

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

für die Stadt Nürnberg 2023

tourismus.nuernberg.de

2023



WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

für die Stadt Nürnberg 2023

INHALT

Vorwort..... Seite 04

Marcus König – Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg

Dr. Andrea Heilmaier – Wirtschafts- und Wissenschaftsreferentin der Stadt Nürnberg

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DIE STADT NÜRNBERG 2023

Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus.....05

Definition und Methodik.....06-11

Übernachtungstourismus.....06

Tagestourismus.....07

Quantifizierung der Tagesreisenden.....07

Ausgabeverhalten der Gäste.....08

Datenquellen.....09

Berechnungsweg.....10-11

Ergebnisse für die Stadt Nürnberg.....12-14

Eckdaten Nürnberg.....12

Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2023.....12

Bedeutung der touristischen Segmente in Nürnberg.....13

Direkte Profiteure des Tourismus.....13

Ableitung des direkten und indirekten Einkommens aus dem Tourismus.....14

Beschäftigungseffekte durch den Tourismus.....14

Steueraufkommen aus dem Tourismus.....14

Kennziffern für die Stadt Nürnberg im Zeitvergleich.....15

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

Tourismus ist ein zentraler Wirtschaftsfaktor für Nürnberg. Mit dem Übernachtungsergebnis im Jahr 2023 konnte sich die Stadt als eine der führenden Städtedestinationen in Deutschland behaupten und an das Niveau vor der Pandemie anknüpfen.

Die vielfältigen Aspekte des Tourismus von Geschäftsreisen, Messen und Kongressen bis hin zu kulturellen und privaten Aufenthalten sind ein zentraler Treiber der Wirtschaft in Nürnberg und tragen maßgeblich zur Dynamik und Attraktivität unsere Stadt bei. Es gibt kaum eine Branche, die nicht direkt oder indirekt von über 3,5 Millionen Übernachtungsgästen und mehr als 40 Millionen Tagesbesuchern im Jahr 2023 profitiert hat. Insbesondere Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie sowie der Kunst- und Kulturbereich werden durch Nürnbergs Gäste unterstützt.

Die vorliegende Studie belegt, warum es sinnvoll ist, in den Tourismus und das Kongresswesen zu investieren und sich gemeinsam für Nürnberg als Tourismusstandort stark zu machen. Tourismus trägt erheblich zur wirtschaftlichen Wertschöpfung bei, schafft standortgebundene Arbeitsplätze und fördert die kulturelle Vielfalt. Gleichzeitig stärkt er die Attraktivität der Innenstadt, die mit vielseitigem Einzelhandel, lebendiger Gastronomie und kulturellen Angeboten das Herzstück Nürnbergs bildet.

Die enge Vernetzung aller Stakeholder und kontinuierliche Weiterentwicklung der Destination machen Nürnberg zu einem starken Standort. Mit großem Engagement setzen sich alle Akteurinnen und Akteure dafür ein, die Stadt nachhaltig zu stärken und zukunftsorientierte Impulse zu setzen. Lassen Sie uns gemeinsam die Potenziale Nürnbergs nutzen, um die Attraktivität für Gäste und Einheimische weiter auszubauen.

Der Wirtschaftsfaktor Tourismus wird regelmäßig im bewährten 3-jährlichen Turnus analysiert, um dessen Vielseitigkeit und Relevanz gezielt zu analysieren und zukünftige Entwicklungen strategisch zu gestalten.



Verkehrsverein Nürnberg e.V.
Der Vorsitzende

*Zhr
Marcus König*

Marcus König
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg



Verkehrsverein Nürnberg e.V.
Mitglied des Vorstands

Andrea Heilmaier

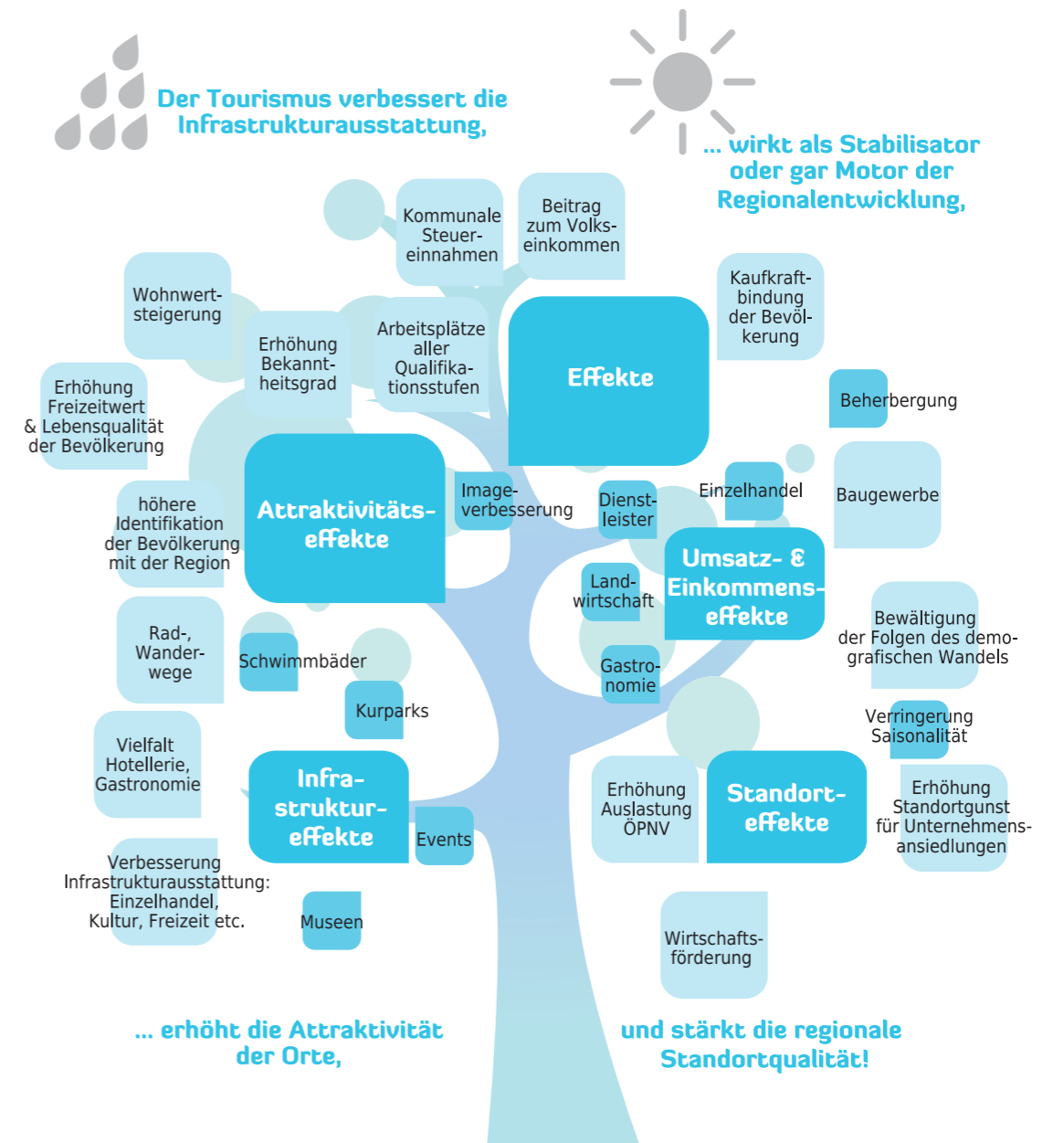
Dr. Andrea Heilmaier
Wirtschafts- und Wissenschaftsreferentin der Stadt Nürnberg

Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus

Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistende oder Zuliefernde wie regional Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert. Deshalb lohnen sich Investitionen von Kommunen und Unternehmen in die tourismusbezogene Infrastruktur, konkrete Produkte und die touristische Vermarktung.

Umso wichtiger ist es, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für die Wirtschaft im Untersuchungsgebiet deutlich zu machen. Der Tourismus ist Umsatzbringer und leistet über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Als Jobmotor bietet der Tourismus Menschen vieler unterschiedlicher Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse (von der Saisonkraft bis zur Vollzeitstelle) Einkommensmöglichkeiten. Er schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze.

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



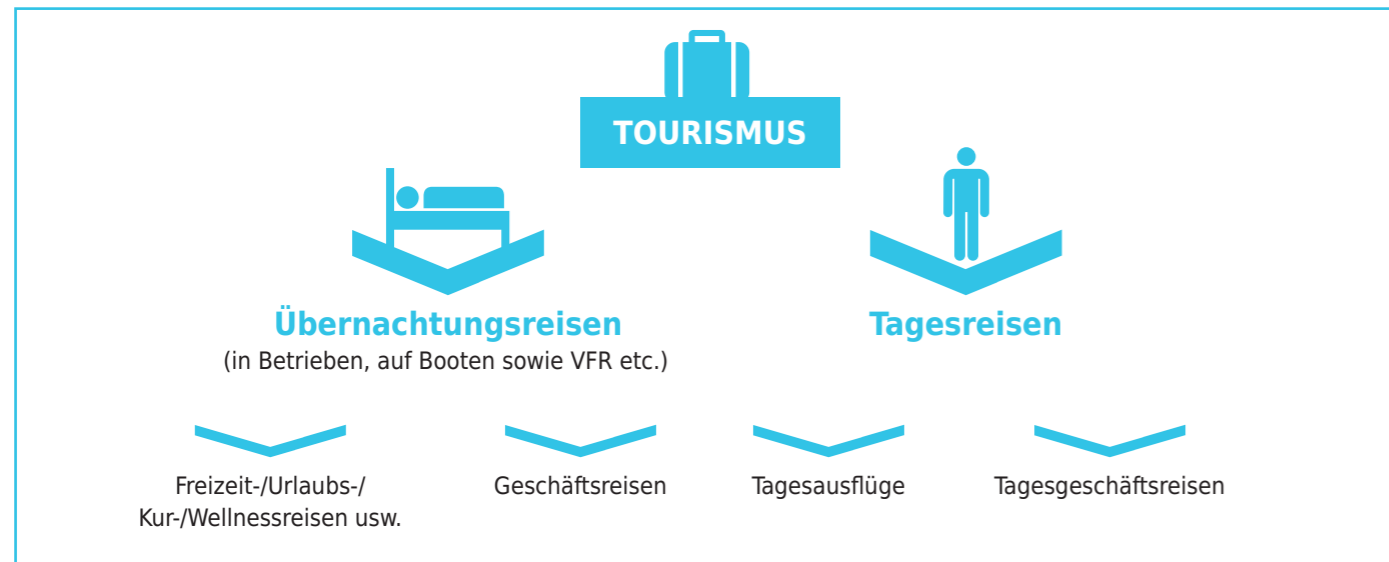
DEFINITION UND METHODIK

DEFINITION TOURISMUS

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) werden unter Tourismus

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

verstanden.



Quelle: dwif 2024; in Anlehnung an UNWTO (1995)

ÜBERNACHTUNGSTOURISMUS

Campingtourismus

Angaben zu Übernachtungen auf Touristikstandplätzen liefern (in der Regel) die amtliche Statistik sowie Recherchen und Berechnungen von uns. Zur Bestimmung aller Campingübernachtungen erheben wir die Anzahl der verfügbaren Dauerstandplätze. Übernachtungen auf diesen basieren auf Hochrechnungen von uns sowie Einschätzungen und Statistiken der Akteur:innen vor Ort. Die Bestimmung der Übernachtungen von Reisemobilist:innen außerhalb von Campingplätzen erfolgt auf Basis von Zulieferungen der Projektpartner:innen (Anzahl Standplätze/verkaufte Parktickets etc. / wenn möglich Übernachtungszahlen) oder auf Detailrecherchen bzw. Hochrechnungen von uns.

GEWERBLICHE ÜBERNACHTUNGEN ≥ 10 BETTEN

Die gewerblichen Übernachtungen liefert (in der Regel) die amtliche Beherbergungsstatistik. Die einzelnen Betriebstypen (wie z. B. Hotellerie, gewerbliche Ferienwohnungen, Reha-Kliniken) werden gesondert ausgewiesen und von uns

auf Plausibilität geprüft und gegebenenfalls angepasst. Für diese Untersuchung liegt die Beherbergungsstatistik der Projektpartner:innen vor. Daten des statistischen Amtes, welche der Geheimhaltung unterliegen, werden plausibel hochgerechnet.

PRIVATQUARTIERE < 10 BETTEN

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

VISITS OF FRIENDS AND RELATIVES

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

Quelle: dwif 2024

DEFINITION UND METHODIK

TAGESTOURISMUS

Tagesausflug

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

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

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

Quelle: dwif 2024

Tagesgeschäftsreise

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

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

QUANTIFIZIERUNG DER TAGESREISENDEN

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

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

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

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

Quelle: dwif 2024

DEFINITION UND METHODIK

AUSGABEVERHALTEN DER GÄSTE

AUSGABEN DER ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

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

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

AUSGABEN DER TAGESGÄSTE

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

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

FOLGENDE ASPEKTE SIND IN DER VORLIEGENDEN UNTERSUCHUNG NICHT BERÜCKSICHTIGT:

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

DATENQUELLEN

EXTERNE DATEN

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

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

dwif-INTERNE DATEN

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

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

DEFINITION UND METHODIK

BERECHNUNGSWEG

1

Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)

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

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

2

Nettoumsätze (exkl. MwSt.)

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

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

3

Einkommenswirkungen der ersten Umsatzstufe (EW 1)

$$\text{Nettoumsatz} \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW 1}$$

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

4

Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe (EW 2)

$$(\text{Nettoumsatz} - \text{EW 1}) \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW 2}$$

Bei der zweiten Umsatzstufe werden alle Einkommenswirkungen bei den Vorleistungslieferanten (Nettoumsatz – EW 1) dargestellt, die zur Aufrechterhaltung der touristischen Dienstleistungsqualität benötigt werden (= indirekte Einkommenseffekte). Hierunter fallen u. a.

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

5

Touristischer Einkommensbeitrag

$$(\text{EW 1} + \text{EW 2}): \text{Primäreinkommen (PE)} = \text{Tourismusbeitrag zum PE in \%}$$

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

6

Beschäftigungswirkung

$$(\text{EW 1} + \text{EW 2}): \text{Primäreinkommen pro Kopf} = \text{Einkommensäquivalent}$$

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

7

Steuereffekte aus den touristischen Umsätzen

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

ERGEBNISSE FÜR DIE STADT NÜRNBERG

ECKDATEN NÜRNBERG

Einwohner:innen Stand ¹	524.514 Mio.
Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ²	3,639 Mio.
Übernachtungen bei Freunden/Bekanntem (VFR) ³	1,947 Mio.
Tagesreisen	40,0 Mio.

Quelle: dwif 2024

¹ Stand: 30.06.2023; Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2024.

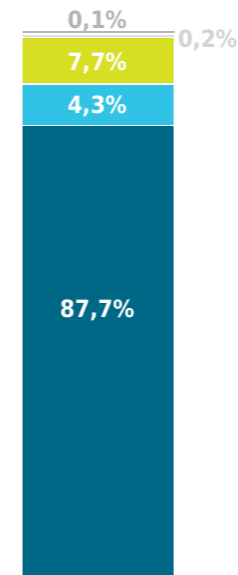
² Inklusive Gäste in Privatquartieren, Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus.

³ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch Hochrechnung der Ergebnisse einer repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2014 ermittelt.

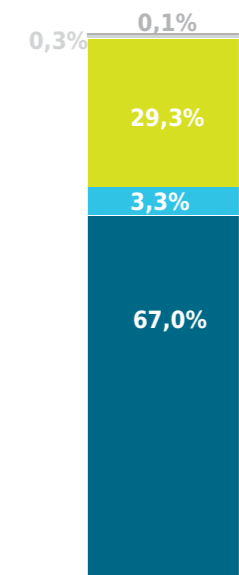


BEDEUTUNG DER TOURISTISCHEN SEGMENTE IN NÜRNBERG

Aufenthaltstage
45,586 Mio.



Umsätze
2.359,7 Mio. €



TOURISTISCHE UMSÄTZE NACH MARKTSEGMENTEN 2023¹

Marktsegment	Aufenthaltstage	X	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus ²	0,047 Mio.	X	57,60 €	=	2,7 Mio. €
Privatquartiere (< 10 Betten) ³	0,085 Mio.	X	88,30 €	=	7,5 Mio. €
Gewerbliche Betriebe (>=10 Betten; ohne Camping) ⁴	3,507 Mio.	X	197,50 €	=	692,6 Mio. €
Besuch von Verwandten-/Bekanntem und Freunden (VFR) ⁵	1,947 Mio.	X	39,50 €	=	76,9 Mio. €
Tagesreisen	40,0 Mio.	X	39,50 €	=	1.580,0 Mio. €
GESAMT	45,586 Mio.				2.359,7 Mio. €

Quelle: dwif 2024

¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.

² dwif (Hrsg.): Der Campingplatz und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 und 2023; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2024.

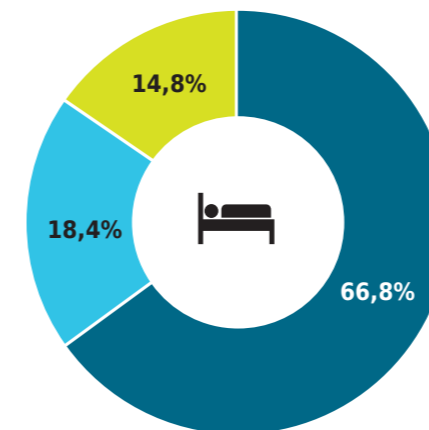
³ Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2024.

⁴ Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2024.

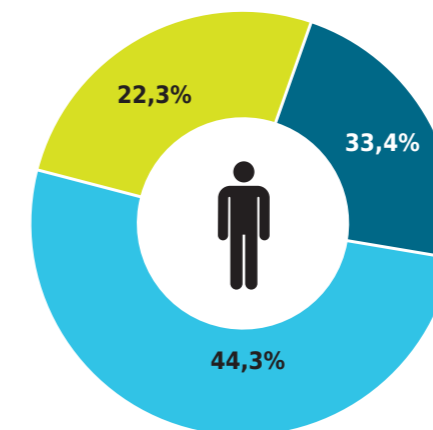
⁵ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch Hochrechnung der Ergebnisse einer repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2014 ermittelt.

DIREKTE PROFITEURE DES TOURISMUS

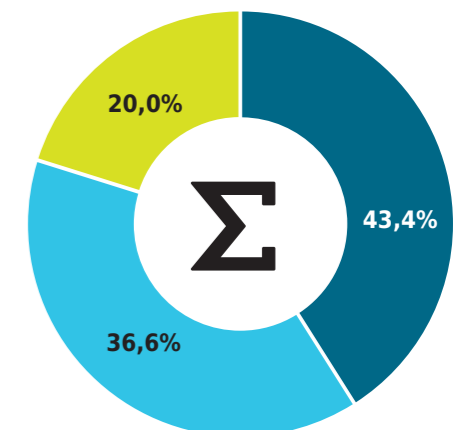
ÜBERNACHTUNGSGÄSTE
702,8 Mio. €



TAGESGÄSTE (INKL. VFR)
1.656,9 Mio. €



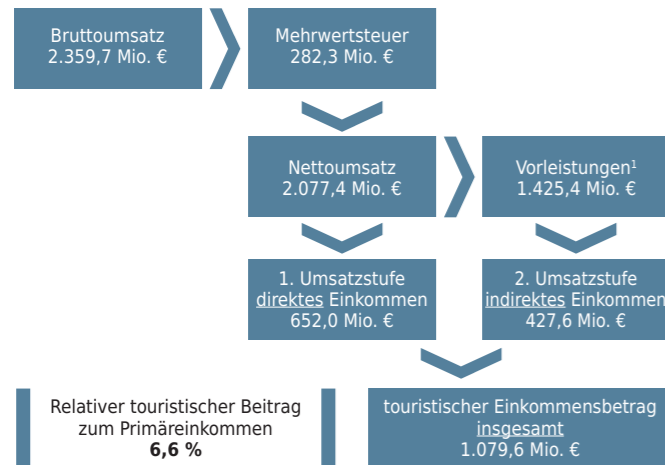
GESAMT 2.359,7 Mio. €



Gastgewerbe	1.023,6 Mio. €
Einzelhandel	863,2 Mio. €
Dienstleistungen	472,9 Mio. €

Quelle: dwif 2024

ABLEITUNG DES DIREKTEN UND INDIREKTEN EINKOMMENS AUS DEM TOURISMUS

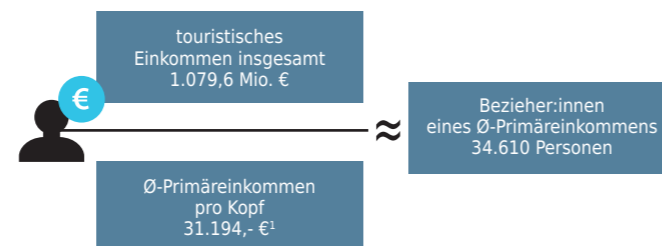


Quelle: dwif 2024

¹ Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. umliegende Städte und Regionen, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE DURCH DEN TOURISMUS

Der Einkommensbeitrag von 1.079,6 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 34.610 Personen, die durch die touristische Nachfrage in Nürnberg ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 31.194,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.



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

Quelle: dwif 2024

¹ Wert für die Stadt Nürnberg 2021, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2021, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2023.

STEUERAUFKOMMEN AUS DEM TOURISMUS



Allein aus **Mehrwertsteuer + Einkommensteuer** resultieren 2023 **ca. 219,4 Mio. € Steueraufkommen** aus dem Tourismus, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt.

Der Tourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast) und Tourismusabgabe (Gewerbe), zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen, deren Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist.

Die der Stadt Nürnberg 2023 zufließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen lassen sich ebenfalls nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen von uns zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus in einer Größenordnung zwischen einem und weit mehr als drei Prozent der dort realisierten touristischen Nettoumsätze zufließen.

Quelle: dwif 2024

Kennziffern für die Stadt Nürnberg im Zeitvergleich

Kennziffern Nürnberg	2017	2019	2023	Entwickl. 2023 ggü. 2019	Entwickl. 2019 ggü. 2017
Übernachtungen in Betrieben	3,403 Mio.	3,639 Mio.	3,639 Mio.	+/- 0,0 %	+6,9 %
Zahl der VFR-Übernachtungen	1,9 Mio.	1,94 Mio.	1,947 Mio.	+ 0,4 %	+ 2,1 %
Tagesreisen	43,0 Mio.	41,0 Mio.	40,0 Mio.	- 2,4 %	- 4,7 %
Bruttoumsätze Gesamt	2.112,5 Mio. €	2.114,8 Mio. €	2.359,7 Mio. €	+ 11,6 %	+ 0,1 %
Bruttoumsätze Übernachtungen in Betrieben	639,8 Mio. €	676,3 Mio. €	702,8 Mio. €	+ 3,9 %	+ 5,7 %
Bruttoumsätze VFR-Übernachtungen	62,3 Mio. €	65,0 Mio. €	76,9 Mio. €	+ 18,3 %	+ 4,3 %
Bruttoumsätze Tagestourismus	1.410,4 Mio. €	1.373,5 Mio. €	1.580,0 Mio. €	+ 15,0 %	- 2,6 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	790,2 Mio. €	873,0 Mio. €	1.023,6 Mio. €	+ 17,3 %	+ 10,5 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	909,1 Mio. €	836,1 Mio. €	863,2 Mio. €	+ 3,2 %	- 8,0 %
Bruttoumsätze Dienstleistungen	413,2 Mio. €	405,7 Mio. €	472,9 Mio. €	+ 16,6 %	- 1,8 %
Touristischer Einkommensbeitrag	946,5 Mio. €	955,6 Mio. €	1.079,6 Mio. €	+ 13,0 %	+ 1,0 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	6,6 %	6,3 %	6,6 %	+ 0,3 Punkte	- 0,3 Punkte
Einkommensäquivalent (in Personen)	34.990	32.880	34.610	+ 5,3 %	- 6,0 %

Quelle: dwif 2024

2023

tourismus.nuernberg.de

PROJEKTBEARBEITUNG:

dwif-Consulting GmbH

**Projektbearbeitung Wirtschaftsfaktor Tourismus
für die Stadt Nürnberg 2023**

Moritz Sporer,
Geschäftsführer & Leiter Ökonomische Analysen

Dr. Bernhard Harrer, Vorstand dwif e. V.

Regina Vernaleken, Consultant

Florian Weber, Consultant

www.dwif.de

Berlin/München 2024

IMPRESSUM:

Herausgeber:

Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg
Frauentorgraben 3, 90443 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 23360
tourismus@nuernberg.de

Bearbeitung:

Michaela Wunder

Grafik:

designlöwen nürnberg

Titelbilder:

Kristof Göttling

Fotos:

Christine Dierenbach/Stadt Nürnberg,
Peter Spängler/Stadt Nürnberg