

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DIE HANSESTADT LÜBECK 2024

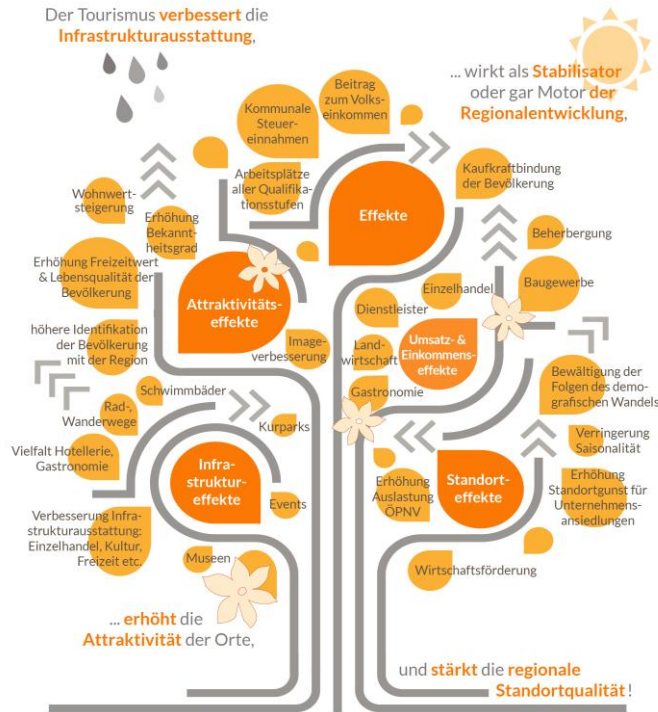
Auftraggeber: Lübeck und Travemünde Marketing
GmbH

München, Juli 2025

INHALTSVERZEICHNIS

WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR TOURISMUS	3
ERGEBNISSE DER BERECHNUNGEN	4
Bedeutung der touristischen Segmente	5
Direkte Profiteure des Tourismus	7
Direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus	8
Arbeitsmarkteffekte	9
Steuereffekte	11
Eckendaten zum Tourismus	12
ZEITVERGLEICH DER ERGEBNISSE	13
DEFINITIONEN UND METHODIK	15
Definition und Quantifizierung Übernachtungstourismus	17
Definition und Quantifizierung Tagestourismus	19
Ausgabeverhalten der Gäste	21
Berechnungsweg	22
GLOSSAR UND QUELLEN	25

Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus



Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistende oder Zuliefernde wie regional Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert.

Deshalb lohnt sich Investitionen von Kommunen und Unternehmen in die tourismusbezogene Infrastruktur, konkrete Produkte und die touristische Vermarktung. Umso wichtiger ist es, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für die Wirtschaft im Untersuchungsgebiet deutlich zu machen. Der Tourismus ist Umsatzbringer und leistet über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Als Jobmotor bietet der Tourismus Menschen vieler unterschiedlicher Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse (von der Saisonkraft bis zur Vollzeitstelle) Einkommensmöglichkeiten. Er schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze.

Über Instrumente wie die Kurtaxe oder die Fremdenverkehrsabgabe trägt er zudem direkt zur Verbesserung der lokalen Infrastruktur bei. Hiervon profitieren Gäste ebenso wie Einheimische und Unternehmen vor Ort. Das Tourismus-Engagement eines Ortes zahlt sich aus – in Euro und Cent für alle Branchen. Gleichzeitig steigert es die Attraktivität und Lebensqualität für Einheimische und Gäste.

INHALTSVERZEICHNIS

WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR TOURISMUS	3
ERGEBNISSE DER BERECHNUNGEN	4
Bedeutung der touristischen Segmente	5
Direkte Profiteure des Tourismus	7
Direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus	8
Arbeitsmarkteffekte	9
Steuereffekte	11
Eckendaten zum Tourismus	12
ZEITVERGLEICH DER ERGEBNISSE	13
DEFINITIONEN UND METHODIK	15
Definition und Quantifizierung Übernachtungstourismus	17
Definition und Quantifizierung Tagestourismus	19
Ausgabeverhalten der Gäste	21
Berechnungsweg	22
GLOSSAR UND QUELLEN	25

Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2024¹

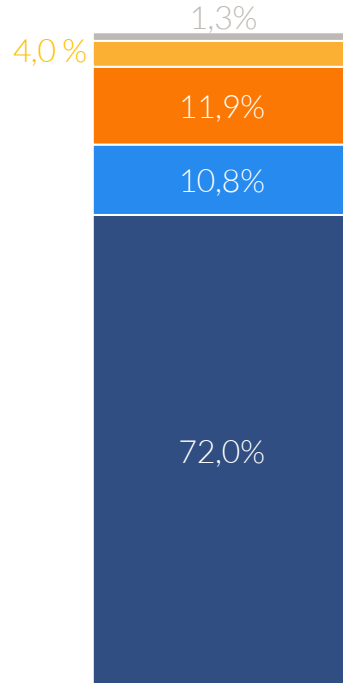
MARKTSEGMENT	AUFENT- HALTSTAGE	x	Ø-TAGES- AUSGABEN	=	BRUTTO- UMSATZ
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus ²	0,252 Mio.	x	51, ⁴⁰ €	=	13,0 Mio. €
 Privatquartiere (< 10 Betten) und Freizeitwohnsitze sowie Bootsliegeplätze ³	0,761 Mio.	x	80, ⁸⁰ €	=	61,5 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) ⁴	2,27 Mio.	x	162, ⁶⁰ €	=	369,1 Mio. €
 Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden (VFR) ⁵	2,05 Mio.	x	34, ⁸⁰ €	=	71,3 Mio. €
 Tagesreisen	13,7 Mio.	x	34, ⁸⁰ €	=	476,8 Mio. €
GESAMT	19,033 Mio.				991,7 Mio. €

¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte. ² Auskünfte der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH, Lübeck 2025; dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 und 2024; Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Kiel 2025; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2025. ³ Auskünfte der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH, Lübeck 2025; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2025. ⁴ Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Kiel 2025; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2025. ⁵ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch Hochrechnung der Ergebnisse einer repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2019 ermittelt.

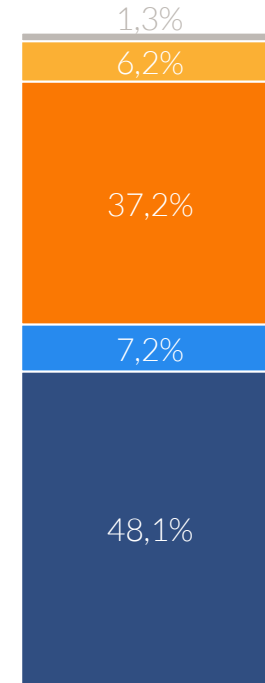
Quelle: dwif 2025

Bedeutung der touristischen Marktsegmente

AUFENTHALTSTAGE 19,033 MIO.



UMSÄTZE 991,7 MIO. €



Camping



Privatquartiere, Freizeitwohnsitze
und Bootslichegeplätze



Gewerbliche Betriebe

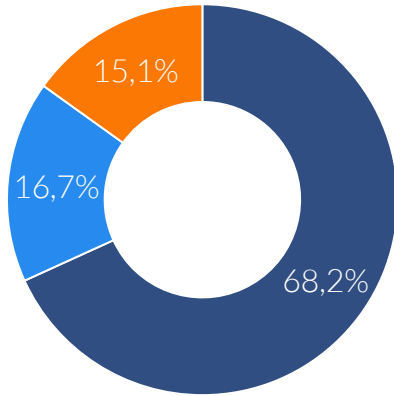


VFR



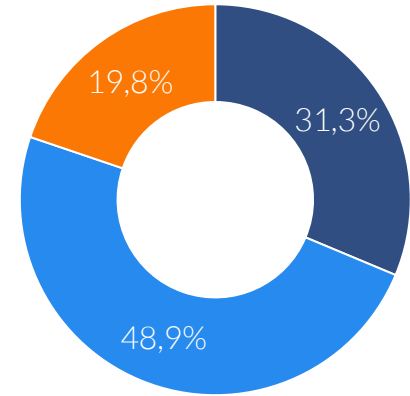
Tagesreisen

Direkte Profiteure des Tourismus

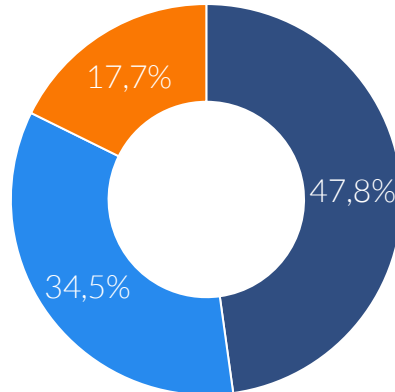


Übernachtungsgäste
443,6 Mio. €

Tagesgäste inkl. VFR
548,1 Mio. €



GESAMT 991,7 Mio. €



Gastgewerbe 474,2 Mio. €

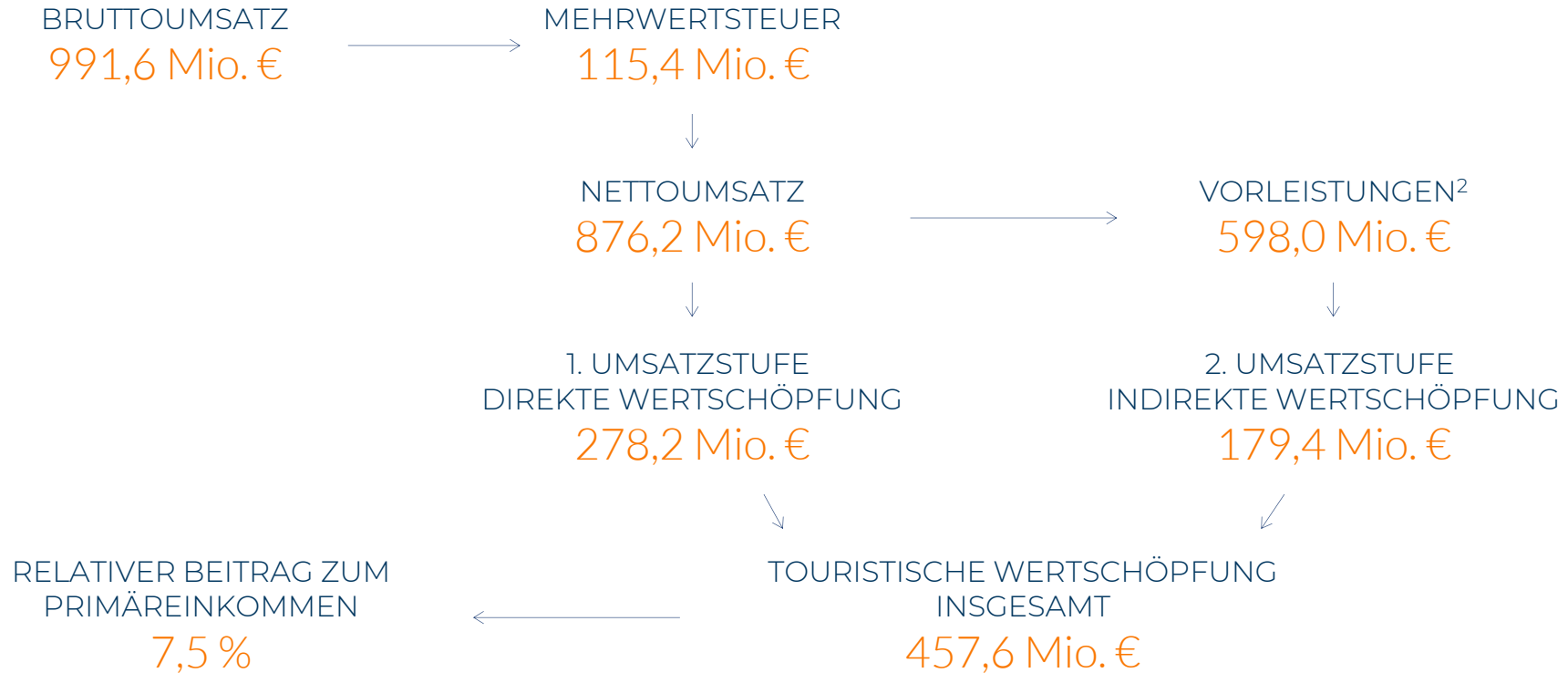


Einzelhandel 341,7 Mio. €



Dienstleistungen 175,8 Mio. €

Ableitung der direkten und indirekten Wertschöpfung¹ aus dem Tourismus



¹ Der Begriff Wertschöpfung wird synonym zum Einkommen bzw. Einkommensbeitrag verwendet.

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



Einkommensäquivalent

16.782 PERSONEN

Touristische Wertschöpfung insgesamt
457,6 Mio. €

Ø-Primäreinkommen pro Kopf
27.268,- €¹

Der Einkommensbeitrag (= touristische Wertschöpfung) von 457,6 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 16.782 Personen, die durch die touristische Nachfrage in der Hansestadt Lübeck ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 27.268,- €)¹ pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

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

¹ Wert für die kreisfreie Stadt Lübeck 2022, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder: Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Fellbach 2024.

Beschäftigtenäquivalent

13.361 PERSONEN



DI Tourismusforschung
Deutsches Institut
für Tourismusforschung



PILOTPROJEKT BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE

Das dwif entwickelt in Kooperation mit der FH Westküste Kennzahlen zu den Arbeitsmarkteffekten des Tourismus.

Im Rahmen eines Pilotprojekts ermitteln wir neben dem bisherigen Einkommensäquivalent ein Beschäftigtenäquivalent. Dieses wird im Wirtschaftsfaktor Tourismus zusätzlich ausgewiesen.

Das Beschäftigungsäquivalent ermöglicht eine realistische Einschätzung der tatsächlichen Beschäftigungswirkung, indem verschiedene im Tourismus vorkommende Beschäftigungsformen in nach Branchen gewichtete durchschnittliche Arbeitnehmerentgelte umgerechnet werden. Durch diese Darstellung der Vollzeitäquivalente wird die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus vor Ort für den Arbeitsmarkt präziser abbildbar.

Die touristische Wertschöpfung von 457,6 Mio. € entspricht einem Beschäftigtenäquivalent von rund 13.361 Personen, die durch die touristische Nachfrage in der Hansestadt Lübeck ein regional- und branchenspezifisches Arbeitnehmerentgelt (= 34.249,- €)¹ pro Kopf beziehen.

¹ Nach Branchen gewichteter Wert für die kreisfreie Stadt Lübeck. Wert bezieht sich auf Vollzeitbeschäftigte, vgl. hierzu Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtige Bruttonomatsentgelte (Jahreszahlen), Deutschland, West/Ost, Länder und Kreise, Stichtag 31.12.2023, Nürnberg 2024; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder: Arbeitnehmerentgelt, Bruttolöhne und -gehälter in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 2000 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 2, Fellbach 2024.



Mehrwertsteuer und Einkommensteuer

ca. 91,8 Mio. €



Grundsteuer

Gewerbsteuer

Zweitwohnungssteuer

Kurtaxe (Gast)

Tourismusabgabe (Gewerbe)

Allein aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer resultieren 2024 ca. 91,8 Mio. € Steueraufkommen aus dem Tourismus, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt. Der Tourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer, Gewerbsteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast) und Tourismusabgabe (Gewerbe), zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen, deren Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist.

Die der Hansestadt Lübeck 2024 zufließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen lassen sich ebenfalls nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen von uns zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus in einer Größenordnung zwischen einem und weit mehr als drei Prozent der dort realisierten touristischen Nettoumsätze zufließen.

Eckdaten zum Tourismus in Lübeck 2024



BEVÖLKERUNG¹

223.156 EW

19,033 Mio. — TOURISTISCHE AUFENTHALTSTAGE 



ÜBERNACHTUNGSINTENSITÄT²

14,7

85,3 — TOURISMUSINTENSITÄT GESAMT³ 



BRUTTOUMSATZ/EINWOHNER*IN

4.444 €

135,- € — AUSGABEN GESAMT/ÜBERNACHTUNG 

¹ Stand: 31.12.2024; Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Kiel 2025.

² Übernachtungen je Einwohner: Übernachtungen in gewerblichen Betrieben, in Privatquartieren und Freizeitwohnsitzen, auf Booten, Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus.

³ Aufenthaltstage (Tages- und Übernachtungstourismus inkl. VFR) je Einwohner

INHALTSVERZEICHNIS

WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR TOURISMUS	3
ERGEBNISSE DER BERECHNUNGEN	4
Bedeutung der touristischen Segmente	5
Direkte Profiteure des Tourismus	7
Direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus	8
Arbeitsmarkteffekte	9
Steuereffekte	11
Eckendaten zum Tourismus	12
ZEITVERGLEICH DER ERGEBNISSE	13
DEFINITIONEN UND METHODIK	15
Definition und Quantifizierung Übernachtungstourismus	17
Definition und Quantifizierung Tagestourismus	19
Ausgabeverhalten der Gäste	21
Berechnungsweg	22
GLOSSAR UND QUELLEN	25

Kennziffern für die Hansestadt Lübeck im Zeitvergleich

	2018 ¹	2022	2024	Entwicklung 2024 ggü. 2018	Entwicklung 2024 ggü. 2022
Übernachtungen in Betrieben	2,325 Mio.	2,844 Mio.	3,283 Mio.	+ 41,2 %	+ 15,4 %
Zahl der VFR-Übernachtungen	2,0 Mio.	2,05 Mio.	2,05 Mio.	+ 2,5 %	+/- 0,0 %
Tagesreisen	14,8 Mio.	14,2 Mio.	13,7 Mio.	- 7,4 %	- 3,5 %
Bruttoumsätze Gesamt	777,0 Mio. €	893,5 Mio. €	991,7 Mio. €	+ 27,6 %	+ 11,0 %
Bruttoumsätze Übernachtungen in Betrieben	274,7 Mio. €	370,3 Mio. €	443,6 Mio. €	+ 61,5 %	+ 19,8 %
Bruttoumsätze VFR-Übernachtungen	59,8 Mio. €	66,0 Mio. €	71,3 Mio. €	+ 19,2 %	+ 8,0 %
Bruttoumsätze Tagestourismus	442,5 Mio. €	457,2 Mio. €	476,8 Mio. €	+ 7,8 %	+ 4,3 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	325,4 Mio. €	403,7 Mio. €	474,2 Mio. €	+ 45,7 %	+ 17,5 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	314,7 Mio. €	334,3 Mio. €	341,7 Mio. €	+ 8,6 %	+ 2,2 %
Bruttoumsätze Dienstleistungen	136,9 Mio. €	155,5 Mio. €	175,8 Mio. €	+ 28,4 %	+ 13,1 %
Touristische Wertschöpfung	351,2 Mio. €	413,8 Mio. €	457,6 Mio. €	+ 30,3 %	+ 10,6 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	7,2 %	7,6 %	7,5 %	+ 0,3 %-Punkte	- 0,1 %-Punkte
Einkommensäquivalent (in Personen)	15.780	16.810	16.782	+ 6,3 %	- 0,2 %

Quelle: dwif 2025; ¹ ohne Übernachtungen auf Bootsliegeplätzen.

INHALTSVERZEICHNIS

WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR TOURISMUS	3
ERGEBNISSE DER BERECHNUNGEN	4
Bedeutung der touristischen Segmente	5
Direkte Profiteure des Tourismus	7
Direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus	8
Arbeitsmarkteffekte	9
Steuereffekte	11
Eckendaten zum Tourismus	12
ZEITVERGLEICH DER ERGEBNISSE	13
DEFINITIONEN UND METHODIK	15
Definition und Quantifizierung Übernachtungstourismus	17
Definition und Quantifizierung Tagestourismus	19
Ausgabeverhalten der Gäste	21
Berechnungsweg	22
GLOSSAR UND QUELLEN	25

Definition Tourismus

Die Welttourismusorganisation (UN Tourism, bis 2024 UNWTO) versteht unter Tourismus

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



Quelle: dwif 2025; in Anlehnung an UN Tourism (UNWTO, 1995)

Übernachtungstourismus

BOOTSTOURISMUS

Zur Bestimmung aller Bootsübernachtung erheben wir die Zahl der Touristik- und Saisonliegeplätze für Segel-, Motoryachten und Hausboote auf Basis von Zulieferungen der Projektpartner*innen. Nur bei separater Beauftragung und ausreichender Datengrundlage kann der Bootstourismus berücksichtigt werden.

CAMPINGTOURISMUS

Angaben zu Übernachtungen auf Touristikstandplätzen liefern (in der Regel) die amtliche Statistik sowie Recherchen und Berechnungen von uns. Zur Bestimmung aller Campingübernachtungen erheben wir die Anzahl der verfügbaren Dauerstandplätze. Übernachtungen auf diesen basieren auf Hochrechnungen von uns sowie Einschätzungen und Statistiken der Akteur*innen vor Ort.

Zudem können die Übernachtungen auf Bedarfscampingplätzen bei Festivals und Events erhoben werden. Diese werden bei ausreichender Datenzulieferung anhand von Ticketverkäufen sowie Einschätzungen und Statistiken der Akteur*innen vor Ort berechnet.

Die Bestimmung der Übernachtungen von Reisemobilist*innen außerhalb von Campingplätzen erfolgt auf Basis von Zulieferungen der Projektpartner*innen (Anzahl Standplätze/ verkaufte Parktickets etc. / wenn möglich Übernachtungszahlen) oder auf Detailrecherchen bzw. Hochrechnungen von uns.

FREIZEITWOHNSITZE

Zur Bestimmung aller Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen werden Häuser oder Wohnungen erfasst, die nur zu Freizeit Zwecken genutzt werden (Urlaube und Wochenendreisen). Übernachtungen in diesen basieren auf Einschätzungen und Statistiken der Akteur*innen vor Ort.

GEWERBLICHE ÜBERNACHTUNGEN ≥ 10 BETTEN

Die gewerblichen Übernachtungen liefert (in der Regel) die amtliche Beherbergungsstatistik. Die einzelnen Betriebstypen (wie z. B. Hotellerie, gewerbliche Ferienwohnungen, Reha-Kliniken) werden gesondert ausgewiesen und von uns auf Plausibilität geprüft und gegebenenfalls angepasst. Für diese Untersuchung liegt die Beherbergungsstatistik der Projektpartner*innen vor. Daten des statistischen Amtes, welche der Geheimhaltung unterliegen, werden plausibel hochgerechnet.

PRIVATQUARTIERE < 10 BETTEN

Das Gesamtangebot dieses Segments wird (falls keine Statistiken hierzu vorliegen) primär erhoben oder geschätzt und mit einer von uns spezifisch ermittelten Auslastung hinterlegt. Diese basiert auf Analysen vorliegender Studien, Statistiken und Auskünften.

VISITS OF FRIENDS AND RELATIVES

Dieses Segment kann nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung im Untersuchungsgebiet ermittelt werden.

TAGESAUSFLUG

Ein Tagesausflug ist jedes Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

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

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

TAGESGESCHÄFTSREISE

Eine Tagesgeschäftsreise ist das Verlassen des ständigen Arbeitsplatzes zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben außerhalb der Gemeindegrenze. Nicht jedoch

- Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage)
- Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z. B. so genannte „Dienstgänge“)

Quantifizierung des Tagestourismus

Die Anzahl der Tagesreisen zu ermitteln ist ein komplexer Vorgang. Eine einfache Übertragung von Relationen übergeordneter Regionen oder anderer Orte würde hierbei zu falschen Ergebnissen führen. Wir berechnen die Werte individuell und der jeweiligen Situation vor Ort angepasst. Die Analysen ergeben erst nach zahlreichen Plausibilitätskontrollen ein verlässliches Bild des Tagestourismus.



Bei der Ermittlung des **TAGESTOURISMUS** werden **WEDER ZEITLICHE (REISEDAUER IN STUNDEN) NOCH ENTFERNUNGSBEZOGENE (DISTANZ IN KILOMETER) EINSCHRÄNKUNGEN** vorgenommen und somit **ALLE TAGESREISEN ERFASST**.

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

- **DWIF-TAGESREISENMONITOR**: Exklusive und kontinuierliche Primärerhebung von uns zum Tagestourismus in Deutschland seit 2016
- **ORTSSPEZIFISCHE GEGEBENHEITEN** wie Ortstypen (Großstadt, Kurort, Badeort, Messestandort, sonstige Gemeinde etc.), Ortsgrößen und -lagen, touristisches sowie allgemeines Angebot (Shoppingmöglichkeiten, Freizeiteinrichtungen, Gastronomieangebot etc.)
- **ORTSSPEZIFISCHE HINTERGRUNDZAHLEN** (z. B. Gästezahlen von Einrichtungen und Veranstaltungen, Bevölkerungszahlen im Einzugsgebiet, Verkehrsanbindung, Infrastruktur)
- Zahlreiche **PLAUSIBILITÄTSTESTS**, u. a. anhand von Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik
- Durch jahrzehntelange **ERFAHRUNGEN** ermittelte dwif-interne Daten

Ausgabeverhalten der Gäste

AUSGABEN DER ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

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

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

Folgende Aspekte sind in der vorliegenden Untersuchung nicht berücksichtigt:

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

Quelle: dwif 2025

AUSGABEN DER TAGESGÄSTE

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

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

Berechnungsweg

1

BRUTTOUMSÄTZE (INKL. MWST.): $NACHFRAGEUMFANG \times TAGESAUSGABEN = BRUTTOUMSATZ$

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

2

NETTOUMSÄTZE (EXKL. MWST.):

$BRUTTOUMSATZ - MEHRWERTSTEUER = NETTOUMSATZ$

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

3

WERTSCHÖPFUNGSWIRKUNGEN DER ERSTEN UMSATZSTUFE (EW 1):

$NETTOUMSATZ \times WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 1$

Die Wertschöpfungsquote gibt den Anteil des Nettoumsatzes an, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen – also zu Einkommen – wird (= direkte Wertschöpfung). Der verbleibende Rest wird von den profitierenden Unternehmen für Vorleistungen aufgewendet. Für die Berechnung verwenden wir individuelle, branchenspezifische Wertschöpfungsquoten.

4

WERTSCHÖPFUNGSWIRKUNGEN DER ZWEITEN UMSATZSTUFE (EW 2):
(NETTOUMSATZ – EW 1) x WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 2

Bei der zweiten Umsatzstufe werden alle Wertschöpfungswirkungen bei den Vorleistungslieferanten (Nettoumsatz – EW 1) dargestellt, die zur Aufrechterhaltung der touristischen Dienstleistungsqualität benötigt werden (= indirekte Wertschöpfung).

Hierunter fallen u. a.

- die Zulieferung von Waren (z. B. Brötchen von der Bäckerei, Strom vom Energieversorger),
- die Bereitstellung von Dienstleistungen (z. B. Prospekte von der Werbeagentur, Versicherungen, Bankkredite) und
- Investitionen in die Substanzerhaltung (z. B. Neubau bzw. Renovierungsarbeiten durch Handwerksfirmen).

5

TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG:(EW 1 + EW 2) :
PRIMÄREINKOMMEN (PE) = TOURISMUSBEITRAG ZUM PE IN %

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

6

BESCHÄFTIGUNGSWIRKUNG:

(EW 1 + EW 2) : PRIMÄREINKOMMEN PRO KOPF = EINKOMMENSÄQUIVALENT

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

7

STEUEREFFEKTE AUS DEN TOURISTISCHEN UMSÄTZEN

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

INHALTSVERZEICHNIS

WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR TOURISMUS	3
ERGEBNISSE DER BERECHNUNGEN	4
Bedeutung der touristischen Segmente	5
Direkte Profiteure des Tourismus	7
Direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus	8
Arbeitsmarkteffekte	9
Steuereffekte	11
Eckendaten zum Tourismus	12
ZEITVERGLEICH DER ERGEBNISSE	13
DEFINITIONEN UND METHODIK	15
Definition und Quantifizierung Übernachtungstourismus	17
Definition und Quantifizierung Tagestourismus	19
Ausgabeverhalten der Gäste	21
Berechnungsweg	22
GLOSSAR UND QUELLEN	25

AUFENTHALTSTAG

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

AUSGABENSTRUKTUR

Differenzierung der Ausgaben pro Person und Tag nach Gastgewerbe, Einzelhandel und Dienstleistungen.

BOOTSTOURISMUS

Touristik- und Saisonliegeplätze für Segel-, Motoryachten und Hausboote.

BRUTTOUMSATZ

Ergibt sich aus der Multiplikation des Nachfrageumfanges mit den Ø-Tagesausgaben pro Kopf (inkl. MwSt.).

CAMPINGTOURISMUS

Touristikcamper und Dauercamper auf Campingplätzen. Übernachtungen auf Bedarfscampingplätzen bei Festivals und Events.

Daten zu Reisemobilist*innen außerhalb der Campingplätze werden zum Teil von Kommunen erfasst (z. B. Anzahl der Parkscheine).

DIENSTLEISTUNGEN, SONSTIGE

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

EINKOMMENSBEITRAG DES TOURISMUS

Der relative Beitrag des Tourismus zum Primär- bzw. Volkseinkommen wird wie folgt ermittelt: Addition der touristischen Wertschöpfung der ersten und zweiten Umsatzstufe (= absoluter Einkommensbeitrag des Tourismus) und dessen Division durch das Primär- bzw. Volkseinkommen vor Ort (siehe Berechnungsweg). Der Begriff Wertschöpfung wird synonym zum Einkommen verwendet.

EINZELHANDEL

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

FREIZEITWOHNSITZE

Häuser oder Wohnungen, die nur zu Freizeit Zwecken genutzt werden (Urlaube und Wochenendreisen).

GASTGEWERBE

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

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

GEWERBLICHE BEHERBERGUNGSBETRIEBE

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

NETTOUMSATZ

Ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz.

PRIMÄREINKOMMEN

Einkommen der privaten Haushalte (einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck) aus Erwerbstätigkeit und Vermögen: Arbeitnehmerentgelt, Einkommen der Einzelunternehmen/Selbstständigen, die auch eine Vergütung für die mithelfenden Familienangehörigen enthalten, Betriebsüberschuss aus der Produktion von Dienstleistungen aus eigengenutztem Wohneigentum, sowie die netto empfangenen Vermögenseinkommen; vgl. hierzu auch Definition und Angaben der Statistischen Ämter der Länder sowie des Statistischen Bundesamtes (siehe Quellen).

PRIVATQUARTIERE

Alle Beherbergungsstätten mit weniger als 10 Betten, vorrangig Ferienwohnungen und -häuser, kleine Pensionen und Gasthöfe aber auch Privatzimmer.

TAGESAUSGABEN

Gesamtsumme der pro Person und Tag je Aufenthaltstag getätigten Ausgaben.

TAGESREISEN

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

ÜBERNACHTUNGSREISEN

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

UMSATZSTEUER (MEHRWERTSTEUER)

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

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

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

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

VOLKSEINKOMMEN

Das Volkseinkommen ergibt sich aus dem Primäreinkommen der privaten Haushalte (siehe im Glossar: Primäreinkommen). Zum Primäreinkommen der privaten Haushalte werden die Primäreinkommen von Kapitalgesellschaften und Staat addiert (=Primäreinkommen der gesamten Volkswirtschaft) und Produktions- und Importabgaben sowie Abschreibungen abgezogen und Subventionen hinzugerechnet.

Quelle: dwif 2025

Es spiegelt das verfügbare Einkommen der Gesamtwirtschaft nach der staatlichen Umverteilung wider. Das Volkseinkommen wird nur auf Länderebene ausgewiesen. In Sonderfällen wird für Studien zum dwif-Wirtschaftsfaktor Tourismus für Bundesländer auf das Volkseinkommen anstelle des Primäreinkommens zurückgegriffen, da es die Gesamtwirtschaft umfangreicher umfasst.

VORLEISTUNGEN

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

WERTSCHÖPFUNG (SYNONYM EINKOMMEN)

Im Sinne der in dieser Untersuchung durchgeführten Berechnungen gleichzusetzen mit den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und den Gewinnen der relevanten Unternehmen. Die Wertschöpfungsquote ist hierbei der Anteil des Nettoumsatzes in Prozent, der direkt zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Die Wertschöpfungsquoten basieren z. B. auf Betriebs-vergleichen für unterschiedliche Branchen (z. B. dwif-Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie), amtlichen Statistiken, in denen Kostenstrukturen für verschiedene Wirtschaftszweige ausgewiesen werden, sowie Detailerhebungen für ausgewählte Verkehrsleistungen bzw. Infrastruktureinrichtungen, die u. a. auch aus Studien von uns abgeleitet werden.

WERTSCHÖPFUNG, DIREKT

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

WERTSCHÖPFUNG, INDIREKT

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

Die dwif-Datenwelt

Unsere Beratungsleistungen fußen stets auf fundiertem Datenmaterial. Dank unseren dwif eigenen sowie externen zahlreichen Datenschätzen können wir auf fundiertes Zahlenmaterial zugreifen. Eine Auswahl haben wir exemplarisch zusammengestellt.



dwif-Marktforschung & Studien

- dwif-Tagesreisenmonitor
- Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
- Betriebsvergleiche für das Gastgewerbe in verschiedenen Bundesländern
- Betriebsvergleiche für die Hotellerie in Deutschland
- dwif-Freizeitmonitor
- Tourismusakzeptanz/ Lebensqualität
- Ressourcen Tourismusorganisationen



Datenbanken Wirtschaftsfaktor

- Hotellerie
- Touristikingcamping
- Dauercamping
- Reisemobilitätstourismus
- Privatquartiere, Shared Economy & Kleinbeherbergungsmarkt
- VFR & Freizeitwohnsitze
- Jugendherbergen
- Einzelhandelszentralität & Kaufkraft/Konsum
- VGR/Einkommen



Externe Daten & Kooperationen

- TrustYou
- Preisindizes, z.B. STR Global
- Arbeitsmarkt & Beschäftigung
- Beherbergung & Gastronomie
- Bilanzdaten von Betrieben, Konjunktur & Konsum, Gewerbe, (Sozio-) Ökonomie
- Steueraufkommen & Steuereinnahmen
- Qualität & Zertifizierungen
- CO2-Fußabdruck
- Prospektive Daten Preise/ Verfügbarkeiten (myrate)

Datenquellen Wirtschaftsfaktor Tourismus

Wir recherchieren **alle extern verfügbaren Daten**, die für die Erstellung der Studie hilfreich sind. Dies umfasst u. a.:

- Sonderauswertungen (z. B. aus der amtlichen Beherbergungs- und Umsatzsteuerstatistik)
- Gemeindestatistiken (z. B. Bevölkerungs- und Haushaltszahlen)
- Daten aus den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Länder
- Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken der Auftraggeber*innen / Projektpartner*innen (z. B. Kataloge, Broschüren, Statistiken, Gästezahlen, Einschätzungen der Expert*innen vor Ort) sowie Gespräche mit sonstigen Leistungsträger*innen und Interessensvertreter*innen
- vorhandene Gutachten, Entwicklungskonzepte sowie weitere relevante Analysen
- Internetrecherchen

Wichtige Daten für die Berechnungen werden unseren **internen Datenbanken und Studien** entnommen:

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

dwif-interne Studien und Datenbanken

dwif (Hrsg.): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, in: dwif-Schriftenreihe, Heft 53, München 2010.

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 86, München 2022.

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

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

dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 und 2024.

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

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

dwif (Hrsg.): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (ERV/DZT), München, laufende Untersuchung und Erhebungen seit 2006.

dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, in: dwif-Schriftenreihe, Nr. 55, München 2013.

extern verfügbare Daten

Lübeck und Travemünde Marketing GmbH: Auskünfte und Datenmaterial, Lübeck 2025.

Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein: Statistische Berichte (G IV 1) Beherbergungen im Reiseverkehr, Kiel 2025.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2025.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Fellbach 2024.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Arbeitnehmerentgelt, Bruttolöhne und -gehälter in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 2000 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 2, Fellbach 2024.

World Tourism Organization (UN Tourism, bis 2024 UNWTO): Technical Manual No. 2, Collection of Tourism Expenditure Statistics, 1995.

AUFTRAGGEBER

Lübeck und Travemünde Marketing GmbH
Holstentorplatz 1
23552 Lübeck

PROJEKTBEARBEITUNG DWIF

Moritz Sporer, Geschäftsführer & Leiter Ökonomische Analysen

Dr. Bernhard Harrer, Vorstand dwif e. V.

Margerita Bichler, Junior Consultant

Florian Weber, Consultant

Berlin/München, 2025



WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro Berlin	Büro München
Marienstraße 19-20	Sonnenstraße 27
10117 Berlin	80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten. © 2025 dwif
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution/Organisation ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.