



**dwif**  
WEGWEISEND IM TOURISMUS

# WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DEN BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER 2019

# WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DEN BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER 2019

Ihre Ansprechpartner\*innen



**MORITZ SPORER**

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



**REGINA VERNALEKEN**

Consultant  
r.vernaleken@dwif.de  
Tel. +49(0)89 / 237 028 9-18

dwif-Consulting GmbH  
Sonnenstr. 27, 80331 München  
[www.dwif.de](http://www.dwif.de)

## INHALT

---

I.	DER BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER.....	- 4 -
II.	DEFINITION TOURISMUS – WAS WIRD ALLES DAZUGEZÄHLT? .....	- 6 -
III.	QUERSCHNITTSBRANCHE TOURISMUS – WIE ERFOLGT DIE DATENANALYSE? .....	- 9 -
IV.	TOURISTISCHE NACHFRAGE IM BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER 2019 .....	- 10 -
1.	Übernachtungstourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019.....	- 10 -
1.1	Übernachtungstourismus gegen Entgelt in den Beherbergungsbetrieben.....	- 10 -
1.2	Verwandten- und Bekanntenbesuche: Übernachtungen in den Privathaushalten der Einheimischen .....	- 15 -
2.	Tagestourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019.....	- 16 -
V.	AUSGABEN DER GÄSTE IM BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER – MEHRWERT FÜR DIE REGION.....	- 19 -
VI.	UMSÄTZE AUS DEM TOURISMUS - EIN MILLIARDEN BUSINESS .....	- 21 -
VII.	VOM TOURISMUS PROFITIERENDE BRANCHEN – WEIT VERZWEIGTE UMWEGRENTABILITÄT .....	- 23 -
VIII.	TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG – EINE BRANCHE SCHAFFT MEHRWERT .....	- 25 -
IX.	EINKOMMENS- & BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE – TOURISMUSWIRTSCHAFT ALS ARBEITSPLATZ- GENERATOR IN DER REGION.....	- 28 -
X.	STEUEREFFEKTE – PROFIT FÜR DIE ÖFFENTLICHEN KASSEN .....	- 29 -
XI.	TOURISMUS IM BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER – ZUSAMMENSCHAU .....	- 31 -
XII.	WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS – BERECHNUNGSSCHEMA.....	- 37 -



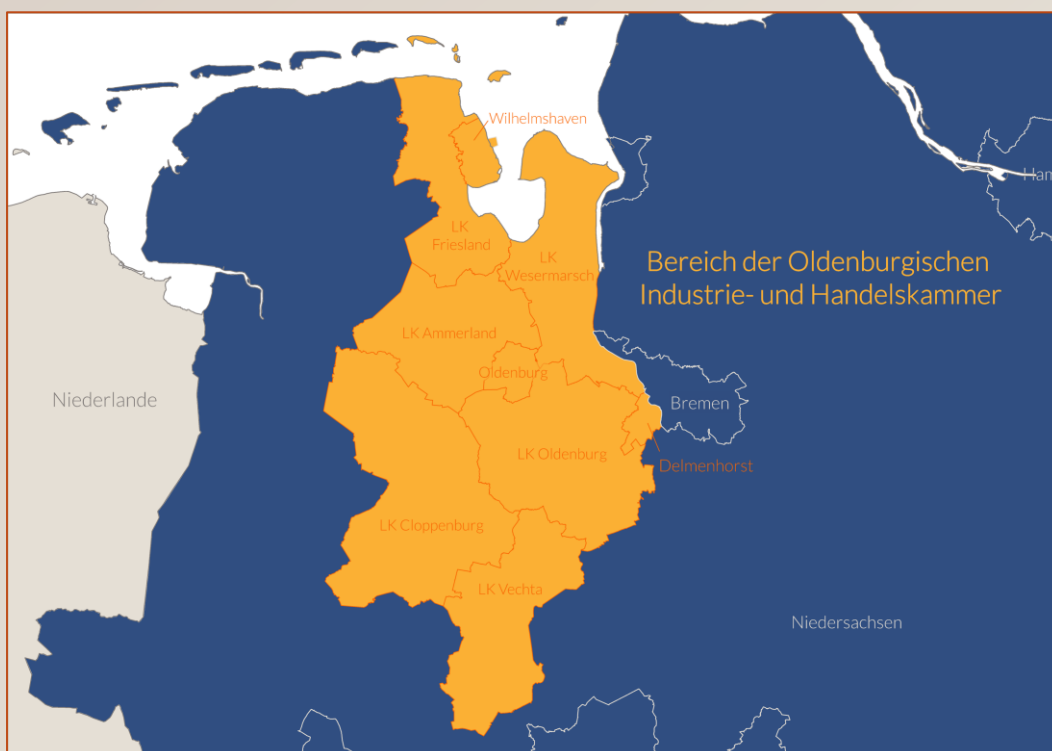
## I. DER BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER

Die Deutschen sind nicht nur „Reiseweltmeister\*innen“ – Deutschland ist, gemessen an den Übernachtungszahlen, auch das beliebteste Reiseland in Europa. Nicht nur attraktive Großstädte tragen mit ihren zahlreichen touristischen Attraktionen, ihren hochkarätigen Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen sowie ihrer florierenden Wirtschaft maßgeblich zur touristischen Attraktivität Deutschlands bei. Besonders auch das von kleineren Städten geprägte Umland, die vielfältigen Naturlandschaften aber insbesondere auch die Küstenregionen mit abwechslungsreichen Angeboten rund um das (Er-)Leben in der Natur steuern wesentlich dazu bei, dass Deutschland als Reiseziel so geschätzt wird.

Der Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer profitiert von der touristischen Nachfrage in nicht unerheblichem Maße. Der sich westlich von Bremen von Nord nach Süd erstreckende Bezirk zeigt sich vielfältig. Während die Küstengebiete im Norden zahlreiche Urlauber zum Strandurlaub anlocken, bieten landeinwärts verschiedene Erholungsgebiete, Outdoor-Angebote aber auch kulturelle Sehenswürdigkeiten Anlass zum Besuch in der Region.

Doch wieviel Tourismus findet vor Ort wirklich statt und welche ökonomischen Effekte sind damit verbunden? Diese und weitere Fragen rund um den Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer beantworten wir Ihnen auf den folgenden Seiten.

Abb. 1: Übersichtskarte für den Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer



Quelle: dwif 2022, GfK Regiograph

Die Ergebnisse der Studie beruhen auf dem Nachfragejahr 2019. Hierfür wurden die Ergebnisse der einzelnen Teilregionen des Bereichs der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer aufsummiert. Die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH hat bereits im Jahr 2019 eine Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Oldenburg mit Datenbasis 2018 erstellen lassen. Auf Wunsch des Auftraggebers wurde von einer Neuberechnung für das Jahr 2019 abgesehen und die Daten der vorliegenden Studie für Oldenburg herangezogen. Allen anderen Landkreisen und kreisfreien Städten liegt das Bezugsjahr 2019 zugrunde.

## II. DEFINITION TOURISMUS – WAS WIRD ALLES DAZUGEZÄHLT?

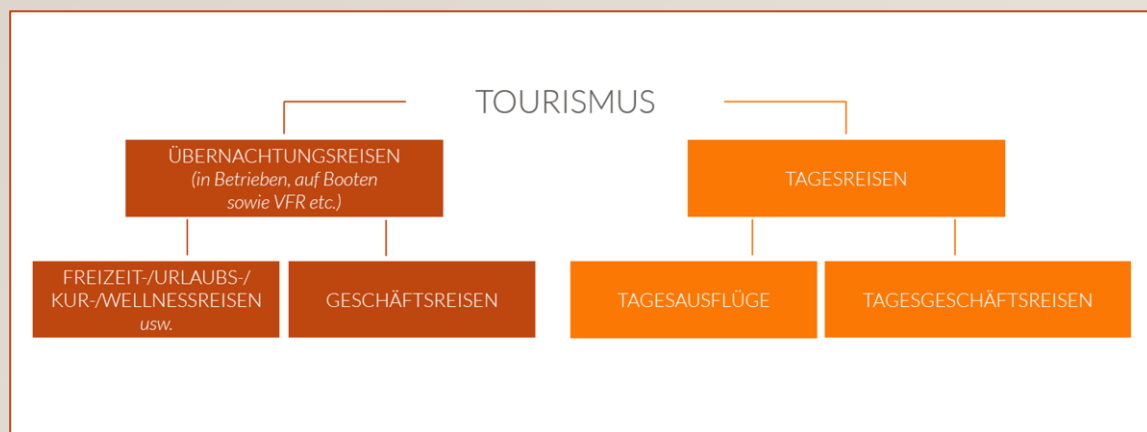
### DEFINITION TOURISMUS

Im Sinne der Welttourismusorganisation werden unter Tourismus

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

verstanden.

Abb. 2: Definition Tourismus



Quelle: dwif 2020 nach UNTWO 1995

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

### Tagestourismus

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

## DEFINITION TAGESTOURISMUS

Tagesausflug = Verlassen des Wohnumfeldes (ohne Übernachtung)

- ohne Fahrt zu Arbeitsplatz / Schule
- ohne Einkaufsfahrt für täglichen Bedarf
- ohne regelmäßige Routineaktivitäten (z. B. Verein, Arztbesuch, Behörde, Gottesdienst)

Tagesgeschäftsreise = geschäftliche Aufgaben außerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (ohne Übernachtung)

- ohne Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz
- ohne Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde

Eine Mindestdauer oder -entfernung ist bei der Abgrenzung des Tagestourismus nicht festgelegt. Abschneidegrenzen von 50 km Mindestentfernung, wie sie in vielen anderen Untersuchungen zum Tagestourismus zugrunde gelegt werden, würden die Realität nur sehr unvollständig widerspiegeln und große Teile der Nachfrage unberücksichtigt lassen.

Das Wohnumfeld ist in der Regel mit der Gemeindegrenze gleichzusetzen. Bei Großstädten (mit deutlich mehr als 100.000 Einwohner\*innen) kann in Ausnahmefällen auch das Verlassen des jeweiligen Stadtbezirkes als Ausflug zählen, sofern dies von den Befragten als Ausflug empfunden wird und obigen Kriterien entspricht.

Der Tagesgeschäftsreiseverkehr umfasst alle Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben, die über den Arbeitsort hinausführen. Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde und zum ständigen oder wechselnden (z. B. Montage) Arbeitsplatz haben keine touristische Relevanz<sup>1</sup> und bleiben daher unberücksichtigt.

---

<sup>1</sup> Detaillierte Informationen zur Erhebungs- und Analysemethodik mit Blick auf den Tagestourismus lesen Sie in der Studie „Tagesreisen der Deutschen“ (dwif-Schriftenreihe Heft 55, München 2013)

## Übernachtungstourismus

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

- Gewerbliche Beherbergungsbetriebe (Betriebe mit mindestens 10 Betten<sup>2</sup>) aus der amtlichen Beherbergungsstatistik einschließlich der Betriebsarten Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen, Hütten und Jugendherbergen, Erholungs-/Ferien-/Schulungsheime und Boardinghäuser, gewerbliche Ferienwohnungen/-häuser/-zentren sowie Vorsorge- und Reha-Einrichtungen
- Privatvermietung und Kleinbeherbergungsbetriebe (vor allem Ferienwohnungen und Privatzimmer mit weniger als 10 Betten)
- Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen

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

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

Darüber hinaus wurden auf Wunsch des Auftraggebers auch Marktsegmente in der vorliegenden Studie berücksichtigt, die nicht in allen Teilregionen erhoben wurden. Dabei handelt es sich um:

- Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen und Sportboothäfen, welche nur im Landkreis Wesermarsch vorliegen und im Folgenden den Übernachtungen in Privatquartieren zugerechnet sind.
- Übernachtungen durch Verwandte, Bekannte und Freunde in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR), welche nur für den Landkreis Wesermarsch und für die Stadt Oldenburg ausgewiesen wurden.

---

<sup>2</sup> Die amtliche Statistik hat im Jahr 2012 die Mindestgröße der zu erfassenden Betriebe von 9 auf 10 Betten erhöht. Ein Zeitvergleich zu früheren Untersuchungen ist daher nur mit Einschränkungen möglich.

### III. QUERSCHNITTSBRANCHE TOURISMUS – WIE ERFOLGT DIE DATENANALYSE?

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

Für die Bestimmung der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer wurden unterschiedliche Quellen herangezogen:

#### Sonderauswertungen<sup>3</sup>

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

#### Hintergrundinformationen

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

---

<sup>3</sup> Mehr Informationen zu diesen Studien finden Sie auf <https://www.dwif.de/infopool.html>.

## IV. TOURISTISCHE NACHFRAGE IM BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER 2019

Im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer wurden insgesamt rund 53,139 Mio. Aufenthaltstage im Jahr 2019 verzeichnet – das entspricht rund 145.590 touristischen Aufenhalten pro Kalendertag. Davon entfallen 77,2 Prozent auf Tagesbesucher und 22,8 Prozent auf Übernachtungsgäste.

### **1. Übernachtungstourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019**

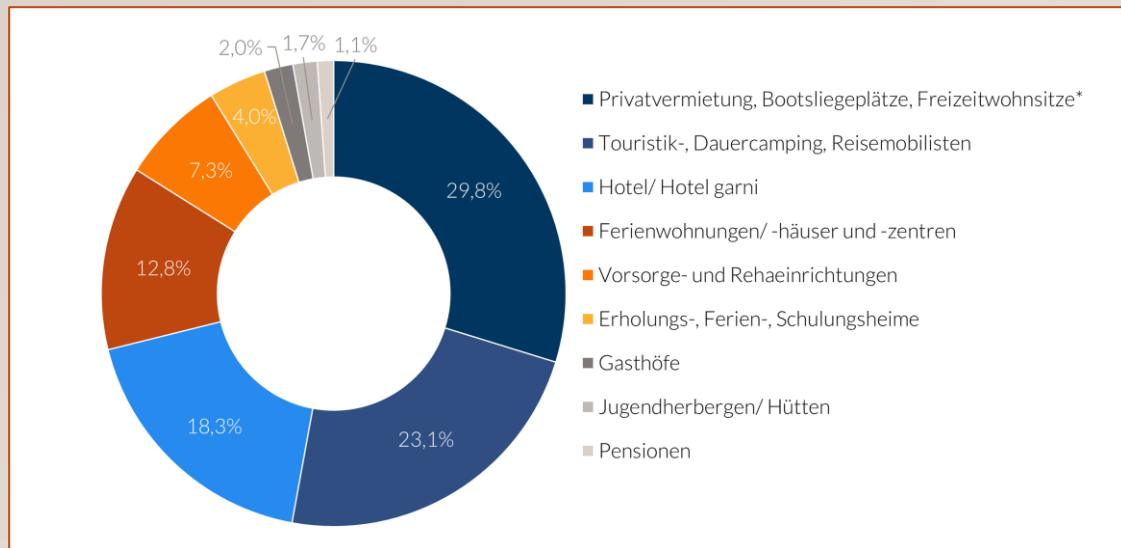
Insgesamt fanden in 2019 rund 12,139 Mio. Übernachtungen in gewerblichen und privaten Beherbergungsbetrieben, auf Campingplätzen sowie bei Verwandten und Bekannten statt.

#### **1.1 Übernachtungstourismus gegen Entgelt in den Beherbergungsbetrieben**

Davon wurden in den verschiedenen entgeltpflichtigen Übernachtungsbetrieben etwas mehr als 10,639 Mio. Übernachtungen getätigt.

In Realität ist von einem höheren Wert auszugehen. Freizeitwohnsitze (touristisch genutzte Zweitwohnsitze) und Übernachtungen auf Bootsliegeplätze können nur über umfangreiche Primärerhebungen quantifiziert werden, die nicht Bestandteil der Studie waren. Für den Landkreis Wesermarsch liegen diese Daten bereits vor und fließen daher auf Wunsch des Auftraggebers in die Berechnung mit ein.

Abb. 3: Verteilung der Übernachtungen im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer gegen Entgelt



\*Bootsliegeplätze und Freizeitwohnsitze wurden nur im Landkreis Wesermarsch erfasst

Quelle: dwif 2022, Landesamt für Statistik Niedersachsen 2022

Eine Differenzierung nach Unterkunftsarten verdeutlicht die Schwerpunkte:

- Gewerbliche Beherbergungsbetriebe mit 10 oder mehr Betten: rund 5,0 Mio. Übernachtungen
- Touristik-/Dauercamping sowie Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen: rund 2,5 Mio. Übernachtungen
- Privatvermietungs-, Ferienwohnungs- und Kleinbeherbergungsmarkt<sup>4</sup>: rund 3,2 Mio. Übernachtungen

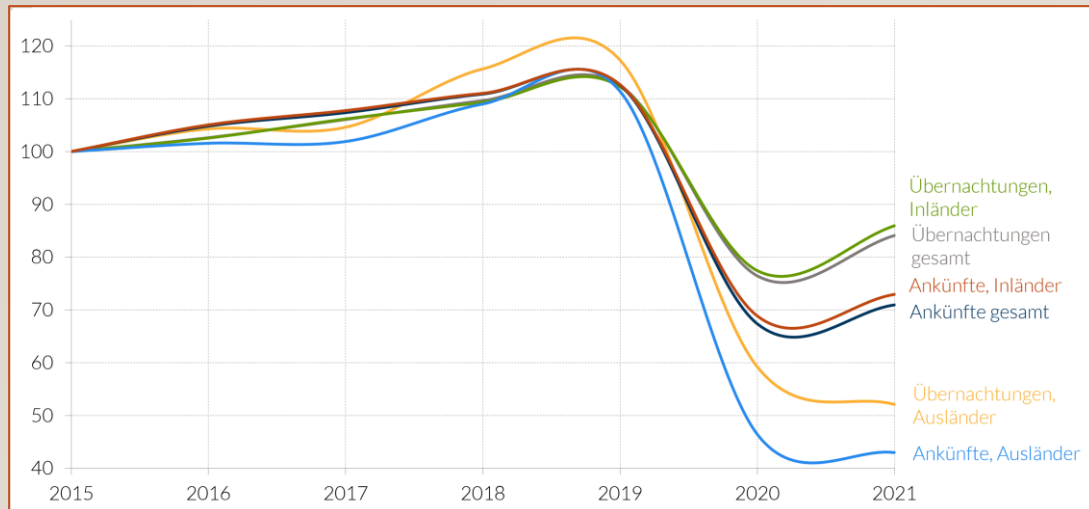
## Touristische Nachfrageentwicklung in gewerblichen Beherbergungsbetrieben

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

<sup>4</sup> Inkl. Übernachtungen auf Bootsliegeplätzen und Freizeitwohnsitzen im Landkreis Wesermarsch

Abb. 4: Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer in den letzten sieben Jahren

Touristische Kennziffern von 2015 bis 2021 (Index= 2015)

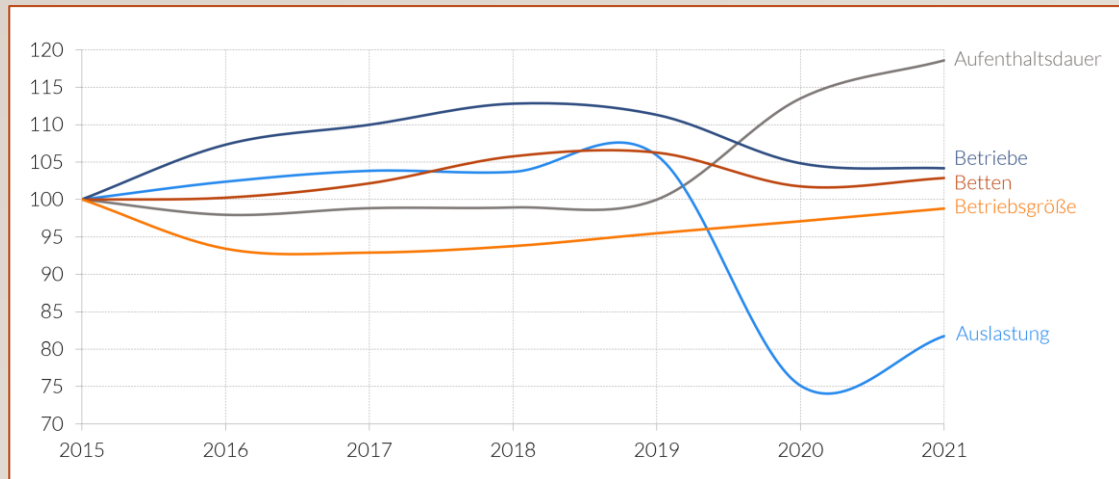


Quelle: dwif 2022, Landesamt für Statistik Niedersachsen 2022

Bis 2019 standen die Vorzeichen der touristischen Nachfrageentwicklung im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer gut, und im Jahr 2019 konnten so viele Übernachtungen registriert werden, wie nie zuvor. Dies entspricht auch dem allgemeinen Deutschlandtrend. Im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer sticht die überdurchschnittliche Entwicklung der Übernachtungszahlen ausländischer Gäste seit 2017 ins Auge, bedingt durch mehr Ankünfte und einer längeren Aufenthaltsdauer. Der starke Einbruch bei den ausländischen Gästen in den Jahren 2020/2021 ist den Einreiserestriktionen im Rahmen der Corona-Maßnahmen geschuldet. Die Ausländer, die dennoch zu Gast im IHK-Bezirk waren, blieben mit durchschnittlich 3,6 Nächten so lange wie noch nie zuvor. Auch bei den Inländern macht sich in den Coronajahren die stark gestiegene Aufenthaltsdauer bemerkbar.

Abb. 5: Ausgewählte touristische Kennziffern für den Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer

Touristische Kennziffern von 2015 bis 2021 (Index= 2015)



Quelle: dwif 2022, Statistisches Landesamt Niedersachsen 2022

Demgegenüber steht die wegen der Coronamaßnahmen stark eingebrochene Auslastung, welche im Rekord-Tourismus-Jahr 2019 mit 29,9% noch so hoch wie nie zuvor war.

In den Vor-Coronajahren konnte bis 2019 ein Zuwachs an Betrieben verzeichnet werden, welcher zunächst jedoch zu einer Abnahme der durchschnittlichen Betriebsgröße führte. Die absolute Bettenzahl stieg in den Jahren 2017 bis 2019 wieder leicht an.

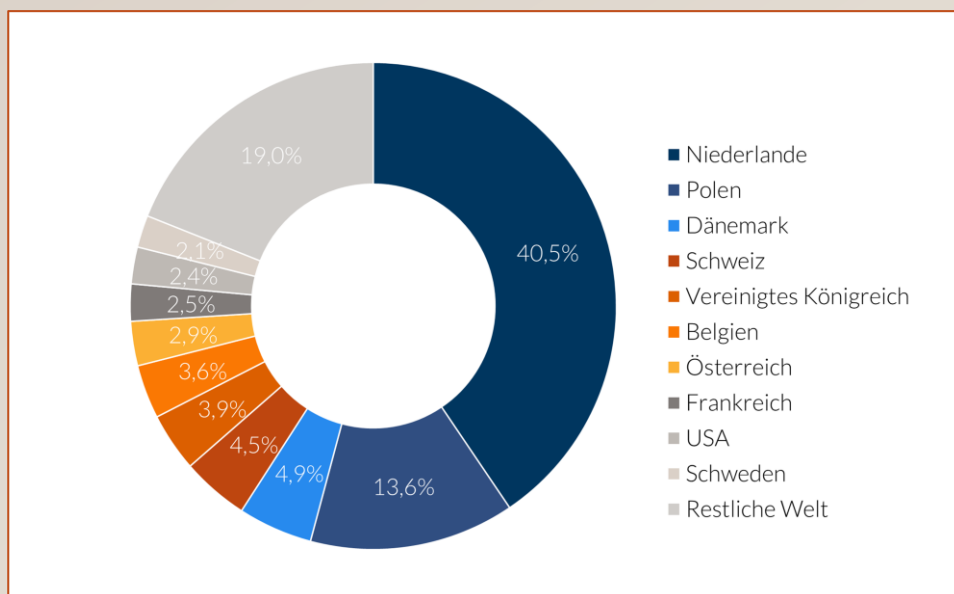
Schließungen von Betrieben – und hier auch vermehrt die kleinen – blieben in den Corona-Jahren nicht aus, im Vergleich zu 2015 zeichnet sich fürs Jahr 2021 dennoch ein leichtes Plus bei der Anzahl der Betriebe und Betten ab.

## Auslandsnachfrage im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer

Der Anteil von ausländischen Gästen an allen Übernachtungen in gewerblichen Betrieben beläuft sich auf 6 Prozent im Jahr 2019. Wie bereits oben beschrieben haben sich die Übernachtungen der Ausländer seit 2017 stark positiv entwickelt, was am Zuwachs an der absoluten Zahl der Ausländer (+11 Prozent) aber auch an deren gestiegener Aufenthaltsdauer - 2,8 Nächten (2015) auf 3,0 Nächte (2019) - liegt.

Die ausländische Nachfrage im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer setzt sich aus einer Vielzahl von Quellmärkten zusammen. Der europäische Markt ist dabei mit einem Anteil von 92,6 Prozent der bedeutsamste – allen voran kommen mit Abstand die meisten Gäste aus den benachbarten Niederlanden gefolgt von Polen.

Abb. 6: Wichtigste Herkunftsländer & -regionen der ausländischen Gäste im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019



Quelle: dwif 2022, Daten Statistisches Landesamt Niedersachsen 2022

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

### VERWANDTEN- / BEKANNTENBESUCHE (VFR)

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

Diese Tourist\*innen sind für nahezu alle Dienstleistungsanbieter und auch für den Einzelhandel eine wichtige Kundschaft, lediglich Beherbergungsbetriebe profitieren von dieser Klientel bislang nicht.

Da dieses Marktsegment von keiner Statistik erfasst wird, sind repräsentative Haushaltsbefragungen nötig, um über die Gastgeber\*innen Angaben zum Volumen dieses Segmentes zu erhalten. Für diese Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer liegen diese Daten nur für den Landkreis Wesermarsch und die Stadt Oldenburg vor. Auf Wunsch des Auftraggebers wurde daher dieses Segment in diesen Teilregionen mitberücksichtigt.

Auf der Basis aktueller Einwohner\*innen- und Haushaltszahlen war es möglich, die erhobenen Strukturwerte und das Nächtigungsvolumen hochzurechnen. Insgesamt fanden in der Stadt Oldenburg im Schnitt 10,7 Übernachtungen je Haushalt und Jahr<sup>5</sup> und im Landkreis Wesermarsch 12,1 Übernachtungen je Haushalt und Jahr statt. Das sind zusammengefasst rund 1,5 Mio. Übernachtungen in den Privathaushalten in der Stadt Oldenburg und im Landkreis Wesermarsch.

Setzt man im Rahmen einer Szenariorechnung rund 10 Übernachtungen je Haushalt und Jahr im gesamten Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer an, so ergäben sich rund 5 Millionen VFR-Übernachtungen im gesamten Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer; ein Nachfragevolumen, das erhebliche ökonomische Relevanz besitzt.

---

<sup>5</sup> Daten für die Stadt Oldenburg stammen aus dem Jahr 2018

## **2. Tagestourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019**

### **Methodisches Vorgehen**

Seit den 1980er Jahren erstellt das dwif in unregelmäßigen Abständen Grundlagenuntersuchungen zu den „Tagesreisen der Deutschen“.

Seit 2016 führt das dwif zudem bundesweit ein kontinuierliches Tagesreisenmonitoring durch, um stets aktuelle Nachfragezahlen und Hinweise zum Ausgabeverhalten der Tagesgäste zu erhalten.

Im Rahmen dieser Online-Panel-Primärerhebung werden pro Jahr rund 16.000 Deutsche zu ihrem Tagesreiseverhalten befragt. Jede Woche wird das Tagesreiseverhalten der letzten Woche erhoben. Hierbei sind alle Tagesreisen (Tagesgeschäftsreisen und Tagesausflüge sowohl über als auch unter 50 Kilometer) erfasst. Die Ergebnisse werden mit den Strukturen der Grundgesamtheit gewichtet und hochgerechnet.

Dieses Vorgehen garantiert eine verlässliche Quantifizierung der Tagesgäste. Diese Quantifizierung wird durch umfangreiche zusätzliche Plausibilitätstests ergänzt. Für diese Kontrollen werden u. a. Gästezahlen von Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie Veränderungen der Bevölkerungszahlen und Angaben der Umsatzsteuerstatistik herangezogen.

## Tagestourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019

Die Tagesgäste sind, rein mengenmäßig betrachtet, das mit Abstand wichtigste touristische Marktsegment im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer. Die Analyse der Tagesreisen mit Ausflugsziel in diesem Bereich ergab ein Volumen von 41,0 Mio. Aufenthaltstagen durch Tagesgäste (Tagesausflügler\*innen und Tagesgeschäftsreisen) für das Jahr 2019.

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

Abb. 7: Gewicht des Tagestourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019



Quelle: dwif 2022, Daten Statistisches Landesamt Niedersachsen 2022

Rund 77 Prozent der 53,139 Mio. touristischen Aufenthaltstage im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer werden durch Tagesgäste generiert. Auf den Tagestourismus sind somit fast viermal so viele Aufenthaltstage zurückzuführen wie auf den Übernachtungstourismus. Das zeigt eindrücklich, wie stark die touristischen Angebote im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer vom Tagestourismus abhängen. Diese Verhältniszahlen spiegeln die Situation des Jahres 2019 wider und sind weder auf andere Jahre noch auf andere Regionen übertragbar. Ein kausaler Zusammenhang zwischen dem Volumen des Tages- und des Übernachtungstourismus besteht nicht.

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

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

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

Abb. 8: Motive für einen Tagesausflug können sein...



Quelle: dwif 2022, Bilder: Pixabay, freepik

## V. AUSGABEN DER GÄSTE IM BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER – MEHRWERT FÜR DIE REGION

### DEFINITION AUSGABEN VOR ORT

Erfasst werden alle Ausgaben der Tourist\*innen während ihres Aufenthaltes in den Zielgebieten. Neben der Ausgabenhöhe ist auch die strukturelle Verteilung nach profitierenden Branchen von Bedeutung (z. B. Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistungen), da sich je nach Wirtschaftszweig die Umsatz(Mehrwert)-steuersätze und Wertschöpfungsquoten unterscheiden.

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

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

Diese Ausgaben sind zweifelsfrei touristisch bedingt, sie schlagen aber zum größten Teil nicht im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer zu Buche. Aus diesem Grunde werden sie für diese Untersuchung nicht berücksichtigt.

### Bandbreite der Ausgaben pro Kopf und Tag

Im Durchschnitt werden von Gästen im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer pro Kopf und Tag rund 37,80 € ausgegeben. Bei der Berechnung dieses Wertes wurde eine segmentspezifische Gewichtung (z. B. Differenzierung nach Beherbergungsbetriebstypen oder Tagesreisemotiven) durchgeführt. Die Bandbreite der Ausgaben ist jedoch sehr groß. Sie reicht von 0,- € bei manchen Tagesausflügler\*innen, die beispielsweise nur einen Spaziergang oder Schaufensterbummel machen bis hin zu weit über 200,- € pro Kopf und Tag, wenn anspruchsvolle Beherbergungsbetriebe aufgesucht, gute Lokale frequentiert, Kultur- oder Sportveranstaltungen besucht und exklusive Einkäufe getätigt werden.

Auf Grund der außerordentlich hohen Bedeutung des Tagestourismus und den vergleichsweise geringen Ausgaben dieser Zielgruppe pro Kopf und Tag (=26,40 €), ist dieser Durchschnittswert von rund 37,80 € über alle Marktsegmente zu erklären.

Bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsstätten (ohne Camping) ergeben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von rund 109,50 € pro Kopf und Tag. Dieser Wert weist starke Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten auf:

- Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der gesamten Tagesausgaben von gut 60,- € bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis zu knapp 250,- € bei der Frequentierung höherpreisiger Betriebe.
- In den Pensionen und Gasthöfen werden im Durchschnitt rund 87,- € bzw. 97,- € für Unterkunft, Verpflegung, Einkäufe und die Inanspruchnahme sonstiger Dienstleistungen während des Aufenthaltes ausgegeben.
- Campinggäste inkl. Dauercamper rangieren mit durchschnittlichen Tagesausgaben von rund 37,- € am unteren Ende der Skala, wobei Touristikcamper und Reisemobilisten mehr als doppelt so viel ausgeben wie Dauercamper. In der Summe ist auch dieses Marktsegment eine wichtige Zielgruppe, die es zu umsorgen gilt.

Bei den Tagesgästen liegen die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag, wie bereits erwähnt, bei 26,40 €.





## VI. UMSÄTZE AUS DEM TOURISMUS - EIN MILLIARDEN BUSINESS

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

### Nachfragevolumen nach Marktsegmenten x Tagesausgaben pro Kopf

Bei insgesamt rund 53,139 Mio. Aufenthaltstagen und durchschnittlichen Ausgaben von gerundet 37,80 € lässt sich ein jährlicher touristisch bedingter Bruttoumsatz von insgesamt rund 2.010,0 Mio. € ermitteln. Nach Marktsegmenten gliedern sich die Umsätze wie folgt auf:

Abb. 9: Der Tourismusmarkt im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer

MARKTSEGMENT	AUFENTHALTSTAGE	x	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus <sup>2</sup>	2,458 Mio.	x	37,- €	=	90,9 Mio. €
 Privatquartiere (< 10 Betten), Bootsliegplätze sowie Freizeitwohnsitze <sup>3</sup>	3,167 Mio.	x	77, <sup>90</sup> €	=	246,6 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (>= 10 Betten; ohne Camping) <sup>4</sup>	5,014 Mio.	x	109, <sup>50</sup> €	=	548,8 Mio. €
 Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden (VFR) <sup>5</sup>	1,5 Mio.	x	26, <sup>30</sup> €	=	39,4 Mio. €
 Tagesreisen	41,0 Mio.	x	26, <sup>40</sup> €	=	1.084,3 Mio. €
<b>GESAMT</b>	<b>53,139 Mio.</b>				<b>2.010,0 Mio. €</b>

<sup>1</sup> Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte. <sup>2</sup> Zulieferungen aus diversen Landkreisen und kreisfreien Städten des Bereichs der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer (siehe Quellenverzeichnis auf Seite 30); dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020 und 2021; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2022. <sup>3</sup> Zulieferungen aus diversen Landkreisen und kreisfreien Städten des Bereichs der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer (siehe Quellenverzeichnis auf Seite 30); Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2022. Übernachtungen in Sportboothäfen und Freizeitwohnsitzen wurden nur für den Landkreis Wesermarsch erhoben. <sup>4</sup> Landesamt für Statistik Niedersachsen, Hannover 2022. <sup>5</sup> Die Übernachtungen durch Verwandte, Bekannte und Freunde in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR) können nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden. Diese war nicht Bestandteil der vorliegenden Untersuchung, weshalb zu diesem Segment keine Daten für den gesamten Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer vorliegen. Lediglich in der Stadt Oldenburg und im Landkreis Wesermarsch wurde dieses Segment erhoben. Die 1,5 Mio. Übernachtungen in diesem Segment beziehen sich nur auf die Stadt Oldenburg und den Landkreis Wesermarsch.

Quelle: dwif 2022

### Aufenthaltstage und Bruttoumsätze im Vergleich

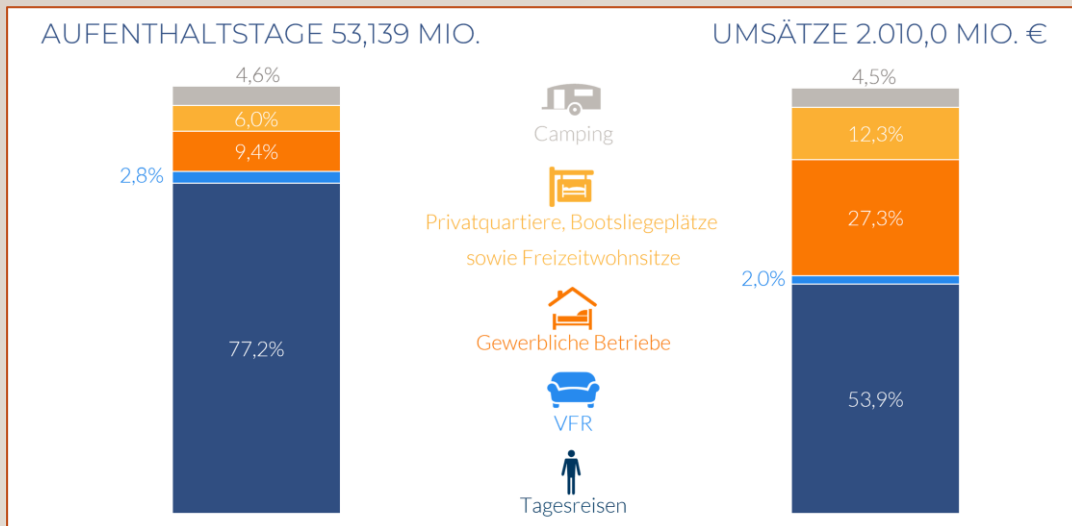
Zur Verdeutlichung der Strukturen werden nachfolgend die jeweiligen Anteilswerte der touristischen Marktsegmente in Bezug auf die Aufenthaltstage und den Bruttoumsatz einander gegenübergestellt.

- Die zentrale Rolle des Tagestourismus wird hieraus sowohl hinsichtlich der Aufenthaltstage (Marktanteil = 77,2 Prozent) als auch der Umsatzwirkung (Umsatzanteil = 53,9 Prozent) deutlich.
- Die von der amtlichen Statistik erfassten gewerblichen Übernachtungen in Betrieben (ohne Camping) entsprechen lediglich rund 9,4 Prozent aller Aufenthaltstage, generieren aber 27,3 Prozent des touristischen Umsatzes.

Diese Zahlen unterstreichen die Notwendigkeit einer gesamtheitlichen Betrachtung des Tourismusaufkommens im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer.

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

Abb. 10: Touristische Aufenthaltstage und Umsätze im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer



Quelle: dwif 2022

## VII. VOM TOURISMUS PROFITIERENDE BRANCHEN – WEIT VERZWEIGTE UMWEGRENTABILITÄT

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

### Gastgewerbe

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

### Einzelhandel

Sowohl Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren werden hier berücksichtigt.

### Dienstleistungen

Hierzu zählen Ausgaben für Unterhaltung / Freizeit / Sport (z. B. Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Museen, Erlebnisbäder, Sportveranstaltungen), Nutzungsgebühren für lokale Transportmittel (z. B. ÖPNV oder Taxi) sowie sonstige Dienstleistungen (z. B. Parkgebühren, Stadtführungen). Auch Kongress- und Tagungspauschalen der Geschäftsreisenden sind hier erfasst.

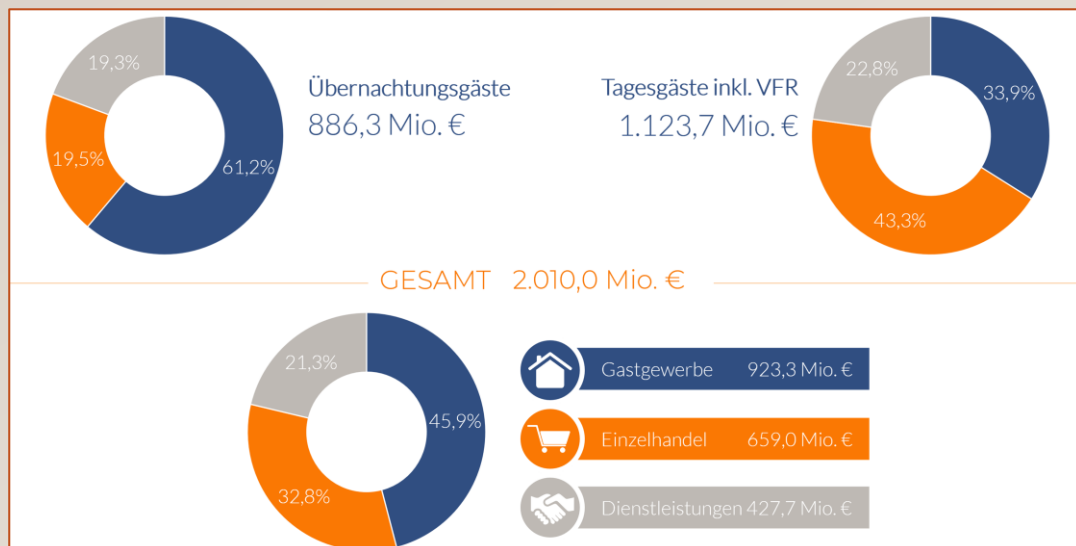
Das Ausgabeverhalten der Tages- und Übernachtungsgäste unterscheidet sich sowohl in der Höhe als auch in der Struktur recht deutlich. Das Gastgewerbe konnte als Hauptprofiteur des Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer identifiziert werden, aber auch der Einzelhandel sowie sonstige Dienstleister profitieren vom Tourismus in erheblichem Maße.

### Umsatzverteilung im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer

- Das Gastgewerbe ist mit einem Umsatzanteil von 45,9 Prozent (923,3 Mio. €) der Hauptprofiteur. In den Umsätzen sind auch die Verpflegungsarrangements der Übernachtungsgäste enthalten (z. B. Frühstück).

- Dem Einzelhandel kommen 32,8 Prozent der touristisch bedingten Umsätze zugute. Insgesamt summieren sich diese Einzelhandelsumsätze auf rund 659,0 Mio. € im Jahr 2019.
- Der Umsatzanteil der sonstigen Dienstleistungsbereiche (wie z. B. Freizeit und Unterhaltung, Eintritte, aber auch Parkgebühren) liegt bei 21,3 Prozent.
- Tagesgäste geben im Einzelhandel anteilig deutlich mehr Geld aus (43,3 Prozent) als Übernachtungsgäste (19,5 Prozent).
- Sonstige Dienstleister profitieren anteilig ebenfalls stärker von den Tagesgästen (22,8 Prozent) als von den Übernachtungsgästen (19,3 Prozent).

Abb. 11: Direkte Profiteure des Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer



Quelle: dwif 2022

## VIII. TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG – EINE BRANCHE SCHAFFT MEHRWERT

Wertschöpfung oder Einkommen ist gleichzusetzen mit

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

Neben den direkten Ausgaben der Gäste sind die für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft notwendigen Lieferungen von Vorleistungen einzubeziehen. Eine Differenzierung zwischen der 1. und der 2. Umsatzstufe soll die vielfältigen Verflechtungen verdeutlichen.

### DEFINITION WERTSCHÖPFUNGSQUOTEN

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

### 1. Umsatzstufe

Hierbei werden nur die ökonomischen Effekte durch die unmittelbaren Ausgaben der Gäste im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer erfasst.

Abb. 12: Wertschöpfung 1. Umsatzstufe – Direkte Ausgaben der Gäste



Quelle: dwif 2022

Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im Nettoumsatz in Höhe von 1.786,3 Mio. € wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird. Die Wertschöpfungsquoten variieren von Branche zu Branche erheblich. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa 10 Prozent im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu weit über 70 Prozent z. B. bei einzelnen Tourist-Informationen. Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das direkte Einkommen in Höhe von 594,0 Mio. €.

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

- Bezahlung der Hotelrechnung oder der Verköstigung
- Einkäufe in Bäckereien, Metzgereien und im Lebensmitteleinzelhandel bzw. für Zwischenmahlzeiten
- Erwerb regionalspezifischer Produkte / Souvenirs oder sonstiger Waren
- Kauf von Eintrittskarten für Museen, Theaterbesuche, Ausstellungen oder Sportveranstaltungen
- Fahrscheine für den öffentlichen Personennahverkehr, Taxifahrten etc.
- die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote (z. B. Stadtführungen)

## 2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 1.192,3 Mio. €. Diese Summe wird von den direkten Profiteur\*innen für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben.

Abb. 13: Umwegrentabilität: Wertschöpfung 2. Umsatzstufe – Vorleistungen



Quelle: dwif 2022

Im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe ist von einer durchschnittlichen Wertschöpfungsquote von etwa 30 Prozent auszugehen. Dies bedeutet, dass etwa 357,6 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferant\*innen anfallen.

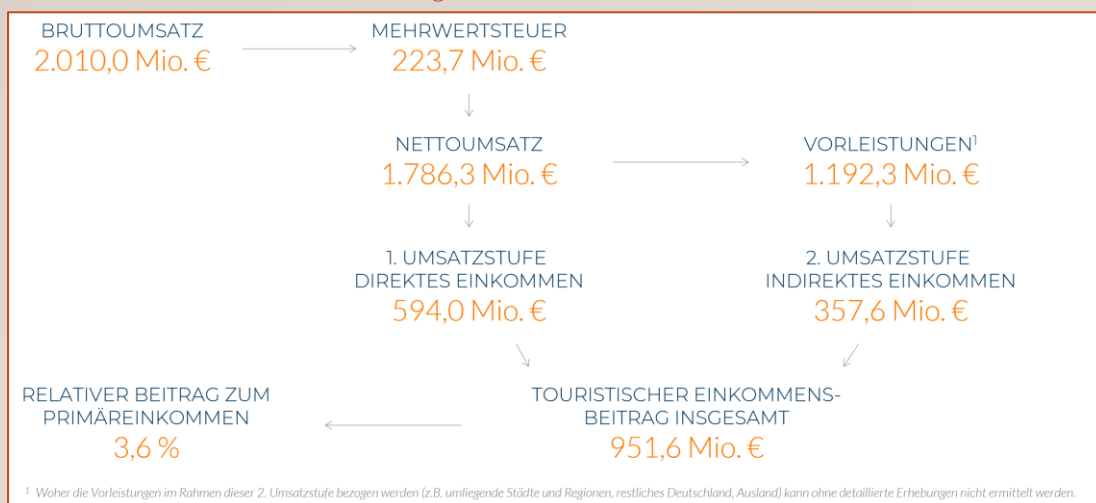
Das **indirekte Einkommen** resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird beispielsweise bewirkt durch:

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

## Wirkungskette der 1. und 2. Umsatzstufe

Im Rahmen der 1. und 2. Umsatzstufe werden in 951,6 Mio. € einkommenswirksam. Dies entspricht einem Anteil an der Entstehung des Primäreinkommens im Gebiet der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer von 3,6 Prozent.

Abb. 14: Ableitung direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer



Quelle: dwif 2022

## IX. EINKOMMENS- & BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE – TOURISMUSWIRTSCHAFT ALS ARBEITSPLATZ- GENERATOR IN DER REGION

Ein realistisches Einkommensäquivalent lässt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages in Höhe von 951,6 Mio. € durch das durchschnittliche gewichtete Primäreinkommen<sup>6</sup> für den Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer ermitteln. Hieraus ergibt sich ein Äquivalent von rund 38.750 Personen, die ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch den Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer bestreiten könnten.

### DEFINITION EINKOMMENSÄQUIVALENT

Das so genannte Einkommensäquivalent ergibt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer.

Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Beschäftigungseffekte ist allerdings zu beachten, dass viele Beschäftigte in Tourismusbetrieben

- nur anteilig vom Tourismus leben,
- einer Teilzeit- und Saisontätigkeit nachgehen,
- nur im Nebenerwerb beschäftigt sind und
- ein eher unterdurchschnittliches Einkommen beziehen.

Im Einzelhandel oder in der Gastronomie werden auch Einheimische bedient, nur selten lassen sich die Beschäftigten eines Unternehmens daher zu 100 Prozent der Tourismusbranche zurechnen.

Die exakte Zahl der Beschäftigten im Tourismus ist deswegen nicht bekannt. Das theoretische Beschäftigungsäquivalent von 38.750 Personen gibt daher nur eine Mindestgröße an. Die tatsächliche Zahl der im Tourismus voll oder zumindest anteilig Beschäftigten bzw. von touristisch bedingten Umsätzen profitierenden Beschäftigten liegt mit Sicherheit deutlich höher.

<sup>6</sup> Aufsummierung der Werte für die einzelnen Teilregionen ergibt sich aus: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.

## X. STEUEREFFEKTE – PROFIT FÜR DIE ÖFFENTLICHEN KASSEN

Die Steuerrelevanz des Tourismus beschränkt sich nicht nur auf die Umsatzsteuer, die der Bundeskasse nach Abzug der Vorsteuer von den Unternehmen im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer aus den touristischen Umsätzen zugeführt werden. Bei der Berechnung sind unterschiedliche Umsatzsteuersätze zu berücksichtigen.

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

Darüber hinaus darf auch die anteilige Lohn- und Einkommensteuer der im Tourismus beschäftigten Personen nicht vernachlässigt werden. Für den Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer wirken sich darüber hinaus die anteilige Gewerbe- und Grundsteuer der vom Tourismus profitierenden Unternehmen als Steueraufkommen aus. Aus dem gesamten vom Tourismus induzierten Gemeinschaftssteueraufkommen fließen über den Länder- und kommunalen Finanzausgleich erhebliche Beträge auch an den Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer zurück.

Insgesamt beläuft sich das durch den Tourismus bedingte Steueraufkommen aus Einkommen- und Mehrwertsteuer (abzüglich Vorsteuer) für den Gemeinschaftssteuertopf vorsichtig gerechnet auf rund 186,3 Mio. €.

Abb. 15: Steueraufkommen aus dem Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer

<p>Mehrwertsteuer &amp; Einkommensteuer</p> <p><b>ca. 186,3 Mio. €</b></p>	<p>Grundsteuer Gewerbesteuer Zweitwohnungssteuer Kurtaxe (Gast) Tourismusabgabe (Gewerbe)</p>
--	---

Quelle: dwif 2022

Berechnet wurde das touristische Steueraufkommen – also der Anteil an Einkommen- und Mehrwertsteuer, der dem Gemeinschaftssteuertopf durch den Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer zukommt. Der Anteil, der daraus wieder an das Untersuchungsgebiet zurückfließt, ist nur über individuelle Analyse der kommunalen Haushaltspläne

ermittelbar. Unsere Erfahrungen unter anderem aus den Sparkassen Tourismusbarometer zeigen jedoch, dass die Einnahmen der Kommunen aus dem Tourismus in Form von Steuern und Gebühren die tourismusspezifischen Ausgaben der Kommunen in der Regel deutlich übersteigen, der Tourismus somit als einträgliches Geschäftsfeld für die Kommunen anzusehen ist und die Aufrechterhaltung der „Freiwilligen Leistung Tourismus“ mehr als gerechtfertigt scheint.

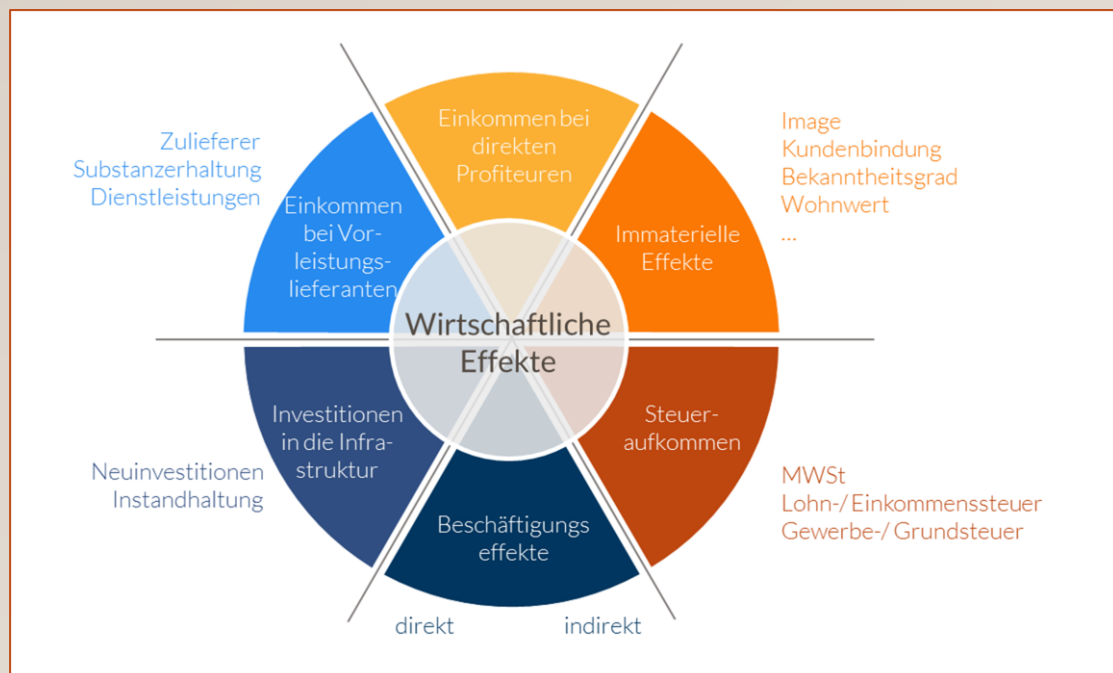
## XI. TOURISMUS IM BEREICH DER OLDENBURGISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER – ZUSAMMENSCHAU

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

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

Investitionen in den Tourismus sind somit auch Investitionen für die Bevölkerung im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer. Tourismusförderung ist eine öffentliche und private Aufgabe, für die Kommunen jedoch eine freiwillige Leistung mit hoher Rendite.

Abb. 16: Wirtschaftliche Effekte durch den Tourismus



Quelle: dwif 2022

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

Besonders wichtig wird dieser Sachverhalt beim Blick auf die touristischen Aufenthaltstage. Nur gut 11,4 Prozent aller touristischen Aufenthaltstage im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer werden vom statistischen Landesamt erfasst. Dies zeigt, dass eine alle Segmente umfassende Untersuchung unerlässlich ist, um eine ganzheitliche und plausible Darstellung der vom Tourismus ausgehenden ökonomischen Effekte zu gewährleisten. Fest steht: Der Tourismus ist für den Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer ein millionenschweres Geschäft mit weiteren Potenzialen.

## Die Ergebnisse im Überblick

- Der Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer verzeichnet 2019 rund 53,139 Mio. Aufenthaltstage, davon rd. 41 Mio. durch Tagesgäste und rd. 10,639 Mio. entgeltliche Übernachtungen, die in Beherbergungsbetrieben stattfinden. Rund 1,5 Mio. Übernachtungen fallen auf unentgeltliche Übernachtungen in Privathaushalten (VFR), die im Rahmen dieser Studie nur in Teilregionen erhoben wurde und in Realität über das gesamte Gebiet höher ausfallen.
- Die Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben (ohne Camping) geben im Schnitt rund 109,50 €, Tagesreisende durchschnittlich 26,40 € aus.
- Mit insgesamt 53,139 Mio. Aufenthaltstagen wird ein Bruttoumsatz in Höhe von 2.010,0 Mio. € im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer erzielt. Tagesgäste (inkl. VFR) erwirtschaften davon 1.123,7 Mio. €, Übernachtungsgäste 886,3 Mio. €.
- Das Gastgewerbe profitiert davon mit 923,3 Mio. €, der Einzelhandel mit 659,0 € und die Anbieter weiterer Dienstleistungen mit 427,7 Mio. €.
- Der Nettoumsatz in Höhe von 1.786,3 Mio. € und eine für die Gäste im Jahr 2019 spezifische, gewichtete Wertschöpfungsquote von etwa 33 Prozent ergeben das direkte Einkommen (Gehälter, Löhne, Gewinne) aus der Tourismuswirtschaft von 594,0 Mio. €. Hinzu kommt in der 2. Umsatzstufe das indirekte Einkommen durch Vorleistungen in Höhe von 357,6 Mio. €. Im Ergebnis sind zusammen 951,6 Mio. € einkommenswirksam. Der Tourismus hat rund 3,6 Prozent zum gesamten Primäreinkommen im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer im Jahr 2019 beigetragen.
- Rein rechnerisch könnten durch die touristische Nachfrage im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer rund 38.750 Personen ein durchschnittliches Primäreinkommen<sup>7</sup> pro Kopf und Jahr beziehen.

<sup>7</sup> Aufsummierung der Werte für die einzelnen Teilregionen ergibt sich aus: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.

- Das touristisch bedingte Gemeinschaftssteueraufkommen aus dem Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer (USt. und ESt.) beläuft sich 2019 auf rund 186,3 Mio. €. Hinzu kommen weitere kommunale Steuereinnahmen.

## Wichtige Kennziffern im regionalen Vergleich

Im regionalen Vergleich zeigt sich der Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer sehr heterogen. Während das Tourismusaufkommen und der touristische Beitrag in den küstennahen Regionen wie in den Landkreisen Friesland und Wesermarsch aber auch der Landkreis Ammerland überdurchschnittlich ist, gibt es in den südlichen Landkreisen noch Luft nach oben.

## Übernachtungsaufkommen

Die nachfolgende Übersicht zeigt klare regionale Unterschiede des Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer auf.

Abb. 17: Übersicht der Tagesreisen und Übernachtungen (ohne VFR) nach Regionen

Tourismusegion	Übernachtungen <sup>1</sup>	Tagesreisen <sup>2</sup>	Übernachtungen/ Einwohner	Tagesreisen/ Einwohner	Ø-Tages- ausgaben Ü-G <sup>3</sup>	Ø-Tages- ausgaben T-G <sup>4</sup>	Tagesreisen/ Übernachtung
LK Ammerland	1,412 Mio.	5,0 Mio.	11,3	40,0	92,80 €	28,00 €	3,5
LK Cloppenburg	0,770 Mio.	4,9 Mio.	4,5	28,7	69,50 €	23,20 €	6,4
LK Friesland	4,636 Mio.	4,1 Mio.	47,0	41,5	80,30 €	26,40 €	0,9
LK Oldenburg	0,627 Mio.	3,2 Mio.	4,8	24,4	66,80 €	22,10 €	5,1
LK Vechta	0,453 Mio.	3,8 Mio.	3,2	26,6	102,00 €	22,90 €	8,4
LK Wesermarsch <sup>5</sup>	1,784 Mio.	2,1 Mio.	20,1	23,7	69,20 €	22,00 €	1,2
SK Delmenhorst	0,081 Mio.	2,9 Mio.	1,0	37,4	114,80 €	26,30 €	35,8
SK Oldenburg <sup>6</sup>	0,399 Mio.	10,8 Mio.	2,4	63,9	135,80 €	28,50 €	27,1
SK Wilhelmshaven	0,477 Mio.	4,2 Mio.	6,3	55,2	114,00 €	32,00 €	8,8
<b>IHK Oldenburg</b>	<b>10,639 Mio.</b>	<b>41,0 Mio.</b>	<b>9,9</b>	<b>38,0</b>	<b>83,30 €</b>	<b>26,40 €</b>	<b>3,9</b>

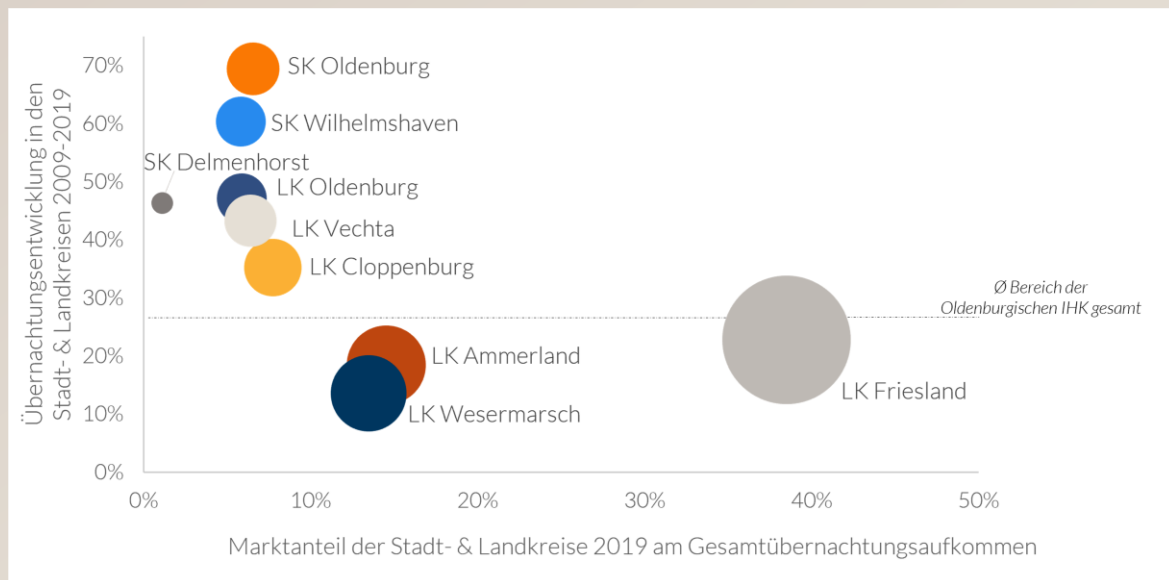
<sup>1</sup> Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben: Gäste in gewerblichen Betrieben, in Privatquartieren, Touristik-, Dauercamping sowie Reisemobilien. <sup>2</sup> Tagesreisen: Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen. <sup>3</sup> Übernachtungsgäste. <sup>4</sup> Tagesgäste. <sup>5</sup> inkl. Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen und Sportboothäfen, ohne VFR. <sup>6</sup> Daten stammen aus dem Jahr 2018, siehe S. 3, ohne VFR

Quelle: dwif 2022

- Der an der Küste gelegene Landkreis Friesland generiert mit Abstand die meisten Übernachtungen, gefolgt von den Landkreisen Wesermarsch und Ammerland. Diese drei Landkreise erzielen zusammen mit 7,832 Mio. fast drei Viertel aller Übernachtungen im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer und weisen die höchste Übernachtungsintensität (Übernachtungen/Einwohner) aus.
- In den Landkreisen Friesland und im Wesermarsch ist das Verhältnis von Tages- zu Übernachtungsgästen deutlich ausgeglichener als in den anderen Teilregionen.
- Bei den Tagesreisen liegt die Stadt Oldenburg mit 10,8 Mio. Ausflüglern mit Abstand vorn. Gerade in den Stadtkreisen kommt dem Tagestourismus im Vergleich zum

Übernachtungstourismus eine höhere Bedeutung zu, wie sich an dem Verhältnis der Tagesreisen zu Übernachtungen ablesen lässt.

Abb. 18: Übernachtungsentwicklung 2009-2019 und Marktposition der Stadt- & Landkreise im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer



Quelle: dwif 2022, Landesamt für Statistik Niedersachsen 2022

Die Zahlen der amtlichen Statistik decken zwar nicht alle Segmente im Übernachtungstourismus ab, sie lassen jedoch einen Zeitvergleich zu.

- Auch hier hält der Landkreis Friesland, dessen touristische Prägung bereits vor mehreren Hundert Jahren begann, mit Abstand den größten Marktanteil an gewerblichen Übernachtungen. Zusammen mit den Landkreisen Wesermarsch und Ammerland finden zwei Drittel aller gewerblicher Übernachtungen in diesen drei Landkreisen statt.
- Die Übernachtungsentwicklung fiel im 10-Jahresvergleich (2009-2019) hingegen in diesen drei Landkreisen deutlich verhaltener aus als in den übrigen Kreisen. Eine sehr dynamische Entwicklung zeigen besonders die Städte Oldenburg (+69,4 Prozent) und Wilhelmshaven (+60,3 Prozent).
- Aber auch die Landkreise Vechta, Cloppenburg und Oldenburg, in denen der Tourismus aktuell keine übergeordnete Rolle spielt, konnten ihr Übernachtungsvolumen ausbauen und verzeichnen seit 2009 einen überdurchschnittlichen Übernachtungszuwachs.

### Umsätze aus dem Tourismus

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

Abb. 19: Umsätze aus dem Tourismus nach Regionen

Tourismusregion	Umsatz Ü-G <sup>1</sup> (Mio. €)	Umsatz T-G <sup>2</sup> (Mio. €)	Umsatz VFR (Mio. €)	Umsatz Gesamt (Mio. €)	Wertschöpf- ung (Mio. €)	Steueraufkommen (Mio. €)	Beschäftigungs- effekte (Pers.)
LK Ammerland	131,0	140,0	-	271,0	132,4	25,2	4.990
LK Cloppenburg	53,5	113,7	-	167,2	76,2	15,5	3.050
LK Friesland	372,4	108,2	-	480,6	241,3	44,0	10.200
LK Oldenburg	41,9	70,7	-	112,6	51,6	10,5	1.830
LK Vechta	46,2	87,0	-	133,2	62,5	12,4	2.140
LK Wesermarsch <sup>3</sup>	123,4	46,2	11,4	181,0	85,3	16,7	3.350
SK Delmenhorst	9,3	76,3	-	85,6	38,7	8,1	1.810
SK Oldenburg <sup>4</sup>	54,2	307,8	28,0	390,0	175,5	36,3	7.010
SK Wilhelmshaven	54,4	134,4	-	188,8	88,1	17,6	4.370
<b>IHK Oldenburg</b>	<b>886,3</b>	<b>1.084,3</b>	<b>39,4</b>	<b>2.010,0</b>	<b>951,6</b>	<b>186,3</b>	<b>38.750</b>

<sup>1</sup> Übernachtungsgäste Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben; Gäste in gewerblichen Betrieben, in Privatquartieren, Touristik-, Dauercamping sowie Reisemobilien. <sup>2</sup> Tagesgäste: Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen. <sup>3</sup> inkl. Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen und Sportboothäfen, inkl. VFR. <sup>4</sup> Daten stammen aus dem Jahr 2018, siehe S. 3, inkl. VFR

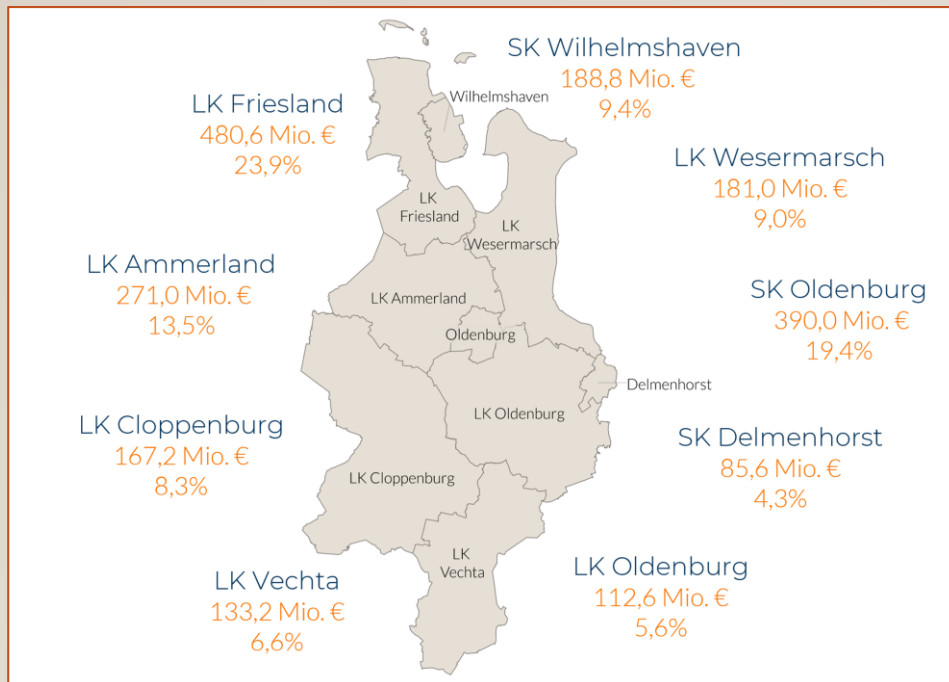
Quelle: dwif 2022

Der jeweils anteilige Beitrag von Wertschöpfung, Steueraufkommen und Beschäftigungseffekt einer Region am gesamten Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer entspricht in etwa dem jeweiligen Anteil am Gesamtumsatz.

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

- Im Stadtkreis Oldenburg übersteigen die Umsätze aus dem Tagestourismus die aus dem Übernachtungstourismus um ein Vielfaches.
- Im Landkreis Ammerland wirken die Gesamtumsätze aus dem Tages- und Übernachtungstourismus in etwa ausgeglichen, obwohl das tages- und übernachtungstouristische Aufkommen 3,5-mal höher ist als das der Übernachtungsgäste. Die in etwa 3,5-mal höheren Ausgaben der Übernachtungsgäste in dieser Region sind hier der ausgleichende Faktor.
- Nicht zwingend leisten Regionen mit hohem Übernachtungsaufkommen auch automatisch die höchsten Beiträge zu den touristischen Gesamtumsätzen. Neben dem Landkreis Friesland (23,9 Prozent) trägt insbesondere die Stadt Oldenburg (19,4 Prozent, inkl. VFR) mit ihren vielen Tagesgästen zum Gesamtumsatz bei.

Abb. 20: Bruttoumsätze im Tourismus und Anteil am touristischen Gesamtumsatz im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer



Quelle: dwif 2022, GfK Regiograph

## XII. WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS – BERECHNUNGSSCHEMA

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

Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz

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

Bruttoumsatz - Umsatz(Mehrwert)-steuer = Nettoumsatz

### 3. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 1. Umsatzstufe (EW1)

Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote = EW1

### 4. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 2. Umsatzstufe (EW2)

(Nettoumsatz - EW1) x Wertschöpfungsquote = EW2

### 5. Schritt: Ermittlung des touristischen Einkommensbeitrages

(EW1 + EW2) : Primäreinkommen (PE) = Tourismusbeitrag zum PE in %

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Übersichtskarte für den Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer .....	- 4 -
Abb. 2: Definition Tourismus .....	- 6 -
Abb. 3: Verteilung der Übernachtungen im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer gegen Entgelt.....	- 11 -
Abb. 4: Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer in den letzten sieben Jahren .....	- 12 -
Abb. 5: Ausgewählte touristische Kennziffern für den Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer .....	- 13 -
Abb. 6: Wichtigste Herkunftsländer & -regionen der ausländischen Gäste im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019 .....	- 14 -
Abb. 7: Gewicht des Tagestourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer 2019.....	- 17 -
Abb. 8: Motive für einen Tagesausflug können sein... ..	- 18 -
Abb. 9: Der Tourismusmarkt im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer .....	- 21 -
Abb. 10: Touristische Aufenthaltstage und Umsätze im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer .....	- 22 -
Abb. 11: Direkte Profiteure des Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer .....	- 24 -
Abb. 12: Wertschöpfung 1. Umsatzstufe – Direkte Ausgaben der Gäste .....	- 25 -
Abb. 13: Umwegrentabilität: Wertschöpfung 2. Umsatzstufe – Vorleistungen .....	- 26 -
Abb. 14: Ableitung direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer .....	- 27 -
Abb. 15: Steueraufkommen aus dem Tourismus im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer .....	- 29 -
Abb. 16: Wirtschaftliche Effekte durch den Tourismus .....	- 31 -
Abb. 17: Übersicht der Tagesreisen und Übernachtungen (ohne VFR) nach Regionen ...	- 33 -
Abb. 18: Übernachtungsentwicklung 2009-2019 und Marktposition der Stadt- & Landkreise im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer...-	- 34 -
Abb. 19: Umsätze aus dem Tourismus nach Regionen .....	- 35 -
Abb. 20: Bruttoumsätze im Tourismus und Anteil am touristischen Gesamtumsatz im Bereich der Oldenburgischen Industrie- und Handelskammer .....	- 36 -

## Quellenverzeichnis

Ammerland-Touristik: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Westerstede 2020.

Delmenhorster Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Delmenhorst 2022.

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

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

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

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

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

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

dwif: Tagesreisenmonitor; seit 2016 fortlaufend.

Landesamt für Statistik Niedersachsen: Statistische Berichte (G IV 1) Beherbergung im Reiseverkehr, Hannover 2022.

Landkreis Friesland: Tourismus- und Wirtschaftsförderung: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Jever 2020.

Landkreis Vechta - Amt für Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Vechta 2022.

Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Oldenburg 2019.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2022.

Touristikgemeinschaft Wesermarsch: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Brake 2021.

Verbund Oldenburger Münsterland e. V.: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Vechta 2022.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.

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