



Wirtschaftsfaktor Tourismus

für den Chiemgau 2013

Alexander Neumann
Dr. Manfred Zeiner
dwif-Consulting GmbH

Dr. Bernhard Harrer
dwif e. V.

München, Mai 2014

dwif
consulting

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2014 dwif-Consulting GmbH.
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

Inhaltsverzeichnis

- Ergebnisse der Berechnungen
 - Bedeutung der touristischen Segmente
 - Umsatzwirkungen durch den Tourismus
 - Einkommenswirkung aus dem Tourismus
 - Beschäftigungs- und Steuereffekte
- Definitionen und Methodik
 - Touristische Segmente im Überblick
 - Datenquellen
 - Berechnungsweg
- Glossar
- Impressum

Wirtschaftsfaktor Tourismus für den Chiemgau 2013

Ergebnisse

Eckdaten Chiemgau

Chiemgau (Landkreis Traunstein)	
Einwohner (Stand: 30.09.2013) ¹	170.469
Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben	4,394 Mio.
Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem (VFR) ²	nicht verfügbar
Tagesreisen	6,2 Mio.



Quelle: dwif 2014. ¹ Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Schweinfurt 2014. ² Die Übernachtungen durch Verwandte, Bekannte und Freunde in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR) können nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden. Diese war nicht Bestandteil der vorliegenden Untersuchung

Touristische Aufenthaltstage, Ausgaben und Umsätze im Chiemgau 2013¹

Segment	Aufenthaltstage	x	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Gewerbliche Betriebe ²	2,344 Mio.	x	96, ⁵⁰ €	=	226,2 Mio. €
	+				+
Privatvermieter ³	1,2 Mio.	x	80, ³⁰ €	=	96,4 Mio. €
	+				+
Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten ⁴	0,85 Mio.	x	40, ⁴⁰ €	=	34,2 Mio. €
	+				+
Tagesreisen	6,2 Mio.	x	22, ²⁰ €	=	137,6 Mio. €
	=				=
GESAMT	10,594 Mio.				494,4 Mio. €

Quellen: dwif 2014 ¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. ² Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Schweinfurt 2014 sowie Statistiken des Chiemgau Tourismus e. V., Traunstein 2014. ³ Statistiken des Chiemgau Tourismus e. V., Traunstein 2014 sowie eigene Recherchen und Auswertungen des dwif, München 2014. ⁴ Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Schweinfurt 2014, Statistiken des Chiemgau Tourismus e. V., Traunstein 2014 sowie eigene Recherchen und Berechnungen auf Basis: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Berlin 2010; *Die Angaben sind als gerundete Werte zu verstehen.*

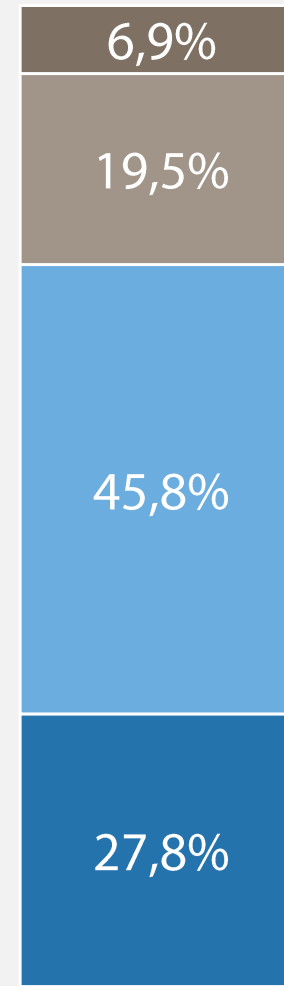
Bedeutung der touristischen Segmente im Chiemgau

Aufenthaltsstage



10,594 Mio.

Umsätze



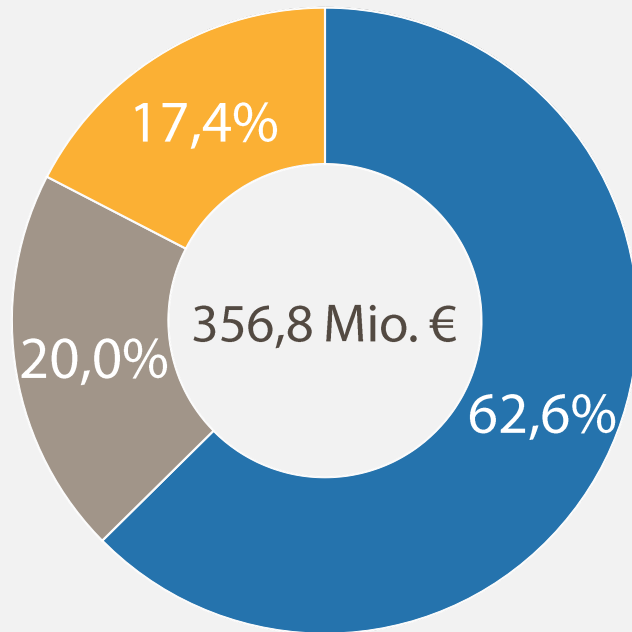
494,4 Mio. €

Quelle: dwif 2014.

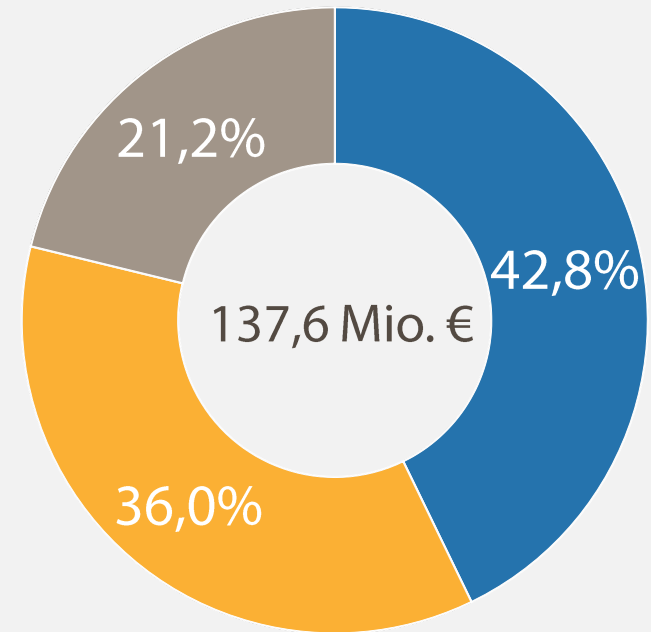
Direkte Profiteure des Tourismus im Chiemgau

Übernachtungsgäste versus Tagesreisen

- Übernachtungsgäste -



- Tagesreisen -

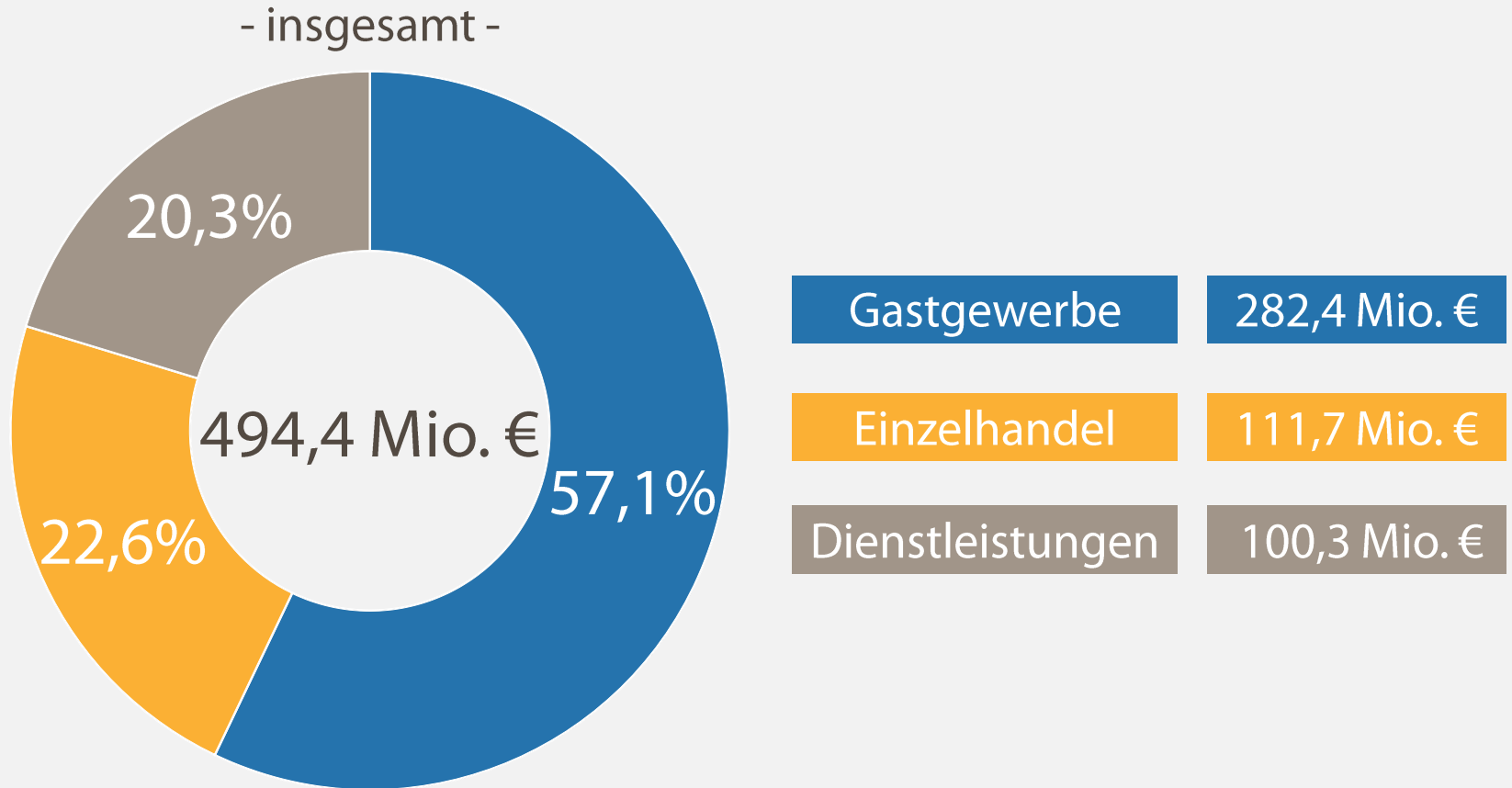


Gastgewerbe

Einzelhandel

Dienstleistungen

Direkte Profiteure des Tourismus im Chiemgau insgesamt



Ableitung der direkten und indirekten touristischen Einkommenswirkungen

Bruttoumsatz
494,4 Mio. €

Mehrwertsteuer
52,2 Mio. €

Nettoumsatz
442,2 Mio. €

Vorleistungen¹
286,7 Mio. €

1. Umsatzstufe
direktes Einkommen
155,5 Mio. €

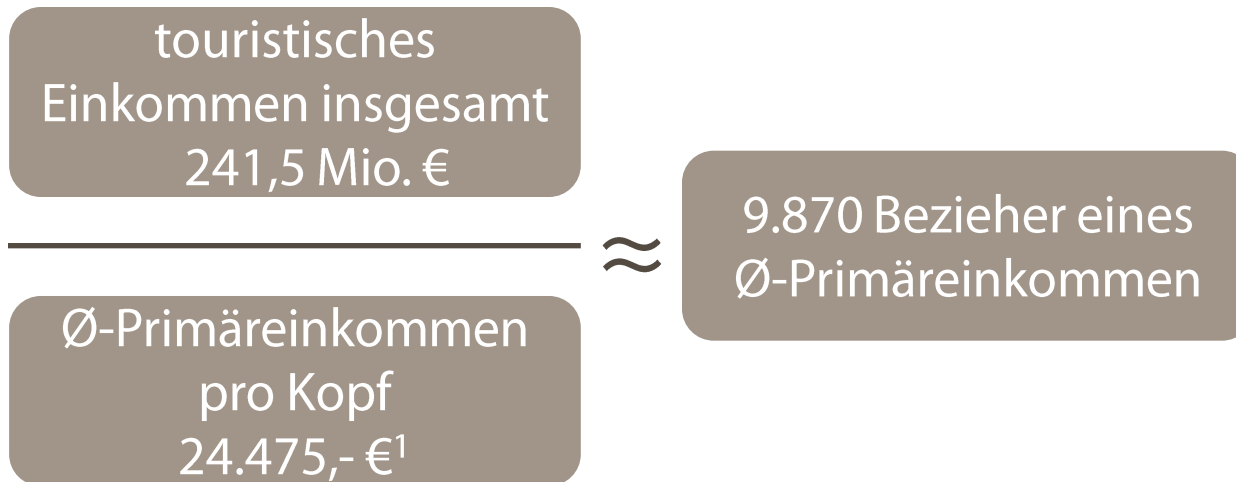
2. Umsatzstufe
indirektes Einkommen
86,0 Mio. €

relativer touristischer Beitrag
zum Primäreinkommen
5,8 %

touristischer Einkommensbeitrag
insgesamt
241,5 Mio. €

Quelle: dwif 2014. ¹ Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. Anteil für Landkreis Traunstein, Rest Bayern, sonstiges Deutschland, Ausland), kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

Beschäftigungseffekte durch den Tourismus



Der Einkommensbeitrag von 241,5 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund **9.870 Personen**, die durch die touristische Nachfrage im Chiemgau ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 24.475,- €) pro Kopf beziehen. Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus im Chiemgau beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwändige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufer im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Gäste etc.).

Steueraufkommen und -einnahmen durch den Tourismus



Alleine aus **Mehrwertsteuer + Einkommensteuer** resultieren **ca. 47,6 Mio. €** Steueraufkommen aus dem Tourismus im Chiemgau, welches jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt.

Die den Kommunen des Chiemgau zufließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen lassen sich nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) und durch jeweils ortsspezifische Berechnungen ermitteln.

Untersuchungen des dwif¹ zeigten, dass den Kommunen durchschnittlich zwischen **einem und mehr als drei Prozent** der **touristischen Nettoumsätze** als Steuereinnahmen aus dem Tourismus zufließen.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Definitionen und Methodik

Definition Tourismus

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) wird Tourismus wie folgt definiert:

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

Tourismus

Übernachtungsreisen

(in Betrieben sowie VFR)

Freizeit-/Urlaubs-/
Kur-/Wellnessreisen
usw.

Geschäftsreisen

Tagesreisen

Tagesausflüge

Tagesgeschäftsreisen

Abgrenzung des Übernachtungs- und Tagestourismus

Übernachtungstourismus

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

Das dwif berücksichtigt grundsätzlich:

- Gewerbliche Betriebe ≥ 10 Betten
- Privatquartiere < 10 Betten
- Touristik- und Dauercamping

Sondersegmente, die bei Bedarf erhoben bzw. herangezogen werden:

- Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem (VFR)¹
- Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen
- Freizeitwohnsitze, Bootsliegeplätze etc.

Tagestourismus

Einen **Tagesausflug** beschreibt jedes Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das...

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

Eine **Tagesgeschäftsreise** bezeichnet 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“)

Quelle: dwif 2014 ¹ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen (sog. Sofatourismus) kann nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden.

In der Studie unberücksichtigte Faktoren

Folgende Aspekte sind in der vorliegenden Untersuchung nicht berücksichtigt:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet (z. B. Benzinkosten, Bahn-/Flugticket)
- Ausgaben der Touristen für Reisevor- und -nachbereitung (z. B. neuer Koffer, Urlaubsbilder)
- Umsätze und Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z. B. Taxi zum Bahnhof/Flughafen, Buchung im Reisebüro, Einkäufe für die Reise)
- Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld
- Sondersegmente wie Bootsanlieger/Hausboote oder ähnliche Freizeitunterkünfte sowie Zweitwohnsitze

Datenquellen

Externe Daten

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

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

Quelle: dwif 2014

dwif-interne Daten

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

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

Volumen – Übernachtungsgäste

Gewerbliche Übernachtungen \geq 10 Betten

Die gewerblichen Übernachtungen liefert (in der Regel) die amtliche Beherbergungsstatistik. Die einzelnen Betriebstypen (u. a. Hotellerie, Jugendherbergen, Reha-Kliniken) werden gesondert ausgewiesen und vom dwif auf Plausibilität geprüft.

Privatvermieter < 10 Betten

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

Touristik- und Dauercamping

Angaben zu Übernachtungen auf Touristikstellplätzen liefern normalerweise die amtliche Statistik sowie Recherchen und Berechnungen des dwif. Zur Bestimmung aller Campingübernachtungen erhebt das dwif die Anzahl der verfügbaren Dauerstellplätze. Übernachtungen auf diesen basieren auf Hochrechnungen des dwif sowie Einschätzungen der Akteure vor Ort.

Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen

Die Bestimmung der Übernachtungen in diesem Segment erfolgt auf Basis von Zulieferungen des Auftraggebers (Anzahl Stellplätze / verkaufte Parktickets etc. / wenn möglich Übernachtungszahlen) oder auf Detailrecherchen des dwif. Die Übernachtungen können dann u. a. auf Basis von Grundlagenstudien des dwif zum Campingmarkt in Deutschland hochgerechnet werden.

Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem (VFR) – nicht verfügbar –

Dieses Segment wird durch eine repräsentative Haushaltsbefragung im Untersuchungsgebiet ermittelt.

Volumen – Tagesreisende

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

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

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

! Bei der Ermittlung des Tagestourismus werden weder zeitliche (Reisedauer in h) noch entfernungsbezogene (Distanz in km) Einschränkungen vorgenommen und somit alle Tagesreisen erfasst! !

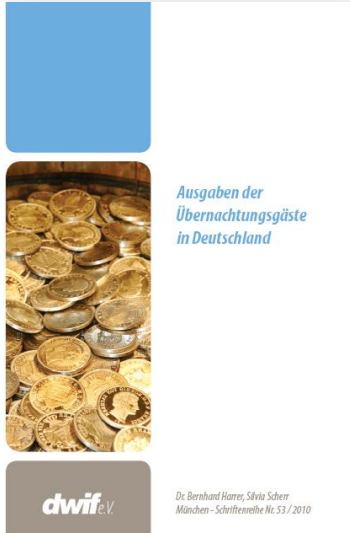
Tagesausgaben der Gäste

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

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

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

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



Berechnungsweg

1

Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)

$$\text{Nachfrageumfang} \times \text{Tagesausgaben} = \text{Bruttoumsatz}$$

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

2

Nettoumsätze (exkl. MwSt.)

$$\text{Bruttoumsatz} - \text{Mehrwertsteuer} = \text{Nettoumsatz}$$

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

3

Einkommenswirkungen der ersten Umsatzstufe (EW 1)

$$\text{Nettoumsatz} \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW 1}$$

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.

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 touristischen Dienstleistungsqualität benötigt werden (= indirekte Einkommenseffekte). Hierunter fallen u. a. die Zulieferung von Waren (z. B. Brötchen vom Bäcker, Strom vom Energieversorger), die Bereitstellung von Dienstleistungen (z. B. Prospekte von der Werbeagentur, Versicherungen, Bankkredite) und Investitionen in die Substanzerhaltung (z. B. Neubau bzw. Renovierungsarbeiten durch Handwerker).

5

Touristischer Einkommensbeitrag

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

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

Berechnungsweg

6

Beschäftigungswirkung

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

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

7

Steuereffekte aus den touristischen Umsätzen

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

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Glossar, Quellen, Impressum

Glossar A – D

Aufenthaltstag

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

Ausgabenstruktur

Differenzierung der Ausgaben pro Person und Tag nach Unterkunft, Verpflegung, Lebensmitteleinkäufen, Einkäufen sonstiger Waren, Freizeit-/Unterhaltung, lokalem Transport und sonstigen Dienstleistungen.

Bruttoumsatz

Der Bruttoumsatz ergibt sich aus der Multiplikation des Nachfrageumfanges mit den durchschnittlichen Tagesausgaben pro Kopf (inkl. Mehrwertsteuer).

Campingtourismus

Touristikcamper und Dauercamper auf Campingplätzen. Daten zu Reisemobilisten außerhalb der Campingplätze werden zum Teil von Kommunen erfasst (z. B. über die Anzahl der Parkscheine). Verwandten- und Bekanntenbesucher von Dauercampers sind statistisch nicht erfasst, können aber mit Hilfe von belastbaren Kennziffern ermittelt werden.

Dienstleistungen, sonstige

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

Glossar E – G

Einkommensbeitrag des Tourismus

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

Einkommenseffekte, direkt

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

Einkommenseffekte, indirekt

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

Einzelhandel

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

Gastgewerbe

Oberbegriff für das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe.

Glossar G – P

Gewerbliche Beherbergungsbetriebe

Alle Beherbergungsstätten mit 10 oder mehr Betten. Die Daten werden in der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst, in der beispielsweise auch Vorsorge- und Rehakliniken oder Campingplätze enthalten sind. Bei den Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus werden die Campingbetriebe jedoch getrennt von den übrigen gewerblichen Beherbergungsbetrieben betrachtet.

Mehrwertsteuer

Vgl. hierzu die Ausführungen zur Umsatzsteuer.

Nettoumsatz

Ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz.

Primäreinkommen

Einkommen der privaten Haushalte (einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck) aus Erwerbstätigkeit und Vermögen: Arbeitnehmerentgelt, Einkommen der Einzelunternehmen und 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.

Glossar P – U

Tagesausgaben

Die Gesamtsumme der pro Person und Tag je Aufenthaltstag getätigten Ausgaben.

Tagesreisen

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

Übernachtungsreisen

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

Glossar U – V

Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer)

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

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

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

Vorleistungen

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

Glossar – Z

Wertschöpfung (auch Einkommen)

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

Wertschöpfungsquote

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

Quellen

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

Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung: Statistische Berichte – Der Tourismus in Bayern, Schweinfurt 2014.

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.

Chiemgau Tourismus e. V.: Statistiken, Auskünfte und Datenmaterial, Traunstein 2014.

Quellen

Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Hrsg.): Beherbergung im Reiseverkehr in Schleswig-Holstein, Hamburg 2014.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2014.

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 Landkreisen 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 N° 2, Collection of Tourism Expenditure Statistics, 1995.



Impressum

Herausgeber

dwif-Consulting GmbH / dwif e. V.
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon +49(0)89 / 237 028 90
Fax +49(0)89 / 237 028 99
E-Mail info@dwif.de

Bearbeitung

Dr. Manfred Zeiner
Geschäftsführer
dwif-Consulting GmbH
E-Mail: m.zeiner@dwif.de

Alexander Neumann
Consultant
dwif-Consulting GmbH
E-Mail: a.neumann@dwif.de

in Kooperation mit dwif e. V.

Dr. Bernhard Harrer
Vorstand dwif e. V.
E-Mail: b.harrer@dwif.de