

# ***Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Heilbädern und Kurorten Bayerns***

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
1. Ausgangssituation	2
2. Übernachtungstourismus	3
2.1. Übernachtungen in Betrieben	4
2.2. Besucherverkehr bei Einheimischen	6
3. Tagesbesucherverkehr	10
4. Vom Bruttoumsatz zum touristischen Einkommensbeitrag	12
5. Zusammenfassung	18
Anhang	20

Bearbeitung:

Lars Bengsch und Dr. Bernhard Harrer

Dezember 2006



***dwif – Consulting GmbH,***

*Sonnenstraße 27, 80331 München*

*Tel.: 089 – 2370289-0, Fax: 089 – 2370289-9*

*info@dwif.de*

**Im Auftrag von:**

**Bayerischer Heilbäderverband e.V.**

## 1. Ausgangssituation

### Hintergrund

Dass der Tourismus in den Heilbädern Bayerns ein wichtiger Faktor für Wirtschaft, Kultur und öffentliches Leben ist, dürfte außer Zweifel stehen. Schwierigkeiten treten bislang jedoch immer dann auf, wenn es darum geht, konkrete und wo immer möglich, nachprüfbare Zahlen hierzu auf den Tisch zu legen.

Der Bayerische Heilbäderverband e.V. hat sich nunmehr der Herausforderung gestellt und versucht erstmals, eine umfassende Antwort auf die Frage des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus in den Heilbädern und Kurorten Bayerns zu geben.<sup>1</sup> Als Datengrundlage hierzu sollen die wichtigsten Kennziffern zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Heilbäder und Kurorte in Bayern ermittelt werden. Durch das **dwif** werden nun Zahlen für dieses Untersuchungsgebiet vorgelegt.

### Berechnungsgrundlage

Den durchgeführten Berechnungen liegen die jeweils aktuellsten Daten aus verschiedenen Erhebungen zugrunde. Zu nennen sind insbesondere folgende Quellen:

- DTV (Hrsg.): „Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Deutschland“, Bonn 2004.
- dwif (Hrsg.): „Tagesreisen der Deutschen“, Schriftenreihe Heft 50 + 51, München 2005 + 2006
- dwif (Hrsg.): „Hotelbetriebsvergleich“, Sonderreihe Nr. 72, München 2004.
- dwif (Hrsg.): „Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland“, Schriftenreihe Heft 49, München 2002.
- dwif: verschiedene Datenbanken zu unterschiedlichen Fragestellungen.
- Internetrecherchen zu diversen Einrichtungen, Leistungsträgern und Institutionen.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Beherbergungsstatistik sowie Einwohnerstatistik, Wiesbaden 2005 + 2006
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg.): Zusammenstellungen des Arbeitskreises Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder, Stuttgart 2005.
- Unterkunftsverzeichnisse aller Heilbäder und Kurorte 2006.

---

<sup>1</sup> Eine Auflistung der einbezogenen Heilbäder und Kurorte befindet sich im Anhang.

- Kurzbefragung aller Heilbäder und Kurorte zu Umfang und Struktur des Beherbergungsangebotes

Diese Quellen sind als Basis für die Ermittlung der touristisch relevanten Wertschöpfung in den Heilbädern anzusehen. Alle Daten wurden entsprechend der spezifischen Situation in den Orten aufbereitet bzw. gewichtet.

Um einen weitgehend vollständigen Überblick zum tatsächlichen touristischen Marktvolumen im Untersuchungsgebiet zu bekommen, wurden die bereits genannten Quellen durch Primärerhebungen ergänzt (vgl. Kapitel 2.2).

## 2. Übernachtungstourismus

Grundsätzlich muss zwischen folgenden touristischen Segmenten unterschieden werden:

Tagesgäste	Übernachtungsgäste in			
	Privatwohnungen	Betrieben gegen Entgelt		
		über 8 Betten (gewerbliche Vermietung)	unter 9 Betten (Privatquartiere)	Campingplätze

Landläufig wird im „Kurtourismus“ an die Hotels und Rehakliniken gedacht. Aber gemessen am Gesamtvolumen müssen weitere Tourismussegmente berücksichtigt werden.

### Übernachtungsgäste

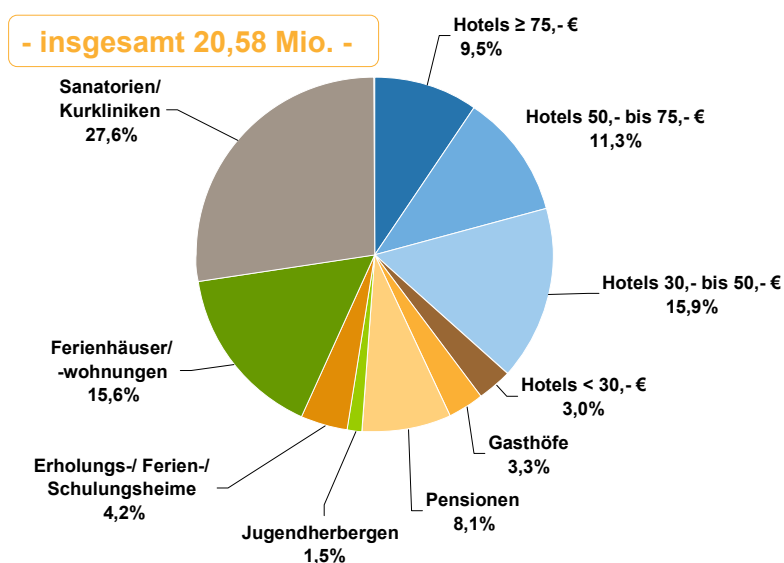
- Zu den **gewerblichen Beherbergungsbetrieben** in den Heilbädern zählen die Hotels / Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen, Erholungs- und Schulungsheime, Ferienhäuser und -wohnungen, Jugendherbergen oder ähnliche Einrichtungen sowie Vorsorge- und Rehakliniken.
- Als **Privatquartiere** (Gästehäuser) werden allgemein vermietete Ferienwohnungen oder Zimmer betrachtet. Alle Vermieter mit weniger als 9 Betten gehören diesem Angebotssegment an.
- Bei den **Campingplätzen** ist eine Differenzierung zwischen den Touristencampern und Dauercampnern notwendig. Letztere haben ihren Standplatz langfristig gemietet (mindestens 2 Monate).

- Eine nicht zu unterschätzende Bedeutung haben auch die **Bekannten- und Verwandtenbesucher**, die in den Privatwohnungen der Einheimischen übernachten. Deren Aktivitätenspektrum während ihres Aufenthaltes unterscheidet sich oft nicht wesentlich von den übrigen Touristen.

## 2.1 Übernachtungen in Betrieben

Der Nachfrageumfang wird in der Regel in Aufenthaltstagen bzw. Übernachtungen gemessen. Die Übernachtungszahlen in den Beherbergungsbetrieben (9 und mehr Betten) werden weitgehend in der amtlichen Beherbergungsstatistik ausgewiesen. Von den insgesamt 20,58 Mio. Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben mit 9 und mehr Betten (ohne Campingplatz und Privatquartiere) entfallen rund 40 % auf die Hotellerie und rund 28 % auf Vorsorge- und Rehakliniken. Fast 16% der Übernachtungen werden in Ferienhäuser und –wohnungen getätigt.

### Übernachtungen in gewerblichen Betrieben (≥ 9 Betten) nach Betriebstypen

Quelle: Amtliche Statistik, Gemeindebefragung, dwif 2006

dwif - Consulting GmbH

Bei den **Privatquartieren** sind die vorhandenen Bettenkapazitäten und Erfahrungswerte zur Auslastung Basis für die Berechnungen. Bei den Übernachtungen auf **Campingplätzen** kann zum einen auf die Daten der amtlichen Beherbergungsstatistik, den Angaben der Orte, aber auch auf die Grundlagenstudie zum Campingtourismus in

Deutschland zurückgegriffen werden. Insgesamt ergeben sich bei Privatvermietern jährlich rund 3,85 Mio. und im Campingsektor rund 1,24 Mio. Übernachtungen.<sup>2</sup>

Die Ermittlung der touristischen Bruttoumsätze aus dem übernachtenden Fremdenverkehr resultiert aus der Multiplikation des

- Übernachtungsumfanges mit den
- durchschnittlichen Tagesausgaben pro Person.

Die Ausgabenstrukturwerte sind auf Basis der Grundlagenuntersuchung des **dwif** nach der aktuellen Beherbergungsstruktur in den Heilbädern und Kurorten (für Hotels auch differenziert nach Preiskategorien) gewichtet und entsprechend berechnet worden.<sup>3</sup>

Insgesamt resultieren aus dem mit Übernachtung verbundenen Tourismus in privaten und gewerblichen Beherbergungsbetrieben (inkl. Touristik- und Dauercamping) in den Heilbädern und Kurorten Bruttoumsätze in einer Größenordnung von 2.316,7 Mio. €. Die Bruttoumsätze setzen sich wie folgt zusammen:

---

<sup>2</sup> Davon entfallen rund 970.000 Übernachtungen auf Touristikstellplätze und 270.000 Übernachtungen auf Dauerstellplätze auf den Campingplätzen in den Heilbädern. Zur Quantifizierung des Übernachtungsaufkommens auf den Dauerstellplätzen wurde ein Wert von rund 200 Übernachtungen pro Stellplatz angesetzt. Dies ist ein deutschlandweiter Durchschnittswert (vgl. DTV (Hrsg.): „Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Deutschland“, Bonn 2004).

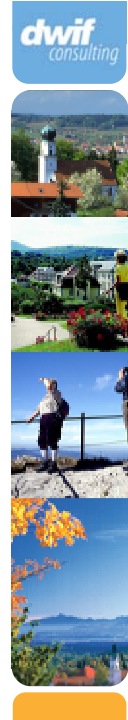
<sup>3</sup> Basis für die Gewichtung und Hochrechnung der Tagesausgaben von Übernachtungsgästen ist die Verteilung der Übernachtungen auf einzelne Quartierformen. Die Wahl eines bestimmten Betriebstyps stellt, wie viele Grundlagenuntersuchungen des **dwif** nachgewiesen haben, den wichtigsten Einflussfaktor auf die Ausgabenhöhe dar. Die entsprechende Verteilung der Übernachtungen nach Betriebstypen multipliziert mit den entsprechenden Tagesausgaben ergeben die Bruttoumsätze. Die Höhe und Struktur der Tagesausgaben wurden im Rahmen der deutschlandweiten Grundlagenstudie (n = rund 16.000) des **dwif** ermittelt und im Rahmen dieser Studie regionalspezifisch ausgewertet.

**Übernachtungsgäste als Wirtschaftsfaktor**

**Heilbäder und Kurorte in Bayern**

Übernachtungen gewerblich	20,58 Mio.	x	101,80 €	=	2.095,0 Mio. €
Privatvermieter	3,85 Mio.	x	48,80 €	=	187,9 Mio. €
Camping	1,24 Mio.	x	27,30 €	=	33,8 Mio. €

→ Bruttoumsatz: 2.316,7 Mio. €



dwif - Consulting GmbH

In den Heilbädern und Kurorten Bayerns geben die Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben 101,80 € pro Kopf aus. Im Vergleich mit den Durchschnittswerten für Deutschland (93,30 €) insgesamt liegen die Ausgaben in den Heilbädern und Kurorten Bayerns bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Betrieben somit noch um rund 9 % über dem Bundesdurchschnitt.

**2.2 Besucherverkehr bei Einheimischen**

**Abgrenzung und Datengrundlage**

Mangels zuverlässiger Datenquellen können vielerorts keine Angaben zum Besucherverkehr bei Einheimischen gemacht werden. Detailanalysen in einzelnen Großstädten (z.B. Berlin, Hamburg, München) und Tourismusregionen haben allerdings gezeigt, dass es sich bei den nicht registrierten Übernachtungen in privaten Haushalten um ein wichtiges Marktsegment handelt. Aus diesem Grund haben sich die Auftraggeber entschieden, diese Nachfragegruppe näher analysieren zu lassen.

Basis für die Quantifizierung des privaten Besucherverkehrs bei Verwandten und Bekannten ist eine im Sommer 2006 repräsentativ durchgeführte Befragung von 500 Haushalten in den Heilbädern und Kurorten Bayerns. Es handelt sich hierbei um etwa den 111-fachen Umfang einer gängigen Repräsentativbefragung (n=1000) auf Bundesebene. Die telefonische Befragung erfolgte am Wohnort und die Zielhaushalte

wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Die Ergebnisse beziehen sich auf die Situation im Jahr 2005. Durch diese Vorgehensweise können nun verlässliche Zahlen über die in den Privatwohnungen nächtigenden Bekannten oder Verwandten der in den Heilbädern und Kurorten Bayerns lebenden Bevölkerung vorgelegt werden.

### **Ermittlung des Nachfrageumfanges**

Basis für die Berechnung des Übernachtungsumfanges im Rahmen des privaten Besucherverkehrs ist die Zahl der Privathaushalte. In den Heilbädern und Kurorten Bayerns gibt es 174.921 Privathaushalte.<sup>4</sup> Die Rahmendaten in Bezug auf den Besucherverkehr in diesen Haushalten ergeben sich aus der aktuellen Befragung und lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

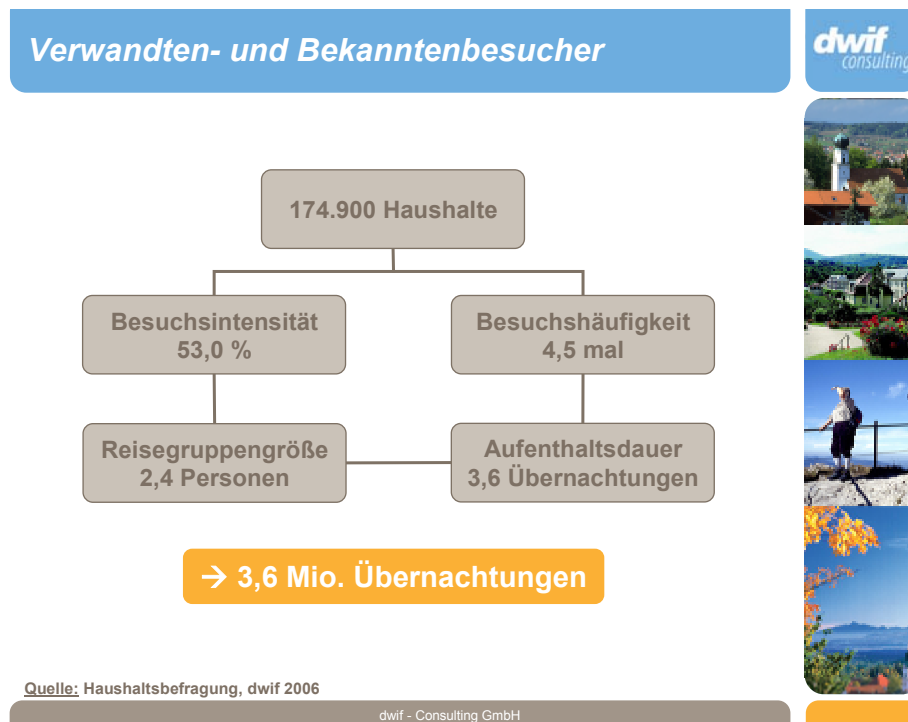
<b>Besuchsintensität:</b>	53,0 % aller Haushalte bekommen mindestens einmal pro Jahr Besuch.
<b>Besuchshäufigkeit:</b>	Diese Haushalte werden im Durchschnitt etwa 4,5-mal im Jahr frequentiert.
<b>Reisegruppengröße:</b>	Zur Besuchergruppe gehören im Durchschnitt 2,4 Personen.
<b>Aufenthaltsdauer:</b>	Die Besucher verbringen im Durchschnitt 3,6 Übernachtungen bei den Bekannten, Verwandten oder Freunden.

Aus der Multiplikation dieser Rahmendaten mit der Zahl der Haushalte lässt sich das Übernachtungsvolumen dieses Marktsegmentes ermitteln. Insgesamt ergeben sich im Rahmen des Besucherverkehrs bei den Einheimischen in den Heilbädern und Kurorten Bayerns 3,6 Mio. Übernachtungen pro Jahr. Dies entspricht einem Wert von etwa 20,6 Übernachtungen pro Haushalt und Jahr in den Heilbädern und Kurorten Bayerns.<sup>5</sup> In Relation zu den Übernachtungen in gewerblichen Betrieben haben die Verwandten- und Bekanntenbesucher einen beachtlichen Anteil von mehr als 17 % (3,6 Mio. Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten zu 20,58 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben).

<sup>4</sup> Angaben der Gemeinden bzw. des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung, München.

<sup>5</sup> Dies ist ein vergleichsweise sehr hoher Wert. Die Bandbreite reicht je nach Stadt/Region von 7 bis 22 Übernachtungen pro Haushalt und Jahr. Diese großen Schwankungen verdeutlichen, dass die reine Übertragung von Erfahrungswerten auf andere Städte und Regionen ohne regionalspezifische Primärerhebungen sehr problematisch ist und legitimiert abermals die hier durchgeführte Befragung.

Eine Zusammenstellung aller Eckpunkte für die Berechnung der quantitativen Bedeutung dieses Marktsegmentes ist in der nachfolgenden Grafik dargestellt:



### Wirtschaftliche Effekte der Verwandten- und Bekanntenbesucher

Die Annahme, dass der Verwandten- und Bekanntentourismus unwesentliche Ausgaben im Vergleich zu anderen Zielgruppen generiert, führte in der Vergangenheit bei vielen Tourismusverantwortlichen in Deutschland zu einer erheblichen „Marginalisierung“ dieses Marktsegments. Dies wurde primär darauf zurückgeführt, dass viele Verwandten- und Bekanntenbesucher keine kommerziellen Unterkünfte in Anspruch nehmen. Eine genauere Betrachtung der Zusammensetzung der Ausgaben zeigt jedoch, dass dieses Urteil unzutreffend ist. Verwandten- und Bekanntenbesucher tätigen zwar keine Ausgaben für Pauschalangebote und für gewerbliche Unterkünfte, doch weisen sie erhebliche Ausgaben für Speisen und Getränke, Shopping und Dienstleistungen auf.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass es sich bei Verwandten- und Bekanntenbesuchern aufgrund der emotionalen Bindung im Normalfall um regelmäßig wiederkehrende Touristen handelt. Regelmäßig wiederkehrende Touristen haben möglicherweise weniger Ausgaben pro Reise, aber sie geben bedeutend mehr aus, wenn die Summe der Reisen im Rahmen des Reisezyklus betrachtet wird.



Die Ausgaben von Verwandten- und Bekanntenbesuchern in den Heilbädern und Kurorten Bayerns belaufen sich auf 22,70 € pro Kopf und Tag.<sup>6</sup> Die **Bruttoumsätze** durch die Verwandten- und Bekanntenbesucher ergeben sich aus der Multiplikation der Tagesausgaben pro Kopf und Tag mit dem aus der Befragung resultierenden Nachfragevolumen. Für die Heilbäder und Kurorte Bayerns ergibt sich somit folgende Berechnung:

$$3,6 \text{ Mio. Übernachtungen} \times 22,70 \text{ €} = 81,7 \text{ Mio. €}$$

Durch die 3,6 Mio. Übernachtungen von Verwandten- und Bekanntenbesuchern in den Heilbädern und Kurorten Bayerns werden jedes Jahr Bruttoumsätze von 81,7 Mio. € generiert.

### 3. Tagesbesucherverkehr

Grundsätzlich ist hier zwischen **Tagesausflüglern** und **Tagesgeschäftreisenden** zu unterscheiden, wobei die zuletzt genannte Zielgruppe eine deutlich geringere Bedeutung hat.<sup>7</sup> Die Rahmendaten zu den Tagesreisen vom Wohnort (Tagesausflüge und -geschäftsreisen) können nur mit Hilfe umfangreicher Befragungen am Wohnort erfasst werden, da die Stichproben nur dort repräsentativ angelegt und hochgerechnet werden können. Da ansonsten keine Daten hierzu erhoben werden, haben sich die Wirtschaftsministerien des Bundes und der Länder dazu entschlossen, eine Grundlagenuntersuchung zu diesem Thema in Auftrag zu geben. Die bundesweiten Ergebnisse basieren auf jährlich insgesamt 36.000 Interviews.

<sup>6</sup> Quelle: Haushaltsbefragung dwif 2006, n = 500.

<sup>7</sup> Insgesamt wurden im Jahr 2005 von der deutschen Bevölkerung 2.82 Mrd. Tagesausflüge und 575 Mio. Tagesgeschäftreisen unternommen.

## Definition des Tagesausflugsverkehrs

Als **Tagesausflug** wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes bezeichnet, 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, Gottesdienstbesuche).




dwif - Consulting GmbH

Es ist selbstverständlich, dass Sonderauswertungen aus dieser Studie des dwif eine wesentliche Basis für die Quantifizierung dieses Marktsegmentes für die Heilbäder und Kurorte Bayerns darstellen. Darüber hinaus wurden zahlreiche Plausibilitätskontrollen (z.B. Umsatzsteuerstatistik) durchgeführt. An dieser Stelle sei auf die international anerkannte Abgrenzung des Tagestourismus hingewiesen. So sind in diesen Zahlen beispielsweise auch die Ausflügler aus den Nachbargemeinden, die vielen Verwandten- und Bekanntenbesucher (z.B. befreundete Familie aus Wolfratshausen, die 2 Stunden durch Bad Tölz bummelt, bevor sie bei einer Familie zu Hause in Bad Tölz zum Abendessen eingeladen ist) oder die Veranstaltungsbesucher (z.B., Weihnachtsmarkt) mit enthalten.

Die Berechnungen kommen zu folgendem Ergebnis: Insgesamt ist für die Heilbäder und Kurorte Bayerns von 34,7 Mio. Tagesausflügen und -geschäftsreisen aus dem deutschen Einzugsgebiet auszugehen.

Im Durchschnitt geben die Tagesreisenden in den Heilbädern und Kurorten Bayerns 23,60 € pro Kopf aus.<sup>8</sup> Der Tagesreiseverkehr bringt somit den Heilbädern und Kurorten Bayerns Bruttoumsätze in Höhe von etwa 818,9 Mio. €.

<sup>8</sup> Für die Quantifizierung der Ausgaben der Tagesbesucher wurde auf Basis der Grundlagenuntersuchung über die Tagesreisen der Deutschen Sonderauswertungen für die Heilbäder und Kurorte durchgeführt.

## 4. Vom Bruttoumsatz zum touristischen Einkommensbeitrag

### Bruttoumsätze

Zur Darstellung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor werden zwei Rahmendaten benötigt; der Nachfrageumfang und die Tagesausgaben. Aus der Multiplikation beider Faktoren ergibt sich schließlich der Bruttoumsatz.

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

In den Heilbädern und Kurorten Bayerns resultieren Bruttoumsätze in Höhe von rund **3.217,3 Mio. €** aus der gesamten touristischen Nachfrage. Nicht enthalten sind hierin

- Reisekosten für An- und Rückreise
- Ausgaben für Reisevor- und nachbereitung (z.B. Filmeinkauf und –entwicklung) sowie
- die Outgoing-Nachfrage der Einwohner im Untersuchungsgebiet (z.B. Fahrt mit dem Taxi zum Flughafen, Reisebüroprovision).

In der nachfolgenden Tabelle werden also Mindestwerte angegeben, da die übrigen touristisch relevanten Marktsegmente nur mit Hilfe aufwendiger Analysen zu quantifizieren sind. Allerdings ist in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass diese Teilbereiche nicht auf die touristische Attraktivität des Untersuchungsgebietes zurückzuführen wären. Daher wird nachfolgend „nur“ der touristische Umsatz ausgewiesen, der sich auf die Ausgaben der Gäste vor Ort bezieht.

## Der Tourismusmarkt im Überblick

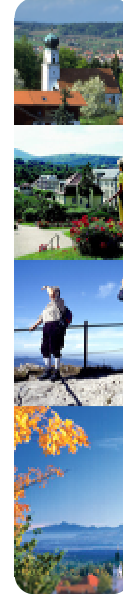


### Heilbäder und Kurorte in Bayern

Übernachtungen gewerblich	20,58 Mio.	x	101,80 €	=	2.095,0 Mio. €
Privatvermieter	3,85 Mio.	x	48,80 €	=	187,9 Mio. €
Camping	1,24 Mio.	x	27,30 €	=	33,8 Mio. €
Bekannten- und Verwandtenbesuche	3,60 Mio.	x	22,70 €	=	81,7 Mio. €
Tagesreisen	34,70 Mio.	x	23,60 €	=	818,9 Mio. €

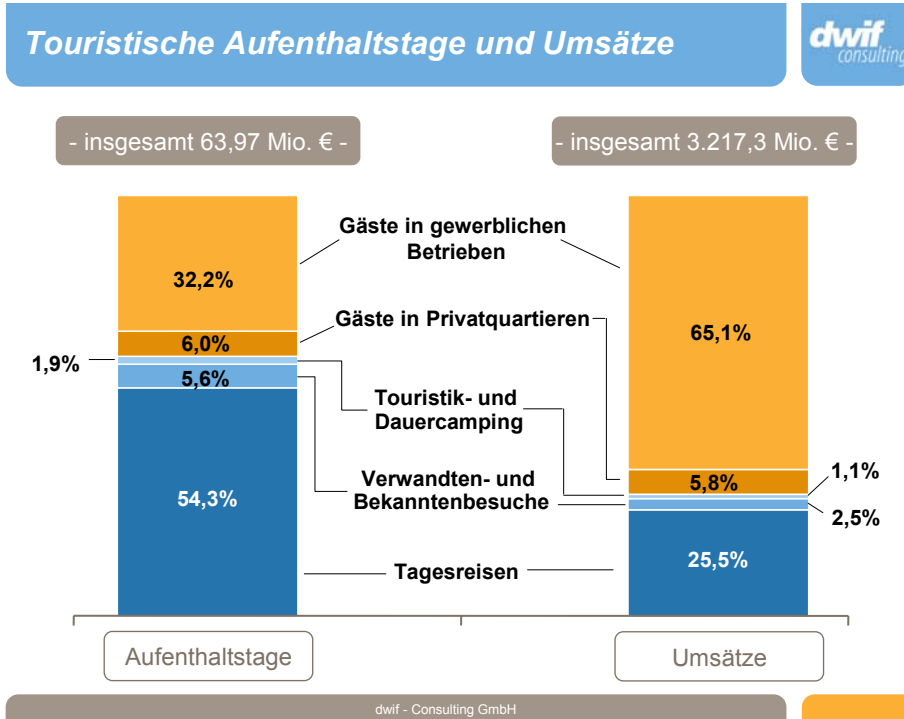
→ Bruttoumsatz: 3.217,3 Mio. €

dwif - Consulting GmbH



### Bedeutung der verschiedenen Marktsegmente

Durchschnittlich gibt der Besucher (Tagesbesucher + Übernachtungsgast) in den Heilbädern und Kurorten Bayerns rund 50,30 € pro Tag aus. Es wird deutlich, dass im Tagestourismus zwar die meisten Aufenthaltstage (54,3 %) gezählt werden, jedoch rund zwei Drittel der gesamten touristischen Bruttoumsätze in den Heilbädern und Kurorten durch Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben erwirtschaftet werden. In nachfolgender Darstellung sind die Ergebnisse noch einmal zusammengefasst dargestellt, wobei die Bedeutung der einzelnen Marktsegmente in relativen Anteilen am Gesamtmarkt ausgedrückt ist.



### Profitierende Wirtschaftszweige

Grundsätzlich wird zwischen drei Ausgabearten differenziert:

#### Gastgewerbe:

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

#### Einzelhandel:

Hierzu zählen sowohl Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren.

#### Dienstleistungen:

Hierzu zählen Ausgaben für Unterhaltung / Freizeit / Sport (z.B. Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Museen, Bäder, Sportveranstaltungen, Nutzungsgebühren), für lokalen Transport (z.B. Ausgaben für ÖPNV, Taxi) sowie sonstige Dienstleistungen (z.B. Parkgebühren, Dienstleistungen aller Art).

Auf Grund verschiedener Verhaltensweisen zwischen Tages- und Übernachtungsgästen unterscheidet sich nicht nur die Höhe der Ausgaben, sondern auch deren Struktur. Von den Übernachtungsgästen verbleibt der größte Umsatzanteil im Gastgewerbe, während von den Tagesgästen neben dem Gastgewerbe auch der Einzelhandel stark profitiert.

**Profitierende Wirtschaftszweige nach Marktsegmenten**

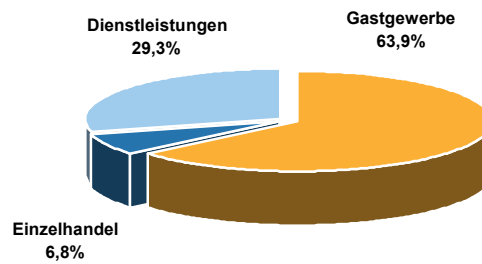
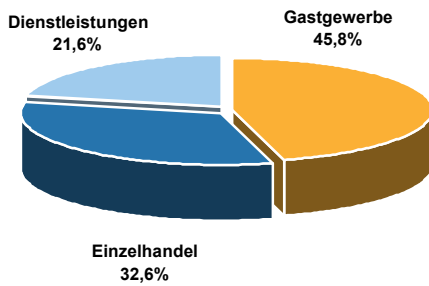


Tagesreisen

Übernachtungsreisen

- insgesamt 818,9 Mio. € -

- insgesamt 2.398,4 Mio. € -



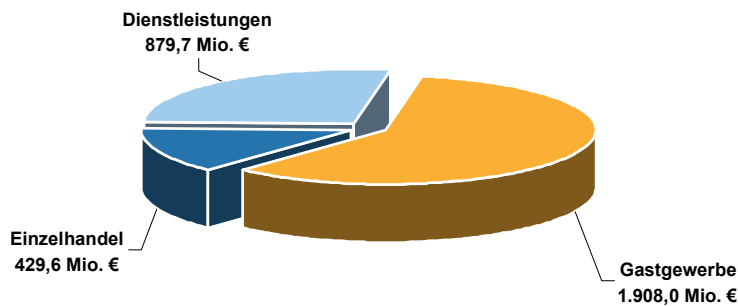
dwif - Consulting GmbH

Von den gesamten Bruttoumsätzen in Höhe von 3.217,3 Mio. € profitieren die verschiedenen Wirtschaftszweige wie folgt:

**Profitierende Wirtschaftszweige**



- insgesamt 3.217,3 Mio. € -



dwif - Consulting GmbH

Nicht nur die Gastwirte und Hoteliers profitieren vom Tourismus in den Heilbädern und Kurorten Bayerns. Fast 60% der touristischen Bruttoumsätze entfallen auf das Gastgewerbe, hinzu kommen aber die Dienstleistungsanbieter mit einem durchaus

beachtlichen Anteil von 27 % sowie der Einzelhandel mit rund 13 % an den touristischen Bruttoumsätzen insgesamt.

### **Nettoumsatz**

Ausgangspunkt für die Berechnung der durch den Tourismus erwirtschafteten Einkommenswirkungen ist der Nettoumsatz, der sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz ergibt und in den Heilbädern und Kurorten Bayerns bei insgesamt 2.919,6 Mio. € liegt.

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

Dabei wurde ein durchschnittlicher Mehrwertsteuersatz von rund 10,2 % in Ansatz gebracht. Dieser Wert resultiert aus den unterschiedlichen Mehrwertsteuersätzen:

- 16 % normaler Mehrwertsteuersatz seit 1.4.98 (z.B. Hotels).
- 7 % ermäßigter Mehrwertsteuersatz für bestimmte Leistungsarten (z.B. Lebensmittel, Bücher, Zeitungen, ÖPNV).
- 0 %, also Befreiung von der Mehrwertsteuer für bestimmte Einrichtungen (z.B. Privatquartiere, Jugendherbergen, Theater, Konzerthäuser, Museen, Ausstellungen, Sanatorien und Rehakliniken).

Dieser **Nettoumsatz** wird nun einer im Prinzip zweigeteilten Verwendung zugeführt:

<b>Gehälter der Beschäftigten und Gewinne der Unternehmen</b>	<b>Einkommen durch Einkauf von Vorleistungen</b>
<p>Hierbei handelt es sich um die direkten Einkommenswirkungen der so genannten <b>1. Umsatzstufe</b>. Diese entstehen unmittelbar aus den Ausgaben der Touristen.</p> <p>Den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird, bezeichnet man als Wertschöpfungsquote.<sup>9</sup> Diese liegt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• im Einzelhandel zwischen 10 und 25 %,</li> <li>• im Gastgewerbe bei rund 40 % und</li> <li>• im Dienstleistungsbereich zum Teil sogar bei über 50 %.</li> </ul>	<p>Der nicht als Einkommen ausgeschüttete Betrag wird für den Bezug von Vorleistungen ausgeben und es entstehen erneut Umsätze. Hierzu zählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zulieferungen (z.B. Brot vom Bäcker, Fleisch vom Metzger)</li> <li>• Inanspruchnahme von Dienstleistungen (z.B. Strom vom Energieerzeuger, Prospekt der Werbeagentur)</li> <li>• Investitionen zur Substanzerhaltung (z.B. Handwerkerarbeiten für Neubau oder Renovierung, Kredite der Bank)</li> </ul> <p>Von diesen Umsätzen (1.640,7 Mio. €). wird nun wiederum nur ein Teil zu Einkommen. Hierbei handelt es sich um die <b>2. Umsatzstufe</b>.</p>
<p>Für die Heilbäder und Kurorte Bayerns ergeben sich innerhalb der 1. Umsatzstufe <b>Einkommenswirkungen in Höhe von 1.278,9 Mio. €</b>. Daraus lässt sich eine durchschnittliche Wertschöpfungsquote von rund 43,8 % ermitteln.</p>	<p>In dieser 2. Umsatzstufe werden insgesamt 492,2 Mio. € einkommenswirksam. Dabei wurde eine Wertschöpfungsquote in Höhe von 30 % für die Berechnungen zugrunde gelegt.<sup>10</sup></p>

Aus der Addition der 1. und 2. Umsatzstufe ergibt sich ein **Einkommen** in Höhe von **rund 1.771,1 Mio. €** aus der touristischen Nachfrage in den Heilbädern und Kurorten Bayerns.

<sup>9</sup> Für Gastgewerbebetriebe wurden die Kosten- und Ertragsstrukturen aus Beherbergungs- bzw. Gastronomievergleich herangezogen. Vgl. beispielsweise die Ausführungen in **dwif** (Hrsg.), Hotelbetriebsvergleich, Sonderreihe Nr. 72, München, 2004. Strukturdaten für die touristisch relevanten Einzelhandelsbranchen sind aus Betriebsvergleichen für den Einzelhandel entnommen (Institut für Handelsforschung an der Universität Köln).

Für die Bereiche Unterhaltung (z.B. Dienstleistungen) und lokaler Transport (z.B. Taxis, Mietwagen, ÖPNV) kamen Kostenstrukturen für entsprechende Einrichtungen bzw. Verkehrsleistungen zur Anwendung (z.B. Statistisches Bundesamt Wiesbaden, **dwif**)

<sup>10</sup> Es ist darauf hinzuweisen, dass von dieser 2. Umsatzstufe nicht nur gebietsansässige Betriebe profitieren. Der entsprechende Anteil kann allerdings nur mit Hilfe von detaillierten Recherchen vor Ort ermittelt werden. Andererseits liefern gebietsansässige Unternehmen auch in Gebiete außerhalb des Untersuchungsgebietes, damit dort Dienstleistungen für die Touristen angeboten werden können.





Das durchschnittliche Primäreinkommen eines Einwohners in den Heilbädern und Kurorten Bayerns (inkl. Erwerbstätige, Arbeitslose, Kinder, Rentner, etc.) liegt bei 19.980,- € pro Jahr. Diese Kennziffer kann zur Ableitung eines Einkommens-äquivalentes herangezogen werden. Aus der Division des touristisch relevanten Einkommensbeitrages (rund 1.771,1 Mio. €) durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf ergibt sich eine Zahl von rund 88.600 Personen, deren Lebensunterhalt durch den Tourismus gesichert wird.

Setzt man die gesamten **touristischen Einkommenswirkungen** in Höhe von 1.771,1 Mio. € in Bezug zum gesamten Primäreinkommen in den Heilbädern und Kurorten Bayerns (7.792,2 Mio. €), dann ergibt sich ein relativer Beitrag des Tourismus von 22,7 %.

Erfahrungswerte des dwif zeigen, dass etwa 2 bis 3 % des touristischen Nettoumsatzes an anteiliger Lohn- und Einkommensteuer sowie Gewerbe- und Grundsteuer wieder den Heilbädern zu Gute kommen. Für die Heilbäder und Kurorte Bayerns ergibt sich daraus ein touristischer Beitrag zum Steueraufkommen (ohne Kurtaxe) in Höhe von 73 Mio. €.

## 5. Zusammenfassung

Zum Abschluss werden noch einmal einige herausragende Kenngrößen und Rahmendaten zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Heilbädern und Kurorten Bayerns zusammengefasst dargestellt werden. Hierbei sind die drei wichtigsten Kernaussagen:

- Aus der touristischen Nachfrage resultieren **Bruttoumsätze** in Höhe von **3.217,1 Mio. €**. Pro Tourist (Übernachtungs- und Tagesgast) ergeben sich daraus Tagesausgaben von 50,30 €.
- Bei einem touristischen Einkommensbeitrag von 1.771,1 Mio. € und einem durchschnittlichen Primäreinkommen eines Einwohners in den Heilbädern und Kurorten von 19.980,- € ergibt sich ein **Einkommensäquivalent** von rund **88.600 Personen**, deren Lebensunterhalt durch den Tourismus gesichert wird.
- Erfahrungswerte des **dwif** zeigen, dass etwa 2 bis 3 % des touristischen Nettoumsatzes an anteiliger Lohn- und Einkommensteuer sowie Gewerbe- und Grundsteuer wieder den Heilbädern zu Gute kommen. Für die Heilbäder und Kurorte Bayerns ergibt sich daraus ein **touristischer Beitrag zum Steueraufkommen (ohne Kurtaxe) in Höhe von 73 Mio. €**.

Daneben verdeutlichen **weitere Kenngrößen** die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus:

- In den Heilbädern und Kurorten Bayerns ist von rund 64 Mio. touristischen **Aufenthaltstagen** im Jahr auszugehen. Pro Tag empfangen die Heilbäder und Kurorte Bayerns also im Durchschnitt rund 175.000 Gäste (inkl. Tagesgäste).
- Für die 1. und 2. Umsatzstufe zusammen ergeben sich für die Heilbäder und Kurorte Bayerns **Einkommenseffekte** durch die Tourismuswirtschaft in einer Größenordnung von insgesamt 1.771,1 Mio. €.
- Bei einem gesamten Primäreinkommen von 7.792,2 Mio. € in den Heilbädern und Kurorten Bayerns ergibt sich ein **Beitrag des Tourismus** (1.771,1 Mio. €) in **Höhe von 22,7 %**.

- Von den touristisch relevanten Einkommenseffekten entfallen 72,7 % auf die **direkten Profiteure** (1. Umsatzstufe: Gehälter der Beschäftigten und Gewinne der Unternehmen) und 27,8 % auf die **indirekten Profiteure** (2. Umsatzstufe: Einkommen durch Einkauf von Vorleistungen, z.B. beim Bäcker, Metzger, etc.).
- Pro Einwohner in den Heilbädern und Kurorten Bayerns ergibt sich damit jährlich ein **Einkommen aus der Tourismuswirtschaft** von mehr als 4.540,- €.

Hinsichtlich einer weiterhin florierenden Tourismusedwicklung müssen die Weichen in den Heilbädern und Kurorten Bayerns rechtzeitig gestellt werden. Einkommenszuwächse wird es sicherlich ohne weitere Innovationen und ohne weitere Investitionen nicht geben können. Weiterhin leistungsfähige Organisationen (Kurverwaltungen und Vermarktungsorganisationen) sind hierfür eine Grundvoraussetzung.

**Anhang:**

Folgende Heilbäder und Kurorte wurden in Absprache mit dem Bayerischen Heilbäderverband in der Studie berücksichtigt:

Bad Abbach	Bad Tölz
Bad Aibling	Bad Wiessee
Bad Alexanderbad	Bad Windsheim
Bad Bayersoien	Bad Wörishofen
Bad Berneck	Berchtesgaden
Bad Birnbach	Bischofgrün
Bad Bocklet	Bischofswiesen
Bad Brückenau	Bodenmais
Bad Endorf	Eging am See
Bad Feilnbach	Fischen
Bad Füssing	Füssen
Bad Gögging	Garmisch-Partenkirchen
Bad Griesbach	Marktschellenberg
Bad Grönenbach	Oberstaufen
Bad Heilbrunn	Oberstdorf
Bad Hindelang	Ottobeuren
Bad Kissingen	Oy-Mittelberg
Bad Kohlgrub	Prien am Chiemsee
Bad Königshofen	Ramsau
Bad Kötzing	Scheidegg
Bad Neustadt	Schönau
Bad Reichenhall / Bayerisch Gmain	Schwangau
Bad Rodach	Tegernsee
Bad Staffelstein	Treuchtlingen
Bad Steben	