



Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Destination Bergstraße-Odenwald

Touristische Umsätze

Wertschöpfung

Effekte auf dem Arbeitsmarkt

Beitrag zum Volkseinkommen

Entwicklung Odenwald

**ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH**
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Fon (02 21) 98 54 95 01
Fax (02 21) 98 54 95 50
info@ift-consulting.de

**ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH**
Gutenbergstraße 74
14467 Potsdam
Fon (03 31) 2 00 83 40
Fax (03 31) 2 00 83 46

www.ift-consulting.de

Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Destination Bergstraße-Odenwald

Touristische Umsätze

Wertschöpfung

Effekte auf dem Arbeitsmarkt

Beitrag zum Volkseinkommen

Entwicklung Odenwald

Köln, den 8.9.2020

Ihre Ansprechpartner:

Jan-F. Kobernuß
Geschäftsführer *ift* GmbH
(02 21) 98 54 95 03
kobernuss@ift-consulting.de

Julia Baltin
Consultant
(02 21) 98 54 95 06
baltin@ift-consulting.de

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Fon (02 21) 98 54 95 01
Fax (02 21) 98 54 95 50
info@ift-consulting.de

www.ift-consulting.de

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	4
1. Kernergebnisse der wirtschaftlichen Effekte durch den Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald	6
2. Das Tourismusaufkommen in der Destination Bergstraße-Odenwald	7
3. Umsätze durch Tages- und Übernachtungstourismus	9
3.1 Übernachtungstourismus	9
3.2 Tagestourismus	11
3.3 Zusammenfassung	12
4. Darstellung der Einkommenseffekte	14
4.1 Einkommenswirkungen der 1. Umsatzstufe	16
4.2 Einkommenswirkungen der 2. Umsatzstufe	17
4.3 Einkommenswirkungen des Tourismus insgesamt	18
5. Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen	19
6. Arbeitsmarkteffekte	21
7. Kommunale und steuerliche Effekte	23
8. Überprüfung Zielvorgabe 2015 für die ehemalige länderübergreifende Destination Odenwald	24

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Untersuchungsgebiet Destination Bergstraße-Odenwald	4
Abbildung 2: Umsätze durch Übernachtungsgäste in der Destination Bergstraße-Odenwald	9
Abbildung 3: Umsätze durch Tagesreisende in der Destination Bergstraße-Odenwald	11
Abbildung 4: Verteilung der Bruttoumsätze nach Branchen	13
Abbildung 5: Die Wertschöpfung im Überblick	14
Abbildung 6: Wertschöpfung der 1. Umsatzstufe in der Destination Bergstraße-Odenwald	16
Abbildung 7: Wertschöpfung 2. Umsatzstufe in der Destination Bergstraße-Odenwald	17
Abbildung 8: Wertschöpfung insgesamt in der Destination Bergstraße-Odenwald	18

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Tourismusaufkommen Destination Bergstraße-Odenwald	8
Tabelle 2: Aufenthaltstage, Tagesausgaben und Bruttoumsatz je Segment	12
Tabelle 3: Ermittlung des Volkseinkommens in der Destination Bergstraße-Odenwald	19
Tabelle 4: Anteil des Tourismus am Volkseinkommen in der Destination Bergstraße-Odenwald	20
Tabelle 5: Arbeitsmarkteffekte durch Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald	22
Tabelle 6: Berechnung der kommunalen Steuereinnahmen durch Tourismus	23
Tabelle 7: Bedeutung des Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald nach Teilregionen im Jahr 2019	24
Tabelle 8: Bedeutung des Tourismus im Odenwald im Vergleich 2019-2014	25

Vorbemerkung

Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Destination Bergstraße-Odenwald. Als Querschnittsbranche hat er hohe Breitenwirkung, denn von den Ausgaben der Touristen profitieren viele Branchen. Neben den Anbietern touristischer Kernleistungen wie Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitbetrieben sind dies direkt oder indirekt auch Landwirtschaft, Handwerk, Einzelhandel, Transportunternehmen und weitere Anbieter der Dienstleistungsbranche.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus wird nachfrageorientiert ermittelt. Entsprechend sind Daten über die Anzahl von Übernachtungs- und Tagesgästen sowie die Ausgaben pro Tag Voraussetzungen für die Berechnungen.

Auf diese Weise kann dann der touristisch bedingte Umsatz in einem bestimmten Gebiet berechnet werden, der Basis für die Berechnung des Beitrags des Tourismus zum Volkseinkommen und der Anzahl der vom Tourismus abhängigen Arbeitsplätze ist.

Vor diesem Hintergrund hat die IHK Darmstadt Rhein Main Neckar in Kooperation mit der Odenwald Tourismus GmbH und dem DEHOGA Hessen als Impulsgeber bereits im Jahr 2015 die Analyse der touristischen Wertschöpfung für die länderübergreifende Destination Odenwald in Auftrag gegeben. Im Ergebnis der Analyse wurde das Ziel „Eine Milliarde Umsatz durch Tourismus im Jahr 2019“ im Odenwald definiert.

Abbildung 1: Untersuchungsgebiet Destination Bergstraße-Odenwald



Quelle: Eigene Darstellung ift GmbH; Kartengrundlage: GfK GeoMarketing

Im Rahmen der nun vorliegenden Studie wurde zunächst die **wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald**, die aus dem Zusammenschluss der bislang eigenständig agierenden Destinationen Bergstraße und Odenwald entstanden ist (siehe Abbildung 1), für das Jahr 2019 untersucht. Die Region erstreckt sich über 95 Kommunen in acht Stadt- und Landkreisen und drei Bundesländern (Abgrenzung des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen).

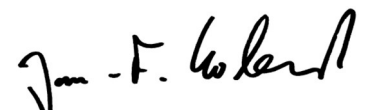
Mit der Analyse der touristischen Wertschöpfung wurde erstmals eine aktuelle Datenbasis für die **Gesamtdestination Bergstraße-Odenwald** geschaffen, die Umfang, Wirkungen und Bedeutung des Tourismus detailliert darstellt. Sie liefert auf den folgenden Seiten Daten zu folgenden Aspekten:

- ▶ Quantifizierung der Nachfrage in den verschiedenen Segmenten des Tourismusmarktes,
- ▶ Ausgabeverhalten der Gäste in unterschiedlichen Marktsegmenten,
- ▶ die daraus resultierenden Brutto- und Nettoumsätze,
- ▶ profitierende Wirtschaftszweige,
- ▶ direkte und indirekte Einkommenswirkungen,
- ▶ Beschäftigungseffekte durch die touristische Nachfrage und schließlich
- ▶ fiskalische Effekte.

Im zweiten Schritt wurde zudem für die Teilregion **Odenwald** die Entwicklung der wirtschaftlichen Effekte untersucht und die **Zielerreichung** seit 2015 **überprüft**.

Die Ergebnisse der Untersuchungen legen wir hiermit vor.

Köln, den 8.9.2020



Jan-F. Kobernuß, Geschäftsführer



Julia Baltin, Consultant

1. Kernergebnisse der wirtschaftlichen Effekte durch den Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald

Tourismus in der **Destination Bergstraße-Odenwald** bedeutet, berechnet für das Jahr **2019**,

- ▶ 4,4 Millionen Übernachtungen in gewerblichen Betrieben (Betriebe ab zehn Betten),
- ▶ rund 571.000 Übernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben,
- ▶ 757.000 Übernachtungen durch Camper und Reisemobilisten,
- ▶ 4,1 Millionen private Übernachtungen bei Freunden, Bekannten und Verwandten,
- ▶ rund 39,2 Millionen Tagesausflüge,
- ▶ 2,1 Milliarden Euro Bruttoumsatz.

Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald

- ▶ schafft rechnerisch rund 28.600 tourismusinduzierte Beschäftigungsverhältnisse,
- ▶ trägt mit 3,3 % zum Volkseinkommen bei,
- ▶ erbringt durchschnittlich rund 50 Millionen Euro Steuereinnahmen pro Jahr für die kommunalen Haushalte,
- ▶ ist ein wichtiger Imagefaktor,
- ▶ ist zugleich ein harter und ein weicher Standortfaktor,
- ▶ wirkt positiv auf andere Branchen,
- ▶ verbessert die Lebensqualität für die Einheimischen (mehr Gastronomie-, Freizeit- und Kulturangebote durch die zusätzliche touristische Nachfrage).

Der Tourismus trägt damit wesentlich zur wirtschaftlichen Entwicklung, zum Ansehen und zur Lebensqualität der Gesamtdestination Bergstraße-Odenwald bei.

2. Das Tourismusaufkommen in der Destination Bergstraße-Odenwald

Die Datengrundlage zum Tourismusaufkommen in Deutschland ist durch zahlreiche Grundlagenstudien recht gut. Es liegen Daten zu allen relevanten Bereichen des Tourismus vor. Dazu zählen:

- ▶ Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben ab zehn Betten,
- ▶ Übernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben mit neun oder weniger Betten (z. B. Privatquartiere, Ferienwohnungen),
- ▶ Übernachtungen auf Campingplätzen, sowohl von Touristcamping als auch von Dauercamping,
- ▶ Übernachtungen von Reisemobilisten, die außerhalb von Campingplätzen übernachten (z. B. auf reinen Wohnmobilstandplätzen),
- ▶ Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten („Sofaturismus“),
- ▶ der gesamte Bereich der Tagesreisen, der sowohl privat motivierte Tagesausflüge als auch Tagesgeschäftsreisen einschließt.

Die Daten zum Nachfragevolumen in der Destination Bergstraße-Odenwald stammen aus den folgenden Quellen:

- ▶ Angaben zur Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben sowie auf Touristcampingstellplätzen beruhen auf Daten aus der amtlichen Statistik der drei Bundesländer,
- ▶ Angaben zum Übernachtungsvolumen in nicht-gewerblichen Beherbergungsbetrieben sowie zum Dauer- und Reisemobilcamping wurden auf Basis von eigenen Recherchen zu Stellplatzkapazitäten sowie mittels branchenüblicher Kennwerte berechnet,
- ▶ das Tagesreisevolumen wurde auf Basis der Studie Wirtschaftsfaktor Tourismus Odenwald aus dem Jahr 2015 sowie für den Teil der ehemaligen Destination Bergstraße auf Basis der Tagesreisestudie des dwif aus dem Jahr 2013 berechnet,
- ▶ die Nachfrage im VFR-Tourismus (Visiting Friends and Relatives = Verwandten- und Bekanntenbesuche) wurde auf Basis von Kenndaten vergleichbarer Destinationen und der aktuellen Anzahl der Haushalte in der Destination Bergstraße-Odenwald berechnet.

Die **Daten zur touristischen Nachfrage in der Destination Bergstraße-Odenwald** sind in der nachfolgenden Tabelle zusammengefasst.

Tabelle 1: Tourismusaufkommen Destination Bergstraße-Odenwald

Segment	Anzahl Aufenthaltstage im Jahr 2019
Gewerbliche Betriebe ¹	4.396.000
Betriebe < 10 Betten ²	571.000
Camping und Reisemobilisten ³	757.000
VRF-Besuche ⁴	4.129.000
Tagesreisen ⁵	39.231.000
GESAMT	49.083.000

Quelle: Eigene Darstellung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen; Werte gerundet.

Die Destination Bergstraße-Odenwald verzeichnete 2019 insgesamt rund **49,1 Millionen Aufenthaltstage** durch Touristen. Davon entfallen 9,9 Millionen auf den Übernachtungstourismus (20 %) und 39,2 Millionen Aufenthaltstage auf den Tagestourismus (80 %).

-
- 1 Statistische Landesämter Hessen, Baden-Württemberg und Bayern 2020.
 - 2 Eigene Berechnung *ift* GmbH auf Basis eigener Recherchen und Sekundärquellen zu Kleinstbetrieben und Privatvermietern in den zugehörigen Gemeinden der Destination Bergstraße-Odenwald 2020 (ermitteltes Bettenangebot in Betrieben < 10 Betten: 6.253, Annahme einer durchschnittlichen jährlichen Bettenauslastung von 25 %).
 - 3 Statistische Landesämter Hessen, Baden-Württemberg und Bayern 2020 sowie eigene Berechnung *ift* GmbH auf Basis Anzahl Dauercampingstellplätze sowie Reisemobilstellplätzen laut Gastgeberverzeichnis und Buchungsplattform Bergstraße-Odenwald sowie eigenen Recherchen *ift* GmbH und durchschnittlich 180 Übernachtungen je Dauercampingstellplatz und 156 Übernachtungen auf offiziellen Reisemobilstellplätzen außerhalb von Campingplätzen (vgl. dwif-Studie (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, 2018).
 - 4 Eigene Berechnung *ift* auf Basis der Anzahl der Haushalte in den Gemeinden der Destination Bergstraße-Odenwald (Quelle: GfK RegioGraph 2020) sowie der Anzahl der Übernachtungen pro Haushalt (9,3 Übernachtungen pro Haushalt gemäß Berechnungen *ift* GmbH), Abgleich mit Angaben zu Heidelberg aus der Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Heidelberg des dwif 2015.
 - 5 Eigene Berechnung *ift* auf Basis dwif Schriftenreihe Nr. 55: Tagesreisen der Deutschen, München 2013, S. 101 sowie Abgleich mit Angaben zu Heidelberg aus der Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Heidelberg des dwif 2015.

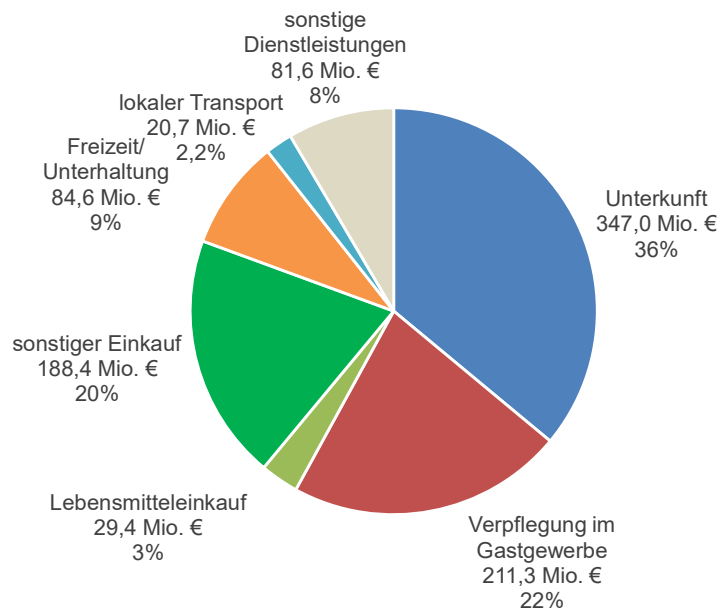
3. Umsätze durch Tages- und Übernachtungstourismus

Die Umsätze sind originärer Ausdruck der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus. Sie werden durch die Multiplikation der Aufenthaltstage mit den jeweiligen Tagespersonenausgaben der Reisenden ermittelt. Zu den Tagespersonenausgaben liegen Befragungswerte vor, die auch nach der Ausgabenart differenzieren, also beispielsweise wieviel die Gäste für die Übernachtung, in der Gastronomie oder für Einkäufe ausgegeben haben.

3.1 Übernachtungstourismus

Der Übernachtungstourismus trägt maßgeblich zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus bei. Im Durchschnitt über alle Segmente betragen die Ausgaben der Übernachtungsgäste rund 98 Euro pro Tag. Damit wurden im Jahr 2019 in der Destination Bergstraße-Odenwald durch Übernachtungsgäste insgesamt **963,0 Millionen Euro Bruttoumsatz** erwirtschaftet, die sich wie folgt auf die einzelnen Branchen verteilen. Profiteure des Tourismus sind die Beherbergungsbetriebe und die Gastronomie (58 %), der Einzelhandel (23 %) und die sonstige Dienstleistungsbranche (19 %).

Abbildung 2: Umsätze durch Übernachtungsgäste in der Destination Bergstraße-Odenwald



Quelle: Eigene Berechnung ift GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Nachfolgend werden die Ausgabepositionen aller übernachtenden Touristen näher aufgeschlüsselt:

- ▶ Übernachtungsgäste in **gewerblichen Beherbergungsbetrieben** ab zehn Betten geben in der Destination Bergstraße-Odenwald durchschnittlich insgesamt 175 Euro⁶ pro Person und Tag aus. Multipliziert man die Tagesausgaben mit den gewerblichen Übernachtungen, ergeben sich daraus in Summe Bruttoumsätze von **769,0 Millionen Euro**. Davon entfallen die größten Anteile auf die Ausgaben für Unterkunft (42 %) und die Verpflegung im Gastgewerbe (20 %).
- ▶ Im Vergleich zu den Gästen in gewerblichen Betrieben geben Gäste in **Betrieben unter zehn Betten** für die Unterkunft weniger, für die Verpflegung im Gastgewerbe und Lebensmitteleinkäufe hingegen mehr Geld aus. Dementsprechend entfallen die größten Anteile auf die Ausgaben für Unterkunft (37 %) und die Verpflegung im Gastgewerbe (29 %). Durchschnittlich betragen die Tagespersonenausgaben bei Gästen, die in der Destination Bergstraße-Odenwald in nicht-gewerblichen Betrieben übernachteten, 85 Euro⁷. Daraus resultieren Umsätze in Höhe von **48,5 Millionen Euro**.
- ▶ Die durchschnittlichen Tagesausgaben von Touristikcampern in Deutschland betragen pro Tag rund 51 Euro, von Dauercampnern rund 21 Euro und je Reisemobilist außerhalb von Campingplätzen rund 52 Euro⁸. Insgesamt werden im Bereich des **Campingtourismus** in der Destination Bergstraße-Odenwald rund **25,7 Millionen Euro** Bruttoumsatz erzielt.
- ▶ Hinzu kommen die Bruttoumsätze durch rund 4,1 Millionen **Übernachtungen bei Freunden, Verwandten oder Bekannten**. Die Tagespersonenausgaben betragen in diesem Bereich in der Destination Bergstraße-Odenwald rund 29 Euro⁹. Insgesamt werden durch Übernachtungen im VFR-Tourismus somit Umsätze von **119,8 Millionen Euro** erwirtschaftet.

⁶ Eigene Berechnung *ift* auf Basis *dwif* Schriftenreihe Nr. 53: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München 2010, S. 38, 40, 47 (Ausgaben inflationsbereinigt; Werte gerundet). Abgeglichen mit *ift*-eigenen Untersuchungen sowie Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Heidelberg des *dwif* 2015.

⁷ *dwif* Schriftenreihe Nr. 53: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München 2010, S. 78 (Ausgaben inflationsbereinigt; Werte gerundet). Abgeglichen mit *ift*-eigenen Untersuchungen sowie Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Heidelberg des *dwif* 2015.

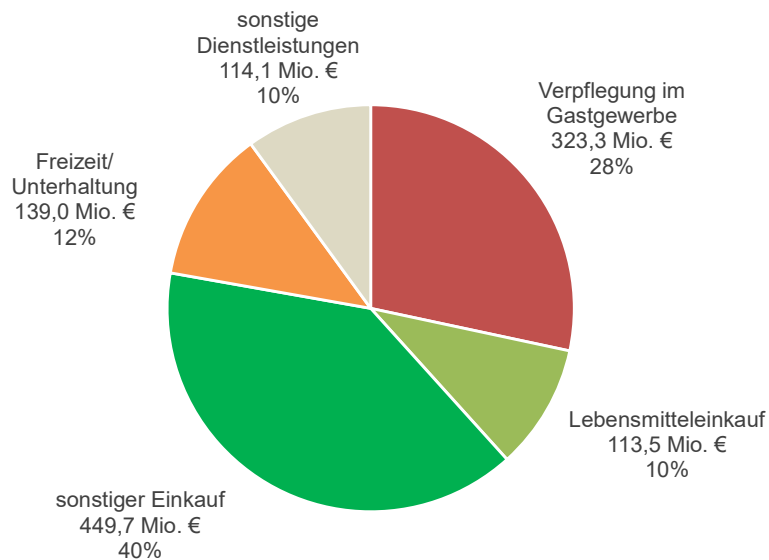
⁸ *dwif* Schriftenreihe Nr. 58: Der Campingplatz- und Reisemobiltourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, S. 23-27 (Ausgaben inflationsbereinigt; Werte gerundet).

⁹ Eigene Berechnungen *ift* GmbH auf Basis von Vergleichsregionen (Ausgaben inflationsbereinigt, Werte gerundet).

3.2 Tagestourismus

Im Bereich des Tagestourismus wird in der Destination Bergstraße-Odenwald bei Tagespersonenausgaben von 29 Euro¹⁰ und 39,2 Millionen Tagesgästen ein Bruttoumsatz von 1,14 Milliarden Euro erzielt.

Abbildung 3: Umsätze durch Tagesreisende in der Destination Bergstraße-Odenwald



Quelle: Eigene Berechnung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Davon profitieren besonders der Einzelhandel (40 % Anteil an den Bruttoausgaben der Tagesausflügler, 450 Mio. Euro) und die Gastronomie (28 %, 323 Mio. Euro).

¹⁰ dwif Schriftenreihe Nr. 55: Tagesreisen der Deutschen, München 2013, S. 99, 100, 101 (Ausgaben inflationsbereinigt; Werte gerundet). Abgeglichen mit *ift*-eigenen Untersuchungen.

3.3 Zusammenfassung

Die Gesamtsumme der durch die Touristen in der Destination Bergstraße-Odenwald generierten **Bruttoumsätze** betrug 2019 insgesamt **2,1 Milliarden Euro**, was abzüglich der Mehrwertsteuer einem Nettoumsatz von 1,84 Milliarden Euro entspricht.

Davon entfallen:

- ▶ 769,0 Millionen Euro Bruttoumsatz auf Gäste in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit zehn oder mehr Betten (37 %),
- ▶ 48,5 Millionen Euro Bruttoumsatz auf Gäste in Kleinbetrieben (2 %),
- ▶ 25,7 Millionen Euro Bruttoumsatz auf Gäste auf Camping- und Reisemobilstellplätzen (1 %),
- ▶ 119,8 Millionen Euro Bruttoumsatz auf Übernachtungen im VFR-Tourismus (6 %),
- ▶ 1,14 Milliarden Euro Bruttoumsatz auf den gesamten Bereich des Tagestourismus (54 %).

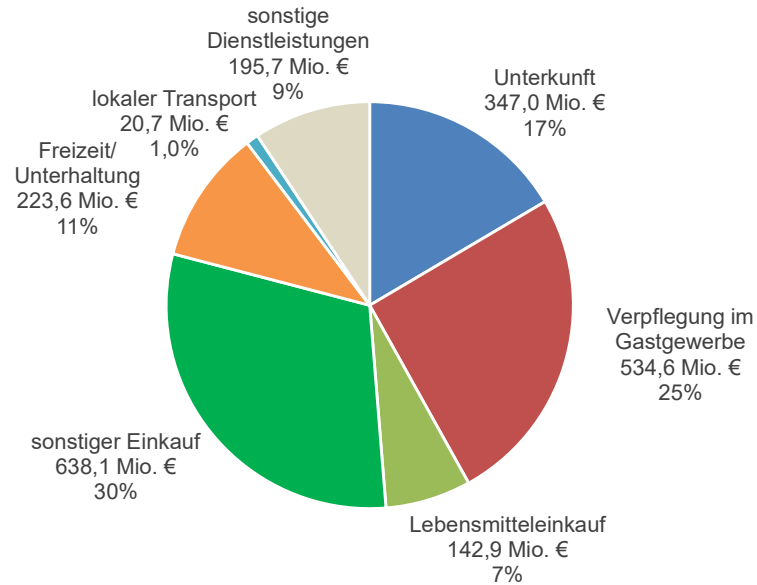
Tabelle 2: Aufenthaltstage, Tagesausgaben und Bruttoumsatz je Segment

Segment	Anzahl Aufenthaltstage im Jahr 2019	Durchschnittliche Tagespersonenausgaben	Bruttoumsatz
Gewerbliche Betriebe	4.396.000	175 €	769 Mio. €
Betriebe < 10 Betten	571.000	85 €	48 Mio. €
Camping und Reisemobilisten	757.000	34 €	26 Mio. €
VFR-Besuche	4.129.000	29 €	120 Mio. €
Tagesreisen	39.231.000	29 €	1.140 Mio. €
GESAMT	49.083.000	43 €	2.102 Mio. €

Quelle: Eigene Berechnung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege; Werte gerundet.

Auf die einzelnen Branchen verteilen sich die 2,1 Milliarden Euro wie folgt:

Abbildung 4: Verteilung der Bruttoumsätze nach Branchen



Quelle: Eigene Berechnung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

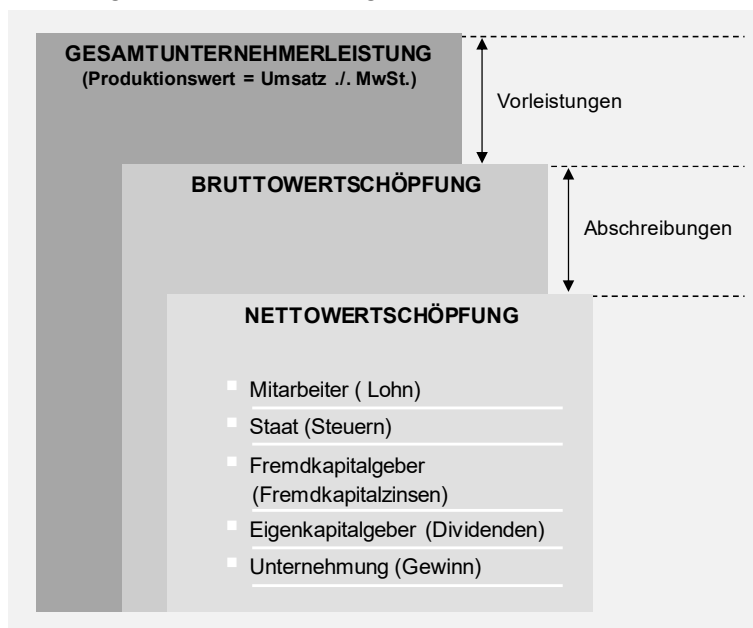
Deutlich wird hier, dass das Gastgewerbe nicht der einzige Profiteur des Tourismus ist. Auf das Gastgewerbe entfallen 42 % der Bruttoumsätze. Der Einzelhandel profitiert, insbesondere durch Tagesgäste, mit 37 % von den Ausgaben der Touristen.

4. Darstellung der Einkommenseffekte

Umsatz ist nicht gleich Einkommen, denn nur ein Teil des touristisch bedingten Umsatzes verbleibt als Gewinn, Lohn oder Gehalt in der Region. Dieser Teilbetrag wird als **Wertschöpfung** bezeichnet.

Die Wertschöpfung entspricht dem von einem Unternehmen in einer bestimmten Periode (beispielsweise in einem Geschäftsjahr) geschaffenen Wertzuwachs. Sie gilt als die am besten geeignete Größe, um die Leistung eines Unternehmens beziehungsweise einer Branche zu messen. In diesem Fall werden die Prinzipien der Wertschöpfung auf die Tourismusbranche angewandt.

Abbildung 5: Die Wertschöpfung im Überblick



Quelle: Eigene Darstellung ift GmbH.

Bei der Ermittlung der Wertschöpfung sind folgende Faktoren relevant:

- ▶ Vorleistungen sind Güter und Dienstleistungen, die nicht in der eigenen Unternehmung produziert, sondern von Dritten bezogen werden. Also zum Beispiel Warenbezüge, Energie, Versicherungen, Verbrauchsmaterial und ähnliches.
- ▶ Bei der Bruttowertschöpfung handelt es sich um die Gesamtunternehmungsleistung (Produktionswert = Umsatz abzüglich Mehrwertsteuer) abzüglich der Vorleistungen.
- ▶ Die Nettowertschöpfung errechnet sich aus der Bruttowertschöpfung abzüglich der in der Unternehmung vorgenommenen Abschreibungen. Die Nettowertschöpfung wird verteilt und fließt so wiederum in die Volkswirtschaft ein: In Form von Löhnen an das Personal, von Zinsen an die Fremdkapitalgeber, von Dividenden an die Eigenkapitalgeber und von Reingewinn an die Unternehmung (zur eventuellen Reinvestition).

Wertschöpfung ist also, wie viel Prozent des touristischen Nettoumsatzes tatsächlich als Löhne, Gehälter und Gewinne in der Region verbleiben und zu Einkommen werden.

Die **Wertschöpfungsquoten** reichen von 12 % im Lebensmitteleinzelhandel (geringer Personalkostenanteil) bis hin zu 60 % in Vorsorge- und Rehakliniken (hoher Personalkostenanteil)¹¹.

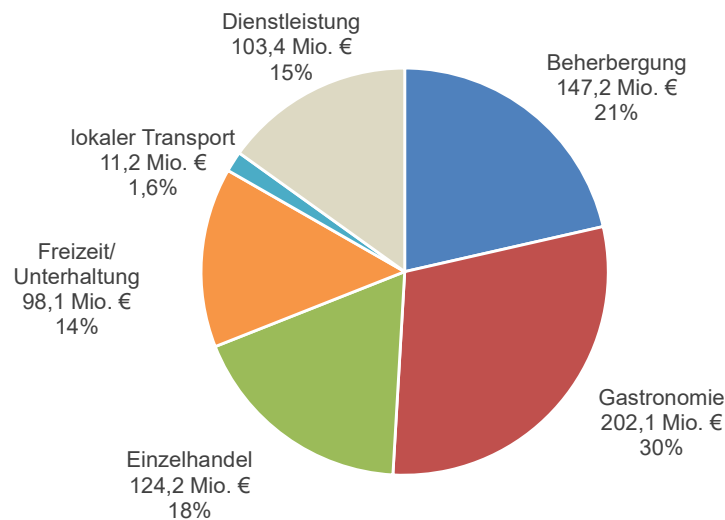
¹¹ dwif Schriftenreihe Nr. 53: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München 2010, S. 114 und dwif Schriftenreihe Nr. 49: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München 2002, S. 144.

4.1 Einkommenswirkungen der 1. Umsatzstufe

Die Wertschöpfung in der **1. Umsatzstufe** beinhaltet alle Einkommenswirkungen, die von den Ausgaben der Touristen direkt ausgehen. Die Einkommenswirkungen lassen sich aus der Multiplikation der verbleibenden Nettoumsätze mit den oben genannten Wertschöpfungsquoten ermitteln. Aus den verbleibenden Nettoumsätzen von 1,84 Milliarden Euro werden bei den Unternehmen und Dienstleistern in der Destination Bergstraße-Odenwald in Form von Personalkosten (Löhnen und Gehältern) und Gewinnen **direkte Einkommenswirkungen** in einer Größenordnung von rund **686 Millionen Euro** erzielt. Die durchschnittliche Wertschöpfungsquote beträgt in der 1. Umsatzstufe insgesamt 37 %.

51 % der direkten Wertschöpfung entfallen auf das Gastgewerbe, 31 % auf den Dienstleistungssektor und 18 % auf den Einzelhandel.

Abbildung 6: Wertschöpfung der 1. Umsatzstufe in der Destination Bergstraße-Odenwald



Quelle: Eigene Berechnung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Insgesamt entfallen an Wertschöpfung in der 1. Umsatzstufe:

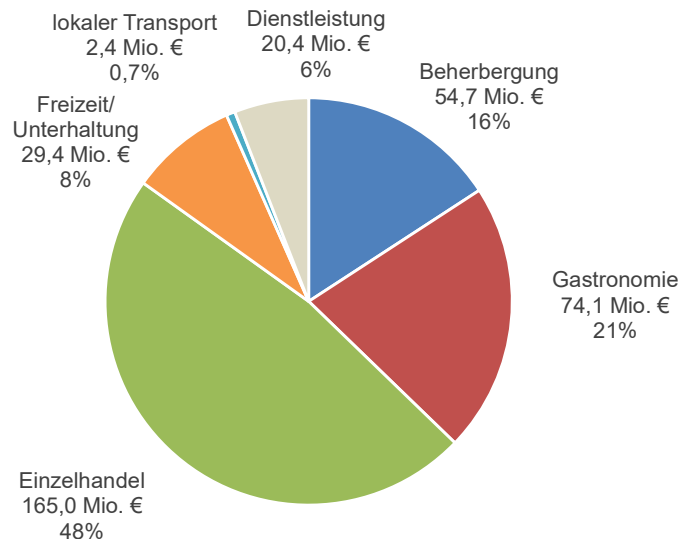
- ▶ 361,3 Millionen Euro auf den Übernachtungstourismus, mit einer Wertschöpfungsquote von 41,8 %
- ▶ 324,9 Millionen Euro auf den Tagestourismus, was einer durchschnittlichen Wertschöpfungsquote von 33,3 % entspricht.

4.2 Einkommenswirkungen der 2. Umsatzstufe

Die direkten Ausgaben der Touristen werden nur teilweise zu Einkommen. Die Differenz zwischen Nettoumsatz und Wertschöpfung der 1. Umsatzstufe wird für sogenannte Vorleistungen zum Aufbau beziehungsweise zur Aufrechterhaltung der touristischen Dienstleistungen verwendet (z. B. in Form von Wasser, Energie und Unteraufträgen wie Webseitengestaltung durch eine externe Werbeagentur oder Investitionen in Renovierungsarbeiten durch örtliche Handwerker). Da die Vorleistungsverflechtungen dieser **2. Umsatzstufe** nicht im Detail nachzuvollziehen sind, wird üblicherweise eine durchschnittliche Wertschöpfungsquote in Höhe von 30 %¹² angesetzt.

Das Volumen an Vorleistungen für die touristischen Unternehmen und Dienstleister erzeugt demnach bei diesen Lieferanten wiederum **Einkommen** in Höhe von **346,2 Millionen Euro**. Der größte Anteil der indirekten Wertschöpfung entfällt mit 48 % auf den Einzelhandel, das Gastgewerbe generiert mit 36 % gut ein Drittel.

Abbildung 7: Wertschöpfung 2. Umsatzstufe in der Destination Bergstraße-Odenwald



Quelle: Eigene Berechnung ift GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Insgesamt entfallen von der Wertschöpfung in der 2. Umsatzstufe:

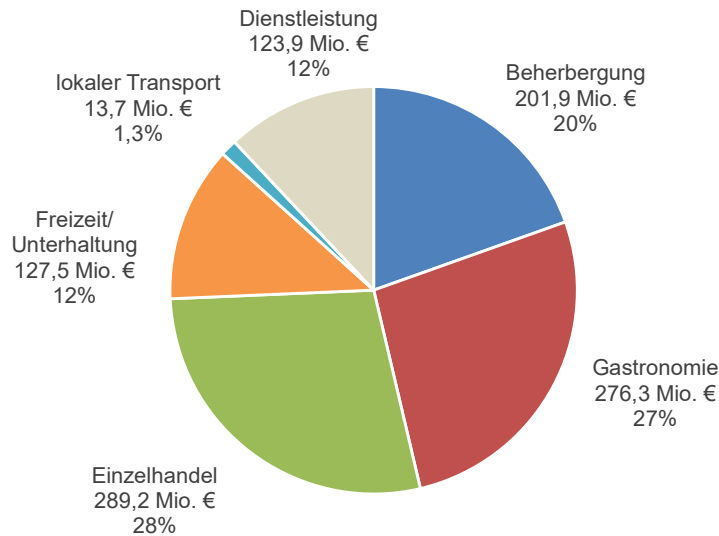
- ▶ 150,7 Millionen Euro auf den Übernachtungstourismus und
- ▶ 195,5 Millionen Euro auf den Tagestourismus.

¹² dwif Schriftenreihe Nr. 53: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München 2010, S. 118.

4.3 Einkommenswirkungen des Tourismus insgesamt

Die **gesamten Einkommenswirkungen** lassen sich durch Addition der Werte für die 1. und 2. Umsatzstufe ermitteln. Der Tourismus sorgt in der Destination Bergstraße-Odenwald also für ein touristisch induziertes Einkommen in Höhe von insgesamt **1,03 Milliarden Euro** (1. und 2. Umsatzstufe).

Abbildung 8: Wertschöpfung insgesamt in der Destination Bergstraße-Odenwald



Quelle: Eigene Berechnung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Insgesamt entfallen von der Gesamtwertschöpfung:

- ▶ 512,0 Millionen Euro auf den Übernachtungstourismus und
- ▶ 520,4 Millionen Euro auf den Tagestourismus.

Das Gastgewerbe hat daran einen Anteil von 46 % (478 Mio. Euro). Stark profitieren auch Einzelhandel (28 %, 289 Mio. Euro) sowie Unternehmen und Anbieter im Bereich Freizeit und Unterhaltung (12 %, 124 Mio. Euro).

5. Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen

Der relative Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen in der Destination Bergstraße-Odenwald lässt sich durch die Gegenüberstellung des touristischen Einkommens mit dem gesamten Volkseinkommen in der Region ermitteln.

Das durchschnittliche **Volkseinkommen pro Einwohner**¹³ betrug 2019 in Deutschland 30.834,- Euro. Eine Regionalisierung der Daten wird mittels folgender Hilfsrechnung hergeleitet:

$$\begin{aligned}
 & \text{Volkseinkommen pro Einwohner} \\
 & \times \text{Kaufkraftindex in den Stadt- und Landkreisen des Untersuchungsgebietes} \\
 & \times \text{Einwohner Untersuchungsgebiet} \\
 & = \text{Volkseinkommen Untersuchungsgebiet}
 \end{aligned}$$

Tabelle 3: Ermittlung des Volkseinkommens in der Destination Bergstraße-Odenwald

	Kennziffern	Wert
1	Volkseinkommen pro Einwohner	30.834 €
2	Ø-Kaufkraftindex Stadt- und Landkreise Destination Bergstraße-Odenwald ¹⁴	103,3 %
3	Volkseinkommen pro Einwohner (= Zeile 1 x Zeile 2)	31.849 €
4	Einwohner Destination Bergstraße-Odenwald	971.840
5	Volkseinkommen Destination Bergstraße-Odenwald	30,95 Mrd. €

Quelle: Eigene Berechnung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Das Volkseinkommen entspricht der **Wertschöpfung**. Der Anteil der touristischen Wertschöpfung am Volkseinkommen (= gesamte Wertschöpfung) kann nunmehr durch einfache Division der touristischen Wertschöpfung durch die gesamte Wertschöpfung ermittelt werden.

Der Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen beträgt in der Destination Bergstraße-Odenwald insgesamt rund **3,3 %**.

¹³ Vgl. „Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder“, Entstehung, Verteilung und Verwendung des Bruttoinlandsprodukts 2019, Statistisches Bundesamt (Destatis) 2020.

¹⁴ Der Kaufkraftindex in den Stadt- und Landkreisen des Untersuchungsgebiets reicht von 92,2 % im Odenwaldkreis bis 109,8 % im Landkreis Heilbronn (Quelle: MB-Research: Kaufkraft 2019 in Deutschland, Nürnberg 2020).

Tabelle 4: Anteil des Tourismus am Volkseinkommen in der Destination Bergstraße-Odenwald

Kennziffern	Wert
Volkseinkommen gesamt	30,95 Mrd. €
Touristische Wertschöpfung in Milliarde Euro	1,03 Mrd. €
Anteil des Tourismus am Volkseinkommen	3,3 %

Quelle: Eigene Berechnung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Dieser Wert liegt in etwa im Bundesdurchschnitt. In touristisch sehr stark geprägten Regionen mit geringer Einwohnerzahl liegt der Anteil des Tourismus am Volkseinkommen auch schon einmal im niedrigen zweistelligen Prozentbereich, in touristisch stark geprägten Orten oder Kurorten bei rund 30 % bis 60 %, in bevölkerungsstarken Regionen mit geringer touristischer Nachfrage deutlich unter 2 %.

Die ländlich geprägte Uckermark mit einer der geringsten Einwohnerdichten in Deutschland kommt hier z. B. auf gut 6 % Anteil am Volkseinkommen und damit auf einen höheren Wert als das Baugewerbe. Im vergleichsweise dicht besiedelten Nordrhein-Westfalen liegt der Anteil am Volkseinkommen bei etwa 3,5 %. Auf Bundesebene trägt der Tourismus zu etwa 2 bis 4 % zum Volkseinkommen bei.

Nicht berücksichtigt sind dabei wirtschaftliche Effekte durch touristische Aktivität der Bewohner der Regionen selbst, die innerhalb der Wohngemeinde zu Umsätzen führen sowie Umsätze für Reisen mit Zielen außerhalb des Untersuchungsgebietes (z. B. Auslandsreisen). Ebenfalls nicht berücksichtigt sind Einkommen von Beschäftigten in Reisebüros, die durch den Einkauf von Reisebedarf generierte Wertschöpfung oder die Effekte durch regionsansässige Reiseveranstalter.

6. Arbeitsmarkteffekte

Auf Basis der ermittelten Umsatzeffekte kann die Zahl der in Abhängigkeit vom Tourismus Beschäftigten näherungsweise ermittelt werden. Eine exakte Berechnung ist nicht möglich, da der Tourismus eine Querschnittsbranche ist und viele Wirtschaftszweige nur partiell auf dem touristischen Markt agieren, wie etwa im Falle des Gaststättengewerbes, das auch einheimische Gäste versorgt. Aus diesem Grund kann lediglich ein rechnerisches Äquivalent an Vollarbeitsplätzen ermittelt werden. Hierzu können unterschiedliche methodische Ansätze verwendet werden.

Dazu wird im ersten Schritt wie folgt gerechnet:

- ▶ Berechnungsgrundlage sind die von den Touristen ausgehenden absoluten Einkommenswirkungen der 1. und 2. Umsatzstufe von insgesamt 1,03 Milliarden Euro.
- ▶ Das durchschnittliche Volkseinkommen je Erwerbstätigem¹⁵ liegt in der Destination Bergstraße-Odenwald bei 55.953 Euro¹⁶.
- ▶ Aus der Gegenüberstellung der Indikatoren lässt sich ein rechnerisches Äquivalent von insgesamt 18.435 Beziehern eines durchschnittlichen Einkommens pro Erwerbstätigem durch den Tourismus ableiten.

Auf dieser Basis ergeben sich für die Destination Bergstraße-Odenwald **27.700 tourismusinduzierte Beschäftigungsverhältnisse**¹⁷, die direkt oder indirekt vom Tourismus abhängen.

Weil die für das Äquivalent eines Vollarbeitsplatzes erforderliche Wertschöpfung beziehungsweise der erforderliche Umsatz je nach Wirtschaftsbereich jedoch erheblich variieren, werden in einer **alternativen Methode** zur Berechnung der Arbeitsplatzäquivalente die Wirtschaftsbereiche individuell betrachtet. Zur Berechnung der Effekte auf dem Arbeitsmarkt stellen wir in diesem Fall die ermittelten, durch den Tourismus ausgelösten Umsätze den durch das statistische Bundesamt ermittelten Umsätzen pro Beschäftigtem¹⁸ in den einzelnen Branchen gegenüber.

¹⁵ Vollzeitäquivalente.

¹⁶ Das durchschnittliche Volkseinkommen pro Erwerbstätigem reicht von 50.580 Euro in den Gemeinden des Odenwaldkreis bis 58.974 Euro in den Gemeinden des Landkreis Darmstadt-Dieburg.

¹⁷ Üblicherweise geht man von einem Faktor 1,5 bezogen auf die rechnerisch ermittelten Vollzeitäquivalente aus, will man die Anzahl der vom Tourismus abhängigen Beschäftigungsverhältnisse berechnen.

¹⁸ Voll- und Teilzeitäquivalente.

Tabelle 5: Arbeitsmarkteffekte durch Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald

Branche	Nettoumsatz Destination Bergstraße-Odenwald in Mio. €	Umsatz / Beschäftigtem in €	Resultierende Beschäftigungs- verhältnisse
Beherbergung	329,7	55.078	5.986
Gastronomie	449,2	33.530	13.397
Einzelhandel	674,2	179.742	1.970
Unterhaltung	196,1	56.000	3.502
Verkehr	19,4	134.538	144
Dienstleistung	171,6	60.327	2.844
Summe	1.840,2	-	29.624

Quelle: Eigene Berechnung *ift* GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Für die Destination Bergstraße-Odenwald ergeben sich auf dieser Basis rund **29.600** tourismusinduzierte Beschäftigungsverhältnisse, die direkt oder indirekt vom Tourismus abhängen.

Berücksichtigt man die Werte beider Berechnungsmethoden, kann also insgesamt von rund **28.600** tourismusinduzierten Beschäftigungsverhältnissen ausgegangen werden.

7. Kommunale und steuerliche Effekte

Land und Kommunen profitieren über **Steuereinnahmen** und die imageverbessernden Wirkungen des Tourismus. Während das Land über die Schlüsselzuweisungen aus der Mehrwertsteuer profitiert, fließen den Kommunen nach branchenüblichen Schätzwerten 2,5 bis 3 % vom **touristischen Nettoprimärumsatz** als Steuereinnahmen zu. Diese setzen sich vor allem aus der **Gewerbesteuer** und aus der anteiligen **Lohn- und Einkommenssteuer** zusammen, aber auch aus weiteren Steuern wie z.B. der Grundsteuer. Mancherorts werden von Betrieben inzwischen auch steuerähnliche Tourismusabgaben erhoben. Insofern rentieren sich auch öffentliche Zuschüsse für touristische Aufgaben (Infrastruktur, Marketing), weil dadurch der Wirtschaftszweig Tourismus und die gewerbliche Wirtschaft gefördert werden und Steuerzahlungen an die öffentliche Hand zurückfließen (Umwegrentabilität).

Außerdem führen allgemeine Werbeaktivitäten, touristische Veranstaltungen oder eine attraktive Freizeitinfrastruktur zu einem positiven Image, zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades und zu einer Verbesserung der Lebensqualität in der Region. Damit leistet der Tourismus einen signifikanten Beitrag zur Ausprägung **weicher Standortfaktoren**, die auch Einfluss auf die Neuansiedlung von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie die Gewinnung von Fachkräften haben. Tourismus ist für die Destination Bergstraße-Odenwald also gleichzeitig harter und weicher Standortfaktor.

Tabelle 6: Berechnung der kommunalen Steuereinnahmen durch Tourismus

	100 % touristischer Nettoprimärumsatz	*2,75 %	= Steuern, die den Kommunen zufließen
Destination Bergstraße- Odenwald gesamt	1,84 Mrd. €	* 0,0275	= 50,6 Mio. €

Quelle: Eigene Berechnung ift GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege.

Nach dieser Berechnung ergeben sich für die Destination Bergstraße-Odenwald jährlich **tourismusbedingte Steuereinnahmen** in Höhen von **50,6 Millionen Euro**. Individuell und temporär kann es wegen Schwankungen z. B. bei der Gewerbesteuer zu deutlichen Abweichungen kommen.

Hinzu kommen rund 262,3 Millionen Euro Umsatzsteuer, die zunächst an den Bund gehen, über Schlüsselzuweisungen aber teilweise an die Länder fließen.

8. Überprüfung Zielvorgabe 2015 für die ehemalige länderübergreifende Destination Odenwald

Die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus wurden bereits 2015 von der *ift* GmbH für die ehemalige länderübergreifende Destination Odenwald untersucht und das Ziel „Eine Milliarde Umsatz durch Tourismus im Jahr 2019“ im Odenwald gesetzt.

Zur Überprüfung der Zielerreichung sind in der nachfolgenden Tabelle zunächst die Ergebnisse der Untersuchung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald getrennt für die beiden Regionen Odenwald und Bergstraße ausgewiesen.

Im zweiten Schritt werden dann die Werte der touristischen Wertschöpfung in der ehemaligen Destination Odenwald für das Jahr 2019 den Ergebnissen der Untersuchung aus dem Jahr 2015 gegenübergestellt.

Tabelle 7: Bedeutung des Tourismus in der Destination Bergstraße-Odenwald nach Teilregionen im Jahr 2019

Branche		Gesamt	davon Bergstraße	davon Odenwald
Anzahl Übernachtungen	gewerbliche Betriebe	4.396.000	2.501.000	1.894.000
	Betriebe < 10 Betten	571.000	123.000	448.000
	Camping und Reisemobilisten	757.000	104.000	653.000
	VRF-Besuche	4.129.000	2.048.000	2.081.000
Anzahl Tagesausflüge		39.231.000	19.196.000	20.035.000
Aufenthaltstage im Jahr 2019 gesamt		49.083.000	23.972.000	25.112.000
Bruttoumsatz	Übernachtungstourismus	963 Mio. €	560 Mio. €	403 Mio. €
	Tagestourismus	1.140 Mio. €	561 Mio. €	579 Mio. €
	Gesamt	2.102 Mio. €	1.121 Mio. €	982 Mio. €
Nettoumsatz		1.840 Mio. €	979 Mio. €	861 Mio. €
Wertschöpfung 1. Umsatzstufe		686 Mio. €	357 Mio. €	330 Mio. €
Wertschöpfung 2. Umsatzstufe		346 Mio. €	187 Mio. €	160 Mio. €
Wertschöpfung insgesamt	Übernachtungstourismus	512 Mio. €	287 Mio. €	225 Mio. €
	Tagestourismus	520 Mio. €	256 Mio. €	264 Mio. €
	Gesamt	1.032 Mio. €	543 Mio. €	489 Mio. €
Anteil am Volkseinkommen		3,3 %	3,5 %	3,2 %
Tourismusinduzierte Beschäftigungsverhältnisse		28.600	15.000	13.600

Branche	Gesamt	davon Bergstraße	davon Odenwald
Fiskalische Effekte ¹⁹	50,6 Mio. €	26,9 Mio. €	23,7 Mio. €

Quelle: Eigene Darstellung iff GmbH 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege; Werte gerundet.

Im Vergleich zur Untersuchung im Jahr 2015 (Datenbasis 2014) ist für den Tourismus in der ehemaligen länderübergreifende Destination **Odenwald** festzustellen, dass

- ▶ das Nachfragevolumen (alle Segmente) nur leicht um rund 37.000 Aufenthaltstage auf insgesamt 25,11 Mio. zugenommen hat (+ 0,1 %) ²⁰,
- ▶ der Bruttoumsatz gegenüber 2014 (928 Millionen Euro) um gut 54 Millionen Euro (+ 5,8 %) auf 982 Millionen Euro gestiegen ist,
- ▶ der Beitrag zum Primäreinkommen unter Berücksichtigung der verschiedenen Umsatzstufen von 461 Millionen Euro in 2014 auf 489 Millionen Euro in 2019 um 6,1 % bzw. 28 Millionen Euro zugenommen hat.

Tabelle 8: Bedeutung des Tourismus im Odenwald im Vergleich 2019-2014

Branche		2014	2019	Veränderung in %
Anzahl Übernachtungen		5,04 Mio.	5,08 Mio.	+ 0,7 %
Anzahl Tagesausflüge		20,03 Mio.	20,03 Mio.	+/- 0 %
Aufenthaltstage gesamt		25,07 Mio.	25,11 Mio.	+ 0,1 %
Bruttoumsatz	Übernachtungstourismus	374,8 Mio. €	402,9 Mio. €	+ 7,5 %
	Tagestourismus	552,8 Mio. €	578,9 Mio. €	+ 4,7 %
	Gesamt	927,6 Mio. €	981,8 Mio. €	+ 5,8 %
Nettoumsatz		813,4 Mio. €	861,4 Mio. €	+ 5,9 %
Wertschöpfung 1. Umsatzstufe		310,0 Mio. €	329,5 Mio. €	+ 6,3 %

¹⁹ Eigene Berechnungen iff GmbH 2019 auf Basis Kennziffern.

²⁰ Die Zahl der Tagesausflüge wurde unverändert aus 2014 übernommen. Einerseits gibt es Studien, die bundesweit von einem Rückgang ausgehen, andere Studien belegen zumindest für ausgewählte Regionen auch Zuwächse. Da im Rahmen dieser Studie keine aktuellen Erhebungen zum Tagestourismus durchgeführt werden konnten und auch keine regionalspezifischen Indikatoren zur Entwicklung der Tagesgastzahlen vorliegen, wurden erneut die Werte 2014 angesetzt.

Branche		2014	2019	Veränderung in %
Wertschöpfung 2. Umsatzstufe		151,0 Mio. €	159,6 Mio. €	+ 5,6 %
Wertschöpfung insgesamt	Übernachtungstourismus	208,7 Mio. €	224,9 Mio. €	+ 7,8 %
	Tagestourismus	252,3 Mio. €	264,2 Mio. €	+ 4,7 %
	Gesamt	461,0 Mio. €	489,1 Mio. €	+ 6,1 %
Anteil am Volkseinkommen		3,2 %	3,2 %	+/- 0 %
Effekte auf dem Arbeitsmarkt		13.500 tourismusinduzierte Beschäftigungsverhältnisse	13.600 tourismusinduzierte Beschäftigungsverhältnisse	+ 0,8 %
Fiskalische Effekte ²¹		22,4 Mio. €	23,7 Mio. €	+ 5,9 %

Quelle: Eigene Darstellung *ift* GmbH 2015 und 2020 auf Basis der angegebenen Quellen und Berechnungswege; Werte gerundet.

Die **positive Entwicklung** der touristischen Wertschöpfung im Odenwald hält an und ist einerseits auf leichte Anstiege im Übernachtungsaufkommen zurückzuführen, im Wesentlichen aber auf Veränderung bei der Höhe durchschnittlichen Tagesausgaben in den einzelnen Segmenten²². Die ermittelten Veränderungen im Ausgabeverhalten führen zu einem erhöhten Bruttoumsatz, der sich positiv auf die touristische Wertschöpfung niederschlägt.

Das **Ziel „Eine Milliarde Umsatz durch Tourismus im Jahr 2019!“** aus dem Jahr 2015 wurde im letzten Jahr jedoch **nicht erreicht**. Um die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus weiter zu erhöhen gilt weiterhin:

- ▶ Steigerung der Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Angebote
- ▶ Quantitativer Ausbau der Angebote, sowohl im Bereich Beherbergung als auch im Bereich von Besucherattraktionen und Freizeitangeboten
- ▶ Unterstützung der touristischen Betriebe und Fachkräfte im Tourismus vor Ort (stetige Weiterbildung und Qualifizierung)
- ▶ Sicherstellen der Finanzierung des Tourismus
- ▶ Intensivierung des gemeinsamen Destinationsmarketings zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades, zur Verbesserung des Images und zur Steigerung der Begehrlichkeit

²¹ Eigene Berechnungen *ift* GmbH 2019 auf Basis Kennziffern.

²² Diese wurden für die aktuelle Studie auf Basis der letzten Berechnungen für die Jahre 2014 und 2016 hochgerechnet und teilweise im Rahmen von Grundlagenstudien neu ermittelt.

- ▶ Stärkere Orientierung im Marketing an Themen, Zielgruppen und den Lebensstilen der Gäste
- ▶ Höhere Vertriebsorientierung im Marketing und Verbesserung der Buchbarkeit von Übernachtungsangeboten, zunehmend aber auch von tagestouristischen Einzelleistungen
- ▶ Engere Kooperationen zwischen den Akteuren im Tourismus.