

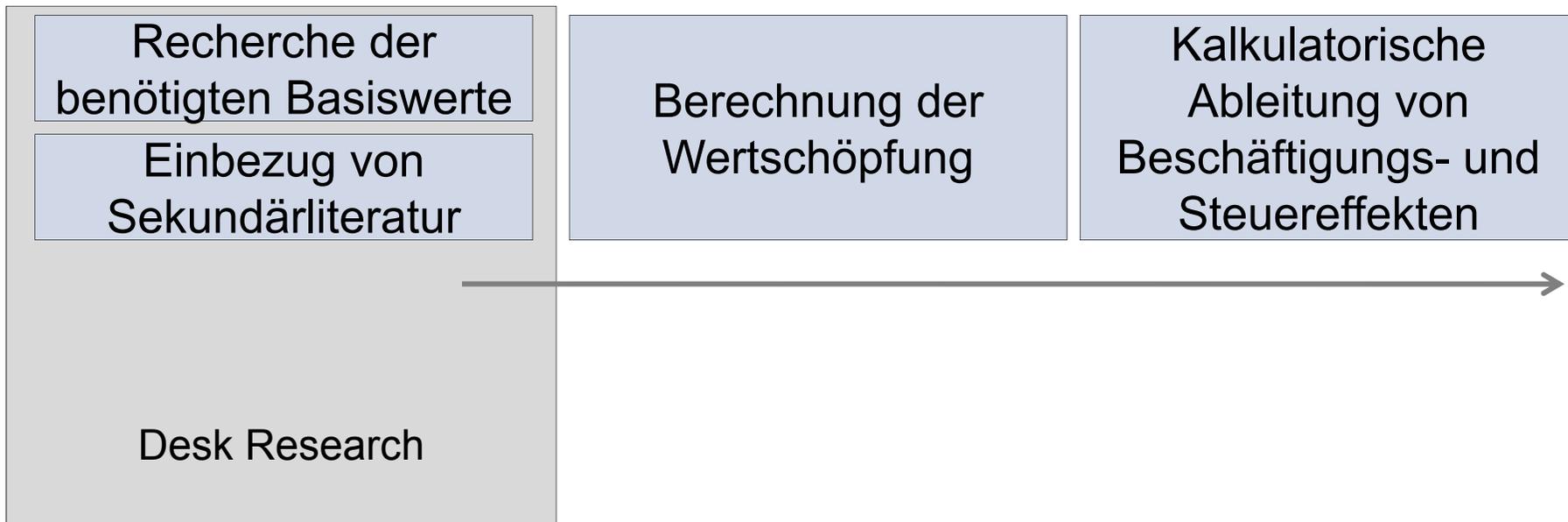
# **Wirtschaftsfaktor Tourismus 2013 im Seenland Oder-Spree**

Tourismustag Seenland Oder-Spree 2014

**Rüdersdorf, 6. Oktober 2014**

## 1.1 Übersicht

### Schritte in der Berechnung



**Keine Erhebung von aktuellen Primärdaten**

## 1.2 Vorgehen

### METHODIK

**dwif**

- Tagesreisen der Deutschen Heft 50-52
- Ausgaben der Übernachtungsgäste Heft 53

#### **Entnommene Inhalte**

- Seit Jahren deutschlandweit standardisiertes Vorgehen bei der Berechnung des WiFa Tourismus
- Definitionen
- Ø Ausgaben der Tages- und Übernachtungsgäste u.a. nach Verwendungszweck
- Quoten Tagesreisen pro Übernachtung

## 1.2 Vorgehen

### METHODIK und INHALTE

ift

- Wirtschaftsfaktor Tourismus  
Seenland Oder-Spree 2009

#### Entnommene Inhalte

- Daten der Haushaltsbefragung 2008
- Berechnung des Graumarktes

## 1.2 Vorgehen

### INHALTE

#### **Amt für Statistik Berlin - Brandenburg**

#### **Statistiken auf Orts-, Kreis- und Destinationsebene zu**

- Anzahl an Ankünften und Übernachtungen, Aufenthaltsdauer
- Art und Anzahl der Beherbergungsbetriebe
- Anzahl der Haushalte, Haushaltsgrößen
- Bevölkerung

### 1.2 Vorgehen

Anlehnung an bewährte Messmethoden des dwif und das Vorgehen des ift u.a. bei folgenden – z.T. strittigen – Variablen

- **Entstehung des Seenlandes Oder-Spree aus den Reiseregionen *Märkisch Oderland und Oder Spree Seengebiet***
- **Definition eines Tagesgastes**
- **Anzahl und Ausgaben der Kurgäste**
- **Berechnung des Graumarktes**

Bei den o.g. Variablen erfolgte i.d.R. eine Hochrechnung durch die Anwendung bekannter Umrechnungsfaktoren/Verhältnisse auf aktuelle statistische Daten.

### 1.2 Vorgehen

- **Frankfurt/Oder** wurde **nicht** in die Berechnungen mit einbezogen, wenn nicht anders vermerkt
- Alle **Zahlen** wurden **gerundet**
- Bei Zahlen, die ausschließlich auf Bundesebene vorlagen, wurden für das Seenland Oder-Spree sinnvolle Analogien/Annäherungen gebildet
- Beachtet wurde die geänderte Meldepflicht bei Betrieben **ab 9 bzw.10 Betten** ab dem 1.1.2012.
- Übernachtungen auf **Touristikstellplätzen von Campingplätzen** sind als gewerbliche ÜN erfasst. **Dauercamper und Mietunterkünfte nicht.**
- **Graumarkt: Betriebe unter 10 Betten, ÜN bei Freunden/Verwandten**

## 2.2 Definitionen

### Übernachtungsgäste

#### Übernachtungen im gewerblichen Bereich

ÜN in Betrieben mit mehr als 10 Betten

ÜN auf Touristikstellplätzen von  
Campingplätzen

#### Graumarkt

ÜN in Betrieben mit weniger als 10 Betten

ÜN auf Dauerstellplätzen von Campingplätzen

Private ÜN bei Verwandten und Bekannten

### Tagesgäste

#### Tagesausflug

Verlassen des Wohnumfeldes ohne  
Übernachtung

#### Tagesgeschäftsreisende

Geschäftliche Aufgaben außerhalb des  
Arbeitsplatzes ohne Übernachtung

### 3.1 Touristisches Angebot

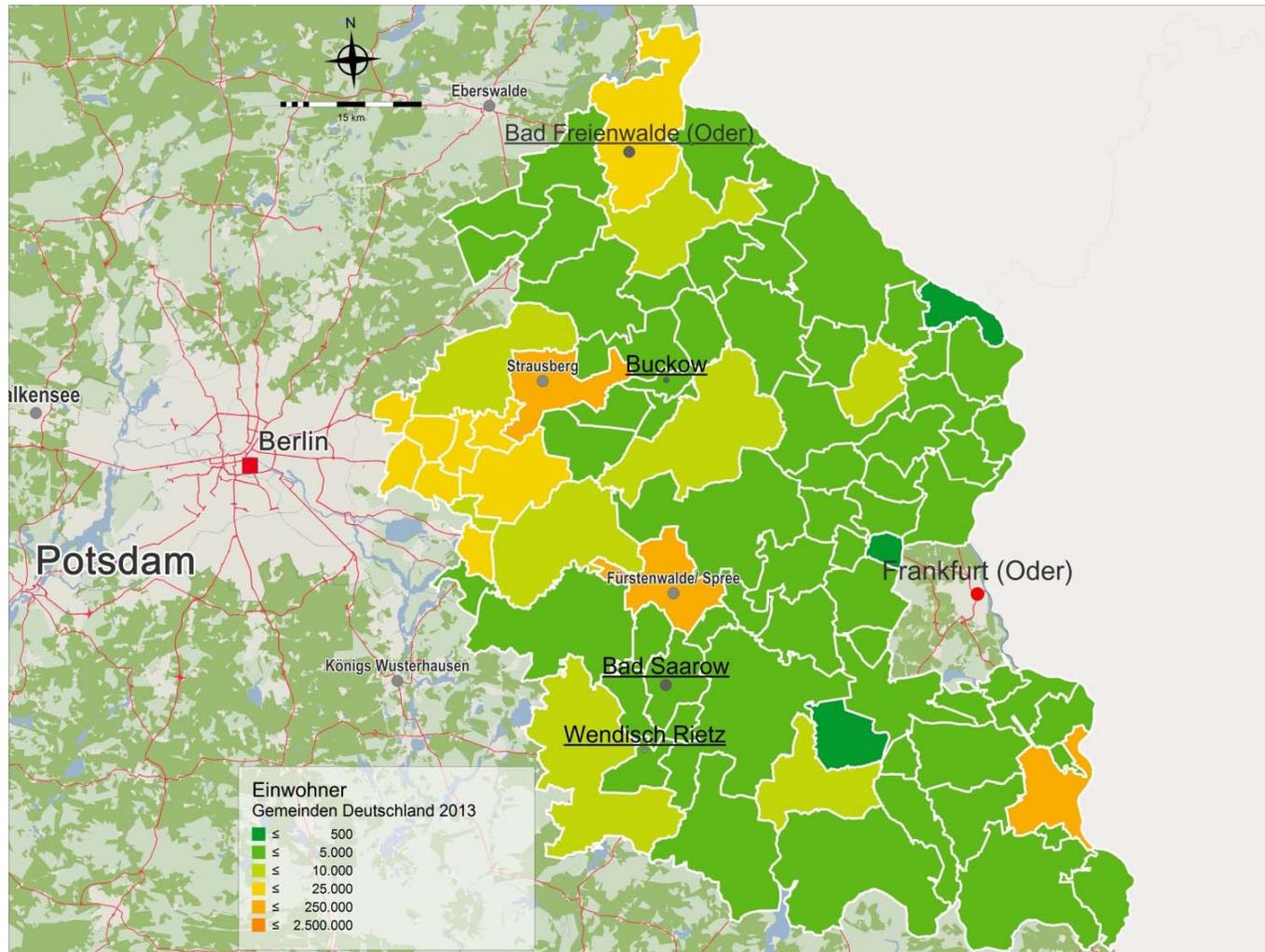
#### Vergleich gewerbliche Betriebe 2008 und 2012 Seenland Oder-Spree

	2008	2012	Veränderung in %
Anzahl geöffnete Unterkunftsbetriebe ab 9 bzw. 10 Betten	229	233	+ 1,75
Anzahl der angebotenen Betten	14.083	14.605	+ 3,71
geöffnete Campingplätze	23	29	+ 26,1
angebotene Stellplätze	1.953	1.959	+ 0,3

Quelle: Statistisches Landesamt Brandenburg, 08/2013

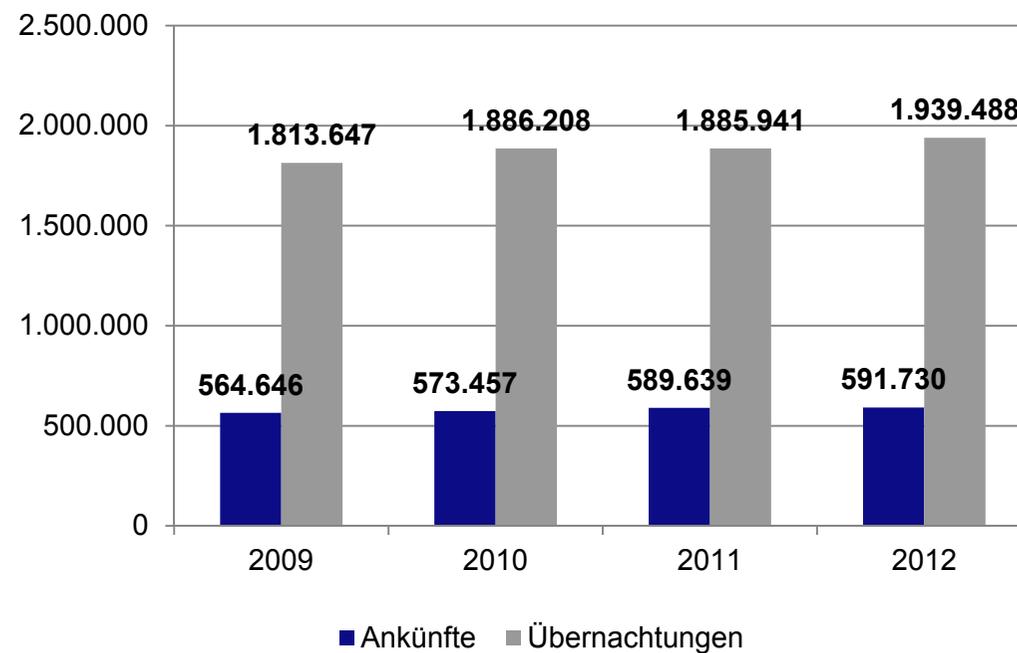
### 3.1 Touristisches Angebot

Gemeinden und ihre Einwohner im Seenland Oder-Spree



## 3.2 Touristische Nachfrage

### Ankünfte und Übernachtungen im Seenland Oder-Spree



#### Kennzahlen

##### 2012

**Gästeankünfte:** 591.730

**Gästeübernachtungen:** 1.939.488

**Ø-Aufenthaltsdauer:** 3,3 Tage

**Tourismusintensität:**

5.216 ÜN pro 1.000 EW

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2013

## 3.2 Touristische Nachfrage

### Camping

#### Kennzahlen

**2012**

**Gästeübernachtungen auf  
Touristikstellplätzen: 115.876**

**Gästeübernachtungen auf  
Dauerstellplätzen: 199.212**

### Tagesgäste

#### Kennzahlen

**2012**

1.939.488 ÜN in gewerblichen  
Betrieben

x Faktor 11,9

**= 23.079.907 Tagesreisen**

## 3.2 Touristische Nachfrage

### Graumarkt

#### Kennzahlen

**2012**

Gästeübernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben: 441.000

Gästeübernachtungen bei Verwandten und Bekannten: 5,1 Mio.

#### Berechnungsschritte

1.939.488 ÜN in gewerblichen Betrieben

./. Faktor 4,4

= **440.793 ÜN in nicht-gewerblichen Betrieben**

45% von 185.500 Haushalten

= 83.475 Haushalte

x 8,2 Besuche x 2,5 Personen

x 3,0 Übernachtungen

= **5.133.712 Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten**

Multiplikatoren und Faktoren basieren auf der Studie des ift von 2009.

## 3.2 Touristische Nachfrage

### Vergleich der Übernachtungszahlen auf dem Graumarkt 2008 und 2012

Graumarkt	2008	2012	Veränderung in %
Dauercamping	216.300	199.212	-7,9%
Übernachtungen in nicht-gewerblichen Betrieben	411.700	440.793	+7,1%
Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem	4.428.000	4.917.800	+11,1%

### Vergleich der Tagesreisen 2008 und 2012

Tagesgäste	2008	2012	Veränderung in %
Anzahl der Tagesreisen	21.533.000	23.080.000	+7,1%

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg 2013, ift 2009

### 3.3 Ausgaben und Umsätze

#### Ausgabenstruktur

Art des Gastes	Ø- Tagesausgaben pro Person	Jahr, aus welchem der Ausgabesatz stammt (Quellenjahr)	Ø- Tagesausgaben nach Inflationsberei- nigung bis zum Jahr 2012
Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben	117,40 €	2009	123,00 €
Übernachtungsgäste in nicht-gewerblichen Betrieben	66,30 €	2009	69,46 €
Touristikcamper	39,90 €	2009	41,80 €
Dauercamper	18,70 €	2009	19,59 €
Besucher von Verwandten und Bekannten	47,60 €	2008	49,92 €
Tagestouristen	21,20 €	2004	23,95 €

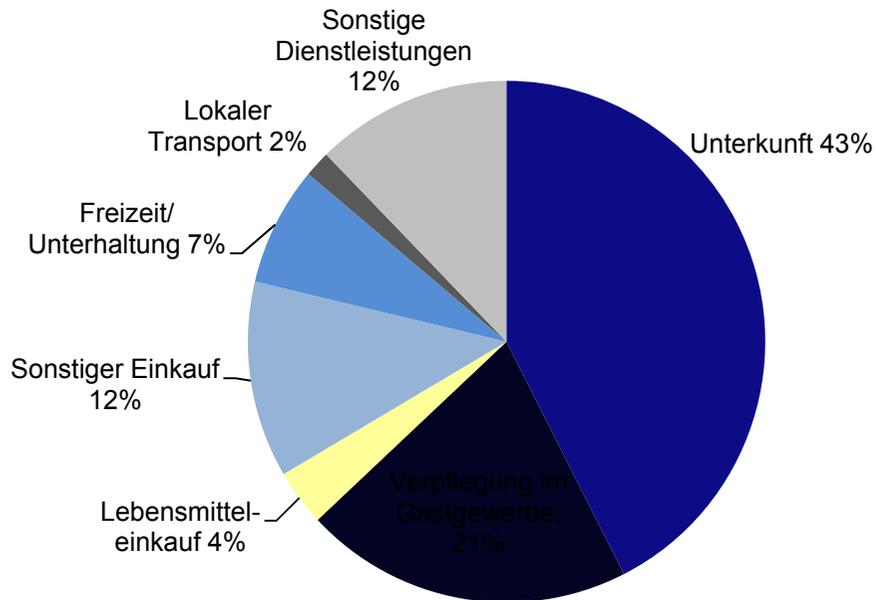
Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage der Ø- Tagespersonenausgaben des dwif 2010, dwif 2005, ift 2009

### 3.3 Ausgaben und Umsätze

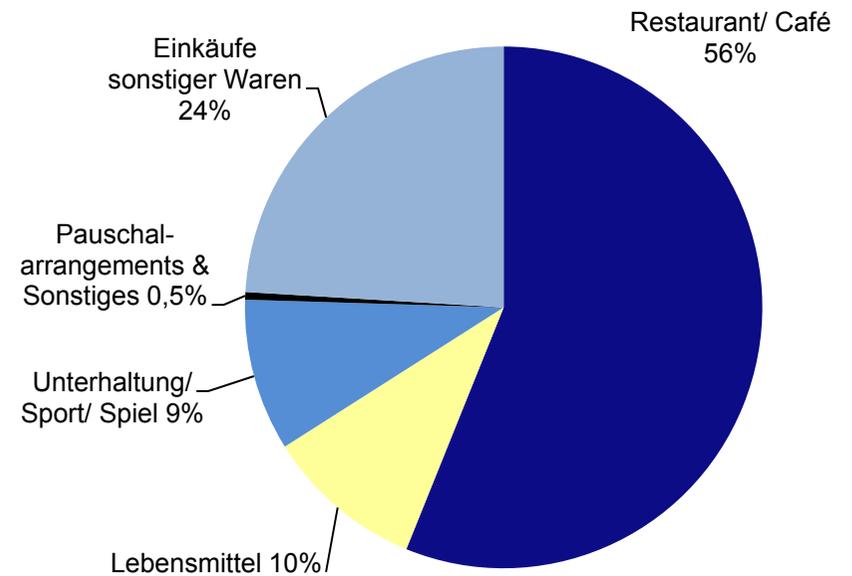
#### Ausgabenstruktur

Die Ausgaben der Übernachtungs- und Tagesgäste verteilen sich im brandenburgweiten Durchschnitt wie folgt auf die einzelnen touristischen Leistungen:

**Ausgaben der Übernachtungsgäste**



**Ausgaben der Tagesgäste**



Quelle: Eigene grafische Darstellung auf Grundlage des dwif 2010, dwif 2005

### 3.3 Ausgaben und Umsätze

#### Umsatzstruktur ohne Frankfurt/Oder

Art der Touristen	Anzahl der ÜN/Besuche	x Ø-Tagesausgaben	= Bruttoausgaben
Gäste in gewerblichen Betrieben	1.939.488	123,00 €	238.557.024,00 €
Gäste in nicht-gewerblichen Betrieben	440.793	69,46 €	30.617.481,78 €
Touristcamper	115.876	41,80 €	4.843.616,80 €
Dauercamper	199.212	19,59 €	3.902.563,08 €
Übernachtungsgäste bei Verwandten und Bekannten	5.133.713	49,92 €	256.274.952,96 €
<b>Bruttoumsatz Übernachtungsgäste</b>			<b>534.195.638,62 €</b>
<b>Bruttoumsatz Tagesgäste</b>	23.080.000	23,95 €	<b>552.766.000,00 €</b>
		<b>Gesamter Bruttoumsatz</b>	<b>1.086.961.638,62 €</b>

### 3.3 Ausgaben und Umsätze

#### Umsatzstruktur mit Frankfurt/Oder

Art der Touristen	Anzahl der ÜN/Besuche	x Ø-Tagesausgaben	= Bruttoausgaben
Gäste in gewerblichen Betrieben	2.078.772	123,00 €	255.688.956,00 €
Gäste in nicht-gewerblichen Betrieben	472.448	69,46 €	32.816.238,08 €
Touristikcamper	124.598	41,80 €	5.208.196,40 €
Dauercamper	214.206	19,59 €	4.196.295,54 €
Übernachtungsgäste bei Verwandten und Bekannten	5.349.578	49,92 €	267.050.933,76 €
<b>Bruttoumsatz Übernachtungsgäste</b>			<b>564.960.619,78 €</b>
<b>Bruttoumsatz Tagesgäste</b>	24.737.000	23,95 €	<b>592.451.150,00 €</b>
		<b>Gesamter Bruttoumsatz</b>	<b>1.157.411.769,78 €</b>

## 3.4 Einkommenswirkungen

### Seenland Oder-Spree

<b>Bruttoumsatz</b> 1,087 Mrd. €	
<b>Bruttoumsatz Übernachtungsgäste</b> 534,2 Mio. €	<b>Bruttoumsatz Tagesgäste</b> 552,8 Mio. €

Ø-Mehrwertsteuer Übernachtungsgäste  
65,8 Mio. €

Ø-Mehrwertsteuer Tagesgäste  
68,1 Mio. €

<b>Nettoumsatz</b> 953 Mio. €	
<b>Nettoumsatz Übernachtungsgäste</b> 468,4 Mio. €	<b>Nettoumsatz Tagesgäste</b> 484,7 Mio. €

Wertschöpfungsquote 38%

<b>Nettowertschöpfung 1. Umsatzstufe</b> 362,2 Mio. €
--

Wertschöpfungsquote 30%

<b>Nettowertschöpfung 2. Umsatzstufe</b> 177,3 Mio. €
--

<b>Gesamte Wertschöpfung</b> 539,4 Mio. €
--

## 3.5 Effekte

### Beschäftigungseffekte

#### Berechnungsschritte

Gesamtnettowertschöpfung 539,4 Mio. €  
./. 20.167 € Pro-Kopf-Einkommen Brandenburg  
**= 26.747 VZÄ**

#### Kennzahlen für das *Seenland Oder-Spree*

**2012**

Beschäftigungseffekte: 26.700 vollzeitäquivalente Stellen

## 3.5 Effekte

### Steuereffekte

#### Berechnungsschritte

2,5% vom Nettoumsatz 953 Mio. €  
= **23,8 Mio. € Steuereffekte**

#### Kennzahlen für das *Seenland Oder-Spree*

**2012**

Steuereffekte: 23,8 Mio. €

## 3.5 Effekte

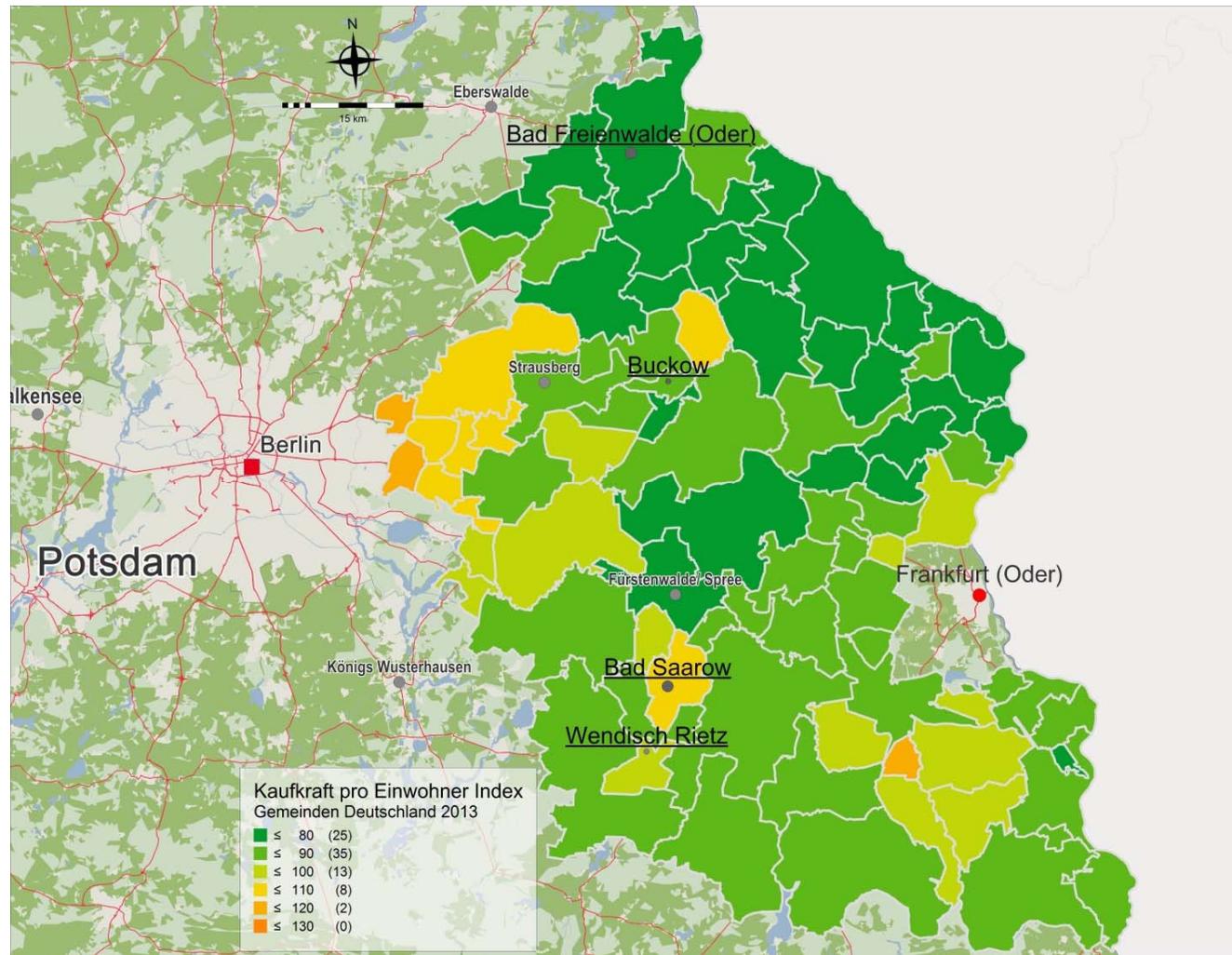
### Weiche Effekte

Weiche, unternehmensbezogene Faktoren	Weiche, personenbezogene Faktoren
Wirtschaftsklima (Land o. Stadt)	Wohnen/ Wohnumfeld
Image (Betriebsstandort, Stadt, Region)	Umweltqualität
Karrieremöglichkeit	Schulen/ Ausbildung
	Freizeitwert
	Reiz/ Attraktivität (Stadt/ Region)
	Kultur (Hoch- u. Kleinkultur)

Quelle: Eigene Darstellung u.a. nach FREYER et al. S. 49 f.

**3.5 Effekte**

**Kaufkraftindex  
Seenland Oder-Spree**





## 4. Zusammenfassung

**Seenland Oder-Spree**

Entwicklung der Nettowertschöpfung

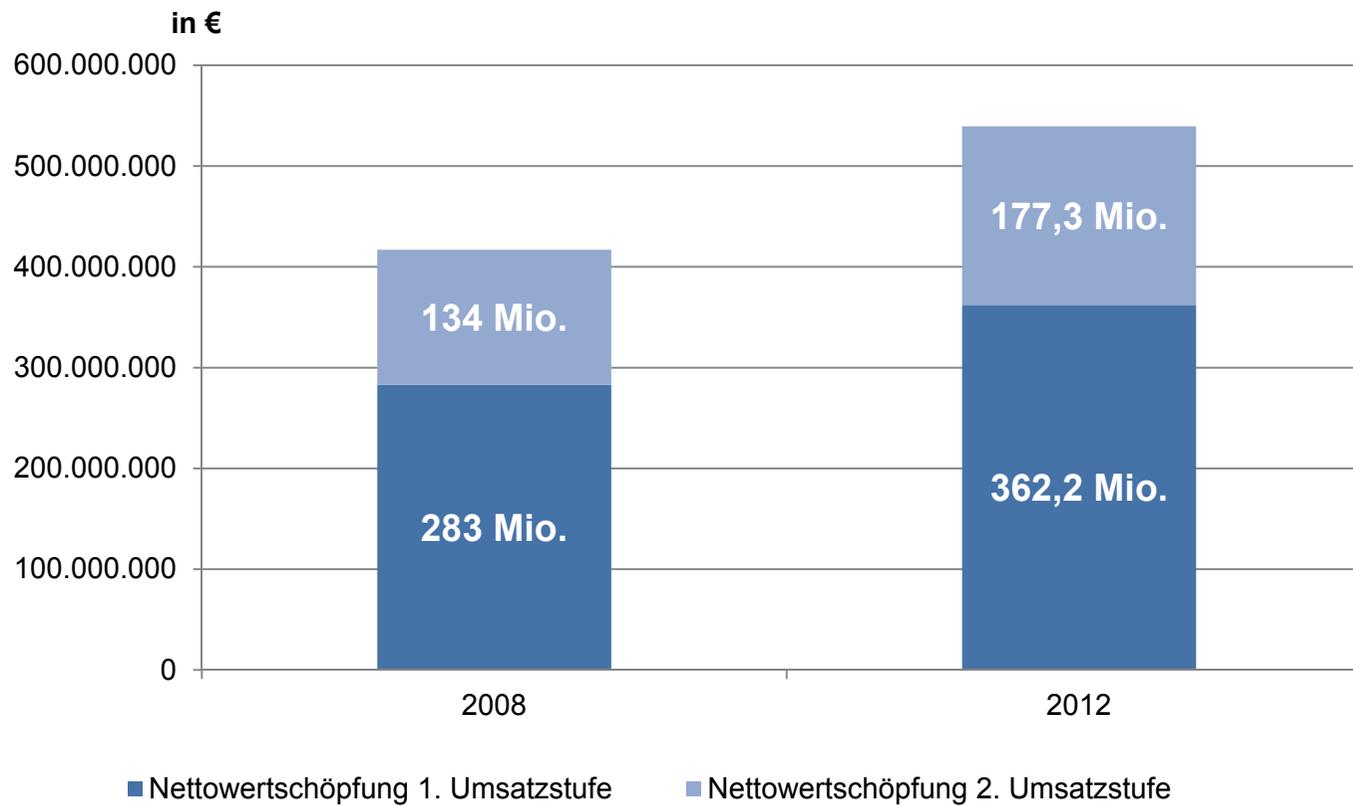
	2012	2008	Veränderung in %
Bruttoumsatz der Touristen	1,087 Mrd. €	837 Mio. €	+29,9%
Nettoumsatz der Touristen	953 Mio. €	739,4 Mio. €	+28,9%
Einkommenswirkung 1. Umsatzstufe	362,2 Mio. €	283 Mio. €	+27,9%
Einkommenswirkung 2. Umsatzstufe	177,3 Mio. €	134 Mio. €	+32,3%
<b>Gesamte Nettowertschöpfung</b>	<b>539,4 Mio. €</b>	<b>416,6 Mio. €</b>	<b>+29,5%</b>
Beschäftigungseffekte*	26.700 VZÄ	15.140 VZÄ	+76,4%*
Steuerliche Effekte	23,8 Mio. €	18,2 Mio. €	+30,8%

Quelle: eigene Zusammenstellung nach inspektour 2013, ift 2009

(\* Achtung: durch einen Berechnungsfehler wurde 2008 von einer Anzahl von 15.140 VZÄ Stellen ausgegangen. Eigentlich müsste die Zahl 21.665 VZÄ lauten. Unter diesen Bedingungen beträgt die Steigerung 31,5%).

## Seenland Oder-Spree ohne FFO

### Entwicklung der Nettowertschöpfung



Quelle: inspektour 2013

**Landkreisebene**

Wertschöpfungsbeträge auf Landkreisebene

	Landkreis Oder-Spree	Landkreis Märkisch-Oderland
Bruttoumsatz der Touristen	624,4 Mio. €	462,4 Mio. €
Nettoumsatz der Touristen	547,5 Mio. €	405,5 Mio. €
Einkommenswirkung 1. Umsatzstufe	208 Mio. €	151,1 Mio. €
Einkommenswirkung 2. Umsatzstufe	101,8 Mio. €	75,4 Mio. €
<b>Gesamte Nettowertschöpfung</b>	<b>309,9 Mio. €</b>	<b>229,5 Mio. €</b>
Beschäftigungseffekte	15.360 VZÄ	11.380 VZÄ
Steuerliche Effekte	13,7 Mio. €	10,1 Mio. €

Quelle: inspektour 2013

### Fazit

- Insgesamt deutlicher Anstieg (insb. Preissteigerung, Anstieg Tourismus)
- Der Unterschied zwischen MOL und LOS ist überschaubar
- Kurorte haben einen gewissen Anteil, dominieren aber nicht
- 1/3 der Wertschöpfung in der 2ten Stufe
- Tagesgäste bewirken eine hohe Wertschöpfung (ca. 50%)
- VFR ca. 25% der Wertschöpfung

**Vielen Dank!**

## Kontakt



inspektour GmbH

Ralf Trimborn

Tel.: 040. 414 3887 42

Fax: 040. 414 3887 44

[ralf.trimborn@inspektour.de](mailto:ralf.trimborn@inspektour.de)

Osterstraße 124

20255 Hamburg

[www.inspektour.de](http://www.inspektour.de)