

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

für die Stadt Nürnberg 2017

tourismus.nuernberg.de



INHALT

Vorwort.....	Seite 04
---------------------	-----------------

Dr. Ulrich Maly – Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg

Dr. Michael Fraas – Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg

Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus	Seite 05
--	-----------------

Definitionen und Methodik	Seiten 06-11
--	---------------------

- Definition Tourismus.....Seite 06
- Abgrenzung Übernachtungs- und TagestourismusSeiten 06-08
- Datenquellen.....Seite 09
- Berechnungsweg.....Seiten 10-11

Ergebnisse der Berechnungen	Seiten 12-14
--	---------------------

- Eckdaten NürnbergSeite 12
- Umsätze durch den TourismusSeite 12
- Bedeutung der touristischen SegmenteSeite 13
- Direktes und indirektes Einkommen aus dem TourismusSeiten 13-14
- Beschäftigungs- und SteuereffekteSeite 14

Zeitvergleich ausgewählter Kennziffern	Seite 15
---	-----------------

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

Tourismusförderung ist aktive Wirtschaftsförderung, das belegt die vorliegende Studie. Als Querschnittsbranche wirkt sich der Tourismus auf viele Bereiche eines Standortes aus. Es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert – sei es Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister oder Zulieferer sowie regionale Produzenten oder der Kunst- und Kulturbereich. Deshalb ist es wichtig die Wirkung und Relevanz des Tourismus für den Standort Nürnberg deutlich zu machen.

Seit Jahren ist die Destination Nürnberg auf Erfolgskurs und gehört zu den Top Ten der deutschen Städtedestinationen. Mehr als 3,3 Millionen Übernachtungen und über 1,8 Millionen Gäste alleine im Jahr 2017 bestätigen, wie attraktiv Nürnberg für Gäste aus dem Inland und der ganzen Welt ist – als Tourismusziel sowie als Messe-, Tagungs- und Kongress-Ort. Es ist gelungen, auch dank der Einführung des Tourismusfonds, Nürnberg als Städtedestination im Markt zu positionieren. Hier arbeiten alle Akteure in der Stadt intensiv zusammen und entwickeln gemeinsam Maßnahmen für die Zukunft des Standortes. Intensives Marketing und intelligente Weichenstellungen für den Standort zahlen sich aus.

Die Studie verdeutlicht eindrucksvoll, warum es sinnvoll ist, in den Tourismus und das Kongresswesen zu investieren und sich gemeinsam für Nürnberg als Tourismusstandort stark zu machen. Wir werden uns weiter dafür einsetzen, dass Marketingmaßnahmen auch in Zukunft den Angebots- und Infrastrukturausbau weiter intensiv flankieren, um die Potenziale des Tourismus und des Kongressgeschäfts für Nürnberg auszuschöpfen. Damit schaffen wir beste Voraussetzungen, dass der Tourismus ein starker Wirtschaftsfaktor und Beschäftigungsgarant für Nürnberg bleibt.



Verkehrsverein Nürnberg e.V.
Der Vorsitzende

Dr. Ulrich Maly

Dr. Ulrich Maly
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg



Verkehrsverein Nürnberg e.V.
Mitglied des Vorstands

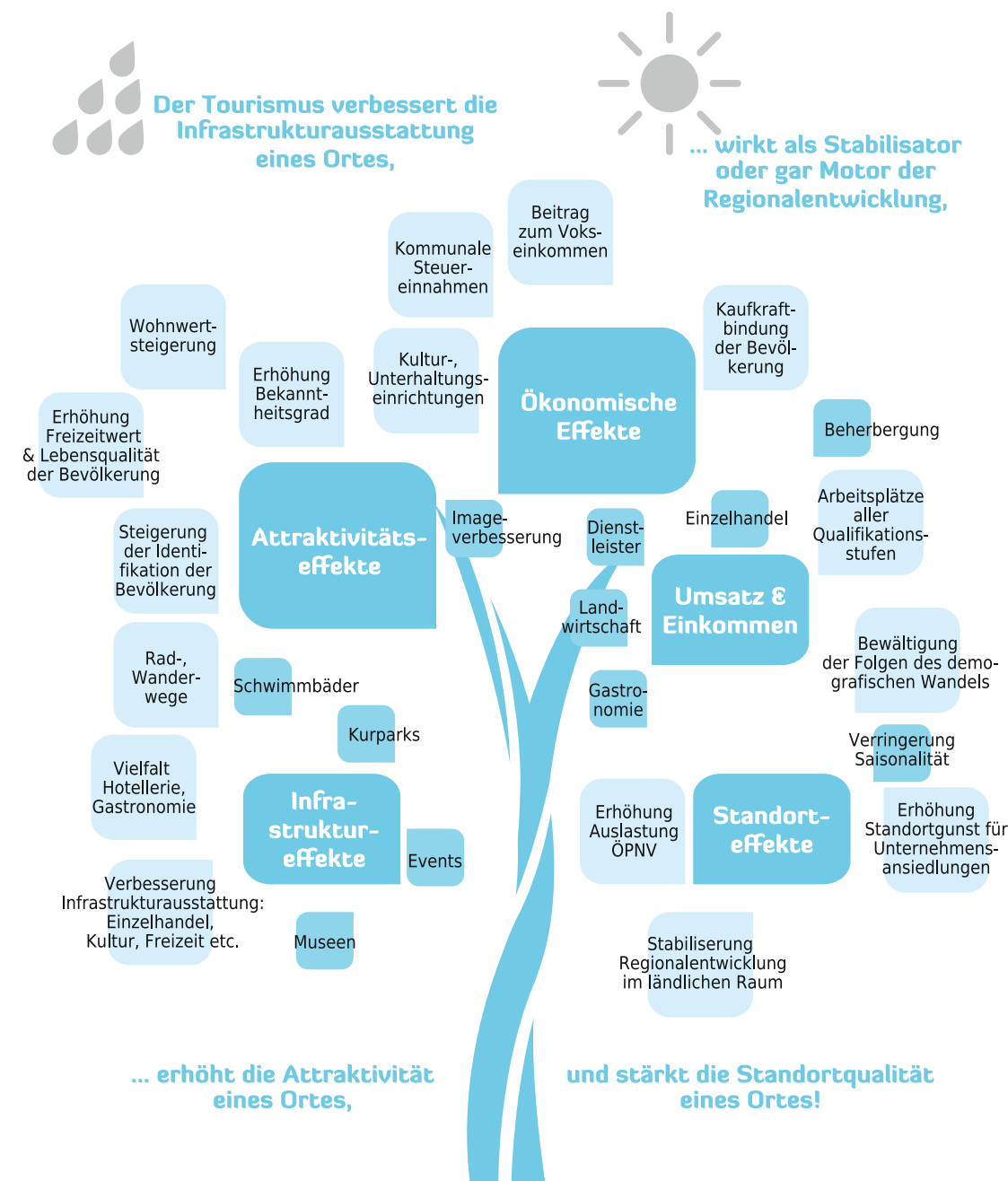
Dr. Michael Fraas

Dr. Michael Fraas
Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg

Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus

Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister oder Zulieferer wie regionale Produzenten 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 alle Einwohner und Gäste.

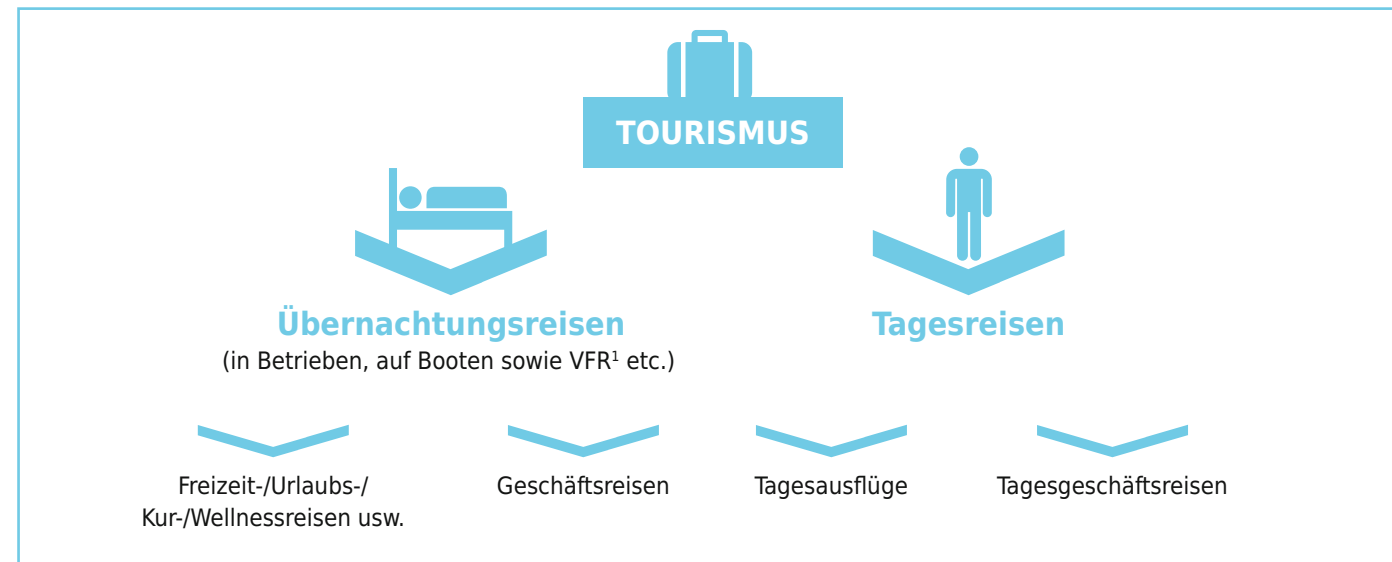


DEFINITION UND METHODIK

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 2018; in Anlehnung an UNWTO (1995)

ABGRENZUNG DES ÜBERNACHTUNGS- UND TAGESTOURISMUS

ÜBERNACHTUNGSTOURISMUS

Alle **Übernachtungsreisen** gehören unabhängig vom Anlass (Urlaubs-/Geschäftsreise, Kur etc.) zur touristischen Nachfrage.

Das dwif berücksichtigt grundsätzlich:

- Gewerbliche Betriebe ≥ 10 Betten
- Privatquartiere und Kleinbeherbergungsbetriebe < 10 Betten
- Touristik- und Dauercamping
- Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen

Sondersegmente, die bei Bedarf erhoben bzw. herangezogen werden:

- Übernachtungen bei Verwandten / Bekannten (VFR)¹
- Freizeitwohnsitze, Bootsliegeplätze etc.

TAGESTOURISMUS

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).

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“)

Quelle: dwif 2018.

¹ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen (sog. Sofatourismus) können nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden.

DEFINITION UND METHODIK

QUANTIFIZIERUNG DER ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

Gewerbliche Übernachtungen ≥ 10 Betten

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

Privatvermieter < 10 Betten

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

Übernachtungen bei Verwandten/Bekannten (VFR)

Dieses Segment wird durch eine repräsentative Haushaltsbefragung im Untersuchungsgebiet ermittelt.

Touristik- und Dauercamping

Angaben zu Übernachtungen auf Touristikstandplätzen liefern (in der Regel) die amtliche Statistik sowie Recherchen und Berechnungen des dwif. Zur Bestimmung aller Campingübernachtungen erhebt das dwif die Anzahl der verfügbaren Dauerstandplätze. Übernachtungen auf diesen basieren auf Hochrechnungen des dwif sowie Einschätzungen und Statistiken der Akteure vor Ort.

Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen

Die Bestimmung der Übernachtungen in diesem Segment erfolgt auf Basis von Zulieferungen des Projektpartners (Anzahl Standplätze / verkaufte Parktickets etc. / wenn möglich Übernachtungszahlen) oder auf Detailrecherchen des dwif. Die Übernachtungen können in letzterem Falle nur hochgerechnet werden.

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. Das dwif berechnet die Werte individuell und der jeweiligen Situation vor Ort angepasst. Die Analysen ergeben erst nach zahlreichen Plausibilitätskontrollen ein verlässliches Bild des Tagestourismus.

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

- Tagesreisenmonitoring: Exklusive Primärerhebung des dwif zum Tagestourismus in Deutschland 2016/2017
- 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. Besucherzahlen von Einrichtungen und Veranstaltungen, Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet, Verkehrsanbindung, Infrastruktur)
- Zahlreiche Plausibilitätstests, u. a. anhand von Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik
- Durch jahrzehntelange Erfahrungen ermittelte dwif-interne Daten

Bei der Ermittlung des Tagestourismus werden weder zeitliche (Reisedauer in Stunden) noch entfernungsbezogene (Distanz in Kilometer) Einschränkungen vorgenommen und somit alle Tagesreisen erfasst.

DEFINITION UND METHODIK

TAGESAUSGABEN DER GÄSTE

Die Ermittlung der **Ausgaben der Übernachtungsgäste** erfolgt nach einem mehrstufigen System. 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 nutzt das dwif verschiedene Datenbanken und Ergebnisse aus eigenen Grundlagenuntersuchungen.

Die ausgewiesenen Werte spiegeln somit das individuelle Ausgabeverhalten der Gäste wider.

Die **Ausgaben der Tagesbesucher** werden vom dwif individuell für das Zielgebiet ermittelt. Eine unreflektierte Übernahme veröffentlichter Ausgabenwerte für übergeordnete oder andere Regionen würde zu falschen Ergebnissen führen. Ausgangspunkte für die dwif-Berechnungen sind unter anderem:

- Tagesreisenmonitoring: Exklusive Primärerhebung des dwif zum Tagestourismus in Deutschland 2016/2017
- 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 Touristen für Reisevor- und -nachbereitung (z.B. neuer Koffer, Urlaubsbilder)
- Umsätze und Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z.B. Taxi zum Bahnhof/Flughafen, Buchung im Reisebüro, Einkäufe für die Reise)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld

DATENQUELLEN

EXTERNE DATEN

Das dwif recherchiert 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. Einwohner- und Haushaltszahlen)
- Daten aus den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Länder
- Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken des Auftraggebers/Projektpartners (z.B. Kataloge, Broschüren, Statistiken, Besucherzahlen, Einschätzungen der Experten vor Ort) sowie Gespräche mit sonstigen Leistungsträgern und Interessensvertretern
- vorhandene Gutachten, Entwicklungskonzepte, sowie weitere relevante Analysen
- Internetrecherchen

dwif-INTERNE DATEN

Wichtige Daten für die Berechnungen werden dwif-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 Privatvermietermarkt in Deutschland
- Segmentspezifische Untersuchungen (z.B. Städtetourismus, Kulturtourismus, Radtourismus, Wandertourismus, Jugendherbergstourismus)

DEFINITION UND METHODIK

BERECHNUNGSWEG

1

Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)

Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz

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

2

Nettoumsätze (exkl. MwSt.)

Bruttoumsatz - Mehrwertsteuer = Nettoumsatz

Hierbei werden unterschiedliche Mehrwertsteuersätze berücksichtigt. Umsätze von Privatvermietern 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)

Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote = 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 verwendet das dwif individuelle, branchenspezifische Wertschöpfungsquoten.

4

Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe (EW 2)

(Nettoumsatz - EW 1) x Wertschöpfungsquote = 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 vom Bäcker, 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 Handwerker).

5

Touristischer Einkommensbeitrag

(EW 1 + EW 2): Primäreinkommen (PE) = 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

(EW 1 + EW 2) : Primäreinkommen pro Kopf = Einkommensäquivalent

Durch Division des nominalen Einkommensbeitrages aus dem Tourismus durch das von der amtlichen Statistik für das Untersuchungsgebiet ausgewiesene „durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf und Jahr“ lässt sich die Anzahl der Personen (= Einkommensäquivalent) errechnen, die durch die touristische Nachfrage im Untersuchungsgebiet ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf beziehen. 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- (= MwSt.) und Einkommensteuer 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 Stand 31.12.16 ⁴	529.407
Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ²	3,403 Mio.
Übernachtungen bei Freunden/Bekannten (VFR) ¹	1,9 Mio.
Tagesreisen	43,0 Mio.
Amtliche Statistik (2017)	
Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben (inkl. Camping) ³	3,3 Mio.
davon Übernachtungen ausländischer Gäste ³	34,0%
Touristische Ankünfte ³	1,86 Mio.

Quelle: dwif 2018.
¹Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch Hochrechnung der Ergebnisse einer repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2014 ermittelt.
²Inklusive Privatvermieter, Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten.
³Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2018.
⁴Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg, Nürnberg 2018.



BEDEUTUNG DER TOURISTISCHEN SEGMENTE IN NÜRNBERG

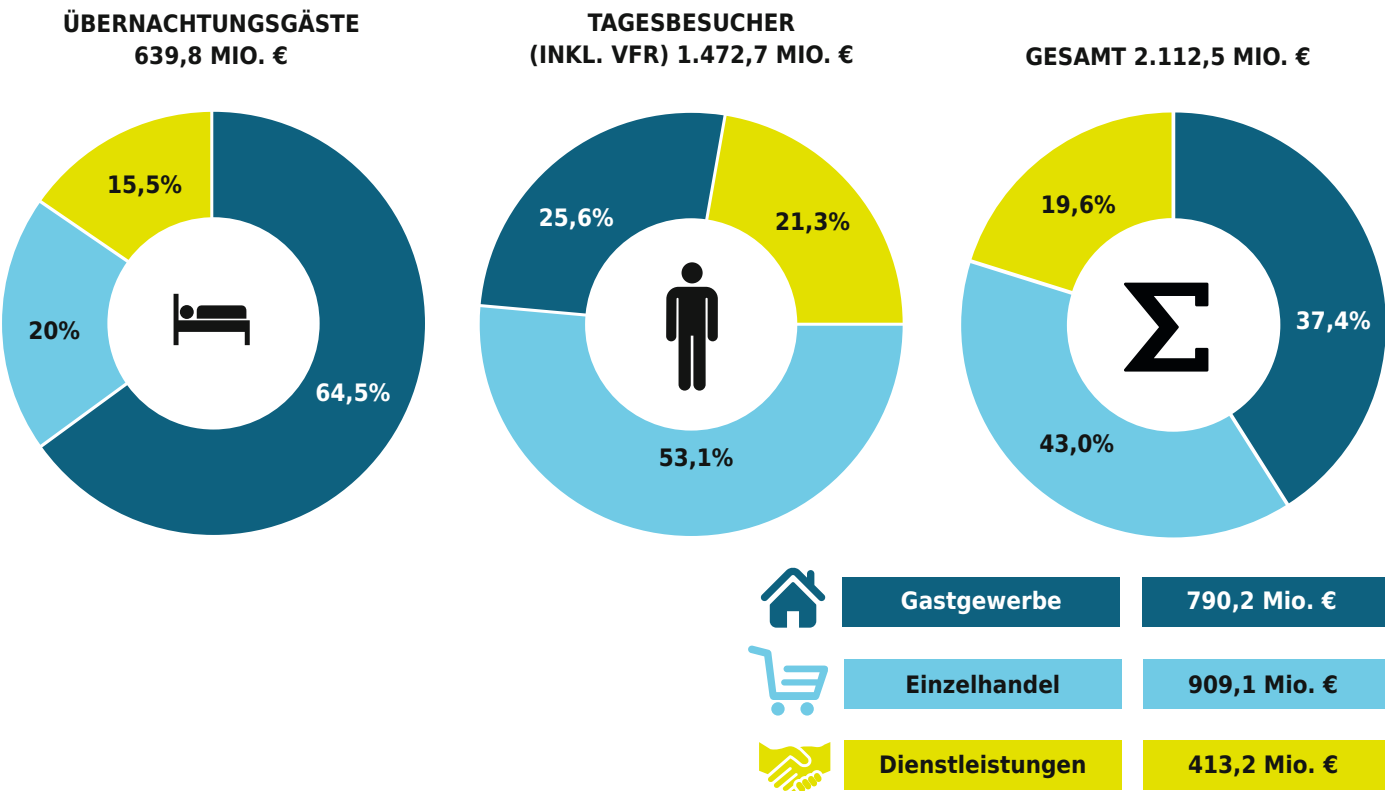


TOURISTISCHE UMSÄTZE NACH MARKTSEGMENTEN 2017¹

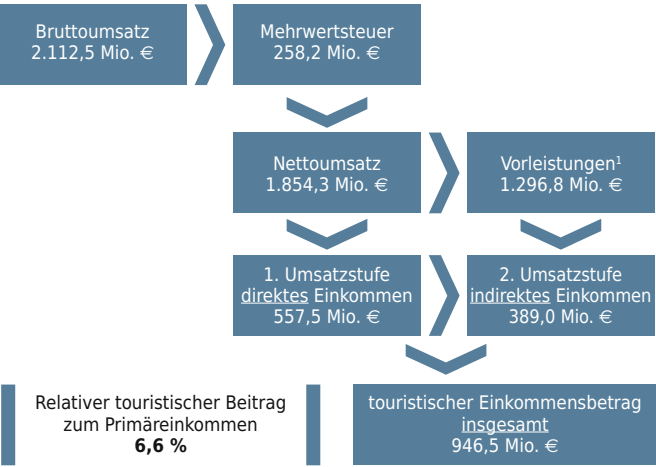
Segment	Aufenthaltstage	X	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten ²	0,042 Mio.	X	48,40 €	=	2,0 Mio €
Privatvermieter (< 10 Betten) ³	0,07 Mio.	X	80,90 €	=	5,7 Mio €
Gewerbliche Betriebe (≥10 Betten; ohne Camping) ⁴	3,291 Mio.	X	192,10 €	=	632,1 Mio €
Verwandten-/Bekanntenbesucher (VFR) ⁴	1,9 Mio.	X	32,80 €	=	62,3 Mio. €
Tagesreisen	43,0 Mio.	X	32,80 €	=	1.410,4 Mio. €
GESAMT	48,303 Mio.				2.112,5 Mio €

Quelle: dwif 2018.
¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.
² Angaben der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg, Nürnberg 2018; dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2018.
³ Auskünfte und Statistiken der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg, Nürnberg 2018; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2018.
⁴ Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2018.; Auskünfte und Statistiken der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg, Nürnberg 2018.
⁵ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch Hochrechnung der Ergebnisse einer repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2013 ermittelt

DIREKTE PROFITEURE DES TOURISMUS



ABLEITUNG DER DIREKTEN UND INDIREKTEN TOURISTISCHEN EINKOMMENSWIRKUNGEN

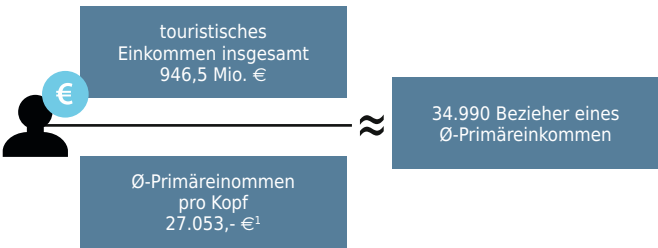


Quelle: dwif 2018.
¹ Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. umliegende Städte und Bundesländer, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE DURCH DEN TOURISMUS

Der Einkommensbeitrag von 946,5 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 34.990 Personen, die durch die touristische Nachfrage in Nürnberg ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 27.053,- €) 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 im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Gäste etc.).



Quelle: dwif 2018.
¹ Wert für die kreisfreie Stadt Nürnberg 2015, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2015, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2017.

STEUERAUFKOMMEN UND -EINNAHMEN DURCH DEN TOURISMUS



Allein aus **Mehrwertsteuer + Einkommensteuer** resultieren **ca. 195,3 Mio. € Steueraufkommen** aus dem Tourismus in Nürnberg 2017, 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, dessen Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist.

Steuereinnahmen

Die der Stadt Nürnberg 2017 zufließenden touristisch bedingten **Steuereinnahmen** lassen sich nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen des dwif¹ 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 2018.
¹ Vgl. hierzu auch die Ergebnisse der Sparkassen-Tourismusbarometer Untersuchungen für Ostdeutschland sowie Westfalen-Lippe.

Zeitvergleich 2013 - 2017

Kennziffern Nürnberg	2013	2017	Entwicklung 2017 ggü. 2013
Zahl der Übernachtungen gegen Entgelt (gewerbliche Betriebe, Privatquartiere und Camping)	2,748 Mio.	3,403 Mio.	+23,8 %
Übernachtungen durch VFR ¹	1,9 Mio.	1,9 Mio.	-
Bruttoumsätze aus dem Übernachtungstourismus (ohne VFR)	530,8 Mio. €	639,8 Mio. €	+20,5%
Tagesbesucher	31,0 Mio.	43,0 Mio.	+38,7 %
Bruttoumsätze aus dem Tagestourismus (inkl. VFR ¹)	1.085,7 Mio. €	1.472,7 Mio. €	+35,6%
Bruttoumsätze gesamt	1.616,5 Mio. €	2.112,5 Mio. €	+30,7%
Bruttoumsätze Gastgewerbe	628,5 Mio. €	790,2 Mio. €	+25,7 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	663,7 Mio. €	909,1 Mio. €	+37,0 %
Bruttoumsätze sonstige Dienstleistungsbereiche	324,3 Mio. €	413,2 Mio. €	+27,4 %
Touristischer Einkommensbeitrag	729,0 Mio. €	946,5 Mio. €	+29,8 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	6,1 %	6,6%	+ 0,5 Prozentpunkte
Einkommensäquivalent	30.140 Personen	34.990 Personen	+16,1 %

¹ Verwandten-/Bekantenbesucher

2017

tourismus.nuernberg.de

PROJEKTBEARBEITUNG:

**dwif-Consulting GmbH, Büro München
in Kooperation mit dwif e. V. München**

Dr. Manfred Zeiner (m.zeiner@dwif.de)
Dr. Bernhard Harrer (b.harrer@dwif.de)
Moritz Sporer (m.sporer@dwif.de)
Sonnenstraße 27, 80331 München
Tel.: +49 (0)89 23702890

München, Juli 2018

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

Titelbild:

Uwe Niklas

Druck:

Distler Druck & Medien e.K., Zirndorf

09/2018/1.000