

Wirtschaftsfaktor Tourismus 2014: Ein Milliardengeschäft für Schleswig-Holstein

Die Branche Tourismus

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 Einkommensmöglichkeiten. Gleichzeitig steigert der Tourismus die Attraktivität und Lebensqualität für Einwohner und Gäste und ist somit ein wichtiger Standortfaktor.

Ein klassischer Wirtschaftszweig ist er dennoch nicht. Hier tauchen das Baugewerbe, das Gesundheitswesen, der Einzelhandel oder das Gastgewerbe auf, der Tourismus insgesamt jedoch nicht. Im Sinne der Wirtschaftsstatistiken ist er also keine klar identifizierbare Branche, sondern eine typische Querschnittsbranche. Zwar spielt der Tourismus für viele der genannten und einige weitere Branchen eine Rolle, seine jeweilige Bedeutung aber lässt sich aus Sicht der Branchen selbst in der Regel nicht quantifizieren. Insofern ist die breite Verflechtung des Tourismus mit nahezu allen Teilbereichen der Wirtschaft einerseits sehr positiv, andererseits erschwert sie die Ermittlung des ökonomischen Gewichtes des Tourismus.

Marktsegmente und Ausgabeverhalten

Der Tourismus in Schleswig-Holstein ist ein ökonomisches Schwergewicht. Durch die touristische Nachfrage werden in Schleswig-Holstein pro Jahr Umsätze in Höhe von rund 7,5 Milliarden Euro erzielt. Die touristischen Aufenthaltstage und die im Zusammenspiel mit den Ausgaben der Gäste daraus resultierenden Umsätze im Land sind auf eine Reihe von Marktsegmenten verteilt. Die größten Umsatzbringer sind mit Abstand der Tagestourismus aus dem Inland mit 2,6 Milliarden Euro und die Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit 2,4 Milliarden Euro.

Der Tourismusmarkt in Schleswig-Holstein im Überblick¹

Segment	Aufenthaltstage	Ausgaben pro Kopf und Tag	Bruttoumsatz
Gewerbliche Betriebe	22,84 Mio. ²	x 105,70 €	= 2.415,7 Mio. €
Touristik- und Dauercamping	12,18 Mio. ³	x 28,30 €	= 345,1 Mio. €
Weitere kostenpflichtige Übernachtungssegmente (z.B. Privatquartiere, Kleinstbetriebe)	16,33 Mio. ⁴	x 84,20 €	= 1.374,8 Mio. €
Freizeitwohnsitze	5,90 Mio. ⁵	x 40,70 €	= 240,1 Mio. €
Verwandten-/Bekanntebesuche (VFR)	22,20 Mio. ⁶	x 24,10 €	= 535,0 Mio. €
Tagesgäste aus dem Inland	108,80 Mio.	x 24,10 €	= 2.605,3 Mio. €
Insgesamt	188,25 Mio.		7.516,0 Mio. €

¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. ² Statistische Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Hamburg 2015, Auskünfte und Statistiken sowie eigene Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2015; ³ Touristikcamping aus der amtlichen Statistik des Landes SH, Dauercamping aus dem Kapazitätsmonitor Tourismus SH, NIT; ⁴ abgeleitet aus Kapazitätsmonitor Tourismus SH, NIT; ⁵ Tourismusbarometer SH 2004; ⁶ dwif 2015, Hochrechnung der Repräsentativbefragung zum VFR 2003. Alle Angaben sind als gerundete Werte zu verstehen.

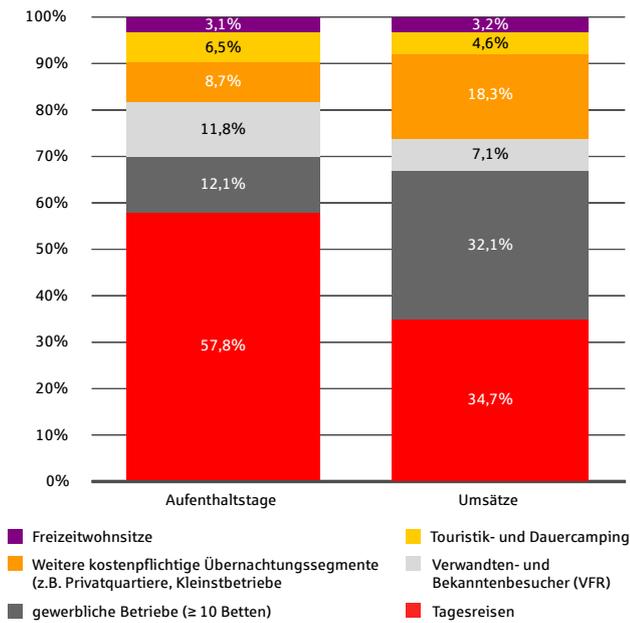
Quelle: dwif 2015

Im Zuge der Arbeiten am Kapazitätsmonitor Tourismus Schleswig-Holstein konnte die Bedeutung des Campingsektors sowie der weiteren Segmente mit kostenpflichtigen Übernachtungen (zum Beispiel Privatquartiere, Kleinstbetriebe) konkretisiert werden. Mit Blick auf die Ausgabenwerte und die Bruttoumsätze (zusammen 1,7 Milliarden Euro) stellen auch diese Segmente einen wichtigen Teil im Angebots- und Nachfragespektrum des Tourismus in Schleswig-Holstein dar.

Eine Gegenüberstellung der Marktanteile der Aufenthaltstage und der Bruttoumsätze macht deutlich, dass allein der Blick auf die Zahl der Gäste nicht ausreicht: Die Tagesreisenden generieren zum Beispiel fast 60 % der Aufenthaltstage – ein im Bundesvergleich relativ geringer Anteil – und ein gutes Drittel der Umsätze. Demgegenüber stehen die Übernachtungsgäste in gewerblichen und nichtgewerblichen Betrieben, Privatquartieren (inkl. Freizeitwohnsitze) und in den Campingsegmenten, die rund 30 % der Aufenthaltstage, hingegen aber fast 60 % der Umsätze generieren. Der Übernachtungstourismus hat im Urlaubsreiseland Schleswig-Holstein demnach eine überdurchschnittlich hohe Bedeutung, insbesondere die gewerblichen Betriebe sowie die Privatvermieter.

Doch selbst die hier dargestellten Volumina sind nur als Mindestgröße anzusehen, schließlich kommen zum Beispiel noch die vielen Boottouristen in den Marinas des Landes oder die Tagesgäste aus dem Ausland hinzu, die ebenfalls für Umsatz in den schleswig-holsteinischen Betrieben sorgen, für die jedoch keine Zählungen vorliegen.

Verteilung der touristischen Aufenthaltstage und Umsätze in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2015

Steigerung der Wertschöpfung

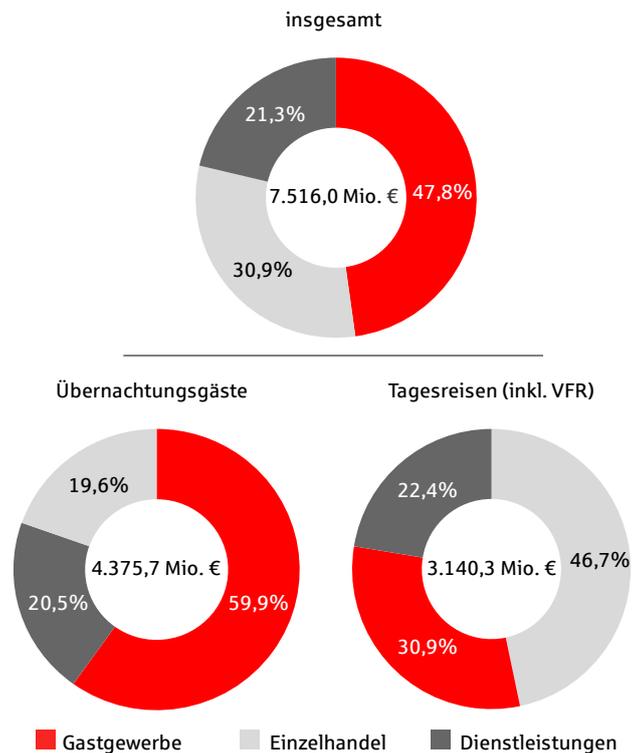
Die Zahlen machen deutlich, dass es zwei grundsätzliche Ansatzpunkte gibt, um die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus weiter zu steigern: 1. die Zahl der Gäste bzw. der Übernachtungen und Tagesreisen zu erhöhen und 2. die Ausgaben der Gäste zu steigern.

Eine Erhöhung der Wertschöpfung erfordert eine differenzierte Zielgruppenansprache und konsequente Qualitätsorientierung. Nur mit passgenauen Angeboten für die jeweilige Zielgruppe in den für Schleswig-Holstein relevanten Themen können Tourismusregionen erfolgreich sein. Eine hohe Angebots- und Servicequalität sorgt zudem für eine höhere Zahlungsbereitschaft der Gäste. Und zufriedene Kunden sind in der Regel weniger preissensibel als unzufriedene Kunden, so dass mehr Potenzial für Preisanpassungen besteht. Dies gilt für das Beherbergungsgewerbe und die Gastronomie ebenso wie für den Einzelhandel und die Freizeitwirtschaft.

Profitierende Branchen

Von den Ausgaben der Gäste in Schleswig-Holstein profitiert eine Vielzahl von Branchen. Allein 3,6 Milliarden Euro oder knapp 48 % der Bruttoumsätze fließen in die Kassen der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe. Der Einzelhandel zählt mit 2,3 Milliarden Euro ebenfalls zu den Gewinnern bei den Ausgaben der Gäste. Besonders stark profitieren diese Betriebe von den Tagesreisen, bei denen fast jeder zweite Euro in Einzelhandelsbetrieben ausgegeben wird. Der dritte große Block sind die sonstigen Dienstleistungen mit 1,6 Milliarden Euro Bruttoumsatz aus dem Tourismus. Hier entfällt klassischerweise der Großteil auf das vielfältige Angebot der Freizeit- und Kultureinrichtungen in Schleswig-Holstein.

Profitierende Branchen vom Schleswig-Holstein-Tourismus



Quelle: dwif 2015

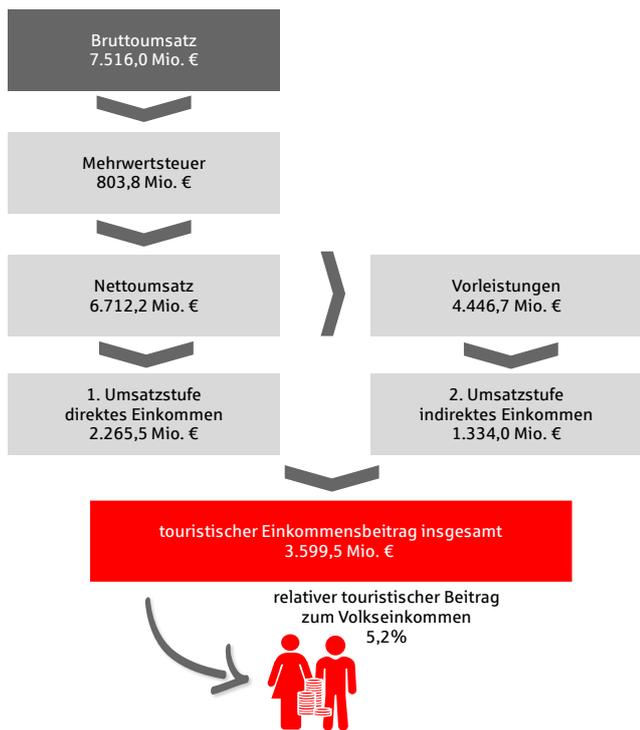
Diese Verteilung belegt, dass die Zusatzausgaben der Touristen in Schleswig-Holstein vielfach unterschätzt werden. Der Kreis der Tourismusprofiteure ist deutlich größer als vielfach erwartet – und vor allem der schleswig-holsteinische Einzelhandel spielt eine wichtige Rolle. Diese Erkenntnisse sind wichtig für die Vermarktung und die Kooperationsaktivitäten, ebenso wie bei Fragen der Tourismusfinanzierung.

Einkommenseffekte – das kommt bei Unternehmern und Beschäftigten an

Die Ermittlung der Aufenthaltstage und der Bruttoumsätze ist jedoch nur der erste Schritt bei der Darstellung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus für Schleswig-Holstein. Wichtig für die regionale Wertschöpfung und damit die Wirkung vor Ort sind die Einkommenseffekte, die direkt in den Betrieben und in den Orten anfallen.

Im Rahmen der 1. Umsatzstufe werden alle unmittelbar von den Gästen vor Ort getätigten Ausgaben und die daraus resultierenden Einkommenswirkungen erfasst. Unter Einkommen oder auch Wertschöpfung werden in diesem Zusammenhang die Löhne und Gehälter der im Tourismus Beschäftigten und die Gewinne der vom Tourismus tangierten Unternehmen verstanden. In der 2. Umsatzstufe kommen Vorleistungen wie zum Beispiel Zulieferer hinzu. In Schleswig-Holstein liegt die touristische Wertschöpfung der 1. und 2. Umsatzstufe bei knapp 3,6 Milliarden Euro. Damit leistet die Tourismusbranche im Land einen Beitrag von 5,2 % zum gesamten Volkseinkommen in Schleswig-Holstein.

Der Weg vom Bruttoumsatz zu den touristischen Einkommenswirkungen in Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2015

Beschäftigungseffekte – die Wirkung auf den Arbeitsmarkt

Der Tourismus bietet Menschen aller Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse (von der Saisonkraft bis zum Vollzeitmitarbeiter, von der Aushilfe bis zur Managerin) Einkommensmöglichkeiten. Viele dieser Jobs sind jedoch dadurch gekennzeichnet, dass die Beschäftigten nicht ausschließlich vom Tourismus leben: Ein Kellner oder eine Verkäuferin bedienen auch einheimische Kunden; im Hotel feiern Einheimische ihre Familienfeste; der Taxifahrer befördert Ortsansässige und Auswärtige gleichermaßen. Kaum ein Arbeitsplatz lässt sich somit nur dem Tourismus zurechnen.

Deshalb wird der touristische Einkommensbeitrag von 3,6 Milliarden Euro in Beziehung zum durchschnittlichen Pro-Kopf-Volkseinkommen eines Schleswig-Holsteiners (im Jahr 2012: 24.635 Euro) gesetzt. Hieraus errechnet sich ein theoretisches Äquivalent von 146.100 Personen (inklusive mitzuversorgender Haushaltsmitglieder), die durch den Tourismus ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen bestreiten können. Besonders wichtig: Der Tourismus schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze.

Steuereffekte – so profitiert die öffentliche Hand

Der Tourismus in Schleswig-Holstein spielt auch als Quelle für Steuereinnahmen eine ernst zu nehmende Rolle und bewirkte im Jahr 2014 Steuereinnahmen für den Bund, Schleswig-Holstein und die schleswig-holsteinischen Kommunen in einer Größenordnung von rund 714 Millionen Euro.

- Aus dem touristisch bedingten Bruttoumsatz resultiert ein Mehrwertsteueraufkommen im Jahr 2014 von rund 804 Millionen Euro. Nach Abzug der Vorsteuer werden rund 246 Millionen Euro dem bundesweiten Steuerverbund zugeführt.
- Die Einkommen der im Tourismus Beschäftigten sowie die Gewinne der Unternehmer aus dem Tourismus belaufen sich auf insgesamt rund 3,6 Milliarden Euro. Auf der Basis eines durchschnittlichen Steuersatzes von „nur“ 13 Prozent werden aus dem Einkommen Steuern in Höhe von etwa 468 Millionen Euro (alle Gebietskörperschaften) generiert

**Zentrale Kennzahlen im Überblick:
Wirtschaftsfaktor Tourismus in Schleswig-Holstein**



Quelle: dwif 2015

Das durch den Tourismus in Schleswig-Holstein bedingte Steueraufkommen unterliegt – wie jede andernorts anfallende Steuereinnahme – den einschlägigen Regelungen der Steuerverteilung und des Länderfinanzausgleichs. Von den genannten Steuereinnahmen insgesamt (Bund, Länder und Gemeinden) stehen der Landeskasse Schleswig-Holsteins nach Steuerverteilung und Länderfinanzausgleich rund 207 Millionen Euro und den Kommunen in Schleswig-Holstein 36 Millionen Euro zur Verfügung.

Einnahmen aus Gewerbesteuer, Fremdenverkehrsabgabe oder Kurtaxe sind in dieser Rechnung noch nicht enthalten. Sie wirken direkt in den Kommunen, setzen dort zusätzliche Mittel für tourismusrelevante Investitionen frei und unterstützen vielfach bei der Konsolidierung der öffentlichen Haushalte in den Gemeinden. Dennoch sind die mit der tourismusrelevanten Infrastruktur und der Vermarktung verbundenen Ausgaben und deren positive Effekte in einer Gemeinde individuell zu prüfen und im Optimalfall über eine kommunale Aufwands-Nutzenbilanz als Handlungsgrundlage transparent darzustellen.

Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor für Schleswig-Holstein

Das Engagement für den Tourismus löst neben den ökonomischen auch eine Reihe weiterer positiver Effekte aus, die insbesondere die Regionen und Orte stärken. Diese stehen in enger, sich gegenseitig verstärkender Wechselwirkung zueinander. Im Sinne eines ganzheitlichen Destinationsmanagements sollten die Akteure bei allen Aktivitäten rund um die touristische Vermarktung und Infrastrukturentwicklung vier zentrale Zielgruppen im Auge behalten: Bevölkerung, Betriebe, Beschäftigte und Besucher.

Der Tourismus verbessert die Infrastrukturausstattung eines Ortes / einer Region

Tourismusgemeinden sind zum Beispiel besser ausgestattet mit Rad- und Wanderwegen, mit (Kur-)Parks, Ruhebänken und Abenteuerspielplätzen, mit Schwimm- und Erlebnisbädern, Museen, Ausstellungen, Kinos und anderen Unterhaltungseinrichtungen als andere Orte. Vom Tourismus profitieren daher nicht nur die Gäste, sondern auch die Einheimischen, weil sie damit einen deutlich höheren Freizeitnutzen haben. Und ein attraktives Freizeit-, Kultur-, Unterhaltungs-, Shopping- und Gastronomieangebot bindet zumindest einen Teil der Kaufkraft der Einheimischen und verstärkt auf diese Weise die rein touristische Wirkung.

Der Tourismus erhöht die Attraktivität eines Ortes / einer Region

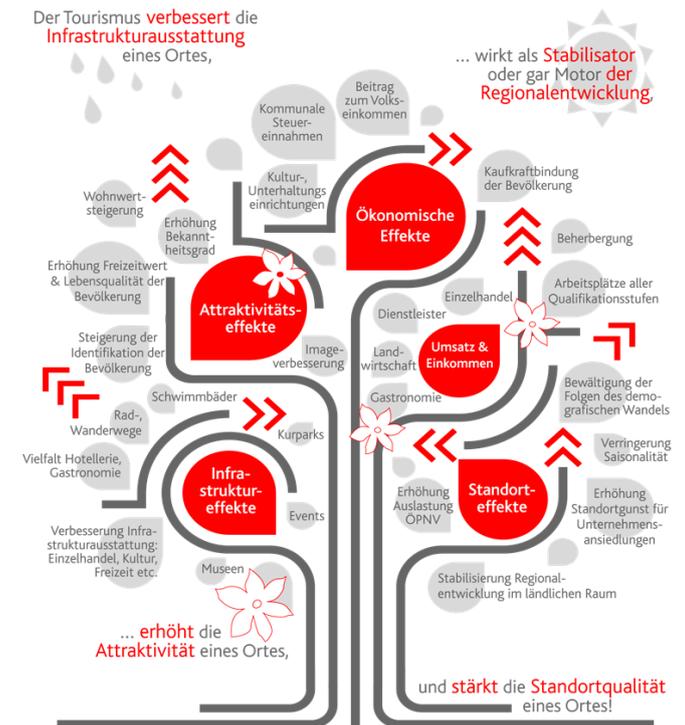
Die Gemeinden profitieren auch in Bezug auf die sogenannten weichen Faktoren. In aller Regel hat ein Ferienort ein gutes Image. Zudem steigt der Bekanntheitsgrad. Der Tourismus erhöht also eindeutig den Freizeitwert und damit die Lebensqualität der Bevölkerung. Und, ein gutes Image und ein hoher Bekanntheitsgrad schlagen sich auch in Euro und Cent nieder: Wohnwert und Baulandpreise liegen zum Beispiel über den Werten nichttouristischer ländlicher Gemeinden, was wiederum als Zeichen für Attraktivität zu werten ist.

Der Tourismus stärkt die Standortqualität eines Ortes / einer Region

Das Multiprodukt Tourismus strahlt auf die gesamte Wirtschaft einer Gemeinde aus: Für viele Unternehmer ist eine hohe Freizeitattraktivität nicht nur für die eigene Familie wichtig, sondern wird immer mehr auch zu einem Faktor der Standortgunst bei der Unternehmensansiedlung sowie der Gewinnung von Fach- und Führungskräften: „Arbeiten und Wohnen, wo andere Urlaub machen“. Attraktive Tourismusgemeinden mit einer breiten und hochwertigen Infrastruktur sind gegenüber Mitbewerbern klar im Vorteil. Als Stabilisator oder

gar als Motor der Regionalentwicklung trägt der Tourismus zur Existenzsicherung von Einzelhandel, (Dorf-)Kneipen, Drogerien, Ärzten und Apotheken, Post- und Sparkassenfilialen, Heimatmuseen oder Veranstaltungen bei. Ohne die touristische Nachfrage wäre auch das Angebot im ÖPNV in vielen Gegenden bereits eingestellt oder auf ein Minimum reduziert.

Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor für Schleswig-Holstein



Quelle: dwif 2015

Bestimmung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus: Besonderheiten und Hintergründe

Um die wirtschaftlichen Effekte und Potenziale des Tourismus für Schleswig-Holstein, die Orte und die Leistungsträger zweifelsfrei zu identifizieren, ist ein Vor-Ort-Ansatz für alle Betrachtungen und Berechnungen rund um den Wirtschaftsfaktor Tourismus erforderlich. Es werden nur jene Umsätze und Einkommenswirkungen betrachtet, die in den Zieldestinationen entstehen. Bei der Abgrenzung hilft die touristische Wertschöpfungskette

Informations- und Aufklärungsarbeit durch den Wirtschaftsfaktor Tourismus

Beschäftigt man sich mit dem touristischen Mengengerüst, dann ist die relevante Abgrenzung der Übernachtungsreisen vergleichsweise einfach, da hierzu alle in den Betrieben der amtlichen Beherbergungsstatistik ausgewiesenen Übernachtungen zählen. Neben den Urlaubsgästen (privat motiviert) werden demnach auch Geschäftsreisende sowie Gäste in Vorsorge- und Rehakliniken einbezogen. Erfasst werden alle Betriebe ab zehn Betten.

Neben den in der amtlichen Statistik offiziell ausgewiesenen Betriebstypen ist auch der sogenannte graue Beherbergungsmarkt relevant. Dazu zählen folgende Marktsegmente:

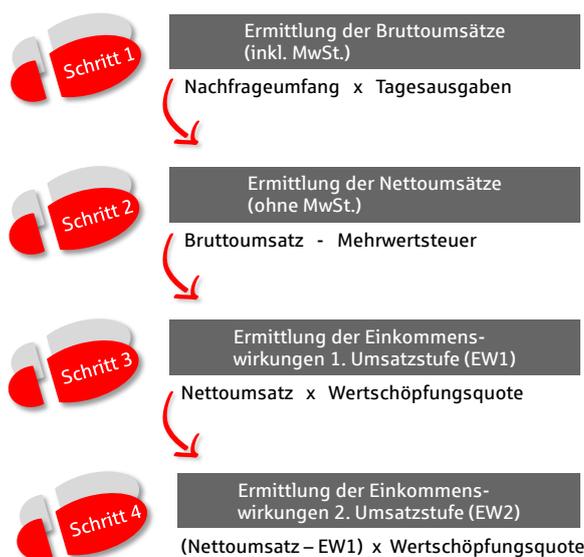
- Kleinbetriebe mit weniger als zehn Betten (zum Beispiel Privatquartiere, Ferienwohnungsanbieter, Urlaub auf dem Bauernhof)
- Dauercamping (Touristikcamping in der amtlichen Tourismusstatistik erfasst)
- Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen
- Verwandten- und Bekanntenbesucher, die in den Privatwohnungen der Einheimischen übernachten („Sofatourismus“ oder „VFR“)

Hinzu kommen die, auch für den Tourismus in Schleswig-Holstein wichtigen, Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen.

Der Weg zum Wirtschaftsfaktor Tourismus

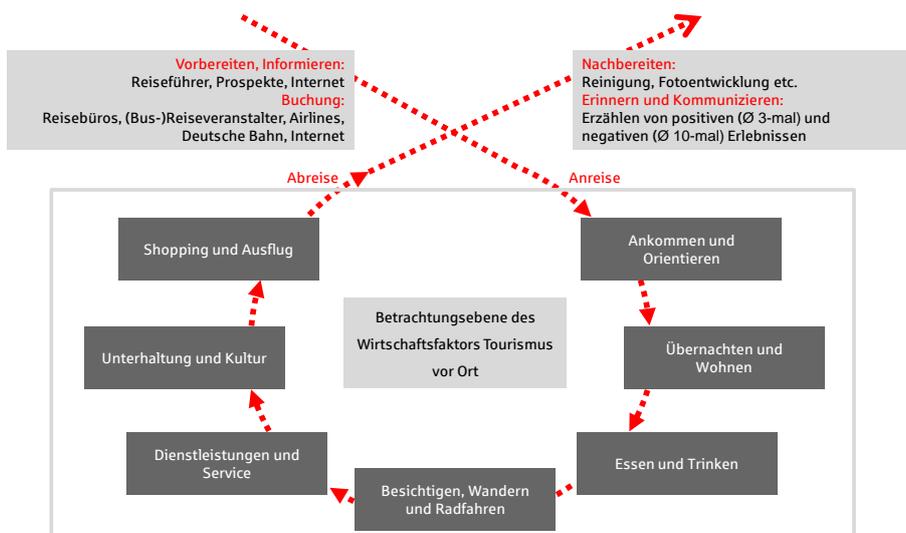
Die nachfrageseitige Berechnung der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus erfolgt in vier Arbeitsschritten. Ziel ist es, neben den Brutto- und Nettoumsätzen auch die Einkommenswirkungen (EW) im Rahmen der 1. Umsatzstufe (Betriebe, in denen die Gäste direkte Ausgaben tätigen) und der 2. Umsatzstufe (Vorleistungen wie zum Beispiel Zulieferer) abzuleiten sowie die Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte und den Beitrag des Tourismus zum Volkseinkommen darzustellen.

Berechnungsschritte zum Wirtschaftsfaktor Tourismus



Quelle: dwif 2015

Touristische Wertschöpfungskette



Quelle: dwif 2015

Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein – Ihre Ansprechpartner:

Herausgeber: Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein
 Gyde Opitz
 Faluner Weg 6
 24109 Kiel
 0431 / 53 35 600

Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.
 Dr. Catrin Homp
 Wall 55
 24103 Kiel
 0431 / 560 105 0

Bearbeitung: dwif-Consulting GmbH
 Karsten Heinsöhn
 Marienstraße 19/20
 10117 Berlin
 030 / 757 949 – 30