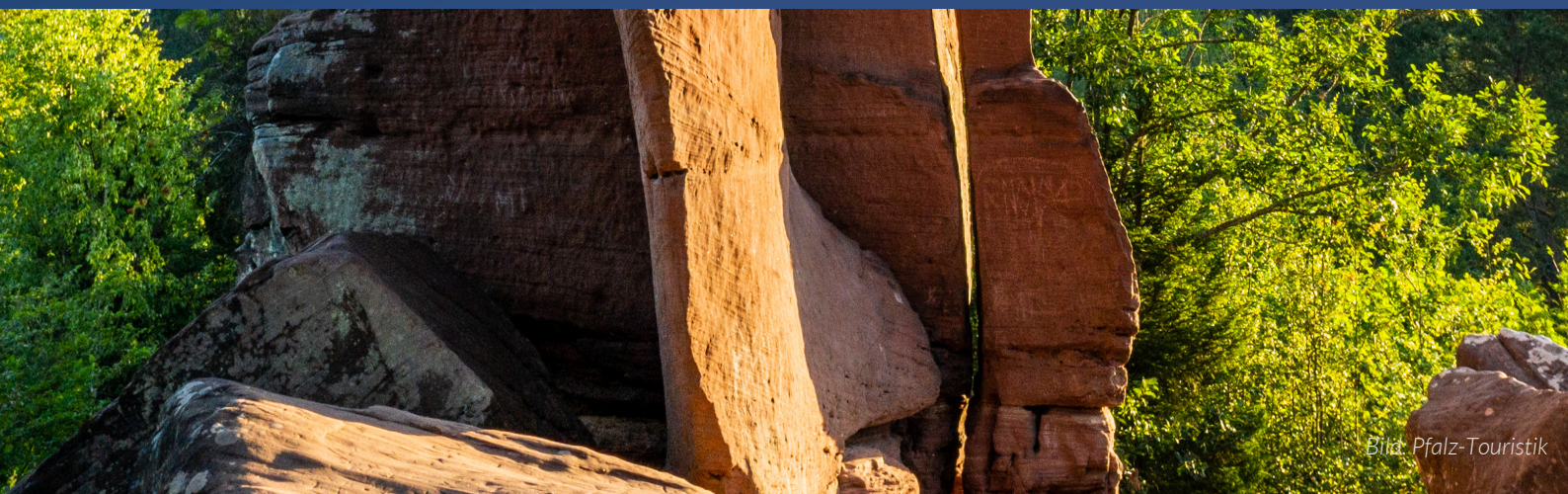




dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS PFALZ 2019



WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS PFALZ 2019

Unsere Expertise für Sie



MORITZ SPORER

Geschäftsfeldleiter Ökonomi-
sche Analysen
m.sporer@dwif.de
Tel. +49(0)89 / 237 028 9-23



DIANA PINNOW

Consultant
d.pinnow@dwif.de
Tel. +49/(0)30 757 949-15

dwif-Consulting GmbH
Sonnenstr. 27, 80331 München
Marienstraße 19-20, 10117 Berlin

www.dwif.de

INHALT

I.	DIE PFALZ IM ÜBERBLICK.....	- 3 -
II.	DEFINITION TOURISMUS – WAS WIRD ALLES DAZUGEZÄHLT?.....	- 4 -
III.	QUERSCHNITTSBRANCHE TOURISMUS – WIE ERFOLGT DIE DATENANALYSE?.....	- 7 -
IV.	TOURISTISCHE NACHFRAGE IN DER PFALZ 2019.....	- 8 -
1.	Übernachtungstourismus gegen Entgelt in der Pfalz 2019.....	- 8 -
1.1	Übernachtungstourismus in den Beherbergungsbetrieben.....	- 8 -
1.2	Verwandten- und Bekanntenbesuche: Übernachtungen in den Privathaushalten der Einheimischen	- 12 -
2.	Tagestourismus in der Pfalz.....	- 14 -
V.	AUSGABEN DER GÄSTE IN DER PFALZ – MEHRWERT FÜR DIE REGION	- 16 -
VI.	UMSÄTZE AUS DEM TOURISMUS - EIN MULTIMILLIONEN EURO BUSINESS	- 18 -
VII.	VOM TOURISMUS PROFITIERENDE BRANCHEN – WEIT VERZWEIGTE UMWEGRENTABILITÄT	- 20 -
VIII.	TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG – EINE BRANCHE SCHAFFT MEHRWERT	- 22 -
IX.	EINKOMMENS- & BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE – TOURISMUSWIRTSCHAFT ALS ARBEITSPLATZGENERATOR IN DER REGION.....	- 25 -
X.	STEUEREFFEKTE – PROFIT FÜR DIE ÖFFENTLICHEN KASSEN.....	- 26 -
XI.	TOURISMUS IN DER PFALZ – ZUSAMMENSCHAU	- 27 -
XII.	WICHTIGE KENNZIFFERN IM REGIONALEN VERGLEICH	- 29 -
XIII.	WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS – BERECHNUNGSSCHEMA.....	- 33 -

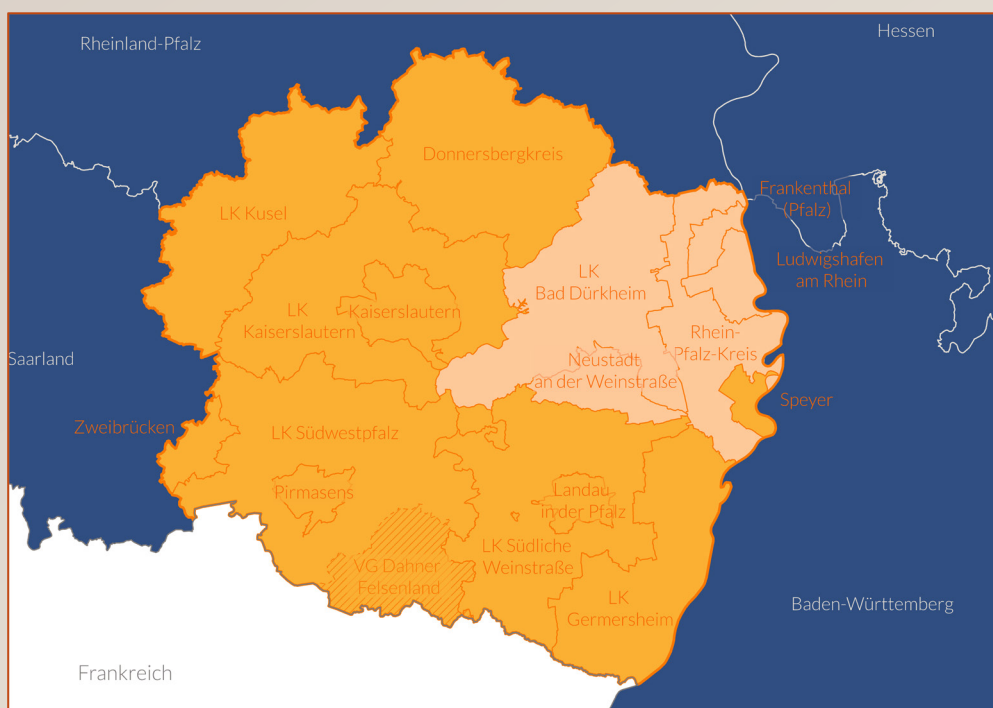
I. DIE PFALZ IM ÜBERBLICK

Die Deutschen sind nicht nur „Reiseweltmeister*innen“ – Deutschland ist, gemessen an den Übernachtungszahlen, auch das beliebteste Reiseland in Europa. Gerade attraktive Großstädte tragen mit ihren zahlreichen touristischen Attraktionen, ihren hochkarätigen Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen sowie ihrer florierenden Wirtschaft maßgeblich dazu bei, dass Deutschland als Reiseziel so geschätzt wird.

Auch die Pfalz profitiert von der touristischen Nachfrage in nicht unerheblichem Maße. Wer in der Pfalz seine Ferien verbringt, hat die Qual der Wahl, denn das Angebot an Unterkünften und Erlebnissen ist so bunt wie die Weinlandschaft im Herbst: Übernachten auf Weingütern oder in einer modernen Jugendherberge, Urlaub auf dem Campingplatz oder im Luxushotel, Schlafen auf einer Hütte, einem Trekkingplatz im Wald oder auf einer Burg. Viele Gastgeber haben sich spezialisiert: als Wandergastgeber, Bett&Bike-Betrieb oder wie die WellVinEss-Hotels auf Gäste, die auf Wein, gutes Essen und Wellness gleichermaßen Wert legen – die Pfalz spricht viele Zielgruppen an.¹

Doch wieviel Tourismus findet vor Ort wirklich statt und welche ökonomischen Effekte sind damit verbunden? Diese und weitere Fragen rund um den Tourismus in der Pfalz beantwortet wir Ihnen auf den folgenden Seiten.

Abb. 1: Übersichtskarte der untersuchten Gebiete in der Pfalz



Quelle: dwif 2022, GfK Regiograph

¹ Quelle: pfalz.de

II. DEFINITION TOURISMUS – WAS WIRD ALLES DAZUGEZÄHLT?

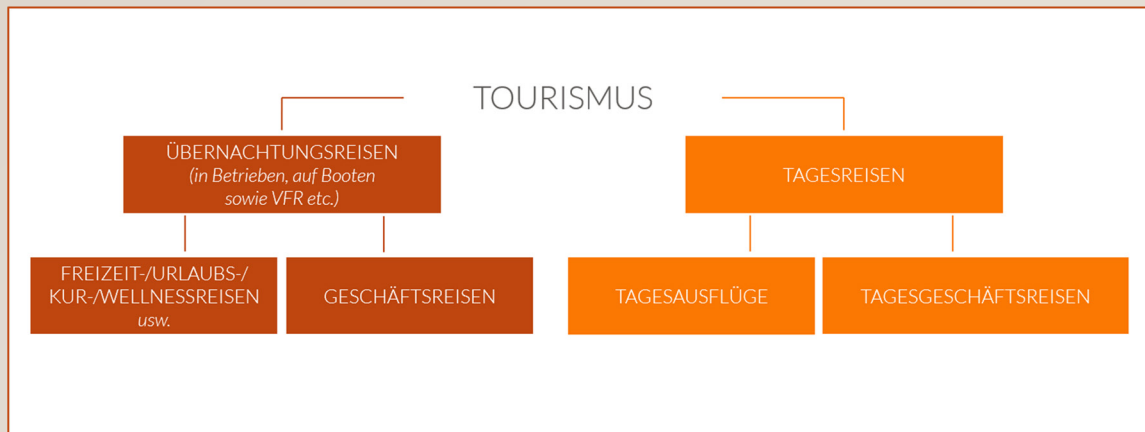
DEFINITION TOURISMUS

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.

Abb. 2: Definition Tourismus



Quelle: dwif 2022 nach UNTWO 1995

Bevor näher auf die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus in der Pfalz eingegangen wird, soll zunächst die Frage beantwortet werden, welche Segmente zur touristischen Nachfrage zählen. Grundsätzlich ist eine Unterscheidung zwischen Tages- und Übernachtungsgästen vorzunehmen. Als wichtigste Marktsegmente kristallisieren sich die folgenden Nachfragegruppen heraus.

Tagestourismus

Die Tagestourist*innen sind rein mengenmäßig betrachtet das mit Abstand wichtigste touristische Marktsegment in Deutschland. Zu den Tagesreisen vom Wohnort liegen jedoch keinerlei statistische Erhebungen seitens der Ämter vor.

DEFINITION TAGESTOURISMUS

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

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.

Das Wohnumfeld ist in der Regel mit der Gemeindegrenze gleichzusetzen. Bei Großstädten (mit deutlich mehr als 100.000 Einwohner*innen) kann in Ausnahmefällen auch das Verlassen des jeweiligen Stadtbezirkes 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 Arbeitsplatz (z. B. Montage) haben keine touristische Relevanz² und bleiben daher unberücksichtigt.

² Detaillierte Informationen zur Erhebungs- und Analysemethodik mit Blick auf den Tagestourismus lesen Sie in der Studie „Tagesreisen der Deutschen“ (dwif-Schriftenreihe Heft 55, München 2013)

Übernachtungstourismus

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

- Gewerbliche Beherbergungsbetriebe (Betriebe mit mindestens 10 Betten³) aus der amtlichen Beherbergungsstatistik 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
- Privatvermietung und Kleinbeherbergungsbetriebe (vor allem Ferienwohnungen und Privatzimmer mit weniger als 10 Betten)
- Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen

Die Übernachtungsgäste werden unabhängig von den zugrunde liegenden Reisemotiven erfasst, egal ob sie privat oder geschäftlich unterwegs sind. Bei den Beherbergungsstätten werden vom Top-Hotel über Schulungsheime, Jugendherbergen, Campingplätze bis zur Privatvermietung alle Betriebstypen erfasst.

Diese Abgrenzungen entsprechen den definitorischen Vorgaben der Welttourismusorganisation und werden infolgedessen auch den nachstehenden Berechnungen zu Grunde gelegt.

³ 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.

III. QUERSCHNITTSBRANCHE TOURISMUS – WIE ERFOLGT DIE DATENANALYSE?

Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche, die jedoch leider statistisch nicht eigenständig erfasst wird. Während auf nationaler Ebene sowie für einzelne Bundesländer sog. Satellitenkonten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung erstellt wurden, sind derartige Detailanalysen auf regionaler- oder gar kommunaler Ebene aus methodischen Gründen nicht möglich. Tourismus wird nicht als eigenständiger Wirtschaftszweig in der Wirtschaftsstatistik erfasst und daher sind für die Berechnungen komplexe Analysen erforderlich.

Für die Bestimmung der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus in der Pfalz wurden unterschiedliche Quellen herangezogen:

Sonderauswertungen⁴

- dwif-Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ und Sonderauswertungen des dwif-Tagesreisenmonitors
- dwif-Grundlagenstudie zu den Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland
- Deutschlandweite Gästebefragung „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus“
- dwif-Betriebsvergleiche für Hotels und andere Betriebe des Gastgewerbes
- dwif-Untersuchung zum Städte- und Kulturtourismus in Deutschland
- dwif-Untersuchung zum Campingmarkt in Deutschland
- Sparkassen Tourismusbarometer

Hintergrundinformationen

- Literaturrecherchen allgemeiner touristischer Publikationen
- Amtliche Statistik (z. B. Beherbergungsstatistik, Kapazitätserhebung, Umsatzsteuerstatistik, Einwohnerstatistik)
- Unterkunftsverzeichnisse, Prospekte, Websites
- Untersuchungen, Studien sowie weitere Zulieferungen des Auftraggebers
- sonstige Informationsmaterialien

⁴ Mehr Informationen zu diesen Studien finden Sie auf <https://www.dwif.de/infopool.html>.

IV. TOURISTISCHE NACHFRAGE IN DER PFALZ 2019

In der Pfalz wurden insgesamt rund 70,595 Mio. Aufenthaltstage im Jahr 2019 verzeichnet – das entspricht rund 193.411 touristischen Aufenthaltstagen pro Kalendertag. Davon entfallen rund 84,2 Prozent auf Tagesbesucher und 15,8 Prozent auf Übernachtungsgäste. Diese 15,8 Prozent setzen sich zu 38,0 Prozent aus Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben, 15,9 Prozent Camping-Übernachtungen, 7,1 Prozent Übernachtungen in Privatquartieren und 39,0 Prozent Übernachtungen bei Bekannten und Verwandten (VFR) zusammen.

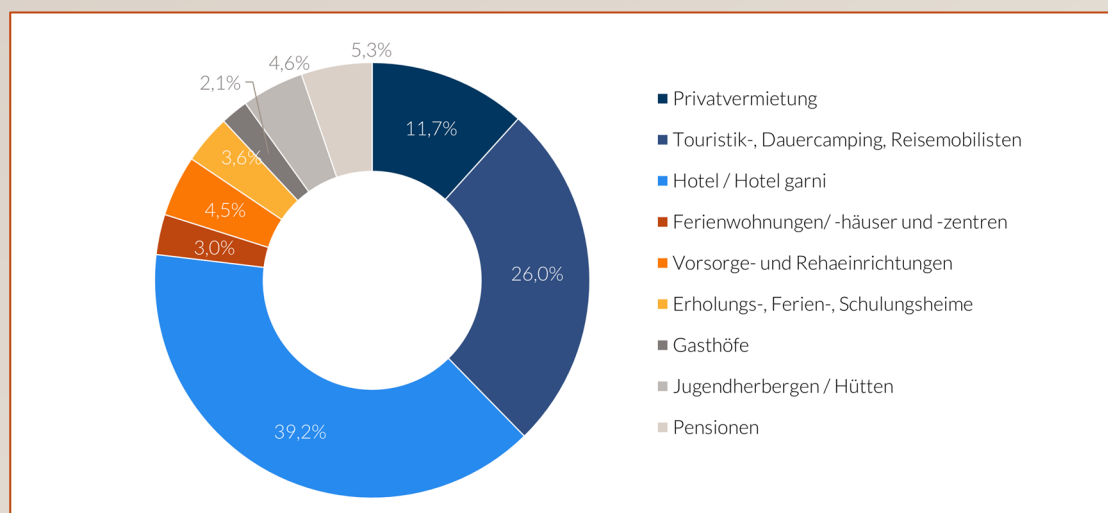
1. Übernachtungstourismus gegen Entgelt in der Pfalz 2019

Insgesamt fanden in der Pfalz 11,195 Mio. Übernachtungen in gewerblichen und privaten Beherbergungsbetrieben, sowie bei Verwandten und Bekannten statt.

1.1 Übernachtungstourismus in den Beherbergungsbetrieben

Mehr als 6,835 Mio. Übernachtungen von Touristen gegen Entgelt fanden 2019 in der Pfalz in den verschiedensten Unterkunfts-kategorien statt. Das entspricht rund 61 Prozent aller Übernachtungen in der Pfalz. Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten machen einen Anteil von 39 Prozent aus. Freizeitwohnsitze (touristisch genutzte Zeitwohnsitze) können nur über umfangreiche Primärerhebungen quantifiziert werden, die nicht Bestandteil der Studie waren.

Abb. 3: Verteilung der Übernachtungen in der Pfalz gegen Entgelt



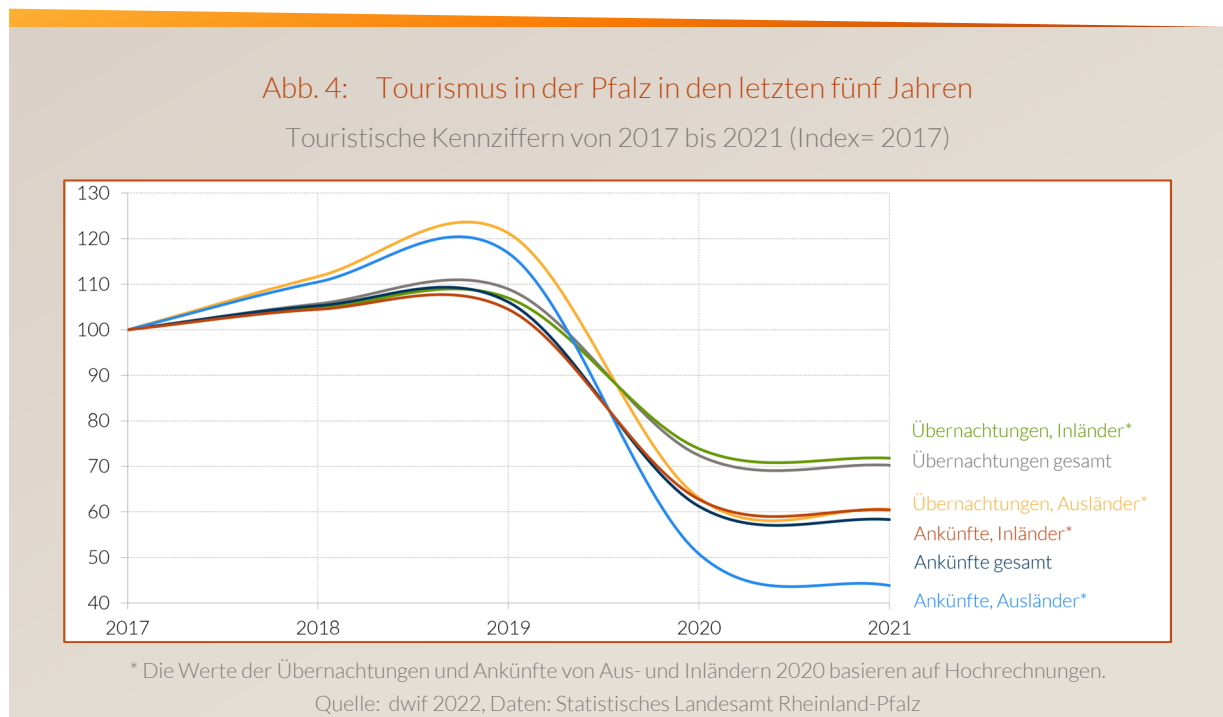
Quelle: dwif 2022, Daten Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

Eine Differenzierung nach Unterkunftsarten verdeutlicht die Schwerpunkte:

- Gewerbliche Beherbergungsbetriebe mit 10 oder mehr Betten: rund 4,3 Mio. Übernachtungen
- Touristik-/Dauercamping sowie Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen: rund 1,8 Mio. Übernachtungen
- Privatvermietungs-, Ferienwohnungs- und Kleinbeherbergungsmarkt: rund 0,8 Mio. Übernachtungen

Touristische Nachfrageentwicklung in gewerblichen Beherbergungsbetrieben

Ein Blick auf die Übernachtungszahlen der gewerblichen Betriebe (sowie weitere touristische Kennziffern) der letzten Jahre lohnt sich, um die aktuellen Zahlen besser einordnen zu können.

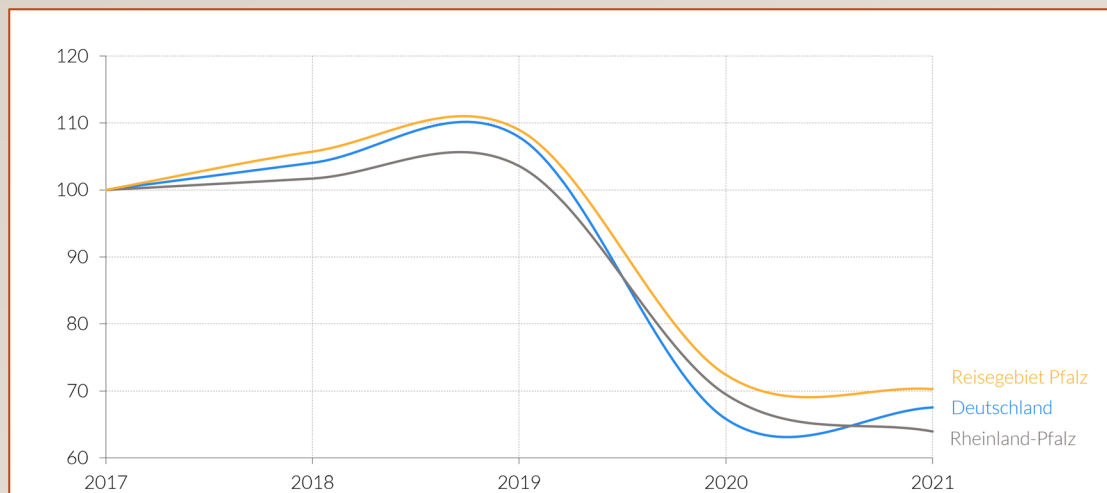


Seit 2017 konnte die Pfalz in allen Bereichen einen positiven Trend verzeichnen. Die Nachfrage ist in der Pfalz bis zum Jahr 2019 stetig gestiegen. Vor allem die Nachfrage aus dem Ausland konnte in diesem Zeitraum deutlich gesteigert werden. Alle Nachfrageparameter sind mit dem Eintreten der Corona-Pandemie im Jahr 2020 eingebrochen und konnten sich auch 2021 nicht erholen. Besonders der Incoming-Tourismus, der vor der Corona-Pandemie noch ein stärkeres Wachstum zu verzeichnen hatte als der inländische Tourismus, hat während der Pandemie deutliche Einbußen hinnehmen müssen.

Im regionalen Vergleich schneidet die Pfalz in jedem Jahr etwas besser ab als das Bundesland Rheinland-Pfalz und liegt auch über dem Bundesschnitt.

Abb. 5: Entwicklung gewerblicher Übernachtungstourismus im Vergleich

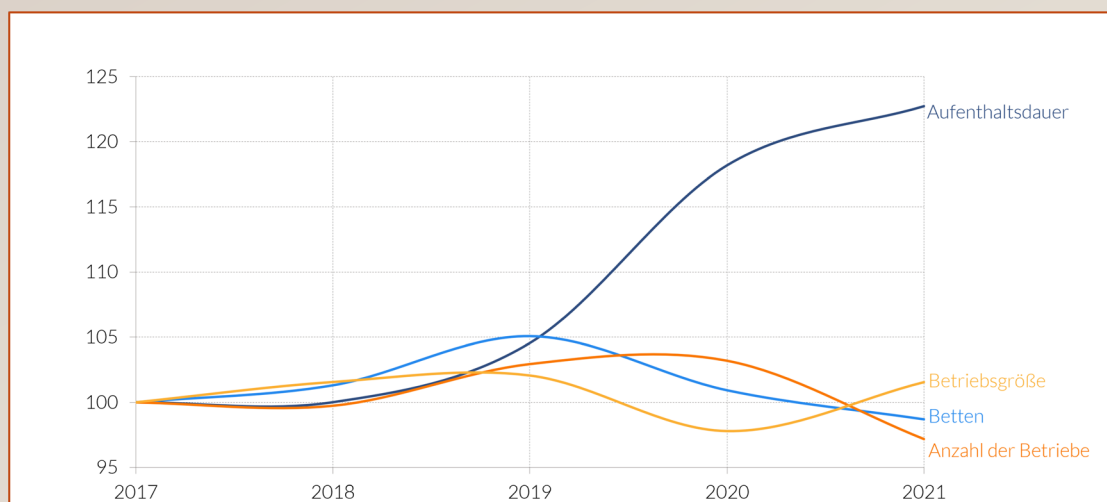
Touristische Kennziffern von 2017 bis 2021 (Index= 2017)



Quelle: dwif 2022, Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

Abb. 6: Ausgewählte touristische Kennziffern für die Pfalz

Touristische Kennziffern von 2017 bis 2021 (Index= 2017)



Quelle: dwif 2022, Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

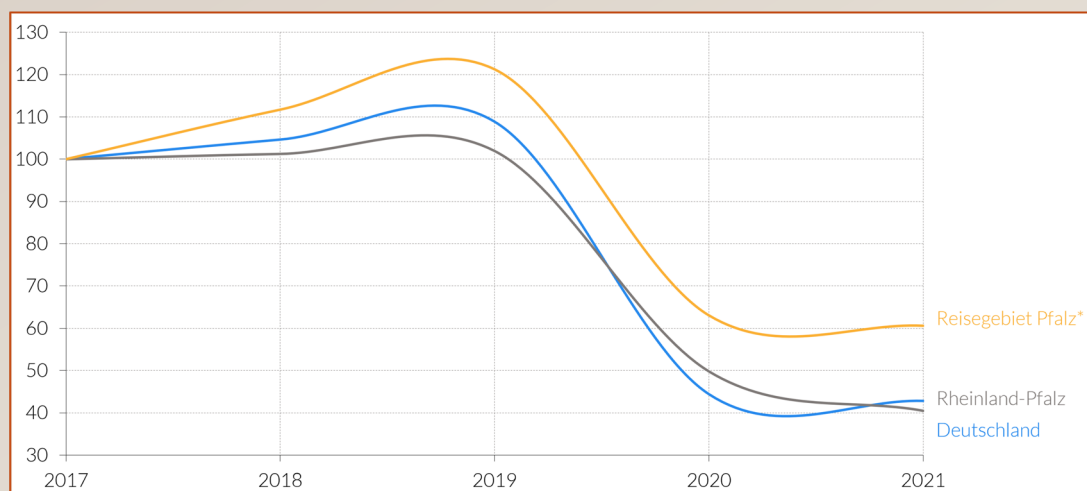
Bis 2019 gab es einen stabilen bis leicht positiven Trend in der Entwicklung des Angebots. Die angebotsseitigen Parameter – Anzahl der Betriebe, Anzahl der Betten und Betriebsgröße – stiegen um 2 bis 5 Prozent. Durch den Corona-bedingten Nachfragerückgang sank 2020 und 2021 die Zahl der Betriebe und Betten. Gleichzeitig stieg die Betriebsgröße etwas – ein Hinweis darauf, dass eher kleinere Betriebe aus dem Markt traten. Bemerkenswert ist die Entwicklung der Aufenthaltsdauer. Sie war 2021 fast ein Viertel (+23 Prozent) länger als 2017.

Auslandsnachfrage in der Pfalz

Die Zahl der Ausländerübernachtungen entwickelte sich bundesweit, landesweit und in der Pfalz bis zum Jahr 2019 positiv. Dabei wies die Pfalz mit einem Plus von 21 Prozent die beste Entwicklung auf. Mit der Pandemie sanken die ausländischen Übernachtungen in der Pfalz um rund 39 Prozent gegenüber 2017. Im Vergleich zum Bundesland Rheinland-Pfalz (-59 Prozent) und der bundesweiten Entwicklung (-57 Prozent) ist die Entwicklung in der Pfalz weniger dramatisch.

Abb. 7: Übernachtungsentwicklung ausländischer Gäste im Vergleich

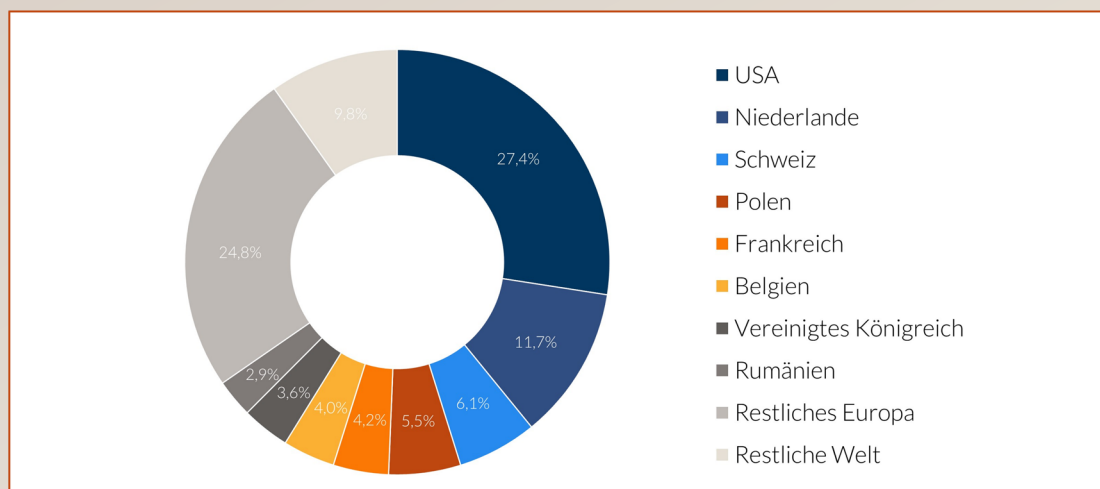
Touristische Kennziffern von 2017 bis 2021 (Index= 2017)



* Die Werte der Übernachtungen von 2020 basieren auf Hochrechnungen.

Quelle: dwif 2022, Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

Abb. 8: Wichtigste Herkunftsländer der ausländischen Gäste in der Pfalz 2019



Quelle: dwif 2022, Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

Die ausländische Nachfrage in der Pfalz setzt sich aus einer Vielzahl von Quellmärkten zusammen. Der europäische Markt ist dabei im Jahr 2019 mit einem Anteil von 62,8 Prozent der bedeutendste. Den größten Einzelmarkt stellen jedoch die USA mit 27,4 Prozent dar, gefolgt von den Niederlanden mit 11,7 Prozent. Der Marktanteil der Gästeankünfte aus Frankreich, Belgien und Luxemburg beträgt zusammen ca. 10 Prozent.

1.2 Verwandten- und Bekanntenbesuche: Übernachtungen in den Privathaushalten der Einheimischen

VERWANDTEN- / BEKANNTENBESUCHE (VFR)

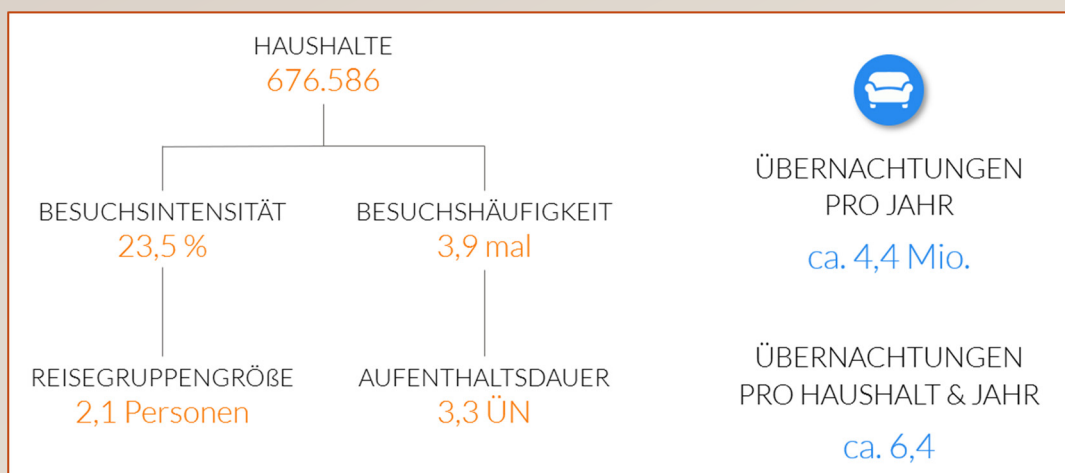
Bei den Verwandten-/Bekanntebesucher*innen handelt es sich um Gäste, die in den Privathäusern von Freund*innen oder Verwandten in der Regel unentgeltlich übernachten. Die Größenordnung dieses Segmentes ist nicht zu unterschätzen.

Abgrenzung und Datengrundlage

Ein zumeist unbeachtetes Marktsegment sind die Übernachtungsbesuche von Verwandten, Bekannten oder Freund*innen, die in den Privathaushalten in der Pfalz stattfinden. Diese Tourist*innen sind für nahezu alle Dienstleistungsanbieter und auch für den Einzelhandel eine wichtige Kundschaft, lediglich Beherbergungsbetriebe profitieren von dieser Klientel bislang nicht.

Da dieses Marktsegment von keiner Statistik erfasst wird, wurde eine repräsentative Haushaltsbefragung durchgeführt, um über die Gastgeber*innen Angaben zum Volumen dieses Segmentes zu erhalten.

Abb. 9: Verwandten- & Bekanntenbesuche in den Privathäusern in der Pfalz



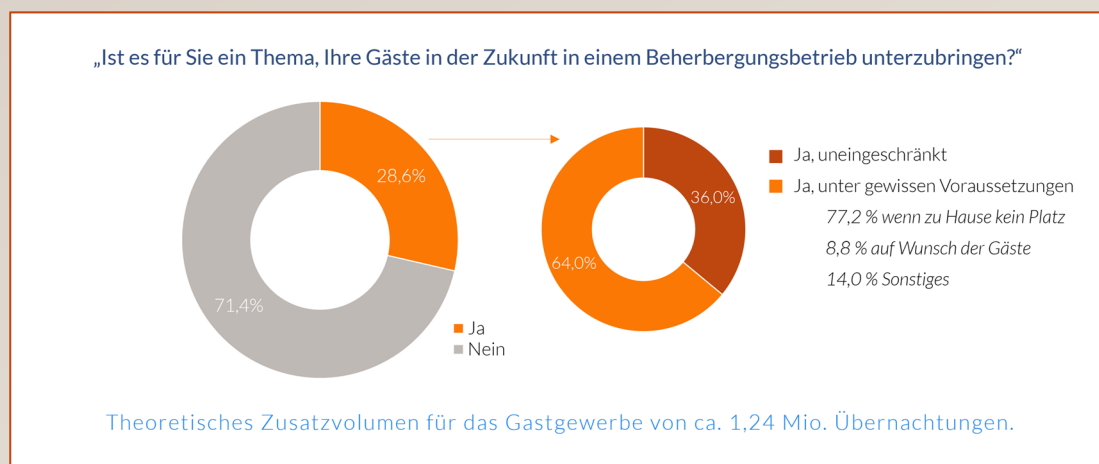
Quelle: dwif 2022, Daten Repräsentative Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2022

Auf der Basis aktueller Bevölkerungs- und Haushaltszahlen war es möglich, die erhobenen Strukturwerte und das Nächtigungsvolumen hochzurechnen. Insgesamt fanden 2019 rund 4,36 Mio. Übernachtungen in den Privathaushalten in der Pfalz statt. Ein Nachfragevolumen, das erhebliche ökonomische Relevanz besitzt.

Theoretisches Zusatzvolumen für Beherbergungsgewerbe

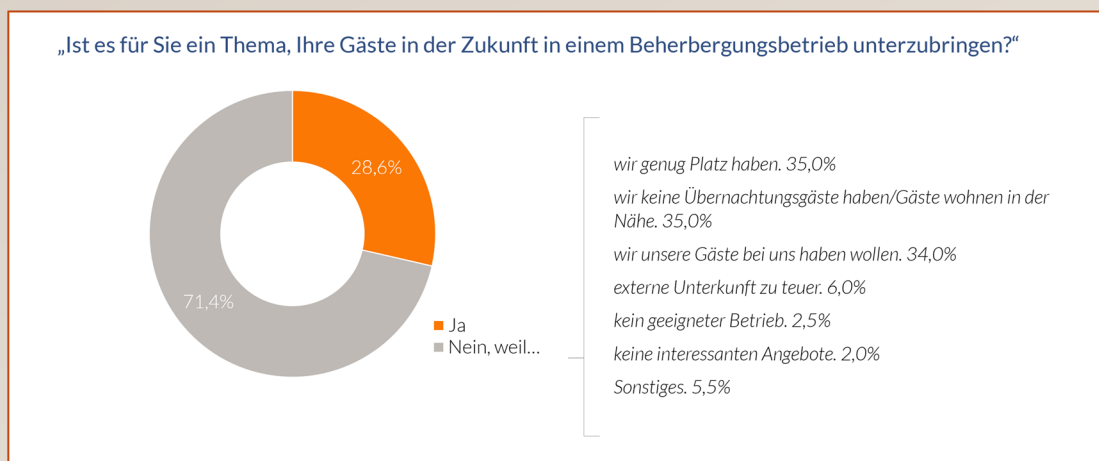
In der oben genannten repräsentativen Haushaltsbefragung wurde zudem die Bereitschaft der Haushalte abgefragt, in Zukunft Gäste auch in Beherbergungsbetrieben unterzubringen. Für mehr als die Hälfte der Haushalte in der Pfalz, die VFR-Übernachtungen aufweisen, wäre die Unterbringung von Gästen in Beherbergungsbetrieben überlegenswert. Daraus ergibt sich ein theoretisches Zusatzvolumen von etwa 1.244.160 Übernachtungen für das Beherbergungsgewerbe in der Pfalz. Bei dieser Entscheidung spielt hauptsächlich Platzmangel im eigenen Zuhause eine Rolle. Gegen eine Unterbringung spricht vor allem der Wunsch, Gäste bei sich daheim beherbergen zu wollen.

Abb. 10: Theoretisches Zusatzvolumen für Beherbergungsbetriebe in der Pfalz



Quelle: dwif 2022, Daten Repräsentative Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2022

Abb. 11: Gründe gegen die Unterbringung von Gästen im Beherbergungsgewerbe



Quelle: dwif 2022, Daten Repräsentative Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2022

2. Tagestourismus in der Pfalz

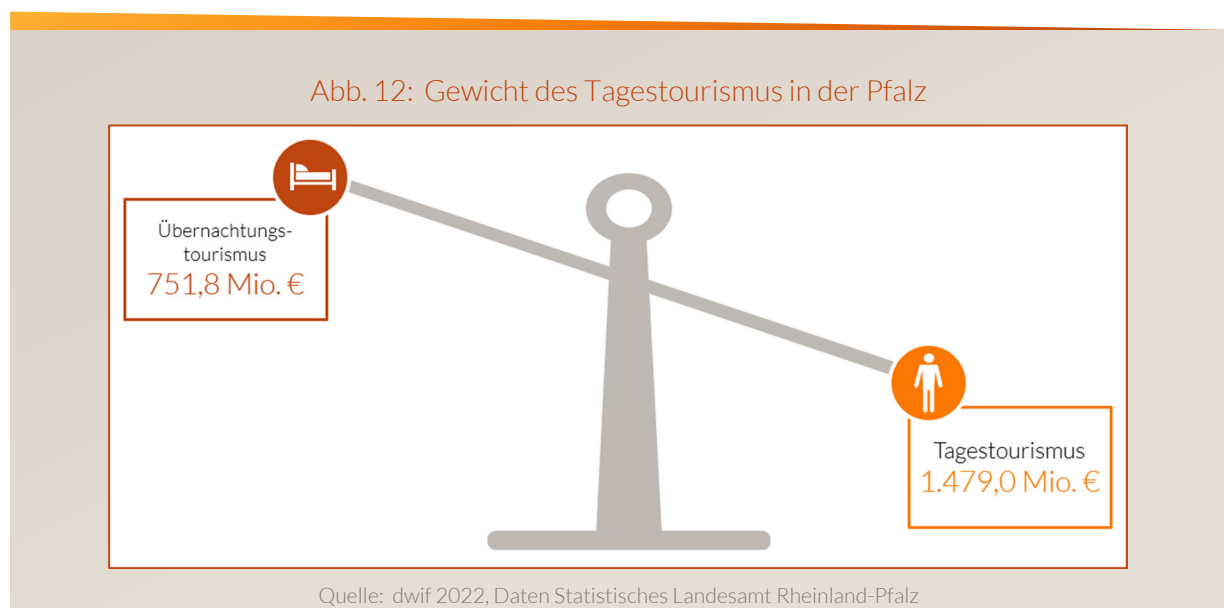
Methodisches Vorgehen

Seit den 1980er Jahren erstellt das dwif in unregelmäßigen Abständen Grundlagenuntersuchungen zu den „Tagesreisen der Deutschen“. Seit 2016 führt das dwif zudem bundesweit ein kontinuierliches Tagesreisenmonitoring durch, um stets aktuelle Nachfragezahlen und Hinweise zum Ausgabeverhalten der Tagesgäste zu erhalten.

Im Rahmen dieser Online-Panel-Primärerhebung werden pro Jahr rund 16.000 Deutsche zu ihrem Tagesreiseverhalten befragt. Jede Woche wird das Tagesreiseverhalten der letzten Woche erhoben. Hierbei sind alle Tagesreisen (Tagesgeschäftsreisen und Tagesausflüge sowohl über als auch unter 50 Kilometer) erfasst. Die Ergebnisse werden mit den Strukturen der Grundgesamtheit gewichtet und hochgerechnet. Dieses Vorgehen garantiert aktuell als einziges eine verlässliche Quantifizierung der Tagesgäste. Ohne umfangreiche zusätzliche Plausibilitätstests würde eine singuläre Auswertung der Daten der Grundlagenuntersuchung jedoch keine belastbaren Ergebnisse liefern. Für diese Kontrollen werden u. a. Gästezahlen von Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie Veränderungen der Bevölkerungszahlen und Angaben der Umsatzsteuerstatistik herangezogen.

Tagestourismus in der Pfalz

Die Tagesgäste sind rein mengenmäßig betrachtet das mit Abstand wichtigste touristische Marktsegment in der Pfalz. Die Analyse der Tagesreisen ergab ein Volumen von 59,4 Mio. Aufenthaltstagen durch Tagesgäste (Tagesausflügler*innen und Tagesgeschäftsreisen) für das Jahr 2019.



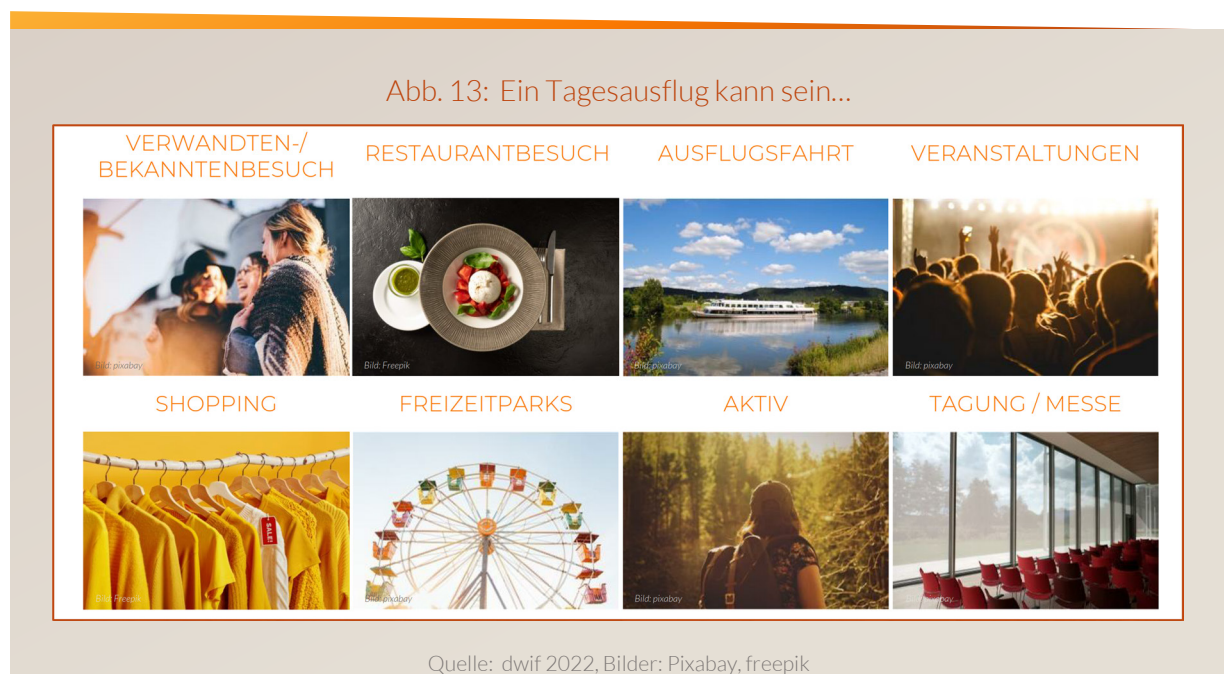
Diese Tagesgäste leisten einen wichtigen Beitrag in Bezug auf eine ganzjährig befriedigende Auslastung der vorhandenen Infrastruktureinrichtungen wie Gastronomie, Kultur- und Freizeiteinrichtungen oder Einzelhandelsgeschäfte. Ohne Tagestourismus wäre die Attraktivität der gesamten

Infrastruktur inkl. der Gastronomie- und Einzelhandelsvielfalt für Übernachtungsgäste nicht zu gewährleisten.

Gut 84 Prozent der rund 70,595 Mio. touristischen Aufenthaltstage in der Pfalz werden durch Tagesgäste generiert. Auf den Tagestourismus sind somit rund sechs Mal so viele Aufenthaltstage zurückzuführen wie auf den Übernachtungstourismus. Das zeigt eindrücklich, wie stark die touristischen Angebote in der Pfalz vom Tagestourismus abhängen. Diese Verhältniszahlen spiegeln die Situation des Jahres 2019 wider und sind weder auf andere Jahre noch auf andere Regionen übertragbar. Ein kausaler Zusammenhang zwischen dem Volumen des Tages- und des Übernachtungstourismus besteht nicht. Rein monetär betrachtet stellt sich die Relation allerdings etwas ausgeglichener dar. Hier sind, wie obige Grafik verdeutlicht, rund 34 Prozent der touristischen Umsätze dem Übernachtungstourismus zuzuordnen.

Die Reiseanlässe sind vielfältig. Bei den Tagesausflügler*innen reicht die Bandbreite von

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



Bei den Tagesgeschäftsreisen stehen neben klassischen Geschäfts- und Kundenkontakten überwiegend der Besuch von Kongressen und Messen sowie die Teilnahme an Seminaren, Schulungen, und Tagungen im Mittelpunkt.

V. AUSGABEN DER GÄSTE IN DER PFALZ – MEHRWERT FÜR DIE REGION

DEFINITION AUSGABEN VOR ORT

Erfasst werden alle Ausgaben der Tourist*innen 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.

Gerade während des Urlaubs oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten wird selten gespart. Die nachfolgend dargestellten Ausgaben der Gäste pro Kopf und Tag während ihres Aufenthaltes in der Pfalz geben dabei nur eine absolute Mindestgröße an. Nicht enthalten sind beispielsweise:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet
- Ausgaben der Gäste für die Reisevor-/nachbereitung
- Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z. B. Taxi zum Flughafen, gesamter Reisepreis)
- Freizeitverhalten der Bevölkerung im Wohnumfeld

Diese Ausgaben sind zweifelsfrei touristisch bedingt, sie schlagen aber zum größten Teil nicht in der Pfalz zu Buche. Aus diesem Grunde werden sie für diese Untersuchung nicht berücksichtigt.

Bandbreite der Ausgaben pro Kopf und Tag

Im Durchschnitt werden von Tagesgästen in der Pfalz pro Kopf und Tag rund 24,90 € ausgegeben. Bei der Berechnung dieses Wertes wurde eine segmentspezifische Gewichtung (z. B. Differenzierung nach Beherbergungsbetriebstypen oder Tagesreisemotiven) durchgeführt. Die Bandbreite der Ausgaben ist jedoch sehr groß. Sie reicht von 0, – € bei manchen Tagesausflügler*innen, die beispielsweise nur einen Spaziergang oder Schaufensterbummel machen bis hin zu weit über 200,- € pro Kopf und Tag, wenn hochpreisige Lokale frequentiert, Kultur- oder Sportveranstaltungen besucht und exklusive Einkäufe getätigt werden.

Bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsstätten (ohne Camping) ergeben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von rund 125,70 € pro Kopf und Tag. Dieser Wert weist starke Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten auf:

- Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der gesamten Tagesausgaben von gut 61,70 € bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis hin zu 251,90 € bei der Frequentierung hochpreisiger Betriebe.

- In den Pensionen und Gasthöfen und werden im Durchschnitt rund 71,30 € bzw. 107,80 € für Unterkunft, Verpflegung, Einkäufe und die Inanspruchnahme sonstiger Dienstleistungen während des Aufenthaltes ausgegeben.
- Campinggäste inkl. Dauercamper rangieren mit durchschnittlichen Tagesausgaben von rund 28,80 € am unteren Ende der Skala, wobei Touristikcamper und Reisemobilisten rund zweieinhalb mal so viel ausgeben wie Dauercamper. Dies zeigt, dass es auch in diesem Marktsegment wichtige Zielgruppen gibt, die es zu umsorgen gilt.

VI. UMSÄTZE AUS DEM TOURISMUS - EIN MULTIMILLIONEN EURO BUSINESS

Auf Basis dieser Rahmendaten erfolgte die Berechnung zur Ermittlung der Bruttoumsätze:

Nachfragevolumen nach Marktsegmenten x Tagesausgaben pro Kopf

Aus den insgesamt rund 70,595 Mio. Aufenthaltstagen und durchschnittlichen Tagesausgaben von gerundet 31,60 € lässt sich ein jährlicher touristisch bedingter Bruttoumsatz von insgesamt rund 2.230,8 Mio. € ermitteln. Nach Marktsegmenten gliedern sich die Umsätze wie in untenstehender Abbildung dargestellt auf.

Abb. 14: Der Tourismusmarkt in der Pfalz

MARKTSEGMENT	AUFENTHALTSTAGE	x	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus ²	1,776 Mio.	x	28,80 €	=	51,2 Mio. €
 Privatquartiere (< 10 Betten) ³	0,800 Mio.	x	70,20 €	=	56,6 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) ⁴	4,259 Mio.	x	125,20 €	=	535,4 Mio. €
 Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden (VFR) ⁵	4,360 Mio.	x	24,80 €	=	108,6 Mio. €
 Tagesreisen	59,4 Mio.	x	24,80 €	=	1.479,0 Mio. €
GESAMT	70,595 Mio.				2.230,8 Mio. €

Quelle: dwif 2022

Aufenthaltstage und Bruttoumsätze im Vergleich

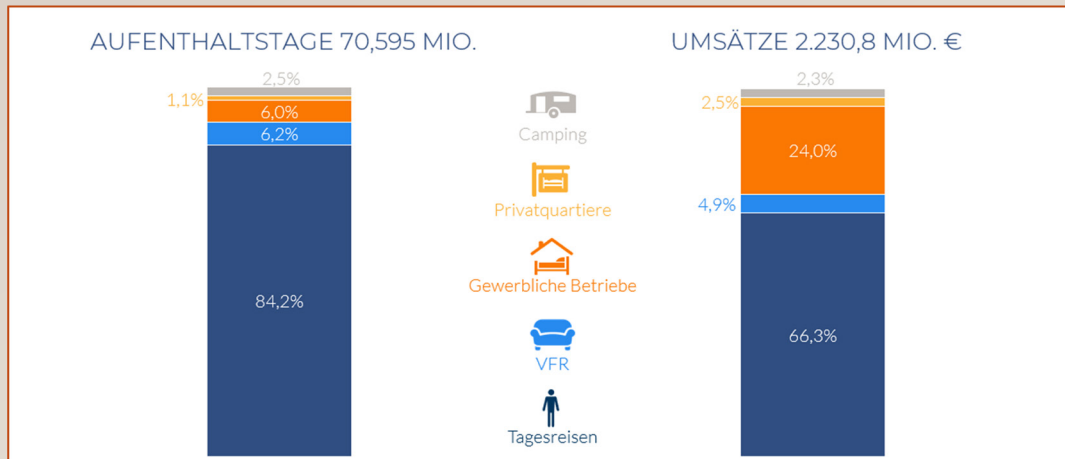
Zur Verdeutlichung der Strukturen werden nachfolgend die jeweiligen Anteilswerte der touristischen Marktsegmente in Bezug auf die Aufenthaltstage und den Bruttoumsatz einander gegenübergestellt.

- Die zentrale Rolle des Tagestourismus wird hieraus sowohl hinsichtlich der Aufenthaltstage (Marktanteil = 84,2 Prozent) als auch hinsichtlich der Umsatzwirkung (Umsatzanteil = 66,3 Prozent) deutlich.
- Die von der amtlichen Statistik erfassten gewerblichen Übernachtungen in Betrieben (ohne Camping) entsprechen lediglich rund 6,0 Prozent aller Aufenthaltstage, generieren aber 24,0 Prozent des touristischen Umsatzes.

Diese Zahlen unterstreichen die Notwendigkeit einer gesamtheitlichen Betrachtung des Tourismusaufkommens in der Pfalz.

Allein die Betrachtung der Übernachtungszahlen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben aus der amtlichen Statistik führt zu keiner verlässlichen und plausiblen Quantifizierung des Tourismus vor Ort.

Abb. 15: Touristische Aufenthaltstage und Umsätze in der Pfalz



Quelle: dwif 2022

VII. VOM TOURISMUS PROFITIERENDE BRANCHEN – WEIT VERZWEIGTE UMWEGRENTABILITÄT

Vielerorts werden nur die Inhaber*innen der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe zu den Profiteur*innen der Tourismusbranche gezählt. Mit Hilfe einer detaillierten Abfrage der Ausgabenstrukturen lassen sich aber die Geldströme im Detail nachvollziehen und die gesamte Palette der Profiteur*innen ermitteln. Grundsätzlich ist zwischen drei Wirtschaftszweigen zu unterscheiden:

Gastgewerbe

Hierzu zählen alle Ausgaben, die von den Gästen für Schlafen, Essen und Trinken aufgewendet werden. Erfasst werden hier die Ausgaben für die Unterkunft (inkl. Frühstück, Halb- oder Vollpension), sowie die Verpflegung in der Gastronomie (z. B. Restaurant-/ Cafébesuch). Auch Übernachtungen in Privatquartieren sowie auf Campingplätzen werden im Rahmen dieser Untersuchung unter der Rubrik Gastgewerbe subsummiert. Ebenfalls werden die Übernachtungs- und Verpflegungsanteile der Ausgaben von Gästen in Kliniken und Sanatorien, die rein wirtschaftsstatistisch dem Bereich „Gesundheitswirtschaft“ zuzuordnen wären, in Rahmen dieser Untersuchung der Rubrik „Gastgewerbe“ zugeordnet.

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 oder Taxi) sowie sonstige Dienstleistungen (z. B. Parkgebühren, Stadtführungen). Auch Kongress- und Tagungspauschalen der Geschäftsreisenden sind hier erfasst.

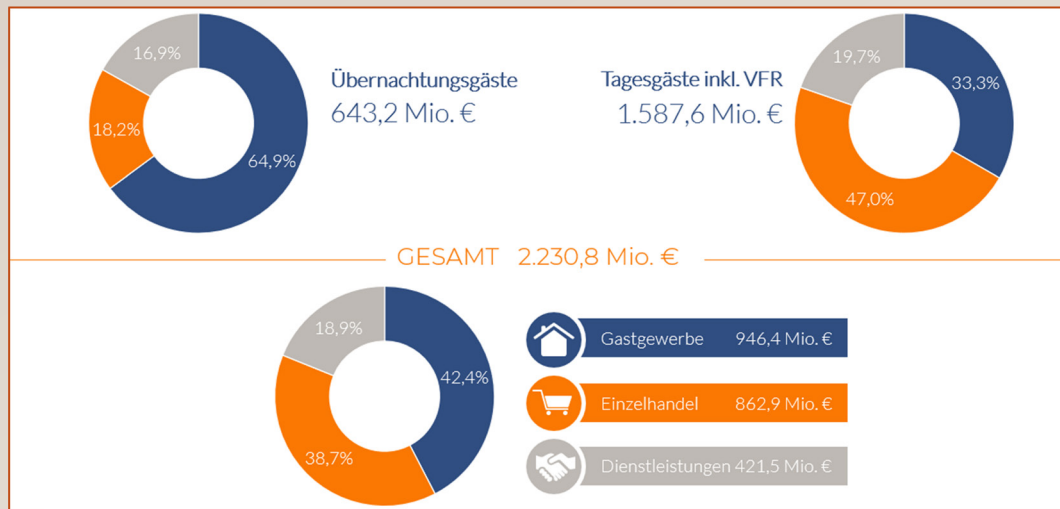
Das Ausgabeverhalten der Tages- und Übernachtungsgäste unterscheidet sich sowohl in der Höhe als auch in der Struktur recht deutlich. Der Einzelhandel konnte insbesondere wegen der vielen Tagesgäste als Hauptprofiteur des Tourismus in der Pfalz identifiziert werden, aber auch das Gastgewerbe sowie sonstige Dienstleister profitieren vom Tourismus in erheblichem Maße.

Umsatzverteilung in der Pfalz

- Das Gastgewerbe ist mit einem Umsatzanteil von 42,4 Prozent (946,4 Mio. €) die am stärksten profitierende Branche. In den Umsätzen sind auch die Verpflegungsarrangements der Übernachtungsgäste enthalten (z. B. Frühstück).
- Dem Einzelhandel kommen 38,7 Prozent der touristisch bedingten Umsätze (2.230,8 Mio. €) zugute. Insgesamt summieren sich diese Einzelhandelsumsätze auf rund 862,9 Mio. € im Jahr 2019.
- Der Umsatzanteil der sonstigen Dienstleistungsbereiche (wie z. B. Freizeit und Unterhaltung, Eintritte, aber auch Parkgebühren) liegt bei 18,9 Prozent.

- Tagesgäste geben im Einzelhandel anteilig deutlich mehr Geld aus (47,0 Prozent) als Übernachtungsgäste (18,2 Prozent).
- Sonstige Dienstleister profitieren anteilig ebenfalls stärker von den Tagesgästen (19,7 Prozent) als von den Übernachtungsgästen (16,9 Prozent).

Abb. 16: Direkte Profiteure des Tourismus in der Pfalz



Quelle: dwif 2022

VIII. TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG – EINE BRANCHE SCHAFFT MEHRWERT

Wertschöpfung oder Einkommen ist gleichzusetzen mit

- den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und
- den Gewinnen der vom Tourismus profitierenden Unternehmen.

Neben den direkten Ausgaben der Gäste 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.

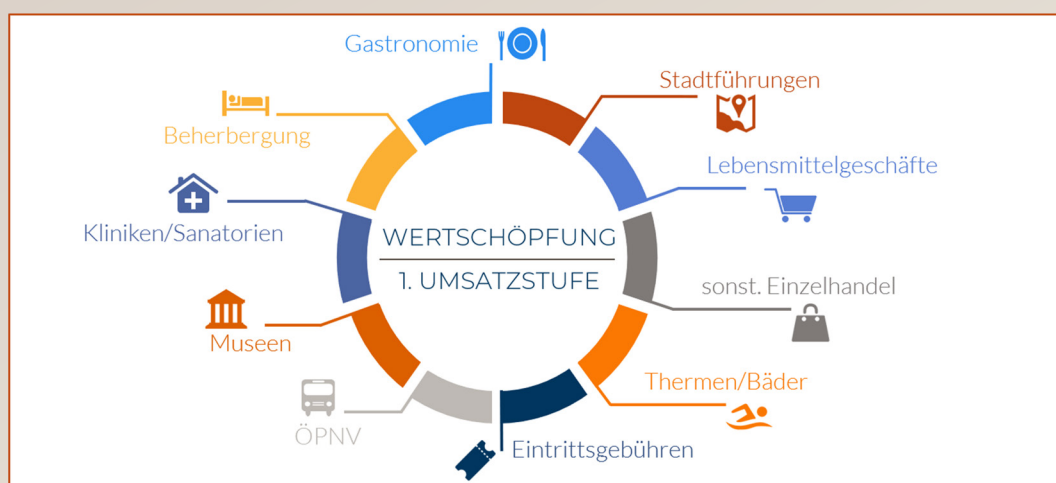
DEFINITION WERTSCHÖPFUNGSQUOTEN

Wertschöpfung ist die Addition der Personalkosten (Löhne und Gehälter der Beschäftigten) und des Gewinnes der Unternehmer*innen. Die Wertschöpfungsquote drückt den Anteil der Wertschöpfung in Relation zum Nettoumsatz aus, also den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird.

1. Umsatzstufe

Hierbei werden nur die ökonomischen Effekte durch die unmittelbaren Ausgaben der Gäste in der Pfalz erfasst.

Abb. 17: Wertschöpfung 1. Umsatzstufe – Direkte Ausgaben der Gäste



Quelle: dwif 2022

Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im Nettoumsatz in Höhe von 1.961,5 Mio. € wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird. Die Wertschöpfungsquoten variieren von Branche zu Branche erheblich. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa 10 Prozent im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu weit über 70 Prozent zum Beispiel bei einzelnen Tourist-Informationen. Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das direkte Einkommen in Höhe von 608,9 Mio. €.

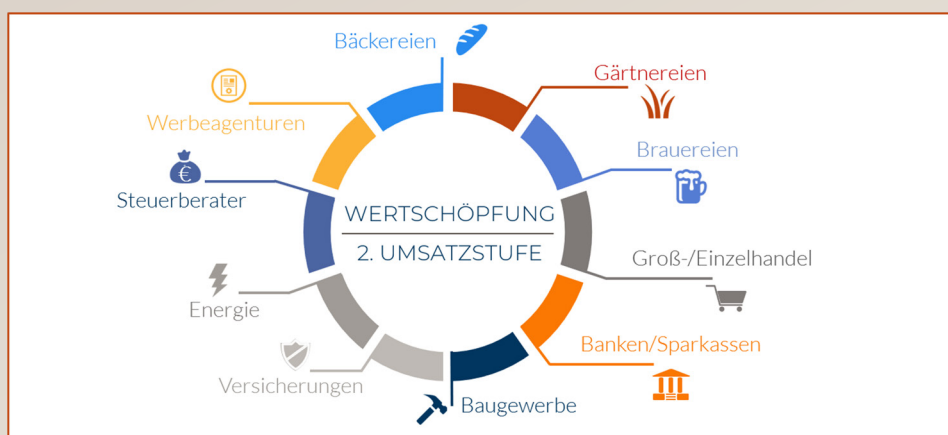
Das **direkte Einkommen** resultiert aus den Ausgaben der Gäste und wird u. a. bewirkt durch:

- Bezahlung der Hotelrechnung oder der Verköstigung
- Einkäufe in Bäckereien, Metzgereien 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.
- die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote (z. B. Stadtführungen)

2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 1.352,6 Mio. €. Diese Summe wird von den direkten Profiteur*innen für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben.

Abb. 18: Umwegrentabilität: Wertschöpfung 2. Umsatzstufe – Vorleistungen



Quelle: dwif 2022

Im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe ist von einer durchschnittlichen Wertschöpfungsquote von etwa 30 Prozent auszugehen. Dies bedeutet, dass etwa 405,8 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferant*innen anfallen.

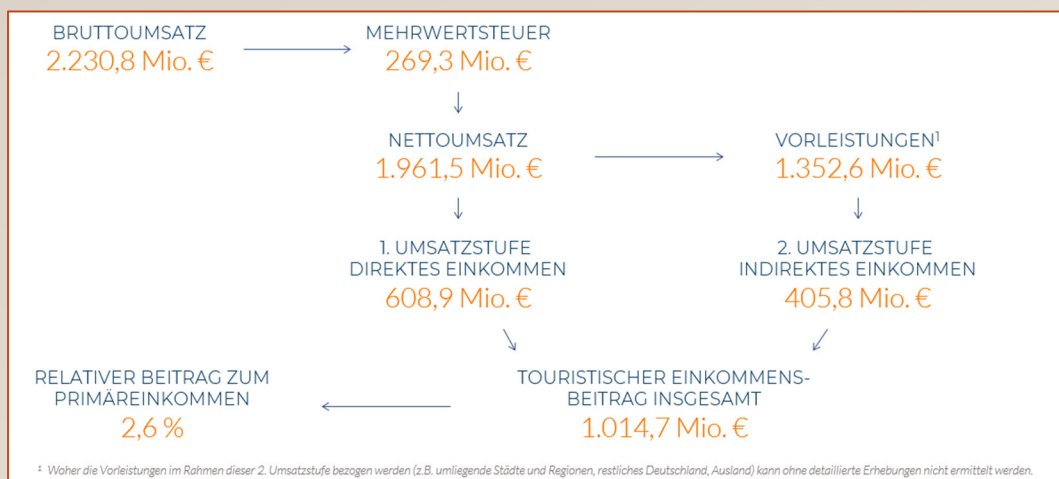
Das **indirekte Einkommen** resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird beispielsweise bewirkt durch:

- Zulieferungen (z. B. Lieferung der Metzgerei an das Hotel; Frühstücksbrötchen, Brot, Kuchen und Torten für die Gäste von der Bäckerei; Stromlieferung des Energielieferanten; Werbeprospektgestaltung durch die Agentur; Jahresabschluss durch Steuerberater*in),
- Investitionen für den Bau und zur Substanzerhaltung (z. B. Hotelneubau, Radwegbau, Handwerkerarbeiten zur Renovierung, wie zum Beispiel Dachdecker*innen, Elektroinstallateur*innen, Gebäudereiniger*innen, Schornsteinfeger*innen, Textilreiniger*innen)
- Bereitstellung weiterer Dienstleistungen wie z. B. Kreditwesen und Versicherungen

Wirkungskette der 1. und 2. Umsatzstufe

Im Rahmen der 1. und 2. Umsatzstufe werden in der Pfalz 1.014,7 Mio. € einkommenswirksam. Dies entspricht einem Anteil an der Entstehung des Primäreinkommens von 2,6 Prozent.

Abb. 19: Ableitung direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus in der Pfalz



Quelle: dwif 2022

IX. EINKOMMENS- & BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE – TOURISMUSWIRTSCHAFT ALS ARBEITSPLATZGENERATOR IN DER REGION

Ein realistisches Einkommensäquivalent lässt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages in Höhe von 1.014,7 Mio. € durch das durchschnittliche gewichtete Primäreinkommen für die Pfalz pro Kopf in Höhe von 27.598, - € ermitteln. Hieraus ergibt sich ein Äquivalent von rund 36.770 Personen, die ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch den Tourismus in der Pfalz bestreiten könnten.

DEFINITION EINKOMMENSÄQUIVALENT

Das so genannte Einkommensäquivalent ergibt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf in der Pfalz.

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 Prozent der Tourismusbranche zurechnen.

Die exakte Zahl der Beschäftigten im Tourismus ist deswegen nicht bekannt. Das theoretische Beschäftigungsäquivalent von 36.770 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.

X. STEUEREFFEKTE – PROFIT FÜR DIE ÖFFENTLICHEN KASSEN

Die Steuerrelevanz des Tourismus beschränkt sich nicht nur auf die Umsatzsteuer, die der Bundeskasse nach Abzug der Vorsteuer von den Unternehmen in der Pfalz aus den touristischen Umsätzen zugeführt werden. Bei der Berechnung sind unterschiedliche Umsatzsteuersätze zu berücksichtigen.

Für das Erhebungsjahr 2019 wurde als normaler Steuersatz 19 Prozent angesetzt, der ermäßigte Steuersatz liegt bei 7 Prozent (z. B. für Unterkunftsausgaben und Lebensmittel) und zudem sind die Produkte und Leistungen einiger Anbieter*innen (z. B. Jugendherbergen, Privatvermietung, Theater und Gesundheitsdienstleistungen) von der Umsatzsteuer befreit.

Darüber hinaus darf auch die anteilige Lohn- und Einkommensteuer der im Tourismus beschäftigten Personen nicht vernachlässigt werden. Für die Pfalz 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 Pfalz zurück. Insgesamt beläuft sich das durch den Tourismus bedingte Steueraufkommen aus Einkommen- und Mehrwertsteuer (abzüglich Vorsteuer) für den Gemeinschaftssteuertopf vorsichtig gerechnet auf rund 207,3 Mio. €.

Abb. 20: Steueraufkommen aus dem Tourismus in der Pfalz



Quelle: dwif 2022

Berechnet wurde das touristische Steueraufkommen – also der Anteil an Einkommen- und Mehrwertsteuer, der dem Gemeinschaftssteuertopf durch den Tourismus in der Pfalz zukommt. Der Anteil, der daraus wieder in die Pfalz zurückfließt, ist nur über individuelle Analyse der kommunalen Haushaltspläne ermittelbar. Unsere Erfahrungen, unter anderem aus den Sparkassen Tourismusbarometer, zeigen jedoch, dass die Einnahmen der Kommunen aus dem Tourismus in Form von Steuern und Gebühren die tourismusspezifischen Ausgaben der Kommunen in der Regel deutlich übersteigen, der Tourismus somit als einträgliches Geschäftsfeld für die Kommunen anzusehen ist und die Aufrechterhaltung der „Freiwilligen Leistung Tourismus“ mehr als gerechtfertigt scheint.

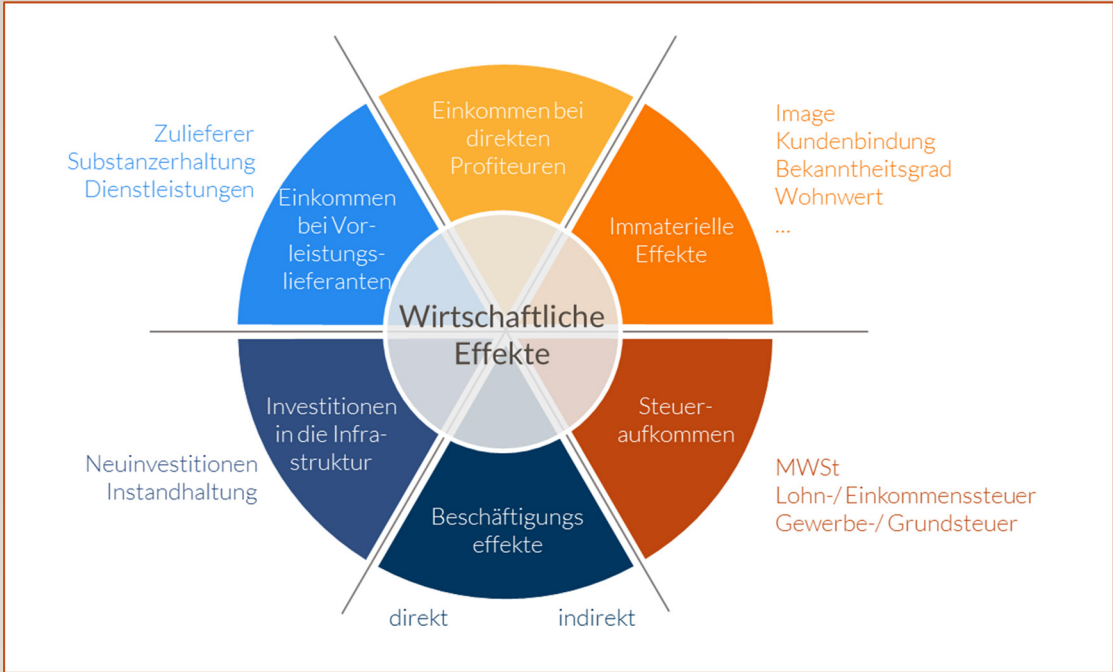
XI. TOURISMUS IN DER PFALZ – ZUSAMMENSCHAU

Der Tourismus in der Pfalz zeigt sich als stabiler Wirtschaftsfaktor, zudem als wichtiger Umsatzbringer und Arbeitgeber mit erheblichen Einkommens- und Beschäftigungseffekten. Die Wertschöpfung wird in der Region erzeugt und verbleibt dort. Arbeitsplätze im Tourismus können nicht verlagert werden. Sie wären jedoch gefährdet, wenn die Bemühungen um die Gäste zurückgefahren würden.

Vom Tourismus profitiert eine Vielzahl von Betrieben aus den unterschiedlichsten Branchen. Die Tourismuswirtschaft als Querschnittsbranche ist ein wichtiger Wirtschaftszweig mit Wachstumspotenzial. Zudem sorgt der Tourismus für eine ganzjährig befriedigende Auslastung von Infrastruktureinrichtungen. Er trägt in hohem Maße zur gesamten Standortqualität bei, erhöht Freizeitwert und Lebensqualität, die insbesondere auch den Einheimischen zugutekommt.

Investitionen in den Tourismus sind somit auch Investitionen für die Bevölkerung in der Pfalz. Tourismusförderung ist eine öffentliche und private Aufgabe, für die Kommunen jedoch eine freiwillige Leistung mit hoher Rendite.

Abb. 21: Wirtschaftliche Effekte durch den Tourismus



Quelle: dwif 2022

Durch die Betrachtung ergänzender Marktsegmente wie vor allem des Tagestourismus und von Teilen des grauen Beherbergungsmarktes (z. B. Privatquartiere, Reisemobile) konnte die gesamte touristische Nachfrage beleuchtet werden.

Besonders wichtig wird dieser Sachverhalt beim Blick auf die touristischen Aufenthaltstage. Nur rund 6,0 Prozent aller touristischen Aufenthaltstage in der Pfalz werden vom statistischen Landesamt in Form von Übernachtungen in gewerblichen Betrieben (ohne Camping) erfasst. Dies zeigt, dass eine alle Segmente umfassende Untersuchung unerlässlich ist, um eine ganzheitliche und plausible Darstellung der vom Tourismus ausgehenden ökonomischen Effekte zu gewährleisten. Fest steht: Der Tourismus ist für die Pfalz ein millionenschweres Geschäft mit weiteren Potenzialen.

Die Ergebnisse im Überblick

- Die Pfalz verzeichnet 2019 rund 70,595 Mio. Aufenthaltstage, davon rd. 59,4 Mio. durch Tagesgäste und rd. 6,835 Mio. entgeltliche Übernachtungen, die in Beherbergungsbetrieben stattfinden.
- Die Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben (ohne Camping) geben im Schnitt rund 125,70 €, Tagesreisende durchschnittlich 24,90 € aus.
- Mit insgesamt 70,595 Mio. Aufenthaltstagen wird ein Bruttoumsatz in Höhe von 2.230,8 Mio. € in der Pfalz erzielt. Tagesgäste erwirtschaften davon 1.479,0 Mio. €, Übernachtungsgäste 751,8 Mio. €.
- Das Gastgewerbe profitiert davon mit 946,4 Mio. €, der Einzelhandel mit 862,9 Mio. € und die Anbieter weiterer Dienstleistungen mit 421,5 Mio. €.
- Der Nettoumsatz in Höhe von 2.230,8 Mio. € und eine für die Gäste im Jahr 2019 spezifische, gewichtete Wertschöpfungsquote von rund 31,0 Prozent ergeben das direkte Einkommen (Gehälter, Löhne, Gewinne) aus der Tourismuswirtschaft von 608,9 Mio. €. Hinzu kommt in der 2. Umsatzstufe das indirekte Einkommen durch Vorleistungen in Höhe von 405,8 Mio. €. Im Ergebnis sind zusammen 1.014,7 Mio. € einkommenswirksam. Der Tourismus hat rund 2,6 Prozent zum gesamten Primäreinkommen in der Pfalz im Jahr 2019 beigetragen.
- Rein rechnerisch und gemessen am durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf und Jahr könnten mindestens 36.770 Personen je ein durchschnittliches Einkommen von 27.598, - € aus dem Tourismus beziehen.
- Das touristisch bedingte Gemeinschaftssteueraufkommen aus dem Tourismus in der Pfalz (USt. und ESt.) beläuft sich 2019 auf rund 207,3 Mio. €.

XII. WICHTIGE KENNZIFFERN IM REGIONALEN VERGLEICH

Wichtige Kennziffern im regionalen Vergleich⁵

Im regionalen Vergleich zeigen sich die einzelnen Regionen der Pfalz sehr heterogen. Während das Tourismusaufkommen und der touristische Beitrag in der Südwestpfalz, im Dahrer Felsenland und in den Städten Speyer und Zweibrücken überdurchschnittlich ist, liegen die anderen Landkreise und kreisfreien Städte im Durchschnitt.

Übernachtungsaufkommen

Die nachfolgende Übersicht zeigt klare regionale Unterschiede des Tourismus im Bereich der Reise-region Pfalz auf.

Abb. 22: Übersicht der Tagesreisen und Übernachtungen (ohne VFR) nach Regionen

Tourismusregion	1 Übernachtungen	2 Tagesreisen	Übernachtungen/ Einwohner	Tagesreisen/ Einwohner	Ø-Tages- ausgaben Ü-G ³	Ø-Tages- ausgaben T-G ⁴	Tagesreisen/ Übernachtung
Kaiserslautern	0,307 Mio.	5,8 Mio.	3,1	58	147,70 €	27,60 €	18,9
LK Kusel	0,239 Mio.	1,6 Mio.	3,4	23	59,10 €	17,60 €	7,7
LK Kaiserslautern	0,397 Mio.	2,5 Mio.	3,7	24	97,20 €	18,30 €	6,3
Zweibrücken	0,053 Mio.	4,6 Mio.	1,6	135	119,60 €	47,50 €	86,8
Pirmasens	0,085 Mio.	1,7 Mio.	2,1	42	109,00 €	23,70 €	20,0
LK Donnersbergkreis	0,291 Mio.	2,1 Mio.	3,9	28	76,00 €	19,60 €	7,2
Speyer	0,403 Mio.	5,2 Mio.	8,0	103	116,80 €	26,60 €	12,9
LK Südwestpfalz	0,691 Mio.	2,8 Mio.	7,3	30	82,20 €	19,- €	4,1
LK Germersheim	0,408 Mio.	4,7 Mio.	3,2	36	67,70 €	22,30 €	11,5
VG Dahrer Felsenland	0,400 Mio.	0,6 Mio.	28	42	81,70 €	22,80 €	1,5
LK Südliche Weinstraße und Landau in der Pfalz	1,285 Mio.	7,2 Mio.	8,2	46	101,80 €	23,50 €	5,6
Pfalz Gesamt	6,835 Mio.	59,4 Mio.	4,8	42	94,10 €	24,90 €	8,7

Quelle: dwif 2022

- Der Landkreis Südliche Weinstraße gemeinsam mit der Stadt Landau in der Pfalz generieren mit Abstand die meisten Übernachtungen, gefolgt von den Landkreisen Südwestpfalz (mit der VG Dahrer Felsenland), Germersheim, der Stadt Speyer und dem Landkreis Kaiserslautern. Diese sechs Städte und Landkreise erzielen zusammen mit 3,184 Mio. fast die Hälfte aller Übernachtungen im Reisegebiet Pfalz.
- In der VG Dahrer Felsenland liegt das Verhältnis von Übernachtungen pro Einwohner mit 28 am höchsten und in der Stadt Zweibrücken mit 1,6 am geringsten.
- Bei den Tagesreisen liegt der LK Südliche Weinstraße mit Landau in der Pfalz mit 7,2 Mio. Ausflüglern vorn, gefolgt von der Stadt Kaiserslautern mit 5,8 Mio. Tagesreisen. Gerade in

⁵ Verglichen wurden 5 kreisfreie Städte sowie 7 Landkreise der insgesamt 16 Landkreise und kreisfreien Städte des Reisegebiets Pfalz sowie eine Verbandsgemeinde.

den Städten kommt dem Tagestourismus im Vergleich zum Übernachtungstourismus eine höhere Bedeutung zu, wie sich an dem Verhältnis der Tagesreisen zu Übernachtungen ableiten lässt.

Umsätze aus dem Tourismus

Die folgende Übersicht gibt detaillierten Aufschluss über die Umsätze nach Regionen.

Abb. 23: Umsätze aus dem Tourismus nach Regionen

Tourismusregion	Umsatz Ü-G ¹ (Mio. €)	Umsatz T-G ² (Mio. €)	Umsatz VFR (Mio. €)	Umsatz Gesamt (Mio. €)	Wertschöpfung (Mio. €)	Steueraufkommen (Mio. €)	Beschäftigungseffekte (Pers.)
Kaiserslautern	45,3	160,1	-	205,4	92,7	19,1	4.130
LK Kusel	14,1	28,2	-	42,3	19,4	3,9	810
LK Kaiserslautern	38,5	45,8	-	84,3	39,0	7,8	1.540
Zweibrücken	6,4	218,5	-	224,9	91,1	20,4	3.860
Pirmasens	9,3	40,3	-	49,6	22,6	4,6	1.100
LK Donnersbergkreis	22,1	41,2	-	63,3	28,8	5,8	1.090
Speyer	47,0	138,3	-	185,3	85,3	17,4	2.850
LK Südwestpfalz	56,8	53,2	-	110,0	50,9	10,2	1.920
LK Germersheim	27,6	104,8	-	132,4	88,1	12,4	2.060
VG Dahner Felsenland	32,7	13,7	-	46,4	21,9	4,2	830
LK Südliche Weinstraße und Landau in der Pfalz	130,9	169,2	-	300,1	140,7	28,1	5.050
Pfalz Gesamt	643,2	1.479,0	108,6	2.230,8	207,3	186,3	36.770

¹Übernachtungsgäste; ²Tagesgäste
Quelle: dwif 2022

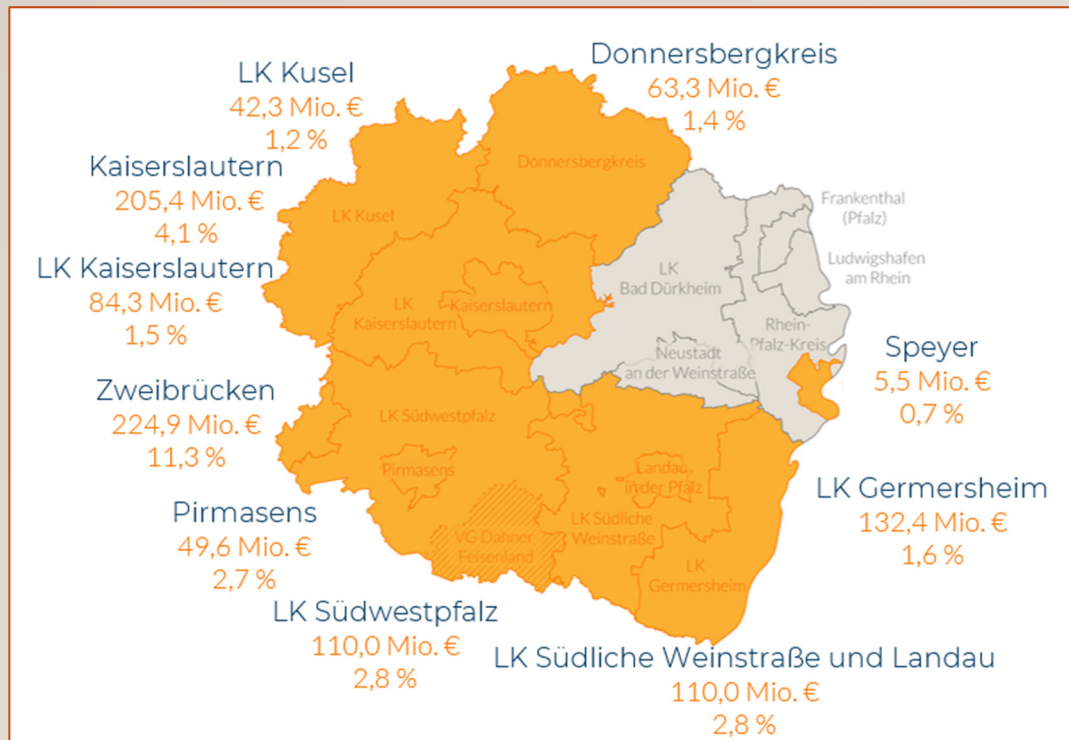
Der jeweils anteilige Beitrag von Wertschöpfung, Steueraufkommen und Beschäftigungseffekt einer Region am gesamten Bereich des Reisegebiets Pfalz entspricht in etwa dem jeweiligen Anteil am Gesamtumsatz.

Deutlichere Unterschiede zeigen sich jedoch bei der Zusammensetzung des (Brutto)-Umsatzes aus den tages- und übernachtungstouristischen Einnahmen:

- In der Stadt Zweibrücken übersteigen die Umsätze aus dem Tagestourismus die aus dem Übernachtungstourismus um ein Vielfaches, genau genommen sind die Umsätze aus dem Tagestourismus 34-mal höher als die aus dem Übernachtungstourismus. Auch in den Städten Kaiserslautern, Pirmasens und Speyer sind die Umsätze aus dem Tagestourismus rund drei bis vier Mal höher als die aus dem Übernachtungstourismus.
- Im Landkreis Südwestpfalz wirken die Gesamtumsätze aus dem Tages- und Übernachtungstourismus in etwa ausgeglichen, obwohl das tages- und übernachtungstouristische Aufkommen rund vier Mal höher ist als das der Übernachtungsgäste. Die in etwa vier Mal höheren Ausgaben der Übernachtungsgäste in dieser Region sind hier der ausgleichende Faktor.

- Nicht zwingend leisten Regionen mit hohem Übernachtungsaufkommen auch automatisch die höchsten Beiträge zu den touristischen Gesamtumsätzen. Insbesondere in der Stadt Zweibrücken (11,3 Prozent) tragen die Tagesgäste überwiegend zum Gesamtumsatz bei.

Abb. 24: Bruttoumsätze im Tourismus und Anteil am touristischen Gesamtumsatz in der Pfalz



Quelle: dwif 2022, GfK Regiograph

Vergleich mit anderen Reisegebieten

Im Vergleich mit den Reisegebieten Harz, Eifel und Bayrischer Wald schneidet die Pfalz insgesamt im Mittelfeld ab. Je nach Kennziffer fällt das Ergebnis und die Einordnung unterschiedlich aus.

- Bei der absoluten Anzahl der **Übernachtungen** schneidet die Pfalz unterdurchschnittlich ab und erreicht ca. 60% des Übernachtungsvolumens vom Harz.
- Im Vergleich der **Tagesreisen** liegt die Pfalz deutlich vor allen anderen Reisegebieten und verbucht fast 4 Mal mehr Tagesgäste als der Bayrische Wald.
- Die Stärke bei den Tagesreisen schlägt sich auf die **Gesamtumsätze** nieder. Die im Vergleich etwas geringer ausfallenden Umsätze aus dem Übernachtungstourismus werden durch die hohen Umsätze aus dem Tagestourismus kompensiert.
- Die absolute **Wertschöpfung** mit knapp 1.014,7 Mio. EUR fällt in der Pfalz mit am höchsten aus. Nur im Reisegebiet Harz wird durch den Tourismus eine noch etwas höhere Wertschöpfung erzielt.

- Der Beitrag zum **Primäreinkommen** ist in der Pfalz jedoch geringer als in den anderen Reisegebieten. Der Grund hierfür liegt eher in der Stärke der anderen Branchen in der Pfalz begründet als in einer Schwäche des Tourismus. Es zeigt, dass die Pfalz in der Branchenbreite ausgewogen aufgestellt ist und sich nicht primär auf den Tourismus als Einnahmequelle verlassen muss.
- Trotz ungefähr gleich hoher **Wertschöpfung** können in der Pfalz theoretisch weniger Menschen ihr Einkommen durch den Tourismus bestreiten als im Harz. Das Einkommensäquivalent beträgt 36.770 Personen, im Harz sind es 53.100 Personen. Begründet liegt dies in den durchschnittlich höheren Primäreinkommen in der Pfalz.

Abb. 25: Kennziffernvergleich mit anderen Reisegebieten

Kennzahl	Pfalz	Harz	Eifel	Bayrischer Wald
Übernachtungen	6,835 Mio.	11,461 Mio.	8,267 Mio.	8,860 Mio.
Tagesgäste	59,4 Mio.	41,3 Mio.	33,1 Mio.	15,2 Mio.
Bruttoumsätze	2.230,8 Mio. €	2.267,4 Mio. €	1.408,8 Mio. €	15,2 Mio.
Wertschöpfung	1.014,7 Mio. €	1.087,7 Mio. €	656,4 Mio. €	616,5 Mio. €
Beitrag zum PEK	2,6 %	6,4 %	3,2 %	4,0 %
Einkommensäquivalent	36.770 Pers.	53.100 Pers.	25.140 Pers.	27.106 Pers.

Quelle: dwif 2022

Vergleich mit anderen Branchen in der Pfalz

Um zu verstehen, wie stark der Tourismus in der Pfalz tatsächlich aufgestellt ist, reicht ein Vergleich mit Reisegebieten nicht aus, denn in einigen Regionen hat der Tourismus einen noch höheren Stellenwert, weil andere Branchen nicht so leistungsstark oder so zahlreich vertreten sind.

- In der Pfalz wird durch den Tourismus ein Nettoumsatz von 1,96 Mrd. € erwirtschaftet.
- Damit ist der Tourismus im Umsatz stärker als die Branche Erziehung/Unterricht (Kindergarten, Schulen, Hochschulen) mit 1,56 Mrd. €.
- Auch die Branchen Information/Kommunikation (Verlage, Software, TV, Kino, Musik, etc.) mit 1,06 Mrd. € Nettoumsatz und die Land- und Forstwirtschaft mit 0,87 Mrd. € tragen weniger zum Gesamtumsatz in der Pfalz bei als der Tourismus.

XIII. WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS – BERECHNUNGSSCHEMA

1. Schritt: Ermittlung der Bruttoumsätze (inkl. USt.)

Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz

2. Schritt: Ermittlung der Nettoumsätze (ohne USt.)

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 %

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Übersichtskarte für die Pfalz.....	- 3 -
Abb. 2: Definition Tourismus	- 4 -
Abb. 3: Verteilung der Übernachtungen in der Pfalz gegen Entgelt.....	- 8 -
Abb. 4: Tourismus in der Pfalz in den letzten fünf Jahren	- 9 -
Abb. 5: Entwicklung gewerblicher Übernachtungstourismus im Vergleich.....	- 10 -
Abb. 6: Ausgewählte touristische Kennziffern für die Pfalz	- 10 -
Abb. 7: Übernachtungsentwicklung ausländischer Gäste im Vergleich	- 11 -
Abb. 8: Wichtigste Herkunftsländer der ausländischen Gäste in der Pfalz 2019	- 11 -
Abb. 9: Verwandten- & Bekanntenbesuche in den Privatwohnungen in der Pfalz.....	- 12 -
Abb. 10:Theoretisches Zusatzvolumen für Beherbergungsbetriebe in der Pfalz.....	- 13 -
Abb. 11:Gründe gegen die Unterbringung von Gästen im Beherbergungsgewerbe	- 13 -
Abb. 12:Gewicht des Tagestourismus in der Pfalz.....	- 14 -
Abb. 13:Ein Tagesausflug kann sein... ..	- 15 -
Abb. 14:Der Tourismusmarkt in der Pfalz	- 18 -
Abb. 15:Touristische Aufenthaltstage und Umsätze in der Pfalz	- 19 -
Abb. 16:Direkte Profiteure des Tourismus in der Pfalz.....	- 21 -
Abb. 17:Wertschöpfung 1. Umsatzstufe – Direkte Ausgaben der Gäste	- 22 -
Abb. 18:Umwegrentabilität: Wertschöpfung 2. Umsatzstufe – Vorleistungen	- 23 -
Abb. 19:Ableitung direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus in der Pfalz.....	- 24 -
Abb. 20:Steueraufkommen aus dem Tourismus in der Pfalz	- 26 -
Abb. 21:Wirtschaftliche Effekte durch den Tourismus	- 27 -
Abb. 22:Übersicht der Tagesreisen und Übernachtungen (ohne VFR) nach Regionen ...	- 29 -
Abb. 23: Umsätze aus dem Tourismus nach Regionen	- 30 -
Abb. 24:Bruttoumsätze im Tourismus und Anteil am touristischen Gesamtumsatz in der Pfalz.....	- 31 -
Abb. 25:Kennziffernvergleich mit anderen Reisegebieten.....	- 32 -

Quellenverzeichnis

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

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern; dwif-Sonderreihe, Nr. 83, München 2019

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Thüringen; dwif-Sonderreihe, Nr. 81, München 2018

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

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

dwif: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (ERV/DZT); seit 2006 fortlaufend

dwif: Tagesreisenmonitor; seit 2016 fortlaufend

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2020

Statistisches Landesamts Rheinland-Pfalz: Statistische Berichte (G IV 1) Tourismus, Gastgewerbe, Bad Ems 2020

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 2000 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019

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