Effekte der Zertifizierung wahr. Auch die Zufriedenheit mit der Zertifizierung ist durchaus hoch.

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Thema Wassererlebnis/Kanu

- Die Entwicklung der Übernachtungszahlen typischer Kanuurlauber*innen stagniert aus Sicht vieler Beherbergungsbetriebe in den letzten Jahren. Auch in Zukunft bescheinigen die meisten Betriebe diesem Segment eher geringes Wachstumspotential.
- Entsprechend dieser Einschätzung spielt das Thema „Wassererlebnis/Kanu“ nur für wenige Betriebe eine größere Rolle bei der Außendarstellung.
- Speziell für Kanu-Urlauber*innen angebotene Leistungen sind ebenfalls noch eher die Ausnahme.

Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der Beherbergungsbetriebe in der Region Lahntal; n = 104

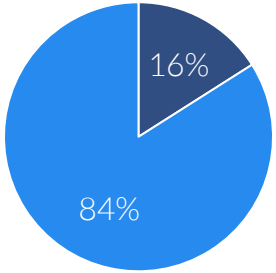
dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

ÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DES RADTOURISMUS IM LAHNTAL

Bildquelle: gpointstudio@freepik

Prämissen für die Berechnungen der ökonomischen Effekte

NUTZUNGSSTRUKTUR



- Übernachtungen
- Tagesausflüge

Für die Berechnungen der ökonomischen Effekte wurden folgende Gästegruppen berücksichtigt

- Übernachtungsgäste wie
  - Regioradler (Radurlauber, die in einer festen Unterkunft übernachten und von dort aus Touren unternehmen) oder
  - Radwanderer (Radurlauber, die Radwege etappenweise befahren und ihre Unterkunft täglich wechseln) sowie
- Tagesgäste (ohne Übernachtung, mit touristischem Motiv).

Quelle: dwif 2022

DATENGRUNDLAGE

Das angegebene Volumen ist eine Hochrechnung auf Basis einer Betriebsbefragung aus dem Jahr 2022 sowie der unten aufgeführten Daten. Insgesamt wurden im Lahntal im Jahr 2019

- 1,2 Mio. Tagesausflüge und
- 236.300 Übernachtungen durch Radurlauber quantifiziert. .

Des weiteren wurden folgende Studien bzw. Markt-forschungen für die Quantifizierung des Ausgabeverhaltens vor Ort und die Berechnung herangezogen:

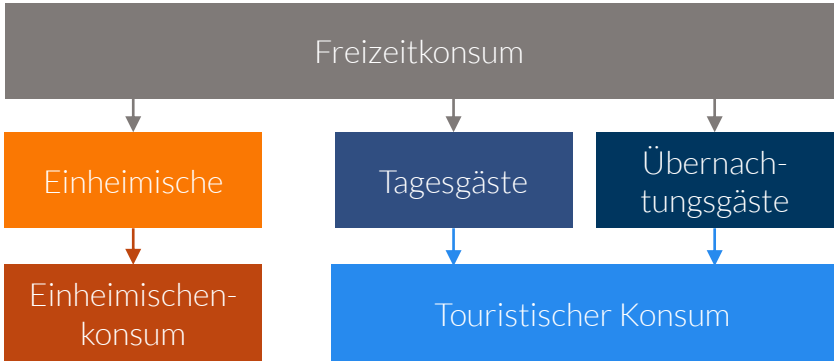
- dwif-Tagesreisenmonitor
- Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
- Wirtschaftsfaktor Tourismus für Region Lahntal 2019

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Differenzierung Tourismus und Freizeit

ABGRENZUNG DER AUSGABEN VOR ORT

Bei der vorliegenden Berechnung lag der Fokus auf der Ermittlung der ökonomischen Effekte des Radtourismus im Lahntal.
Die ermittelten Ausgabenwerte stellen die Gesamtausgaben pro Tag und Besucher*in dar. Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der Radfahrer*innen (z.B. für Gastronomie, Verpflegung mit Lebensmitteln während der Radwanderung) wie auch Ausgaben, welche während des Aufenthalts zusätzlich anfallen (z.B. Unterkunft und Einzelhandel). Die dargestellten Ausgaben wurden sowohl ortspezifisch (im Lahntal) als auch aktivitätsspezifisch (Radfahren) ermittelt.
Radfahren kann der reiseauslösende Grund (Radfahren= Reisemotiv) sein. Zum anderen kann Radfahren aber auch als Aktivität in einem Motivbündel während einer Reise ausgeführt werden, welche durch einen anderen Anlass (z.B. der Besuch von Freunden/Verwandten oder der Besuch einer Veranstaltung) ausgelöst wurde (Radfahren= Reiseaktivität). Die Ergebnisse der vorliegenden Studie umfassen die Ausgaben vor Ort sowohl von Übernachtungs- als auch von Tagesgästen. Die vorliegende Untersuchung betrachtet somit nur den touristischen Konsum durch Tages- und Übernachtungsgäste. Dieser muss per Definition streng vom Einheimischenkonsum getrennt werden: sowohl bei den Nachfragevolumina, als auch bei den Ausgaben und den daraus resultierenden Umsätzen. Ausgaben von Alltagsradlern (Alltagswege, Pendler etc.) sind somit nicht enthalten.



Quelle: dwif 2022

Aufenthaltstage und Umsätze nach Zielgruppen[1]

MARKTSEGMENT	AUFENT-HALTSTAGE	X	Ø-TAGES-AUSGABEN[2]	=	BRUTTO-UMSATZ
Übernachtungen[3]	236.300	x	79,40 €	=	18,8 Mio. €
Tagesausflüge	1,2 Mio.	x	20,60 €	=	24,7 Mio. €
GESAMT	1.436.300				43,5 Mio. €

1 *Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.*

2 *Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der Radfahrer (z.B. für Gastronomie, Verpflegung mit Lebensmittel während der Fahrt) wie auch Ausgaben, welche während des Aufenthalts zusätzlich anfallen (z.B. Unterkunft, Einzelhandel).*

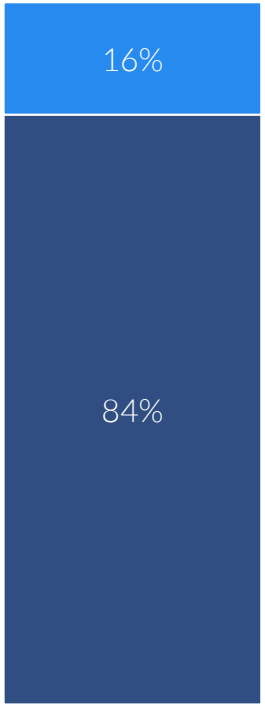
3 *Hochrechnung auf Grundlage einer Betriebsbefragung aus dem Jahr 2022 durchgeführt vom dwif.*

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Bedeutung der Zielgruppen im Radtourismus

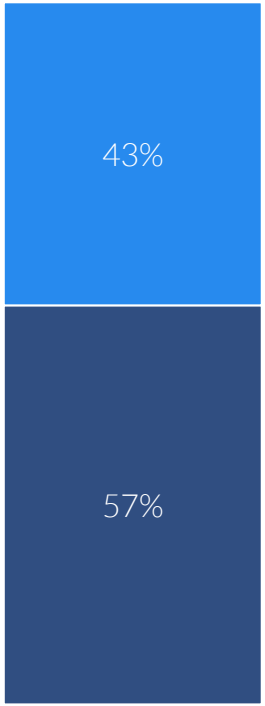
AUFENTHALTSTAGE: 1.436.300



Übernachtungen

Tagesausflüge

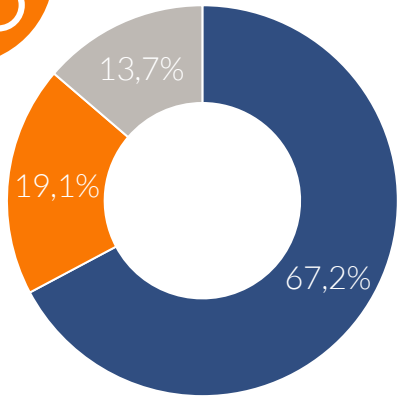
UMSÄTZE: 43,5 Mio. €



Quelle: dwif 2022

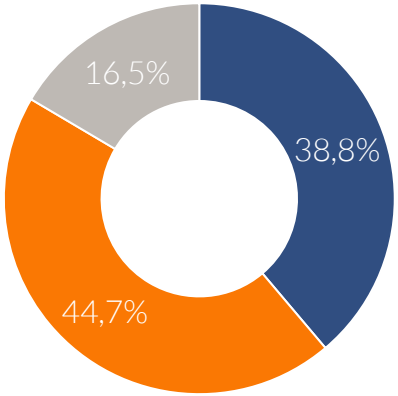
dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Direkte Profiteure des Radtourismus

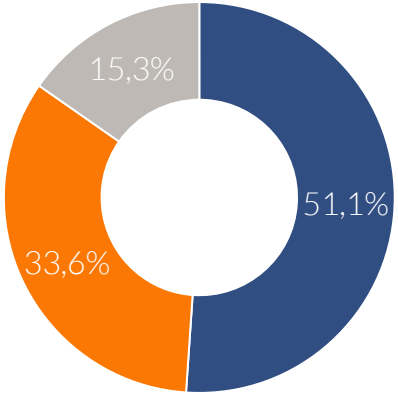


Übernachtungen
18,8 Mio. €

Tagesausflüge
24,7 Mio. €



GESAMT 43,5 Mio. €



Gastgewerbe	22,2 Mio. €
Einzelhandel	14,6 Mio. €
Dienstleistungen	6,7 Mio. €

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Direktes und indirektes Einkommen aus dem Radtourismus

BRUTTOUMSATZ
43,5 Mio. €

→

MEHRWERTSTEUER
5,1 Mio. €

↓

NETTOUMSATZ
38,4 Mio. €

→

VORLEISTUNGEN[1]
26,6 Mio. €

↓

1. UMSATZSTUFE
DIREKTES EINKOMMEN
11,8 Mio. €

↓

2. UMSATZSTUFE
INDIREKTES EINKOMMEN
8,0 Mio. €

↘ ↙

RADTOURISTISCHER EINKOMMENS-
BEITRAG INSGESAMT
19,8 Mio. €

[1] *Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. umliegende Städte und Regionen, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.*

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Beschäftigungseffekte

Bezieher*innen eines
Ø-Primäreinkommens

756 PERSONEN

radtouristisches Einkommen insgesamt
19,8 Mio. €

Ø-Primäreinkommen pro Kopf
26.206,- €[1]

Der Einkommensbeitrag von 19,8 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 756 Personen, die durch den Radtourismus im Lahntal ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 26.206,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

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

[1] *Gewichteter Wert aus den Gemeinden im Lahntal 2017, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.*

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Steueraufkommen

§

Mehrwertsteuer und Einkommensteuer

ca. 4,0 Mio. €

+

Grundsteuer
Gewerbesteuer

Allein aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer resultieren ca. 4,0 Mio. € Steueraufkommen aus dem Radtourismus, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt. Der Radtourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer oder Gewerbesteuer zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen.

Quelle: dwif 2022

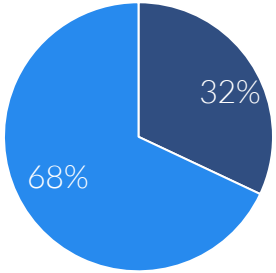
dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

ÖKONOMISCHE BEDEUTUNG DES KANUTOURISMUS IM LAHNTAL

Bildquelle: freepik

Prämissen für die Berechnungen der ökonomischen Effekte

NUTZUNGSSTRUKTUR



Für die Berechnungen der ökonomischen Effekte wurden folgende Gästegruppen berücksichtigt

- Übernachtungsgäste wie
  - Regiopaddler (Kanutouristen, die in einer festen Unterkunft übernachten und von dort aus Touren unternehmen) oder
  - Kanuwanderer (Kanutouristen, die die Lahn etappenweise befahren und ihre Unterkunft täglich wechseln) sowie
- Tagesgäste (ohne Übernachtung, mit touristischem Motiv).

DATENGRUNDLAGE

Das angegebene Volumen ist eine Hochrechnung auf Basis einer Betriebsbefragung aus dem Jahr 2022, von Zählstationen[1] sowie der unten aufgeführten Daten. Insgesamt wurden im Lahntal im Jahr 2019

- 150.000 Tagesausflüge und
- 71.200 Übernachtungen durch Kanutouristen quantifiziert.

Des weiteren wurden folgende Studien bzw. Markt-forschungen für die Quantifizierung des Ausgabeverhaltens vor Ort und die Berechnung herangezogen:

- dwif-Tagesreisenmonitor
- Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
- Wirtschaftsfaktor Tourismus für Region Lahntal 2019

Quelle: dwif 2022

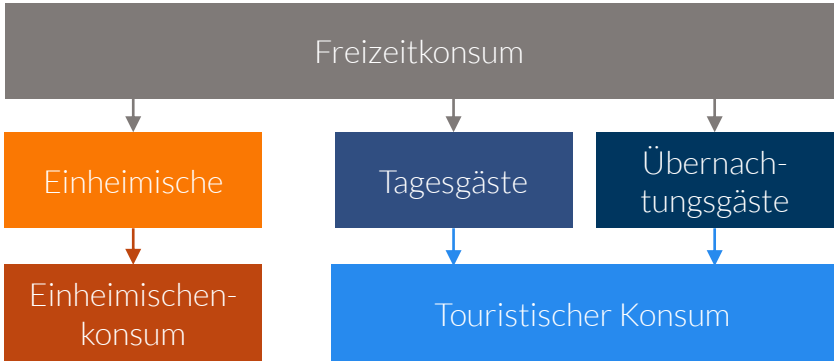
[1]Angaben des Lahntal Tourismus Verband e. V., Wetzlar 2022; Hochrechnung des dwif auf Basis gezählter Kanus und Kajaks entlang der Lahn.

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Differenzierung Tourismus und Freizeit

ABGRENZUNG DER AUSGABEN VOR ORT

Bei der vorliegenden Berechnung lag der Fokus auf der Ermittlung der ökonomischen Effekte des Kanutourismus im Lahntal.
Die ermittelten Ausgabenwerte stellen die Gesamt-ausgaben pro Tag und Besucher*in dar. Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der Kanufahrer*innen (z.B. für Gastronomie, Verpflegung mit Lebensmitteln während der Kanufahrt) wie auch Ausgaben, welche während des Aufenthalts zusätzlich anfallen (z.B. Unterkunft und Einzelhandel). Die dargestellten Ausgaben wurden sowohl ortspezifisch (im Lahntal) als auch aktivitätsspezifisch (Kanufahren) ermittelt.
Kanufahren kann der reiseauslösende Grund (Kanufahren = Reisemotiv) sein. Zum anderen kann Kanufahren aber auch als Aktivität in einem Motivbündel während einer Reise ausgeführt werden, welche durch einen anderen Anlass (z.B. der Besuch von Freunden/ Verwandten oder der Besuch einer Veranstaltung) ausgelöst wurde (Kanufahren= Reiseaktivität). Die Ergebnisse der vorliegenden Studie umfassen die Ausgaben vor Ort sowohl von Übernachtungs- als auch von Tagesgästen. Die vorliegende Untersuchung betrachtet somit nur den touristischen Konsum durch Tages- und Übernachtungsgäste. Dieser muss per Definition streng vom Einheimischenkonsum getrennt werden: sowohl bei den Nachfragevolumina, als auch bei den Ausgaben und den daraus resultierenden Umsätzen.



Quelle: dwif 2022

Aufenthaltstage und Umsätze nach Zielgruppen[1]

MARKTSEGMENT	AUFENT-HALTSTAGE	X	Ø-TAGES-AUSGABEN[2]	=	BRUTTO-UMSATZ
Übernachtungen[3]	71.200	x	72,60 €	=	5,2 Mio. €
Tagesausflüge[4]	150.000	x	18,20 €	=	2,7 Mio. €
GESAMT	221.200				7,9 Mio. €

1 *Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.*

2 *Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der Radfahrer (z.B. für Gastronomie, Verpflegung mit Lebensmittel während der Fahrt) wie auch Ausgaben, welche während des Aufenthalts zusätzlich anfallen (z.B. Unterkunft, Einzelhandel).*

3 *Hochrechnung auf Grundlage einer Betriebsbefragung aus dem Jahr 2022 durchgeführt vom dwif.*

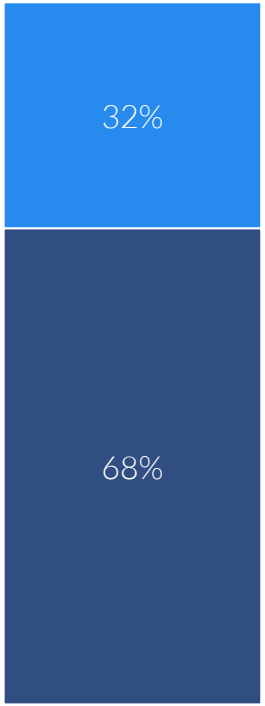
4 *Angaben des Lahntal Tourismus Verband e. V., Wetzlar 2022; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2022.*

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Bedeutung der Zielgruppen im Kanutourismus

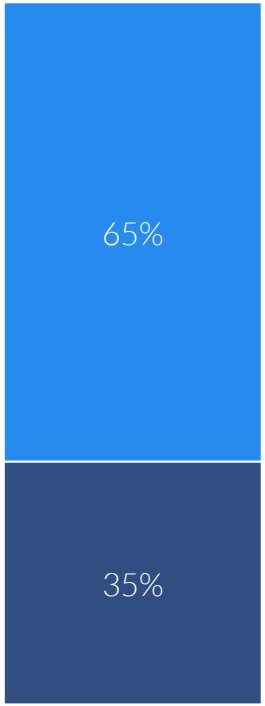
AUFENTHALTSTAGE: 221.200



Übernachtungen

Tagesausflüge

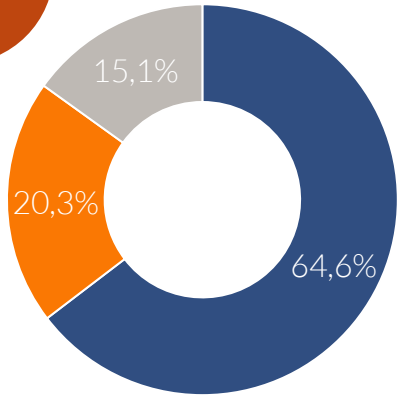
UMSÄTZE: 7,9 MIO. €



Quelle: dwif 2022

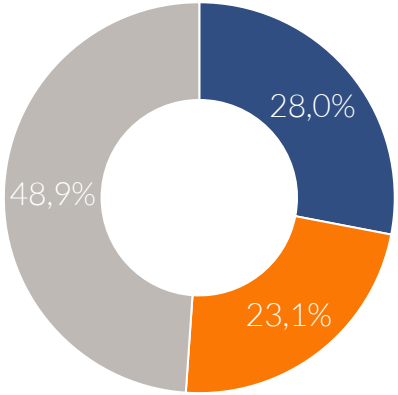
dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Direkte Profiteure des Kanutourismus

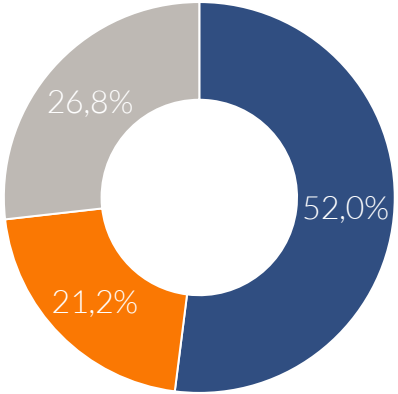


Übernachtungen
5,2 Mio. €

Tagesausflüge
2,7 Mio. €



GESAMT 7,9 Mio. €



Gastgewerbe	4,1 Mio. €
Einzelhandel	1,7 Mio. €
Dienstleistungen	2,1 Mio. €

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Direktes und indirektes Einkommen aus dem Kanutourismus

BRUTTOUMSATZ
7,9 Mio. €

→

MEHRWERTSTEUER
0,9 Mio. €

↓

NETTOUMSATZ
7,0 Mio. €

→

VORLEISTUNGEN[1]
4,6 Mio. €

↓

1. UMSATZSTUFE
DIREKTES EINKOMMEN
2,4 Mio. €

↓

2. UMSATZSTUFE
INDIREKTES EINKOMMEN
1,4 Mio. €

↘ ↙

KANUTOURISTISCHER EINKOMMENS-
BEITRAG INSGESAMT
13,8 Mio. €

[1] *Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. umliegende Städte und Regionen, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.*

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Beschäftigungseffekte

Bezieher*innen eines
Ø-Primäreinkommens

145 PERSONEN

kanutouristisches Einkommen insgesamt
3,8 Mio. €

Ø-Primäreinkommen pro Kopf
26.206,- €[1]

Der Einkommensbeitrag von 3,8 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 145 Personen, die durch den Kanutourismus im Lahntal ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 26.206,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

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

[1] *Gewichteter Wert aus den Gemeinden im Lahntal 2017, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.*

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Steueraufkommen

§

Mehrwertsteuer und Einkommensteuer

ca. 0,7 Mio. €

+

Grundsteuer
Gewerbesteuer

Allein aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer resultieren ca. 0,7 Mio. € Steueraufkommen aus dem Kanutourismus, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt. Der Kanutourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer oder Gewerbesteuer zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen.

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

DEFINITIONEN UND METHODIK

Bild: jesus-kitegoe@unsplash

Definition Tourismus

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.

Quelle: dwif 2022; in Anlehnung an UNWTO (1995)

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Tagestourismus

TAGESAUSFLUG

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).

TAGESGESCHÄFTSREISE

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“)

Ein wichtiger Aspekt ist darüber hinaus, dass Tagesreisen nur in Betracht gezogen werden, wenn die Befragten ihre Aktivitäten auch als Tagesreise empfinden und darüber berichten. Nur wenn diese subjektive „Hürde“ überwunden wird, werden Tagesreisen in die Erhebung einbezogen, andernfalls werden sie nicht erfasst.

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Ausgabeverhalten der Gäste

AUSGABEN DER ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

Ausgangspunkt sind die individuellen Ausgaben der Gäste (nachfrageseitige Datenerfassung zum Ausgabeverhalten), die entsprechend der ortsspezifischen Situation im Untersuchungsgebiet gewichtet werden.

Dabei wird eine Differenzierung nach Preiskategorien für die genutzten Unterkunftsformen vorgenommen. Hierbei nutzen wir verschiedene Datenbanken und Ergebnisse aus eigenen Grundlagenuntersuchungen.
Die ausgewiesenen Werte spiegeln somit das individuelle Ausgabeverhalten der Gäste wider.

AUSGABEN DER TAGESGÄSTE

Eine unreflektierte Übernahme veröffentlichter Ausgabenwerte für übergeordnete Regionen würde zu falschen Ergebnissen führen. Ausgangspunkte für die individuellen Berechnungen von uns für das Zielgebiet sind u. a.:

- dwif-Tagesreisenmonitor: Exklusive und kontinuierliche Primärerhebung von uns zum Tagestourismus in Deutschland seit 2016
- ortsspezifische Analysen der relevanten Freizeitangebote (z. B. Eintrittspreise, Fahrpreise)
- Plausibilitätstests u. a. anhand von Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik

Folgende Aspekte sind in der vorliegenden Untersuchung nicht berücksichtigt:

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

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Berechnungsweg

1

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

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

2

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

Hierbei werden unterschiedliche Mehrwertsteuersätze berücksichtigt. Umsätze von Privatquartieren 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 radtouristischen 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 verwenden wir individuelle, branchenspezifische Wertschöpfungsquoten.

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Berechnungsweg

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 radtouristischen Dienstleistungsqualität benötigt werden (= indirekte Einkommenseffekte).

Hierunter fallen u. a.

- die Zulieferung von Waren (z. B. Brötchen von der Bäckerei, 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 Handwerksfirmen).

5

Rad-/ Kanutouristischer Einkommensbeitrag:(EW 1 + EW 2) :

Die Summe der rad- bzw. kanutouristischen Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen bilden den gesamten Einkommensbeitrag bzw. die gesamte Wertschöpfung.

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Berechnungsweg

6

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

Durch Division des nominalen Einkommensbeitrages 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 radtouristische Nachfrage im Untersuchungsgebiet ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten. Die tatsächliche Zahl, der anteilig oder voll vom Radtourismus 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.

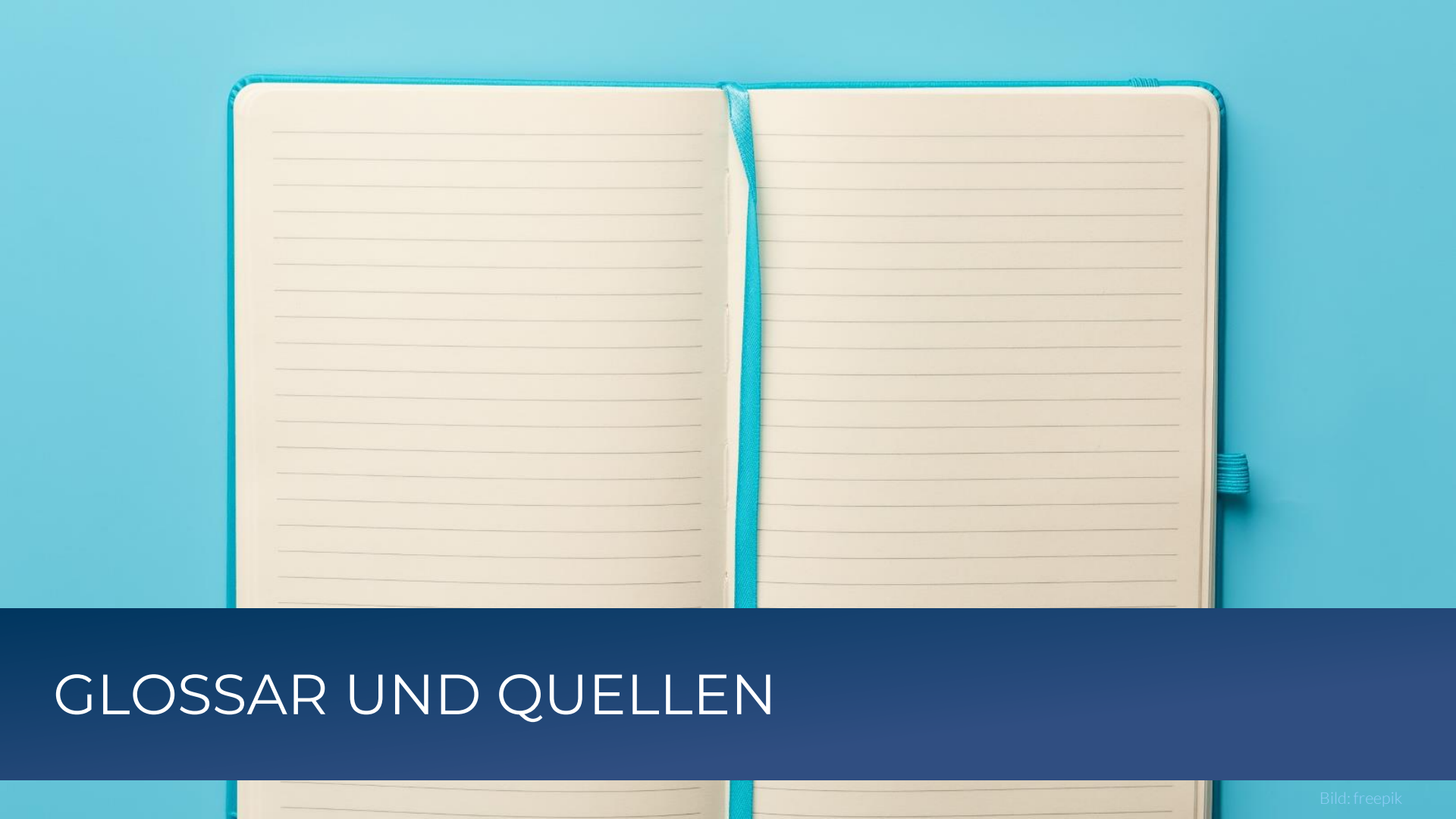
7

Steuereffekte aus den rad-/Kanutouristischen Umsätzen

Das aus dem Rad-/Kanutourismus 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), welche die Unternehmen am Ort (z. B. Fremdenverkehrsabgabe) zu tragen haben.

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS



GLOSSAR UND QUELLEN

Bild: freepik

Glossar A - E

AUFENTHALTSTAG
Bei den Berechnungen von uns 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 Ø-Tagesausgaben pro Kopf (inkl. MwSt.).

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

DIENSTLEISTUNGEN, SONSTIGE
Ausgaben der Gäste in allen Bereichen außerhalb des Gastgewerbes und des Einzelhandels, wie z. B. ÖPNV-Nutzung, Eintrittsgebühren, Inanspruchnahme von Wellnessangeboten, 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).

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Glossar E - G

EINKOMMENSEFFEKTE, DIREKT

Lassen sich aus der Ausgabenstruktur der Gäste 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 Wertschöpfung auf 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 Gaststätten-gewerbe. In der vorliegenden Studie ist die Definition jedoch nicht deckungsgleich zur Umsatzsteuerstatistik (WZ-Code 55/56), da dort beispielsweise jene Ausgaben nicht erfasst werden, die von Gästen für Übernachtungen in privaten Ferienwohnungen/Quartieren, Sanatorien oder beim Dauercamping getätigt werden. Diese sind entweder anderen WZ-Codes zugeordnet oder überhaupt nicht umsatzsteuerlich erfasst, da sie unterhalb der Steuerfreigrenze bleiben. Bei den Gastronomieumsätzen gibt es ebenso Abweichungen, da Umsätze von Gästen auch in Kiosken oder in Restaurants von Kaufhäusern, bei Bäckereien, Metzgereien, Tankstellen oder anderen Einzelhandelsgeschäften mit Gastronomieeinheiten getätigt werden. Seitens der Gäste werden diese als „Ausgaben für Verzehr von Speisen und Getränken“ betitelt und sind hier somit in den ausgewiesenen Werten

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

der Gastronomie enthalten. Seitens der Umsatzsteuerstatistik werden diese aber in anderen Wirtschaftszweigen und nicht unter Gastgewerbe verbucht (z.B. gewisse Dienstleistungen bei WZ 86 Gesundheitsleistungen).

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.

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.

Quelle: dwif 2022

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Glossar T -U

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*innen 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, Seilbahnen, Zeitungen) sowie eine

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Glossar V - W

Steuerbefreiung (0 % u. a. für Heilbehandlungen, Jugendherbergen, viele Privatquartiere, Mieten, Reha-Einrichtungen).

VERWANDTEN-, BEKANNTENBESUCHER*INNEN (AUCH VFR = "VISITS OF FRIENDS AND RELATIVES")

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 von Bäckereien, Strom vom Energieerzeuger), Bereitstellung von Dienstleistungen (z. B. Prospekte der Werbeagentur, Kredite, Versicherungen) und Investitionen in die Substanzerhaltung (z. B. Neubau bzw. Renovierung durch Handwerkerfirmen).

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. Die Wertschöpfungsquote ist hierbei der Anteil des Nettoumsatzes in Prozent, der direkt zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Die Wertschöpfungsquoten basieren z. B. auf Betriebsvergleichen für unterschiedliche Branchen (z. B. dwif-Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie), amtlichen Statistiken, in denen Kostenstrukturen für verschiedene Wirtschaftszweige ausgewiesen werden, sowie Detailerhebungen für ausgewählte Verkehrsleistungen bzw. Infrastruktureinrichtungen, die u. a. auch aus Studien von uns abgeleitet werden.

Quelle: dwif 2022

dwif WEGWEISEND IM TOURISMUS

Quellenverzeichnis

dwif-interne Studien und Datenbanken

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. 83, München 2019.

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Mecklenburg-Vorpommern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 85, München 2020.

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Thüringen, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 81, München 2017.

dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021 und 2022.

dwif (Hrsg.): Hotelbetriebsvergleich Deutschland, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 84, München 2019.

dwif (Hrsg.): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (ERV/DZT), München, mehrere Jahre.

dwif (Hrsg.): dwif-Tagesreisenmonitor, München, laufende Untersuchung und Erhebungen seit 2016.

Quelle: dwif 2022

extern verfügbare Daten

Hessisches Statistisches Landesamt : Statistische Berichte (G IV 1), Gäste und Übernachtungen im hessischen Tourismus, Wiesbaden 2022.

Lahntal Tourismus Verband e. V.: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Wetzlar 2022.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2022.

Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen: Statistische Berichte (G IV 1), Gäste und Übernachtungen im Reiseverkehr Nordrhein-Westfalens, Düsseldorf 2022.

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Statistische Berichte (G IV 1), Gäste und Übernachtungen im Tourismus, Bad Ems 2022.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.

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

Ihre Ansprechpartner*innen

MORITZ SPORER

Geschäftsfeldleiter
Ökonomische Analysen

m.sporer@dwif.de
+49/(0)89 2370 289-23

SEBASTIAN GEIGER

Senior
Consultant

s.geiger@dwif.de

+49/(0)89 2370 289-0

ISABEL KERSTEN

Junior
Consultant

i.kersten@dwif.de

+49/(0)30 757 949-0

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten © 2022 dwif.
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.