



Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern

Studie, August 2016



München und
Oberbayern



DEHOGA Bayern

Vorwort

Sympathisch, vielfältig und innovativ – so präsentiert sich die Tourismuswirtschaft in Oberbayern. Die touristischen Leistungsträger in der Region sorgen für die schönsten Wochen im Jahr. Oberbayern steht für einzigartige Genusskultur und Gastfreundschaft, für außergewöhnliche Erlebnisse und spektakuläre Architektur, eingebettet in eine abwechslungsreiche Landschaft aus Bergen und Seen vor atemberaubender Alpenkulisse.

Für alle denkbaren Freizeitwünsche hat Oberbayern die passenden Angebote parat. Ob Kur- und Heilbäder mit ihren Wellness-, Medizin- und Gesundheitsangeboten oder Schwimmen, Tauchen, Wasserski und Segeln – Oberbayern bietet eine umfangreiche Bade- und Freizeitlandschaft. Es ist nicht nur ein Paradies für Spaziergänger, sondern auch für Wanderer und Kletterer. Auch mit dem Mountainbike oder mit dem Fahrrad lässt sich die Region auf einer Vielzahl an Wegen und Strecken erfahren. Und im Winter präsentiert sich Oberbayern als Deutschlands Wintersportparadies Nummer 1.

Historische Städte laden als Etappenziel zum Bummeln oder Shoppen ein. Die extravaganten Schlösser König Ludwig II. und andere architektonische Bauten begeistern weltweit. Zahlreiche Brauchtumsfeste bieten unverfälschte Einblicke in oberbayerische Traditionen. Spitzengastronomie verbindet Tradition und Moderne.

Um das Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus weiterhin zu schärfen, haben der Tourismus Oberbayern München e. V. (TOM), die IHK für München und Oberbayern sowie der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e. V., Bezirk München / Oberbayern die vorliegende Studie "Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern" in Auftrag gegeben. Es wird ersichtlich, dass sich der Tourismus in Oberbayern deutlich positiver entwickeln konnte als in zahlreichen anderen Regionen und erhebliches Zukunftspotenzial besitzt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Tourismuswirtschaft ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Region Oberbayern ist.

Um weiter so erfolgreich zu sein, ist die enge Zusammenarbeit vieler touristischer Akteure erforderlich. Es gilt, die Akzeptanz und Wertschätzung des Tourismus in der Bevölkerung und bei den politischen Entscheidungsträgern zu stärken und weiter auszubauen. Herausforderungen für die Tourismusbranche finden sich beispielsweise in der kontinuierlichen Optimierung der touristischen Strukturen, bei der Vergabe von Fördermitteln für Destinationen und Unternehmen, oder im Umgang mit wettbewerbsverzerrenden Rahmenbedingungen.

München, August 2016



Peter Driessen



Robert Salzl



Franz Bergmüller



Peter Driessen

Hauptgeschäftsführer
IHK für München und Oberbayern



Robert Salzl

Präsident
TOM e. V.



Franz Bergmüller

Vorsitzender
DEHOGA Bezirk Oberbayern

Inhalt

Vorwort	3
Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	5
1. Die Tourismusregion Oberbayern	10
1.1 Tagestourismus	12
1.2 Übernachtungstourismus	13
2. Querschnittsbranche Tourismus – eine aufwendige Datenanalyse	14
3. Touristische Nachfrage in Oberbayern	15
3.1 Übernachtungstourismus	15
3.2 Verwandten- und Bekanntenbesuche	16
3.3 Tagestourismus	17
3.4 Touristische Nachfrage insgesamt	18
4. Ausgaben der Gäste in Oberbayern	19
5. Umsätze aus dem Tourismus	20
6. Vom Tourismus profitierende Branchen	22
7. Touristische Wertschöpfung in Oberbayern	24
8. Einkommens- und Beschäftigungseffekte	27
9. Steuereinnahmeeffekte	27
10. Tourismus in Oberbayern – ein abschließendes Fazit	28
Wirtschaftsfaktor Tourismus – Berechnungsschema	33
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	33
Impressum	34

Zusammenfassung

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern – wesentliche Ergebnisse

Positive Entwicklung

Die aktuelle Studie von TOM e. V., IHK für München und Oberbayern und Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e. V., Bezirk München / Oberbayern zeigt deutlich, dass der Tourismus in Oberbayern auch weiterhin auf Erfolgskurs ist und eine große wirtschaftliche Bedeutung besitzt. Rund 263,48 Mio. Aufenthaltstage (2009: rund 195 Mio.) und ein gestiegener touristischer Bruttoumsatz in Höhe von rund 13,6 Mrd. EUR (2009: rund 12,6 Mrd. EUR) in Oberbayern sprechen für sich. Alleine rund 7,2 Mrd. EUR des Bruttoumsatzes und 108 Mio. Aufenthaltstage entfallen in diesem Zusammenhang auf München (2009: 6,7 Mrd. EUR). Stadt und Region sind eng miteinander verbunden – wobei München natürlich im Städtetourismus eine besondere Anziehungskraft für einen Urlaub in Oberbayern hat. Dass sowohl die Stadt wie auch Oberbayern an Attraktivität gewonnen haben, unterstreicht die Steigerung des Bruttoumsatzes um rund 8 %, die sowohl in der Stadt München als auch in der Region erwirtschaftet wurden. Touristen sind nach wie vor bereit, in ihren Urlaub in Oberbayern zu investieren – noch dazu, da Deutschland und insbesondere Bayern bislang sichere Reiseländer sind. Darüber hinaus trägt der Tourismus rund 1,3 Mrd. EUR zum Steueraufkommen bei.

Die Zahl der innerdeutschen Tagesreisen ist mit 192,0 Mio. seit der letzten Erhebung (2009: 195,2 Mio.) fast gleich geblieben, ebenso die durchschnittlichen Tagesausgaben von rund 34 EUR (2009: etwa 35 EUR). Dies ist aufgrund demografischer Veränderungen als positiv zu werten. Die Tagesreisenden sind speziell für Oberbayern ein zentrales Segment, finden doch im Verhältnis 4,4 Tagesreisen pro gewerblicher Übernachtung statt. Hier liegen große Wertschöpfungspotenziale, die über weitere zielgruppenspezifische Produkte und unter Nutzung der verschiedenen Kommunikationsplattformen angeboten werden sollten.

Ebenso haben sich die anderen Segmente Touristik- und Dauercamping, Privatvermietung (weniger als 10 Betten) und Verwandten- und Bekanntenbesuche erfreulich positiv entwickelt.

Zahlen auf einen Blick

Die Entwicklung des Tourismus zwischen den Erhebungsjahren 2009 und 2014 zeigt sich positiv:

Aufenthaltstage 2014 (gerundet)

263,48 Mio.
(2009: 195 Mio.)

Bruttoumsatz 2014 (gerundet)

13,6 Mrd. EUR
(2009: 12,6 Mrd. EUR)



Oberbayern zeichnet sich durch einen hohen Anteil an gewerblichen Betrieben (mehr als 10 Betten, ohne Camping) aus. 2014 konnten durch 34,6 Mio. Besucher 5,7 Mrd. EUR erwirtschaftet werden (2009: 28,7 Mio., 4,4 Mrd. EUR). Die positive Entwicklung im oberbayerischen Tourismus wurde in den letzten Jahren durch eine Steigerung von rund 20 % bei den Übernachtungen und rund 21 % beim Bruttoumsatz erreicht. Das Unterkunftsgewerbe ist damit eine tragende Säule des touristischen Angebots in Oberbayern. Damit in Zukunft die internationale Wettbewerbsfähigkeit erhalten bleibt, muss auch hier eine stetige Weiterentwicklung und Qualitätsverbesserung angestrebt werden. Spezifische Förder- oder Weiterbildungsangebote leisten dabei eine wichtige Hilfestellung.

Vielfältiger Beitrag

Auch die Vielfalt der vom Tourismus in Oberbayern profitierenden Unternehmen überzeugt. Der erwirtschaftete Umsatz verteilt sich über Löhne und Gehälter sowie Branchenumsätze im Gastgewerbe (rund 6,2 Mrd. EUR), Einzelhandel (rund 4,7 Mrd. EUR) und bei sonstigen Dienstleistern (rund 2,8 Mrd. EUR). Zu letzteren zählen z. B. das Banken- und Versicherungswesen, das Handwerk oder Steuereinnahmen für Kommunen.

Der Tourismus schafft und sichert eine Vielzahl von Arbeitsplätzen in unterschiedlicher Ausprägung. Wird der touristische Einkommensbeitrag in Höhe von rund 6,3 Mrd. EUR in Beziehung zum durchschnittlichen Pro-Kopf-Volkseinkommen in Oberbayern, das im Untersuchungszeitraum bei rund 32.000 EUR lag, gesetzt, ergibt sich hieraus ein theoretisches Äquivalent von knapp 196.000 Personen (inklusive nicht erwerbstätige, aber mitzuversorgende Haushaltsmitglieder), die durch den Tourismus in der Region ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen bestreiten können. Der relative Beitrag des Tourismus zum Primäreinkommen in Oberbayern liegt damit bei etwa 4,4 %.

Neben diesen belastbaren Fakten und quantitativ messbaren Rahmendaten gehen vom Tourismus in Oberbayern allerdings auch noch immaterielle Effekte aus, wie z. B.:

- Ein positives Image, der höhere Bekanntheitsgrad und eine stärkere Kundenbindung. Dies kommt wiederum der Tourismusbranche zu Gute.
- Sicherung wohnortnaher Arbeitsplätze und ein verbesserter Wohnwert, da attraktive touristische Einrichtungen in der Regel auch für Einheimische nutzbar sind.
- Herausstellung des regionalen Images und damit verbundene Attraktivität für Fachkräfte, die in die Region zuwandern sowie für Unternehmen, die sich in Oberbayern ansiedeln.

Tabelle 1: Zeitvergleich Oberbayern 2009 – 2014

Kennziffer aus der Berechnung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus	Oberbayern 2014	Oberbayern 2009	Veränderung
Einwohner	4.469.342	4.336.552	+ 3,1 %
Übernachtungen in Betrieben ¹	43,78 Mio.	37,38 Mio.	+ 17,1 %
Tagesreisen	192,0 Mio.	195,2 Mio.	- 1,6 %
Ausgaben pro Kopf (gewerblich)	164,20 EUR	152,10 EUR	+ 8 %
Ausgaben pro Kopf (Tagesgast)	33,60 EUR	32,90 EUR	+ 2,1 %
Touristischer Bruttoumsatz (insg.)	13.596,1 Mio. EUR	12.634,6 Mio. EUR	+ 7,6 %
Touristischer Einkommensbeitrag	6.304,7 Mio. EUR	5.663,4 Mio. EUR	+ 11,3 %
Einkommensäquivalent	195.870 Pers.	rd. 200.000 Pers.	-
Steueraufkommen	1.262,8 Mio. EUR	-	-
Übernachtungen je Einwohner ²	9,8	8,6	+ 14 %
Tagesreisen nach Oberbayern je EW	42,9	45	- 4,7 %
Tagesreisen nach Oberbayern pro Tag	526.027	534.794	- 1,6 %
Touristischer Bruttoumsatz pro EW	3.042 EUR	2.913 EUR	+ 4,4 %
Primäreinkommen pro Kopf und Jahr	32.189 EUR	28.345 EUR	+13,6 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	4,4 %	4,7 %	- 6,4 %

Quelle: dwif, 2015

¹ Ohne VFR = Visits of Friends and Relatives
² Ohne VFR

Handlungsempfehlungen

Die wirtschaftlichen Kennzahlen für den Tourismus in Oberbayern sind, wie die vorliegende Studie zeigt, recht erfreulich. In der Gesamtbetrachtung wachsen die Umsätze, Einkommen und Wertschöpfung im oberbayerischen Tourismus dynamisch. Hinsichtlich einer florierenden Tourismusedwicklung müssen die Rahmenbedingungen in der Destination Oberbayern jedoch regelmäßig hinterfragt und gegebenenfalls optimiert werden. Einkommenszuwächse und eine steigende Wertschöpfung aus dem Tourismus wird es nur mit weiteren Innovationen und damit verbundenen Investitionen geben können, denn nur so kann Oberbayern international konkurrenzfähig bleiben. TOM e. V., IHK für München und Oberbayern und BHG DEHOGA Bezirk München / Oberbayern geben daher folgende Handlungsempfehlungen:

1

Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor

Wir brauchen ein klares Bekenntnis der Politik zum Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor. Dies muss von allen politischen Mandatsträgerinnen und Mandatsträgern, von der Gemeinde- über die Landkreis- bis zur Landesebene bewusst kommuniziert und gelebt werden.

2

Keine Tourismusabgabe

Mit den erwirtschafteten Einnahmen erhält die Tourismuswirtschaft die Möglichkeit, weiter zu investieren und Geld für innovative Produkte und Angebote in die Hand zu nehmen. Von dem Steueraufkommen pro Jahr in Höhe von rund 1,3 Mrd. EUR sollte ein Teil für dauerhafte Maßnahmen zur gezielten Tourismusförderung zurückfließen. Eine Tourismusabgabe, die die Tourismusunternehmen zusätzlich belasten würde, wäre ein falsches Signal. Diese muss deshalb abgelehnt werden.

3

Optimierung der Strukturen sowie strategische Angebotsgestaltung, Vermarktung und Gästebetreuung

Für den Erfolg einer Destination sind effiziente und damit effektive Strukturen notwendig – Kräfte müssen insbesondere in Zeiten geringer finanzieller Ausstattung gebündelt werden. Wesentliche Voraussetzungen hierfür sind die Kooperation und Interaktion aller Beteiligten sowie eine durchgängige Strategie von der Angebotsgestaltung über die Vermarktung bis hin zur Gästebetreuung, an der sich alle Beteiligten aktiv beteiligen müssen. Insbesondere kommunale Mandatsträgerinnen und Mandatsträger sind aufgefordert, im Rahmen eines regelmäßigen Prozesses die Abgrenzung der Aufgaben, die Strukturen und die damit verbundenen Organisationseinheiten in ihrer eigenen Destination kritisch zu hinterfragen und gegebenenfalls angesichts sich verändernder Wettbewerbsbedingungen und internationaler Herausforderungen zu optimieren. Dabei gilt es, stets die Perspektive des Gastes einzunehmen und seine Interessen zu berücksichtigen.

4

Effiziente Fördermaßnahmen

Die Förderpolitik muss konsequent auf kontinuierliche Qualitätssteigerung und professionelle Vermarktung der oberbayerischen Tourismusangebote setzen. Einzelmaßnahmen und Partikularinteressen sind hierbei eine Absage zu erteilen, da sie ansonsten das Gesamtanliegen des oberbayerischen Tourismus, wie ein Unternehmen am Markt zu agieren, konterkarieren. Um die Fördermaßnahmen so effizient wie möglich zu gestalten, sollte die Förderpolitik kontinuierlich an zeitgemäße Erfordernisse angepasst werden und sich an der gezielten destinationsspezifischen Entwicklung bzw. Weiterentwicklung attraktiver, leistungs- und zukunftsfähiger Tourismusstandorte ausrichten.

5

Projekte mit Signalwirkung

Um weiter wettbewerbsfähig bleiben zu können, bedarf es ausgezeichneter Leuchtturmprojekte, die über die Region hinaus für Attraktivität sorgen und Gäste aus aller Welt nach Oberbayern locken. Hierfür sind die Bürger in touristischen Regionen zu sensibilisieren und Kritiker zu überzeugen. Ferner sind die landesplanerischen Vorgaben auf solche Projekte auszurichten.

6

Systematische Datenerfassung für Tagesreisen

Im Gegensatz zu anderen Bundesländern verfügt Bayern bzw. Oberbayern über nur sehr wenige besucherzählende Einrichtungen. Um zu den Tagesbesuchern noch mehr Daten zu generieren, müssen mindestens 250 Einrichtungen bayernweit den Fokus auf Tagesreisende richten und aussagekräftige Daten systematisch erfassen. Hierfür sollten entsprechende Einrichtungen sensibilisiert und letztlich gewonnen werden. Darüber hinaus sollten – wo angebracht und notwendig – neben quantifizierbaren Daten auch qualitative Aussagen gewonnen werden, um bei der Dateninterpretation bestimmte Sachverhalte besser verständlich darstellen zu können.



1. Die Tourismusregion Oberbayern

In Oberbayern wird die Wirtschaft neben der Industrie und dem Gewerbe besonders vom Tourismus geprägt. Kultur und öffentliches Leben wären ohne den lebendigen Tourismus kaum in der gewohnten Intensität vorstellbar. Bereits seit der Untersuchung des dwif zum „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern“ aus dem Jahr 2009 steht dies außer Zweifel. In dieser Studie wurde nachgewiesen, welchen ökonomischen Beitrag der Tourismus in dieser Region tatsächlich leistet.

Der Tourismus Oberbayern München e. V. (TOM) hat sich in Kooperation mit der IHK für München und Oberbayern sowie dem Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e. V., Bezirk München / Oberbayern dazu entschlossen, die Ergebnisse der Vorgängerstudie aktualisieren zu lassen. Die nachfolgend vom dwif vorgelegten aktuellen Zahlen für das Berichtsjahr 2014 stellen den Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern dar.

Als Untersuchungsgebiet wurde der Regierungsbezirk Oberbayern festgelegt, für den die ökonomischen Effekte der touristischen Nachfrage im Jahr 2014 analysiert wurden. Überdies nahm das dwif bei der Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus gesonderte Untersuchungen für insgesamt 15 Tourismusregionen in Oberbayern vor (vgl. Tabellen S. 30ff.).

Dies waren im Einzelnen:

- Alpenregion Tegernsee Schliersee
- Ammersee-Lech
- Berchtesgadener Land
- Chiemgau
- Chiemsee-Alpenland
- Ebersberger Grünes Land
- Hopfenland Hallertau
- Inn-Salzach
- Münchner Umland
- Oberbayerische Städte
- Pfaffenwinkel
- Stadt München
- Starnberger Fünf-Seen-Land
- Tölzer Land
- Zugspitz-Region



Abbildung 1: Die 15 Tourismusregionen Oberbayerns

Anzumerken ist, dass die Summe der einzelnen Regionszahlen sich nicht zu einem Oberbayern-Ergebnis addiert, da teilweise Doppelmitgliedschaften einzelner Orte in Regionalverbänden zu berücksichtigen waren und der gesamte Landkreis Eichstätt touristisch gesehen zu Franken gehört und sich daher in keinem der Regionalgebiete wiederfindet. Auch einzelne Kommunen in Niederbayern sind in Regionsergebnissen (z. B. Hopfenland Hallertau) enthalten; diese wurden bei der Ergebnisdarstellung für Oberbayern jedoch nicht mit berücksichtigt.



Definition



Tourismus:

Im Sinne der Welttourismusorganisation werden unter Tourismus

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

Bevor näher auf die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus für Oberbayern eingegangen wird, muss zunächst die Frage beantwortet werden, welche Segmente denn überhaupt zur touristischen Nachfrage zählen. Grundsätzlich ist eine Unterscheidung zwischen Tages- und Übernachtungsgästen vorzunehmen. Als wichtigste Marktsegmente kristallisieren sich folgende Nachfragegruppen heraus:

1.1 Tagestourismus

Eine Mindestdauer oder -entfernung ist bei der Abgrenzung des Tagestourismus nicht festgelegt. Abschneidegrenzen von 50 km Mindestentfernung, wie sie in vielen anderen Untersuchungen zum Tagestourismus zugrunde gelegt werden, würden die Realität nur sehr unvollständig widerspiegeln und große Teile der Nachfrage unberücksichtigt lassen. Zu den Tagesreisen zählen Tagesausflüge und Geschäftsreisen.

Als Wohnortausflug zählt nach Vorgaben der Welttourismusorganisation UNWTO jedes Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

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

Das Wohnumfeld ist in der Regel mit der Gemeindegrenze gleichzusetzen. Bei Großstädten (mit deutlich mehr als 100.000 Einwohnern) kann in Ausnahmefällen auch das Verlassen des jeweiligen Stadtbezirks als Ausflug zählen, sofern dies von den Befragten als Ausflug empfunden wird und obigen Kriterien entspricht.

Der Tagesgeschäftsreiseverkehr umfasst alle Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben, die über den Arbeitsort hinausführen. Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde und zum ständigen oder wechselnden (z. B. Montage) Arbeitsplatz haben keine touristische Relevanz³ und bleiben daher unberücksichtigt.

Die hier zugrunde gelegte Definition entspricht jener der Vorgängerstudien, wodurch ein Zeitvergleich ermöglicht wird.

³ Für detaillierte Informationen zur Erhebungs- und Analysemethodik bezüglich des Tagestourismus vergleiche dwif (Hrsg.); Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Heft 55, München 2013

1.2 Übernachtungstourismus

Bei der Übernachtungsnachfrage aus dem In- und Ausland wurden folgende Segmente berücksichtigt:

- Amtliche Beherbergungsstatistik (Betriebe mit mindestens 10 Betten⁴) einschließlich der Betriebsarten Hotels, Hotels Garnis, Gasthöfe, Pensionen, Hütten und Jugendherbergen, Erholungs-/ Ferien-/ Schulungsheime und Boardinghäuser, gewerbliche Ferienwohnungen/ -häuser/ -zentren sowie Vorsorge- und Reha-Einrichtungen,
- Privatvermieter mit weniger als 10 Betten,
- Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten,
- Verwandten- / Bekanntenbesucherverkehr (VFR⁵).

Die Übernachtungsgäste werden unabhängig von den zugrunde liegenden Reisetrieben erfasst, egal ob sie privat oder geschäftlich unterwegs sind. Bei den Beherbergungsstätten werden vom Top-Hotel über Schulungsheime, Jugendherbergen, Campingplätze bis zum Privatvermieter alle Betriebstypen erfasst. In die Betrachtung werden auch die Verwandten- und Bekanntenbesucher einbezogen, die in den Privatwohnungen der Einheimischen übernachten. Deren Aktivitätenspektrum während ihres Aufenthaltes unterscheidet sich oft nicht wesentlich von dem der anderen Touristen. Das Volumen dieser wichtigen Nachfragegruppe wurde durch eine Hochrechnung einer repräsentativen telefonischen Haushaltsbefragung von insgesamt 500 zufällig ausgewählten Privathaushalten aus dem Jahr 2009 erfasst. Anhand aktueller Haushaltszahlen von 2014 erfolgte die Hochrechnung auf die Grundgesamtheit des Regierungsbezirks Oberbayern. Die Strukturwerte des Besucherverkehrs (Intensität, Besuchshäufigkeit, Reisegruppengröße und Aufenthaltsdauer) wurden dabei unverändert gegenüber der Vorgängeruntersuchung gelassen.

Diese Abgrenzungen entsprechen den definitorischen Vorgaben der Welttourismusorganisation und werden infolgedessen, wie schon in den Vorgängeruntersuchungen, auch den nachstehenden Berechnungen zugrunde gelegt.

⁴ Die amtliche Statistik hat im Jahr 2012 die Mindestgröße der zu erfassenden Betriebe von 9 auf 10 Betten erhöht. Ein Zeitvergleich zu früheren Untersuchungen ist daher nur mit Einschränkungen möglich.

⁵ VFR = Visits of Friends and Relatives



2. Querschnittsbranche Tourismus – eine aufwendige Datenanalyse

Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche, die für viele Branchen eine erhebliche Bedeutung hat, aber leider statistisch nicht eigenständig erfasst wird. Während auf nationaler Ebene bereits Versuche unternommen wurden, im Zuge sog. Satellitenkonten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung Licht ins Dunkel zu bringen, stehen derartige Detailanalysen auf Länder- oder gar regionaler Ebene noch aus. Tourismus wird in der Regel nicht als eigenständiger Wirtschaftszweig erfasst und daher sind für die Berechnungen komplexe Analysen erforderlich.

Am Beginn der Erhebungsarbeiten zur Bestimmung der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus für Oberbayern stand die Sichtung aller vorhandenen Materialien. Zur Ermittlung der notwendigen Rahmendaten wurden unterschiedliche Quellen herangezogen:

Sonderauswertungen aus grundlegenden Forschungsarbeiten des dwif⁶:

- Grundlagenstudien über die Tagesreisen der Deutschen
- Ausgabenstrukturuntersuchungen bei Übernachtungsgästen in Deutschland
- Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
- Repräsentative Haushaltsbefragung zur Ermittlung des Volumens des Besucherverkehrs bei Einheimischen (VFR)
- Betriebsvergleiche für Hotels und andere Betriebe des Gastgewerbes
- Untersuchung zum Städte- und Kulturtourismus in Deutschland
- Untersuchung zum Campingmarkt in Deutschland
- Untersuchung zum Ferienwohnungsmarkt in Deutschland

Hintergrundinformationen aus zur Verfügung stehenden Unterlagen:

- Literaturrecherchen allgemeiner touristischer Publikationen
- Nutzung der amtlichen Statistik (z. B. Beherbergungsstatistik, Kapazitätserhebung, Umsatzsteuerstatistik, Einwohnerstatistik)
- Unterkunftsverzeichnisse, Prospekte, Websites
- Ergebnisse von Untersuchungen und Studien des Auftraggebers
- sonstige Informationsmaterialien

⁶ vgl. hierzu dwif (Hrsg.); Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Heft 55, München 2013; dwif (Hrsg.); Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, Schriftenreihe Heft 53, München 2010; Die Grundlagenstudien „Tagesreisen der Deutschen“ und „Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland“ wurden gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aufgrund von Beschlüssen des Deutschen Bundestages. Förderer waren ebenso die Wirtschaftsministerien der Bundesländer; dwif (Hrsg.); Hotelbetriebsvergleich, Sonderreihe Nr. 79, München 2013; DTV (Hrsg.); Städte- und Kulturtourismus in Deutschland, Bonn 2006; DTV (Hrsg.); Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie(Hrsg.); Der Campingmarkt in Deutschland, Berlin 2010.

3. Touristische Nachfrage in Oberbayern

3.1 Übernachtungstourismus

Insgesamt ist in Oberbayern von 43,78 Mio. Übernachtungen gegen Entgelt im Kalenderjahr 2014 auszugehen, wovon die amtliche Statistik allerdings nur 36,0 Mio. Übernachtungen registriert. Eine Differenzierung nach der Unterkunftsart verdeutlicht die spezifischen Schwerpunkte:

- In der Hotellerie wurden im Jahr 2014 gut 23,47 Mio. Übernachtungen registriert.
- Weitere rund 7,614 Mio. Übernachtungen erfolgten in anderen Beherbergungsstätten mit 10 oder mehr Betten (z. B. Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen, Schulungsheime).
- Für die nicht gewerblichen Privatvermieter mit weniger als 10 Betten wurden in Oberbayern ca. 5,78 Mio. Übernachtungen ermittelt.
- Für den Bereich Camping (Touristiking + Dauercamping + Wohnmobil-Tourismus außerhalb von Campingplätzen) ergeben sich in Oberbayern rund 3,41 Mio. Übernachtungen.

Abbildung 2: Übernachtungen 2014 in Oberbayern nach Unterkunftsart



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Schweinfurt 2015; DTV Camping Studie (Neuaufgabe 2010) sowie eigene Recherchen und Berechnungen, dwif 2015.

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

Gut zu wissen

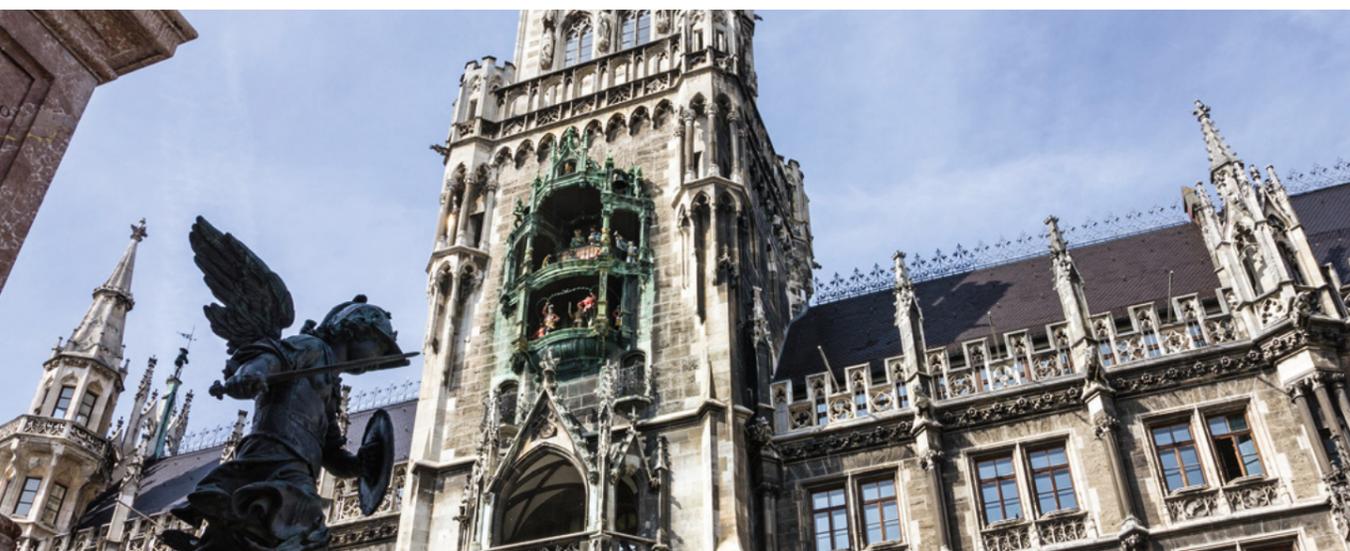


Übernachtungen:

In Deutschland erfasst die amtliche Statistik Übernachtungen in gewerblichen Betrieben nach Beherbergungsarten und auf Campingplätzen, und zwar nach Monaten, nach Sommer- und Winterhalbjahr sowie für das gesamte Jahr.

Insgesamt rund

43,78 Mio.
Übernachtungen



Gut zu wissen



Bei den Verwandten-/Bekanntebesuchern handelt es sich um Gäste, die in den Privatwohnungen von Freunden oder Verwandten in der Regel unentgeltlich übernachten. Die Größenordnung dieses Segmentes ist nicht zu unterschätzen.

3.2 Verwandten- und Bekanntenbesuche

Abgrenzung und Datengrundlage

Mangels zuverlässiger Datenquellen können vielerorts keine Angaben zum Besucherverkehr bei Einheimischen gemacht werden. Detailanalysen in einzelnen Großstädten (z. B. Berlin, Hamburg, München) und Tourismusregionen haben allerdings gezeigt, dass es sich bei den nicht registrierten Übernachtungen in privaten Haushalten um ein wichtiges Marktsegment handelt. Aus diesem Grund haben sich die Auftraggeber entschieden, für die Untersuchung im Jahr 2014 diese Nachfragegruppe auf der Basis einer repräsentativ angelegten Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2009 hochzurechnen. Die telefonische Befragung erfolgte am Wohnort und die Zielhaushalte wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Die Hochrechnung erfolgte auf Basis der aktuellen Haushaltszahlen aus dem Jahr 2014.

Ermittlung des Nachfrageumfangs

Die Rahmendaten in Bezug auf den Besucherverkehr in den Privathaushalten ergeben sich aus der Befragung und lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

Tabelle 2: Besucherverkehr in Privathaushalten

	Regierungsbezirk Oberbayern
Haushalte ⁷	2.177,568
Besuchsintensität (Haushalte, die mindestens einmal im Jahr Besuch von Übernachtungsgästen bekommen)	33,0 %
Besuchshäufigkeit (Ø Häufigkeit der Besuche im Haushalt pro Jahr)	4,26
Reisegruppengröße (Ø Zahl der Personen die zu Besuch kommen)	3,73
Aufenthaltsdauer (Ø Zahl der Nächte, die die Besucher bleiben)	2,4

Aus der Verknüpfung dieser Ausgangswerte ergibt sich das Gesamtvolumen des Besucherverkehrs für Oberbayern von rund 27.653.215 Übernachtungen. Dies entspricht einem Wert von etwa 12,7 Übernachtungen pro Haushalt und Jahr. Diese Relation ist nicht übertragbar auf Teilräume, da hier eine große Spannweite zwischen den einzelnen Regionen zu beobachten ist. Konkrete Volumenberechnungen sind nur dann möglich, wenn originäre Befragungsergebnisse hierzu vorliegen.

3.3 Tagestourismus in Oberbayern

Der Tagestourismus wird in seiner Bedeutung vielerorts unterschätzt. Im Bundesgebiet entfielen im Jahr 2012, dem Jahr der letztverfügbaren Untersuchungsergebnisse, auf insgesamt 407,3 Mio. statistisch erfasste Übernachtungen (inkl. Camping)⁸ rund 2.844,8 Mio. Tagesreisen der Deutschen zu Zielen im Inland⁹. In fast allen Reisegebieten Deutschlands liegt die Anzahl der Tagesausflüge und -geschäftsreisen höher als die Zahl der amtlich registrierten Übernachtungen. Bundesweit ergibt sich eine Relation von 7,0 Tagesreisen je statistisch erfasste Übernachtung in gewerblichen Beherbergungsstätten. Dieser Wert wird durch die klassischen Urlaubsregionen in Deutschland, in denen die Übernachtungszahlen entsprechend hoch sind, stark beeinflusst. Der Vergleichswert für Oberbayern liegt bei rund 4,4 Tagesreisen der Deutschen pro amtlich registrierter Übernachtung.

Dies allein verdeutlicht, welch überragende Rolle dieses Nachfragesegment für die Region repräsentiert.

Die Daten zum Tagestourismus wurden auf der Basis der 2012/2013 durchgeführten Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ ermittelt. Grundlage waren rund 36.000 repräsentativ angelegte Telefoninterviews am Wohnort, verteilt über gesamt Deutschland. Dies ist die einzige Methode, mit der die Zielgruppe der Tagesgäste verlässlich quantifiziert werden kann. Auftraggeber für diese Untersuchung waren alle Wirtschaftsministerien des Bundes und der Länder. Neuere Werte zum Volumen und zum Verhalten der Tagesbesucher liegen nicht vor. Ohne umfangreiche zusätzliche Plausibilitätstests würde eine singuläre Auswertung der Daten der Grundlagenuntersuchung jedoch nicht zu belastbaren Ergebnissen führen. Hierfür werden Besucherzahlen von Freizeit und Kultureinrichtungen ebenso genutzt wie Veränderungen der Einwohnerzahlen und Angaben der Umsatzsteuerstatistik.

Generell hat sich das Volumen der Tagesreisen der Deutschen gegenüber früheren Untersuchungen deutlich verringert. Wesentliche Gründe für diese rückläufigen Zahlen sind eine aufgrund der CENSUS-Erhebungen des Statistischen Bundesamtes deutlich verringerte Bevölkerungszahl, ein erheblicher Bedeutungszuwachs älterer und damit tendenziell immobilere Bevölkerungsschichten, eine geringere Beteiligungsquote der Bevölkerung am Tagestourismus und auch eine zurückgegangene Zahl der Tagesreisen pro Kopf und Jahr. Von dem Rückgang der Gesamtzahl der Tagesreisen war auch das Untersuchungsgebiet betroffen.

Die Einzelauswertung der Tagesreisen der Deutschen mit Ziel in Oberbayern ergab **ein Volumen von 192,0 Mio. Aufenthaltstagen** durch Tagestouristen (Tagesausflügler und Tagesgeschäftsreisen) pro Jahr. Damit ist der Tagestourismus das mit Abstand quantitativ größte touristische Marktsegment für diese Region. Diese Tagesgäste leisten einen wichtigen Beitrag in Bezug auf eine ganzjährig befriedigende Auslastung der vorhandenen Infrastruktureinrichtungen wie Gastronomie, Freizeiteinrichtungen oder Einzelhandelsgeschäfte.

Definition



Tagesausflug = Verlassen des Wohnumfeldes (ohne Übernachtung)

- ohne Fahrt zu Arbeitsplatz/Schule
- ohne Einkaufsfahrt für täglichen Bedarf
- ohne regelmäßige Routineaktivitäten (z. B. Verein, Arztbesuch, Behörde, Gottesdienst)

Tagesgeschäftsreise = geschäftliche Aufgaben außerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (ohne Übernachtung)

- ohne Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz
- ohne Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde

7 Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2014

8 Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.); Fachserie 6, Reihe 7.1, Binnenhandel-Gastgewerbe-Tourismus, Ergebnisse der monatlichen Beherbergungsstatistik, Dezember und Jahr 2012, Wiesbaden 2013.

9 Vgl. dwif (Hrsg.); Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Heft 55, München 2013.

Die Reiseanlässe sind vielfältig. Bei den Tagesausflüglern reicht die Bandbreite von

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

Bei den Tagesgeschäftsreisen stehen neben den Kundenkontakten, überwiegend

- Messen,
 - Kongresse,
 - Tagungen oder
 - Schulungen
- im Mittelpunkt.

3.4 Touristische Nachfrage insgesamt

Rund 72,9 % der gesamten, im Rahmen dieser Untersuchung erfassten touristischen Aufenthaltstage in Oberbayern entfallen auf die Tagesbesucher, die am gleichen Tag wieder an ihren Wohnort zurückkehren. Der Tagestourismus muss also gerade unter ökonomischen Gesichtspunkten wie bisher als wichtiges Teilsegment bei den Analysen zur Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor angesehen werden. Nicht berücksichtigt sind bei dieser Analyse Tagesbesuche in Oberbayern, die von Gästen von deren Urlaubsort durchgeführt werden (sog. Urlauberlokalverkehr), da deren Ausgaben bereits in jenen der Übernachtungsgäste enthalten sind. In nachfolgender Tabelle ist die gesamte touristische Nachfrage für Oberbayern nochmals zusammenfassend dargestellt:

Tabelle 3: Touristische Nachfrage in Oberbayern

	Regierungsbezirk Oberbayern	
	absolut	i.v.H. der Aufenthaltstage
Übernachtungen in Betrieben	43,78 Mio.	16,6 %
Verwandten- / Bekanntenbesucher (VFR)	27,7 Mio.	10,5 %
Tagesreisen (Tagesausflüge und -geschäftsreisen) aus Deutschland	192,0 Mio.	72,9 %
Touristische Aufenthaltstage insgesamt	263,48 Mio.	100,0 %

Quelle: dwif 2015.

4. Ausgaben der Gäste in Oberbayern

Aus vielen Befragungen lässt sich ableiten, dass gerade während des Urlaubs oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten nur selten gespart wird. Die nachfolgend dargestellten Ausgaben der Touristen pro Kopf und Tag während ihres Aufenthaltes in Oberbayern geben nur eine absolute Mindestgröße an. In den zusammengetragenen Daten **nicht** enthalten sind beispielsweise:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet,
- Ausgaben der Touristen für die Reisevor- und -nachbereitung,
- spezielle Marktsegmente, zu denen keine verlässlichen Datenquellen vorliegen,
- Tagesreisen vom Urlaubsort,
- Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z. B. Taxi zum Flughafen, gesamter Reisepreis),
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld.

Bandbreite der Ausgaben pro Kopf und Tag

Im Durchschnitt werden von Touristen in Oberbayern pro Kopf und Tag rund 51,60 EUR ausgegeben. Bei der Berechnung dieses Wertes wurde eine segmentspezifische Gewichtung (z. B. Differenzierung nach Beherbergungsbetriebstypen oder Tagesreisemotiven) durchgeführt. Die Bandbreite der Ausgaben ist jedoch groß. Sie reicht von 0 EUR – bei manchen Tagesausflüglern, die beispielsweise nur einen Bummel oder eine Wanderung machen, bis hin zu weit über 200 EUR pro Kopf und Tag, wenn anspruchsvolle Beherbergungsbetriebe aufgesucht, gute Lokale frequentiert, Kulturveranstaltungen besucht und Einkäufe hochwertiger Güter getätigt werden.

Aufgrund der hohen Bedeutung der Tagesgäste und den vergleichsweise geringen Ausgaben dieser Zielgruppe pro Kopf und Tag ist dieser Durchschnittswert von rund 51,60 EUR über alle Marktsegmente zu erklären.

Bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsstätten ergeben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von rund 164,20 EUR pro Kopf und Tag. Diese Werte unterliegen starken Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten:

- Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der gesamten Tagesausgaben von rund 70 EUR bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis zu annähernd 300 EUR oder mehr bei der Frequentierung anspruchsvollster Betriebe.
- In den Gasthöfen und Pensionen werden im Durchschnitt rund 110 EUR für Unterkunft, Verpflegung, Einkäufe und die Inanspruchnahme sonstiger Dienstleistungen während des Aufenthaltes ausgegeben.

Definition



Ausgaben vor Ort

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



5. Umsätze aus dem Tourismus

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

Nachfragevolumen nach Marktsegmenten x Tagesausgaben pro Kopf

Bei insgesamt rund 263,48 Mio. Aufenthaltstagen und durchschnittlichen Ausgaben von gerundet 51,60 EUR lässt sich ein jährlicher Bruttoumsatz in Oberbayern von insgesamt rund 13.596,1 Mio. EUR ermitteln. Nach Marktsegmenten gliedern sich die Umsätze wie folgt auf:

Tabelle 4: Der Tourismusmarkt in Oberbayern¹⁰

	Touristik- und Dauercamping	3,41 Mio.	x	37,3 EUR	=	121,1 Mio. EUR
	Privatmieter (< 10 Betten)	5,77 Mio.	x	81,20 EUR	=	467,6 Mio. EUR
	Gewerbliche Betriebe (>10 Betten; ohne Camping)	34,60 Mio.	x	164,20 EUR	=	5.680,4 Mio. EUR
	Verwandten-/Bekanntnenbesuch (VFR)	27,7 Mio.	x	31,70 EUR	=	877,8 Mio. EUR
	Tagesreisen	192,0 Mio.	x	33,60 EUR	=	6.442,2 Mio. EUR
	Gesamt	263,48 Mio				13.596,1 Mio EUR

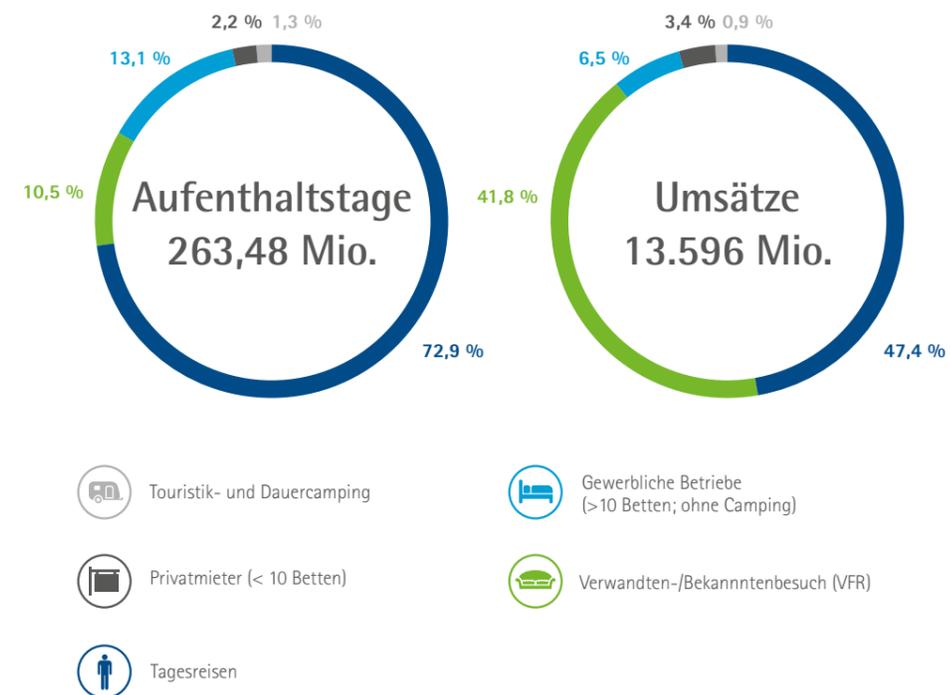
Quelle: dwif 2015.

In der Tabelle sind nur die direkten Ausgaben der Touristen aufgelistet. Es handelt sich hierbei um die sogenannte 1. Umsatzstufe. Nach Abzug der Umsatz-(Mehrwert-)steuer in Höhe von 1.582,8 Mio. EUR ergibt sich ein Nettoumsatz aus dem Tourismus von 12.013,3 Mio. EUR. Bei der Berechnung sind unterschiedliche Umsatz-(Mehrwert-)steuersätze zu berücksichtigen. Für das Erhebungsjahr 2014 wurde als normaler Steuersatz 19 % angesetzt, der ermäßigte Steuersatz liegt bei 7 % (z. B. für Unterkunftsausgaben und Lebensmittel) und zudem sind die Produkte und Leistungen einiger Anbieter (z. B. Jugendherbergen, Privatvermieter, Theater) von der MwSt. befreit.

Aufenthaltstage und Bruttoumsätze im Vergleich

Zur Verdeutlichung der Strukturen werden nachfolgend die jeweiligen Anteilswerte der touristischen Marktsegmente in Bezug auf die Aufenthaltstage und den Bruttoumsatz einander gegenübergestellt:

Abbildung 3: Touristische Aufenthaltstage und Umsätze in Oberbayern
insgesamt rund 43,78 Mio. Übernachtungen



Die zentrale Rolle des Tagestourismus wird hieraus sowohl hinsichtlich der Aufenthaltstage (72,9 %) als auch hinsichtlich der Umsatzwirkung (47,4 %) deutlich. Allerdings seien an dieser Stelle auch die gewerblichen Betriebe (ohne Camping) hervorgehoben, welche mit rund 13,1 % der touristischen Aufenthaltstage für rund zwei Fünftel der touristisch bedingten Umsätze sorgen.

6. Vom Tourismus profitierende Branchen

Vierorts werden nur die Inhaber der Beherbergungsbetriebe und die Gastronomen zu den Profiteuren der Tourismusbranche gezählt. Mit Hilfe einer detaillierten Abfrage der Ausgabenstrukturen lassen sich aber die Geldströme im Detail nachvollziehen und die gesamte Palette der Profiteure ermitteln. Grundsätzlich ist zwischen drei Wirtschaftszweigen zu unterscheiden:

Gastgewerbe:

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

Einzelhandel:

Sowohl Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren werden hier berücksichtigt.

Dienstleistungen:

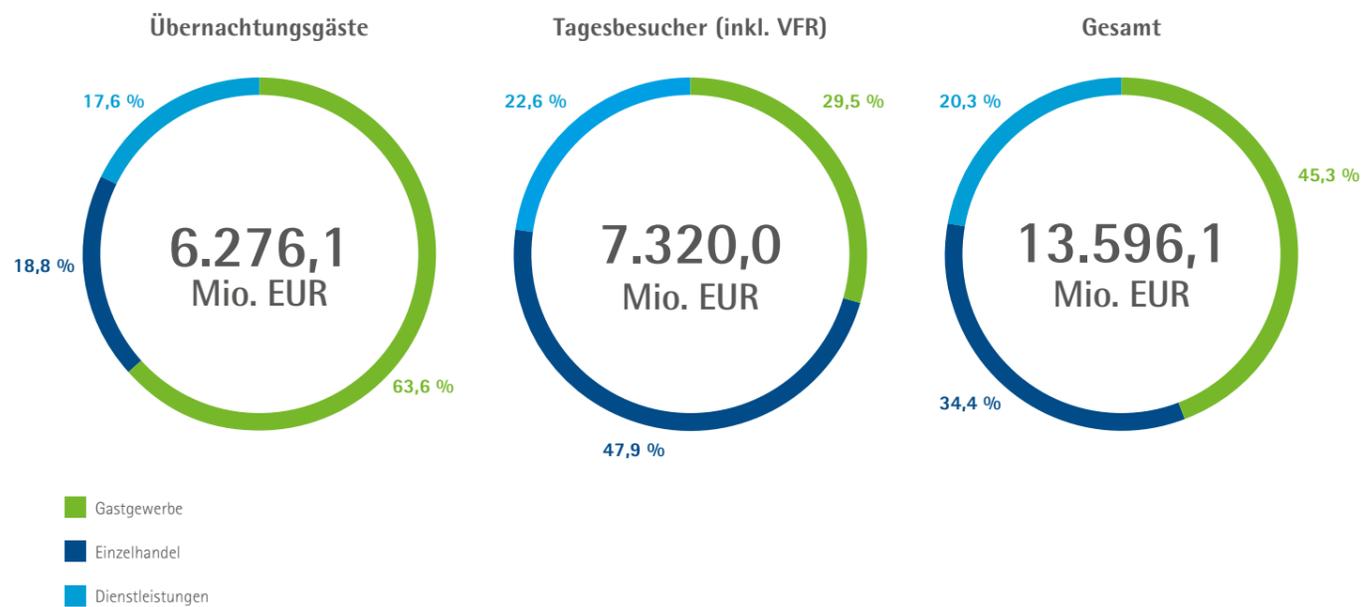
Hierzu zählen Ausgaben für Unterhaltung / Freizeit/ Sport (z. B. Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Museen, Erlebnisbäder, Sportveranstaltungen, Nutzungsgebühren), für lokale Transportmittel (z. B. ÖPNV, Taxi) sowie sonstige Dienstleistungen (z. B. Parkgebühren, Stadtführungen).

Das Ausgabeverhalten der Tages- und Übernachtungsgäste unterscheidet sich zwar recht deutlich in der Höhe, jedoch kann in beiden Fällen das Gastgewerbe als Hauptprofiteur identifiziert werden.

Von den Touristen profitieren aber nicht nur die Beherbergungsbetriebe. Dies verdeutlicht eine Zusammenschau des touristischen Gesamtmarktes:

- Die hohe Bedeutung des Tourismus für das Gastgewerbe drückt sich in einem Anteil von 45,3 % der Umsätze aus.
- 34,3 % der touristischen Umsätze werden durch die Ausgaben im Einzelhandel generiert.
- Der Umsatzanteil der Dienstleistungen (wie z. B. Freizeit und Unterhaltung, aber auch Parkgebühren etc.) und des lokalen Transports liegt in Oberbayern bei 20,3 %.

Abbildung 4: Vom Tourismus in Oberbayern profitierende Branchen



Quelle: dwif 2015.



7. Touristische Wertschöpfung in Oberbayern

Gut zu wissen



Wertschöpfungsquoten

Wertschöpfung ist die Addition der Personalkosten (Löhne und Gehälter der Beschäftigten) und des Gewinns der Unternehmer.

Die Wertschöpfungsquote drückt den Anteil der Wertschöpfung in Relation zum Nettoumsatz aus, also den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird.

Wertschöpfung oder Einkommen ist gleichzusetzen mit

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

Neben den direkten Ausgaben der Touristen sind die für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft notwendigen Lieferungen von Vorleistungen einzubeziehen. Eine Differenzierung zwischen der 1. und der 2. Umsatzstufe soll die vielfältigen Verflechtungen verdeutlichen:

1. Umsatzstufe

Hierbei werden nur die ökonomischen Effekte durch die Ausgaben der Touristen in Oberbayern erfasst. Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im Nettoumsatz in Höhe von 12.013,3 Mio. EUR wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird. Die Wertschöpfungsquoten variieren von Branche zu Branche ganz erheblich. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa 10 % im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu weit über 70 % bei einzelnen Tourist-Informationen. Entsprechend der Umsatzstrukturen in Oberbayern ergibt sich eine gewichtete durchschnittliche Wertschöpfungsquote von rund 33 %. Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das direkte Einkommen aus der Tourismuswirtschaft in Höhe von 3.858,2 Mio. EUR.

Abbildung 5:



Quelle: dwif 2015.

Das direkte Einkommen resultiert aus den Ausgaben der Besucher in Oberbayern und wird u. a. durch

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

2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 8.155,1 Mio. EUR. Diese Summe wird von den direkten Profiteuren für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben. Im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe ist von einer durchschnittlichen Wertschöpfungsquote von etwa 30 % auszugehen. Dies bedeutet, dass etwa 2.446,5 Mio. EUR an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten anfallen.

Abbildung 6:



Quelle: dwif 2015.

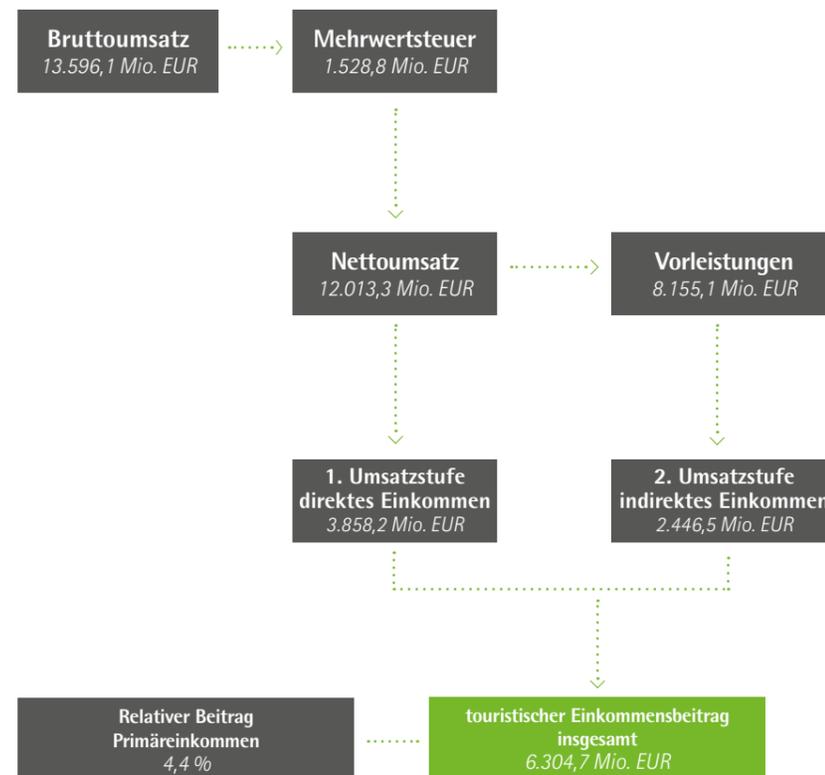
Das indirekte Einkommen resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird beispielsweise durch

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

Wirkungskette der 1. und 2. Umsatzstufe

Im Rahmen der 1. und 2. Umsatzstufe werden in Oberbayern zusammengenommen **6.304,7 Mio. EUR** einkommenswirksam. Auf die 1. Umsatzstufe entfallen davon rund 61,2 %, auf die 2. Umsatzstufe etwa 38,8 %.

Abbildung 7: Touristische Einkommenswirkung in Oberbayern



8. Einkommens- und Beschäftigungseffekte

Ein realistisches Einkommensäquivalent lässt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrags in Höhe von 6.304,7 Mio. EUR durch das durchschnittliche gewichtete Primäreinkommen pro Kopf in Höhe von 32.189 EUR ermitteln. Dieser Wert entspricht einem relativen Anteil der touristisch bedingten Einkommen an allen Primäreinkommen in Oberbayern von 4,4 %. Hieraus ergibt sich ein Äquivalent von rund 195.870 Personen, die ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch den Tourismus bestreiten könnten.

Definition



Einkommensäquivalente

Das sogenannte Einkommensäquivalent ergibt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrags insgesamt durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf im Untersuchungsgebiet.

Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Beschäftigungseffekte ist allerdings zu beachten, dass viele Beschäftigte in Tourismusbetrieben

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

Im Einzelhandel oder in der Gastronomie werden auch Einheimische bedient, nur selten lassen sich die Beschäftigten eines Unternehmens daher zu 100 % der Tourismusbranche zurechnen. Die exakte Zahl der Beschäftigten im Tourismus ist deswegen nicht bekannt. Das theoretische Einkommensäquivalent von 195.870 Personen gibt daher nur eine Mindestgröße an. Die tatsächliche Zahl der im Tourismus voll oder zumindest anteilig Beschäftigten bzw. von touristisch bedingten Umsätzen profitierenden Beschäftigten liegt mit Sicherheit deutlich höher.

9. Steuereinnahmefeffekte

Die Steuerrelevanz des Tourismus beschränkt sich nicht nur auf die Umsatz-(Mehrwert-)steuer, die der Bundeskasse nach Abzug der Vorsteuer von den Unternehmen in Oberbayern aus den touristischen Umsätzen zugeführt werden. Darüber hinaus dürfen auch die anteilige Lohn- und Einkommensteuer der im Tourismus beschäftigten Personen nicht vernachlässigt werden. Für die Kommunen in Oberbayern wirken sich darüber hinaus die anteilige Gewerbe- und Grundsteuer der vom Tourismus profitierenden Unternehmen als Steueraufkommen aus. Aus dem gesamten vom Tourismus induzierten Gemeinschaftssteueraufkommen fließen über den Länder- und kommunalen Finanzausgleich erhebliche Beträge auch an die Kommunen in Oberbayern zurück. Nach Erfahrungswerten des dwif summieren sich diese zusammen mit den unmittelbar in den Kommunen verbleibenden Anteilen mancher Steuern zu sehr nennenswerten Beträgen. Einzelberechnungen des dwif auf dem Wege detaillierter Analysen der Kommunalhaushalte (kommunale Kosten-Nutzenbilanz) haben gezeigt, dass Werte zwischen rund 1 bis hin zu deutlich mehr als 3 % des touristischen Nettoumsatzes als Größenordnung kommunaler Steuereinnahmen anzusehen sind. Allerdings schwanken die Ergebnisse sehr stark von Ort zu Ort und lassen sich daher ohne Primäranalysen nicht übertragen. Insgesamt belaufen sich die aus dem Tourismus in Oberbayern resultierenden **Steuereinnahmen für den Gemeinschaftssteuertopf auf rund 1.262,8 Mio. EUR.**

10. Tourismus in Oberbayern – ein abschließendes Fazit

Die Bilanz der wirtschaftlichen Effekte durch die Tourismusnachfrage in Oberbayern lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Das Aufkommen an Tagesbesuchern kann mit **192 Mio.** auf hohem Niveau stabilisiert werden, während die Übernachtungen aller Unterkunftsarten inklusive Verwandtenbesuche seit der letzten Erhebung markant auf **71,48 Mio.** angestiegen ist (2009: rund 64,0 Mio.).
- Die daraus resultierenden Aufenthaltstage von **263,48 Mio.** ergeben im Verbund mit den gewachsenen durchschnittlichen Tagesausgaben einen neuen **Rekord-Bruttoumsatz** für Oberbayern in Höhe von **13,6 Mrd. EUR** (2009: 12,6 Mrd. EUR). Das entspricht einer Steigerung von 7,9 %.
- Die durchschnittlichen **Tagesausgaben** über alle Zielgruppen belaufen sich auf rund **51,60 EUR**.

Die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftszweig unterstreichen folgende Fakten:

- Die touristisch induzierten **Einkommenseffekte** im Rahmen der 1. und 2. Umsatzstufe (vgl. S. 24/25) belaufen sich auf **6.304,7 Mio. EUR**.
- Der relative touristische **Beitrag zum Primäreinkommen** in Oberbayern beträgt rund **4,4 %**.
- Das touristische Einkommen entfällt zu rund 61,2 % auf die direkten und zu 38,8 % auf die indirekten Profiteure.
- Das **Einkommen** aus der Tourismuswirtschaft liegt **pro Jahr und Einwohner** bei rund **1.410 EUR**.
- Aus der Division des touristischen Einkommensbeitrags in Oberbayern (6.304,7 Mio. EUR) durch das durchschnittliche gewichtete Primäreinkommen im Untersuchungsgebiet pro Kopf und Jahr (32.189 EUR) ergibt sich ein **Einkommensäquivalent** von rund **195.870 Personen**, die ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten könnten.
- Der touristische **Beitrag zum Gemeinschaftssteueraufkommen** beläuft sich auf eine Größenordnung von **rund 1.262,8 Mio. EUR**. Darin enthalten sind die anteilige Umsatzsteuer sowie die anteilige Lohn- und Einkommenssteuer der im Tourismus beschäftigten Personen.

Exkurs München

- In München stehen rund 65.000 Betten in gut 400 gewerblichen Betrieben zur Verfügung.
- **Übernachtungsgäste** in diesen Betrieben gaben rund **220 EUR** pro Tag aus. **Tagesgäste** kamen auf Ausgaben von etwa **45 EUR** (2009: 60,70 EUR).
- Insgesamt ergab sich daraus 2014 ein touristisch bedingter Umsatz von **7,2 Mrd. EUR** (2009: 6,7 Mrd. EUR) bei ca. **108 Mio.** Aufenthaltstagen (2009: 111 Mio.).
- Von Einnahmen aus diesem Bereich profitierten 2014 vor allem der Einzelhandel mit **2,8 Mio. EUR**, das Gastgewerbe mit **2,9 Mio. EUR** und andere Dienstleistungen wie öffentlicher und privater Transport oder Tourismusunternehmen mit **1,3 Mio. EUR**.

Zusätzlich zur Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern“ existieren noch weitere spezifische regionale Auswertungen, die bei Interesse bei der Abteilung München Tourismus der Landeshauptstadt oder den einzelnen touristischen Regionen bezogen werden können.



Tabelle 5: Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Tourismusregionen Oberbayerns¹¹

Kennziffer aus der Berechnung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus	Stadt München	Münchener Umland	Pfaffenwinkel	Alpenregion Tegernsee Schliersee	Oberbayerische Städte
Absolute Werte					
Einwohner	1.407.836	981.908	130.387	96.049	341.823
Übernachtungen in Betrieben ¹²	13,78 Mio.	5,0 Mio.	0,76 Mio.	2,7 Mio.	1,2 Mio.
Tagesreisen	84,5 Mio.	22,5 Mio.	5,4 Mio.	7,0 Mio.	9,0 Mio.
Ausgaben pro Kopf (gewerblich)	217,70 EUR	172,20 EUR	117,60 EUR	121,20 EUR	153,80 EUR
Ausgaben pro Kopf (Tagesgast)	44,80 EUR	25,50 EUR	21,50 EUR	20,00 EUR	23,50 EUR
Touristischer Bruttoumsatz (insg.)	7.148,9 Mio. EUR	1.385,8 Mio. EUR	192,9 Mio. EUR	435,0 Mio. EUR	361,7 Mio. EUR
Touristischer Einkommensbeitrag	3.229,0 Mio. EUR	642,2 Mio. EUR	95,1 Mio. EUR	216,5 Mio. EUR	167,8 Mio. EUR
Einkommensäquivalent	91.330 Pers.	19.160 Pers.	3.420 Pers.	6.420 Pers.	6.000 Pers.
Steueraufkommen	659,3 Mio. EUR	128,8 Mio. EUR	18,2 Mio. EUR	40,8 Mio. EUR	33,9 Mio. EUR
Relative Werte					
Übernachtungen je Einwohner ¹³	9,8	5,1	5,8	28,1	3,51
Empfangene Tagesreisen je EW	60,0	22,9	41,4	72,9	26,3
Empfangene Tagesreisen pro Tag	231.506	61.644	14.794	19.178	24.657
Touristischer Bruttoumsatz pro EW	5.078 EUR	1.411 EUR	1.479 EUR	4.529 EUR	1.058 EUR
Primäreinkommen pro Kopf und Jahr	35.357 EUR	33.517 EUR	27.797 EUR	33.706 EUR	27.956 EUR
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	6,5 %	2,0 %	2,6 %	6,7 %	1,8 %

Quelle: dwif, 2015.

¹¹ Reisegebiete ohne Umsätze von Verwandten-/Bekanntesbesuchern (VFR) aufgrund fehlender Datenbasis, daher kann die Addition der einzelnen Reisegebiete an einigen Stellen vom Gesamtergebnis abweichen.

¹² ohne VFR

¹³ ohne VFR

Tabelle 5: Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Tourismusregionen Oberbayerns¹¹

Kennziffer aus der Berechnung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus	Starnberger 5-Seen-Land	Ammersee-Lech	Zugspitz-Region	Inn-Salzach	Chiemsee-Alpenland
Absolute Werte					
Einwohner	130.811	114.926	85.443	216.192	310.274
Übernachtungen in Betrieben ¹²	0,79 Mio.	0,43 Mio.	4,51 Mio.	0,49 Mio.	3,13 Mio.
Tagesreisen	5,9 Mio.	3,5 Mio.	9,2 Mio.	6,5 Mio.	13,5 Mio.
Ausgaben pro Kopf (gewerblich)	139,80 EUR	130,30 EUR	126,60 EUR	131,10 EUR	126,60 EUR
Ausgaben pro Kopf (Tagesgast)	22,50 EUR	23,50 EUR	31,50 EUR	21,50 EUR	29,50 EUR
Touristischer Bruttoumsatz (insg.)	228,7 Mio. EUR	122,7 Mio. EUR	756,0 Mio. EUR	199,6 Mio. EUR	742,5 Mio. EUR
Touristischer Einkommensbeitrag	107,3 Mio. EUR	57,2 Mio. EUR	366,4 Mio. EUR	93,4 Mio. EUR	357,0 Mio. EUR
Einkommensäquivalent	2.480 Pers.	1.920 Pers.	14.580 Pers.	3.550 Pers.	11.820 Pers.
Steueraufkommen	21,8 Mio. EUR	11,6 Mio. EUR	70,7 Mio. EUR	19,1 Mio. EUR	68,9 Mio. EUR
Relative Werte					
Übernachtungen je Einwohner ¹³	6,0	3,7	52,78	2,3	10,1
Empfangene Tagesreisen je EW	45,1	30,5	107,7	30,1	43,5
Empfangene Tagesreisen pro Tag	16.164	9.589	25.205	17.808	36.986
Touristischer Bruttoumsatz pro EW	1.748 EUR	1.068 EUR	8.848 EUR	923 EUR	2.393 EUR
Primäreinkommen pro Kopf und Jahr	43.228 EUR	29.877 EUR	25.137 EUR	26.315 EUR	30.206 EUR
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	1,9 %	1,7 %	17,1 %	1,6 %	3,8 %

Quelle: dwif, 2015.

¹¹ Reisegebiete ohne Umsätze von Verwandten-/Bekanntesbesuchern (VFR) aufgrund fehlender Datenbasis, daher kann die Addition der einzelnen Reisegebiete an einigen Stellen vom Gesamtergebnis abweichen.

¹² ohne VFR

¹³ ohne VFR

Tabelle 5: Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Tourismusregionen Oberbayerns¹¹

Kennziffer aus der Berechnung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus	Ebersberger Grünes Land	Tölzer Land	Berchtesgadener Land	Hopfenland Hallertau	Chiemgau
Absolute Werte					
Einwohner	133.007	122.118	102.346	250.919	170.364
Übernachtungen in Betrieben ¹²	0,39 Mio.	1,62 Mio.	3,51 Mio.	0,93 Mio.	4,4 Mio.
Tagesreisen	2,9 Mio.	6,5 Mio.	5,8 Mio.	4,5 Mio.	6,2 Mio.
Ausgaben pro Kopf (gewerblich)	145,00 EUR	106,20 EUR	110,90 EUR	135,80 EUR	95,20 EUR
Ausgaben pro Kopf (Tagesgast)	19,50 EUR	23,50 EUR	24,80 EUR	19,50 EUR	22,60 EUR
Touristischer Bruttoumsatz (insg.)	111,0 Mio. EUR	300,0 Mio. EUR	499,9 Mio. EUR	209,2 Mio. EUR	492,9 Mio. EUR
Touristischer Einkommensbeitrag	51,8 Mio. EUR	146,4 Mio. EUR	250,8 Mio. EUR	102,9 Mio. EUR	241,0 Mio. EUR
Einkommensäquivalent	1.520 Pers.	4.760 Pers.	11.110 Pers.	3.570 Pers.	9.490 Pers.
Steueraufkommen	10,4 Mio. EUR	28,3 Mio. EUR	46,6 Mio. EUR	19,7 Mio. EUR	45,8 Mio. EUR
Relative Werte					
Übernachtungen je Einwohner ¹³	2,9	13,3	34,3	3,7	25,8
Empfangene Tagesreisen je EW	21,8	53,2	56,7	17,9	36,4
Empfangene Tagesreisen pro Tag	7.945	17.808	15.890	12.329	16.986
Touristischer Bruttoumsatz pro EW	834 EUR	2.456 EUR	4.884 EUR	833 EUR	2.893 EUR
Primäreinkommen pro Kopf und Jahr	34.129 EUR	30.736 EUR	22.576 EUR	28.861 EUR	25.405 EUR
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	1,1 %	3,9 %	10,9 %	1,4 %	5,6 %

Quelle: dwif, 2015.

¹¹ Reisegebiete ohne Umsätze von Verwandten-/Bekanntesbesuchern (VFR) aufgrund fehlender Datenbasis, daher kann die Addition der einzelnen Reisegebiete an einigen Stellen vom Gesamtergebnis abweichen.

¹² Ohne VFR

¹³ Ohne VFR

Wirtschaftsfaktor Tourismus – Berechnungsschema

Bei der Berechnung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus in Oberbayern wurde folgender Weg beschritten:

1. Schritt

Ermittlung der Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)

Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz

2. Schritt

Ermittlung der Nettoumsätze (ohne MwSt.)

Bruttoumsatz - Umsatz(Mehrwert)-steuer = Nettoumsatz

3. Schritt

Ermittlung der Einkommenswirkungen

1. Umsatzstufe (EW1)

Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote = EW1

4. Schritt

Ermittlung der Einkommenswirkungen

2. Umsatzstufe (EW2)

(Nettoumsatz - EW1) x Wertschöpfungsquote = EW2

5. Schritt

Ermittlung des touristischen Einkommensbeitrages

(EW1 + EW2) : Primäreinkommen (PE) = Tourismusbeitrag zum PE in %

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

- Abb. 1: Die 15 Tourismusregionen Oberbayerns, Seite 10
- Abb. 2: Übernachtungen 2014 in Oberbayern nach Unterkunftsart, Seite 15
- Abb. 3: Touristische Aufenthaltstage und Umsätze in Oberbayern, Seite 21
- Abb. 4: Vom Tourismus in Oberbayern profitierende Branchen, Seite 22
- Abb. 5: Wertschöpfung 1. Umsatzstufe, Seite 24
- Abb. 6: Wertschöpfung 2. Umsatzstufe, Seite 25
- Abb. 7: Touristische Einkommenswirkung in Oberbayern, Seite 26

Tabellen

- Tab. 1: Zeitvergleich Oberbayern 2009 – 2014, Seite 7
- Tab. 2: Besucherverkehr in Privathaushalten, Seite 16
- Tab. 3: Touristische Nachfrage in Oberbayern, Seite 18
- Tab. 4: Der Tourismusmarkt in Oberbayern, Seite 20
- Tab. 5: Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Tourismusregionen Oberbayerns, Seite 30 – 32

Impressum

Verleger und Herausgeber:**IHK für München und Oberbayern**

Peter Driessen und Dr. Eberhard Sasse

Balanstraße 55-59

81541 München

☎ 089 5116-0

@ info@muenchen.ihk.de

🌐 ihk-muenchen.de

In Kooperation mit:**Tourismus Oberbayern München e. V.**

Präsident Robert Salzl

Balanstraße 57

81541 München

☎ 089 63 89 58 79

@ info@oberbayern.de

🌐 oberbayern.de

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e. V.

Bezirk München/Oberbayern

Vorsitzender Franz Bergmüller

Prinz-Ludwig-Palais

Türkenstr. 7

80333 München

☎ 089 28760-15

@ oberbayern@dehoga-bayern.de

🌐 dehoga-bayern.de

Durchführung:**dwif e. V.**

Dr. Bernhard Harrer

Sonnenstr. 27

80331 München

☎ 089 23702890

@ b.harrer@dwif.de

🌐 dwif.de

Gestaltung:

Busch Branding, München

Bildnachweis:

Titel: www.shutterstock.com: ©canadastock

Innenseiten: www.shutterstock.com: ©Jorg Hackemann, ©Eder, ©kzenon, ©FootToo,

©Vlada Photo, ©Olga Danylenko, ©photolike, ©anshar

Druck:

Satz & Druck Peter Molnar, Blumenstraße 26, 82407 Wielenbach

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Stand: August 2016



 **Folgen Sie uns online:**

	ihk-muenchen.de/newsletter	
	/ihk.muenchen.oberbayern	
	twitter.com/IHK_MUC	
	xing.com/net/muenchenihk	

ihk-muenchen.de