



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

REGIONALÖKONOMISCHE EFFEKTE DURCH EINEN MEDIZINKONGRESS IN MANNHEIM 2025

Auftraggeber: m:con – mannheim:congress GmbH

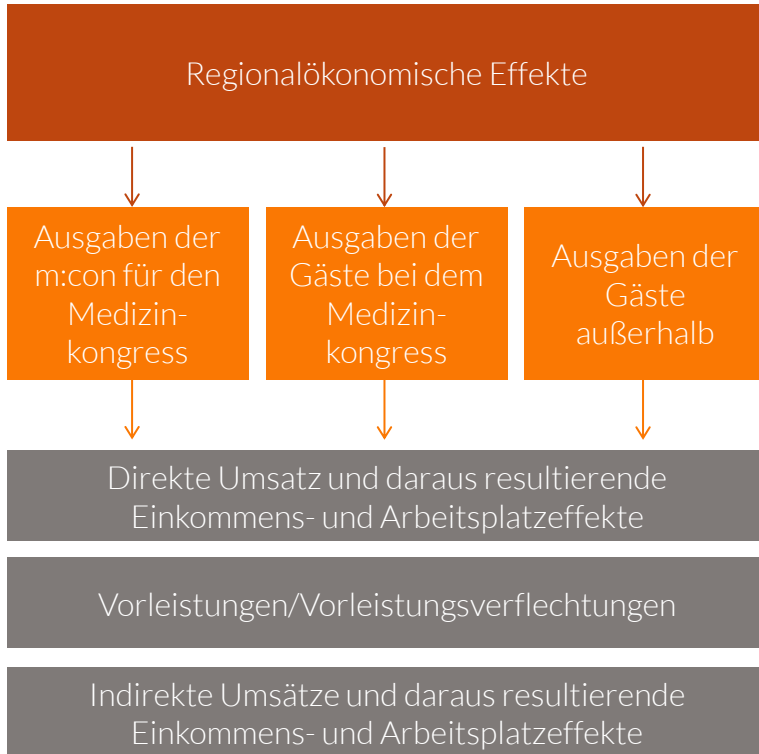
Berlin/München, September 2025

Bild: m:con – mannheim:congress GmbH

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2025 dwif

REGIONALÖKONOMISCHE EFFEKTE DURCH EINEN MEDIZINKONGRESS IN MANNHEIM 2025	3
Effekte durch den Kongress	4
Vorleistungsverflechtungen	7
Effekte durch die Ausgaben der Gäste im Rahmen des Kongresses	11
Multiplikatoreffekt	18
KEY FACTS	21
AUSWERTUNG DER GÄSTEBEFragung	24
DEFINITIONEN UND METHODIK	29
GLOSSAR UND QUELLEN	33

Zielsetzung und Vorgehensweise



Für einen Medizinkongress im Congress Center Rosengarten Mannheim im Jahr 2025 sollen die Umsatz-, Einkommens- und Arbeitsplatzeffekte ermittelt werden.

Dabei muss zwischen drei Effekten unterschieden werden:

- Zum einen entstehen regionalökonomische Effekte durch die Ausgaben der Besucher*innen direkt **im Rahmen der Veranstaltung**, u.a. für den Eintritt, Catering oder weiteren Dienstleistungen vor Ort.
- Zum anderen tätigen die Besucher*innen auch Ausgaben, welche nicht auf dem Veranstaltungsgelände, sondern **in Stadt, Region und Umland** getätigt wurden. Hierunter fallen u. a. Ausgaben der Besucher*innen für die Unterkunft oder Parktickets. Hierfür wird die Besucher*innenstruktur auf Basis von Gästebefragungen genutzt und die Ausgabenwerte der Gäste durch Spezialauswertungen der dwif-internen Grundlagenstudien berechnet.
- Zusätzlich entstehen ökonomische Effekte durch die Ausgaben der m:con für Vorleistungen, die mit Fokus auf die Regionalität der Lieferanten ausgewertet wurden.



EFFEKTE DURCH EINEN MEDIZINKONGRESS IN MANNHEIM

Gästezahlen und Gästestruktur

KONGRESSGÄSTE¹

8.522

8.252 Personen haben den Medizinkongress im Zeitraum wähen der vier Veranstaltungstage im Congress Center Rosengarten Mannheim besucht. Zudem haben online 270 weitere Personen am Kongress teilgenommen. Durch den hohen Anteil an Übernachtungsgästen mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,4 Nächten entsteht eine Mindestanzahl an **Aufenthaltstagen von 16.751**.

GÄSTETYP	ANTEIL ²	PERSONEN	AUFENTHALTSTAGE
Übernachtungsgäste	74,0 %	6.106	14.605
Tagesgäste ³	22,0 %	1.815	1.815
Mannheimer*innen ³	4,0 %	330	330
GESAMT		8.252	16.751
Online-Teilnehmende		270	

¹ Im Folgenden werden alle Personen, welche die den Medizinkongress besucht haben, Kongressgäste genannt, unabhängig davon, ob sie Teilnehmende, Referent*innen oder Ausstellende waren.

² Die Gästestruktur wurde über eine Gästebefragung während des Medizinkongresses ermittelt. Die Fallzahl beträgt n = 322.

³ Bei den Tagesgästen und den Gästen aus Mannheim wurde unterstellt, dass sie nur an einem Veranstaltungstag den Medizinkongress besucht haben.

Brutto-Umsätze Teilnahmegebühren

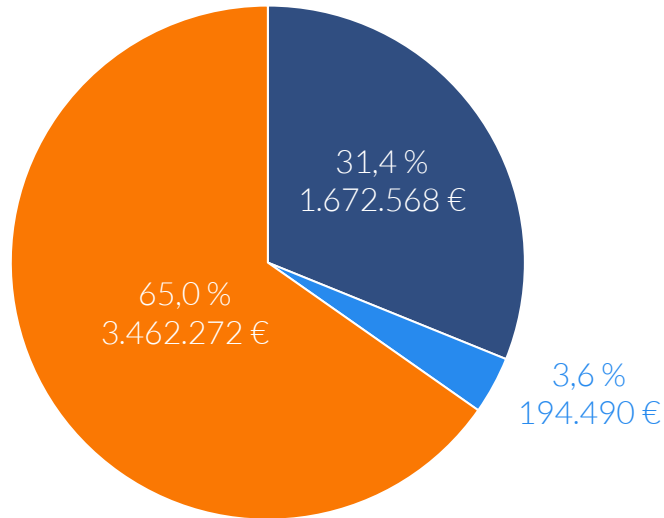
UMSATZBEREICH	UMSATZERLÖSE BRUTTO	UMSATZ/GAST	EMPFÄNGER
Eintrittsgebühren Teilnehmende sowie weitere Dienstleistungen (Parken, Kinderbetreuung)	367.788 €		Veranstalter
Eintrittsgebühren Ausstellungspersonal und Ausstellungsbesucher*innen	31.290 €		m:con
EINTRITTSGEBÜHREN GESAMT	399.100 €	46,80 €¹	

¹ Unter Berücksichtigung aller Gäste, 8.252 vor Ort und 270 online. Bei den Übernachtungsgästen wird die Teilnahmegebühr auf die Aufenthaltstage verteilt. Somit beträgt der Umsatz für die Teilnahmegebühr pro Übernachtungsgast pro Tag 19,60 €.

Quelle: dwif 2025, Zulieferungen m:con

Vorleistungen: Wohin fließen die Umsätze für die Lieferung von Waren und Dienstleistungen im Rahmen des Kongresses?

Brutto-Vorleistungen: 5.329.331 €



■ Stadt Mannheim ■ Region (bis 50 km) ■ überregional

Die m:con hat im Rahmen des Medizinkongresses selbst und im Auftrag des Veranstalters Vorleistungen in Höhe von rund 5,3 Mio. € brutto beauftragt. Rund 1,7 Mio. € und somit 31,4 % der Vorleistungen werden durch Gesellschaften & Unternehmen aus Mannheim erbracht.

Weitere 0,2 Mio. € (3,6 %) stammen von Unternehmen aus dem Umkreis bis zu ca. 50 km um Mannheim herum.

Damit werden rund 35 % der Vorleistungen durch Gesellschaften und Unternehmen aus der Stadt Mannheim und der umliegenden Region erbracht.

Rund 3,5 Mio. € (65,0 %) der Vorleistungen fließen ins übrige Deutschland.

Vorleistungen: Welche Branchen/Bereiche profitieren als Zulieferer?

Die Umsatzanteile der Vorleistungen von rund 3,6 Mio. € brutto fließen anteilig wie folgt in Gesellschaften/Unternehmen aus den dargestellten Branchen/Bereichen:

Anteil	Branche/Bereich	Anteil	Branche/Bereich
73,6 %	Veranstaltungsmanagement ¹	0,5 %	Transport- und Reisekosten
10,4 %	Beherbergung	0,4 %	Einzelhandel (Mobiliar / Deko)
7,4 %	Veranstaltungstechnik	0,2 %	Werbung/Druck
3,7 %	Gastronomie	0,1 %	Gebühren
3,6 %	Personaldienstleistungen	0,1 %	Lebensmittel

¹ Die Vorleistungen sind zum Teil bedingt durch das Vertragsverhältnis mit dem Veranstalter.

Wertschöpfungseffekte¹ durch die Vorleistungen



1 gerundete Werte

2 Ca. 35% des Nettoumsatzes fällt in Mannheim und Region an.

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

Beschäftigungseffekte durch die Vorleistungen



BEZIEHER*INNEN EINES
Ø-PRIMÄREINKOMMENS

89 PERSONEN

Einkommen
2.915.000 €

Ø-Primäreinkommen pro Kopf
32.903,- €¹

Der Bruttoumsatz von rund 5,3 Mio. € führt zu einem Einkommensbeitrag von rund 2,9 Mio. €. Dies entspricht einem Äquivalent von rund 89 Personen, die durch die Vorleistungen für den Medizinkongress ein durchschnittliches Primäreinkommen (=32.903,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig von Ausgaben in Tourismus und Freizeit leben (Verkäufer*innen im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Tourist*innen etc.).

¹ Wert für die Stadt Mannheim 2022, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2024.



EFFEKTE DURCH AUSGABEN DER GÄSTE IM RAHMEN DES KONGRESSBESUCHS

Prämissen für die Berechnungen der Gesamteffekte des Kongresses





DURCHSCHNITTLICHE TAGESAUSGABEN

Grundlage für die Berechnungen bilden die Aufenthaltstage. Die Gesamtaufenthaltstage (16.751) werden unterteilt in Aufenthaltstage der Übernachtungsgäste (14.605), Aufenthaltstage von Tagesgästen (1.815) und Aufenthaltstage von Stadtbewohner*innen (330). Im Rahmen des Medizinkongresses werden durchschnittliche Teilnahmegebühren je Kongressgast von 46,80 € angesetzt. Bei den Übernachtungsgästen wird die Teilnahmegebühr auf die Aufenthaltstage verteilt (19,60 € pro Tag). Die Teilnahmegebühren der Online-Gäste werden separat berücksichtigt.

BERECHNUNG DER AUSGABENWERTE

Die ermittelten Ausgabenwerte stellen die Gesamtausgaben pro Tag und Besucher*in dar. Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der Kongressgäste (z.B. für Teilnahmegebühren) wie auch Ausgaben, welche während des Aufenthalts zusätzlich anfallen (z. B. Unterkunft, Gastronomie, Einzelhandel u.v.m.). Die dargestellten Ausgaben sind im Rahmen des Kongresses abgefragt und wurden plausibilisiert und sowohl ortsspezifisch (Stadt Mannheim) als auch motivspezifisch (Veranstaltungsbesuch Kongress bzw. Tagung) gewichtet. Neben der spezifischen Verteilung der Übernachtungen nach Betriebstyp ist die regionalspezifische Preisentwicklung ein wichtiger Bestandteil der Ermittlung der von Übernachtungsgästen getätigten Ausgaben. Das Ausgabeverhalten der Tagesgäste erfordert ebenfalls umfangreiche Primärerhebungen.

Umsätze im Rahmen des Medizinkongresses nach Besuchergruppen

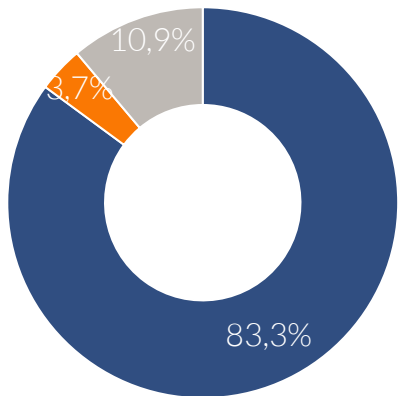
MARKTSEGMENT	KONGRESSGÄSTE	X	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ ²
 Übernachtungsgäste ¹	14.605	x	258, ²⁰ €	=	3.781.800 €
 Tagesgäste	1.815	x	122, ⁴⁰ €	=	222.100 €
 Mannheimer*innen	333	x	94, ⁰⁰ €	=	31.000 €
 Online-Teilnehmer*innen	270	x	46, ⁸⁰ €	=	12.600 €
GESAMT	16.751		237,80 €		4.047.500 €

¹ In den Ausgaben ist berücksichtigt, dass 10 % der Übernachtungsgäste außerhalb Mannheims übernachten. Es wurde die Annahme getroffen, dass die Unterkunftskosten außerhalb Mannheims anfallen und dass alle weitere Ausgaben (außer Übernachtungskosten) in Mannheim getätigt werden.

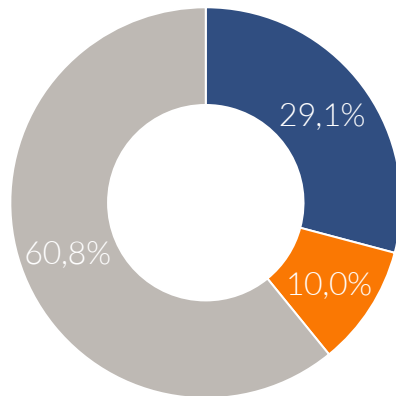
² gerundete Werte

Quelle: dwif 2025; m:con

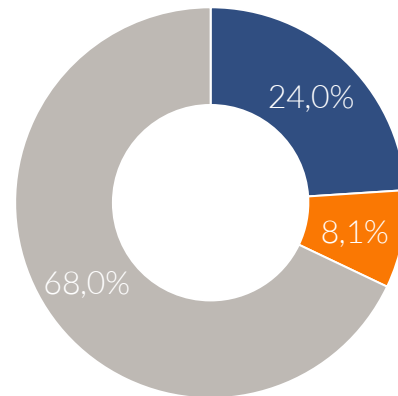
Direkte Profiteure von den Ausgaben der Besucher*innen



Übernachtungsgäste
3.781.800 €

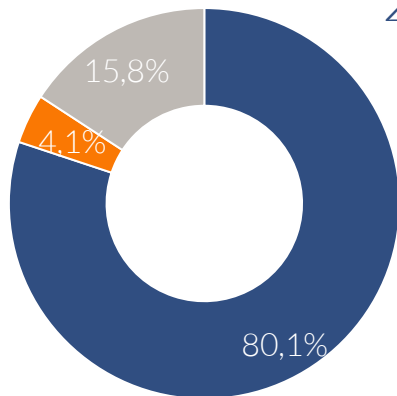


Tagesreisende
222.100 €



Mannheimer*innen
31.000 €

GESAMT
4.047.500 €



Gastgewerbe 3.242.700 €



Einzelhandel 166.400 €



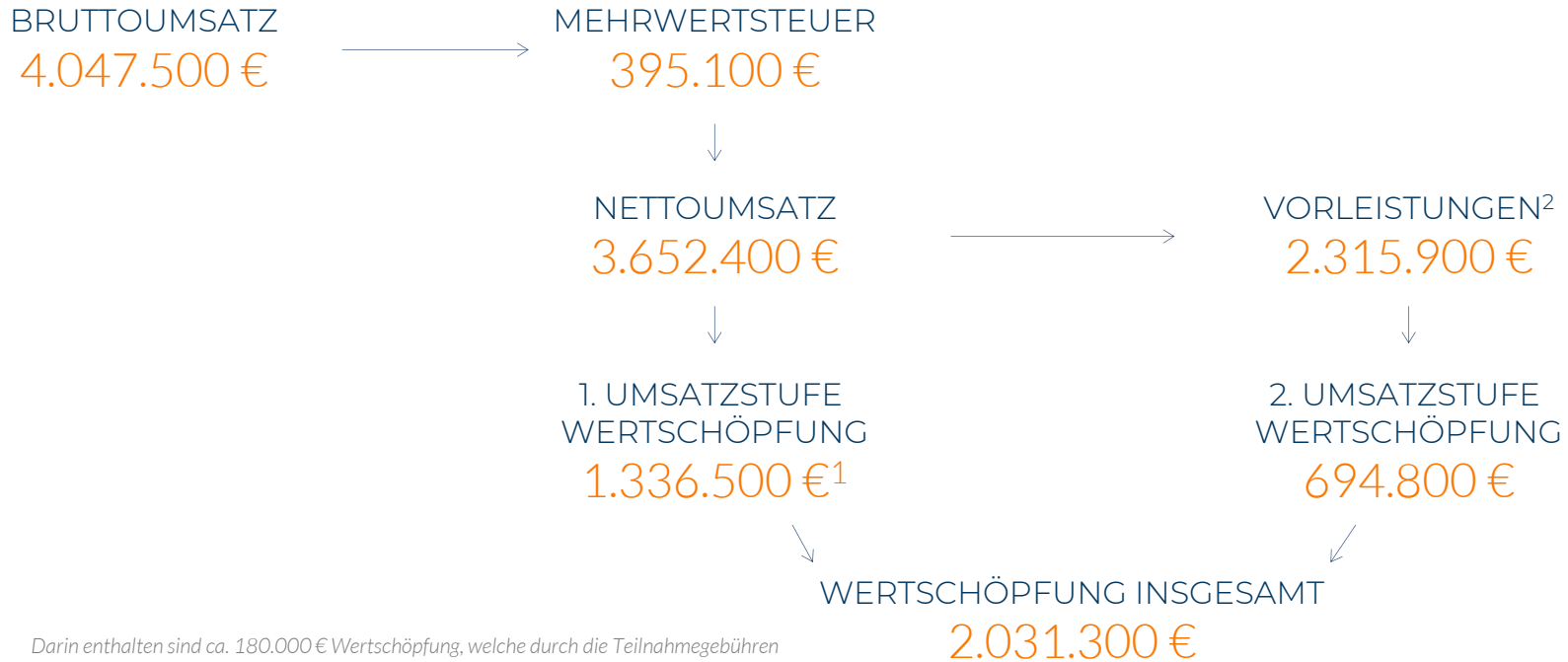
Dienstleistungen 638.400 €



Online-
Teilnehmer*innen

12.600 €

Wertschöpfungseffekte durch die Ausgaben der Besucher*innen im Rahmen des Besuchs des Medizinkongresses



- 1 Darin enthalten sind ca. 180.000 € Wertschöpfung, welche durch die Teilnahmegebühren direkt an den Veranstalter weitergeleitet werden.
- 2 Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. umliegende Städte und Regionen, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.



BEZIEHER*INNEN EINES
Ø-PRIMÄREINKOMMENS

62 PERSONEN

Einkommen
2.031.700 €

Ø-Primäreinkommen pro Kopf
32.903,- €¹

Der Einkommensbeitrag von rund 2.031.700 € entspricht einem Äquivalent von rund 62 Personen, die durch die Ausgaben der Gäste des Medizinkongresses ein durchschnittliches Primäreinkommen (=32.903,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig von Ausgaben in Tourismus und Freizeit leben (Verkäufer*innen im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Tourist*innen etc.).

¹ Wert für die Stadt Mannheim 2022, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2024.

Gesamtausgaben pro Besucher*in pro Kopf und pro Tag

Durchschnittliche Ausgaben im Rahmen des Besuchs des Medizinkongresses

AUSGABEN



Übernachtungsgäste



Tagesgäste



Mannheimer*innen

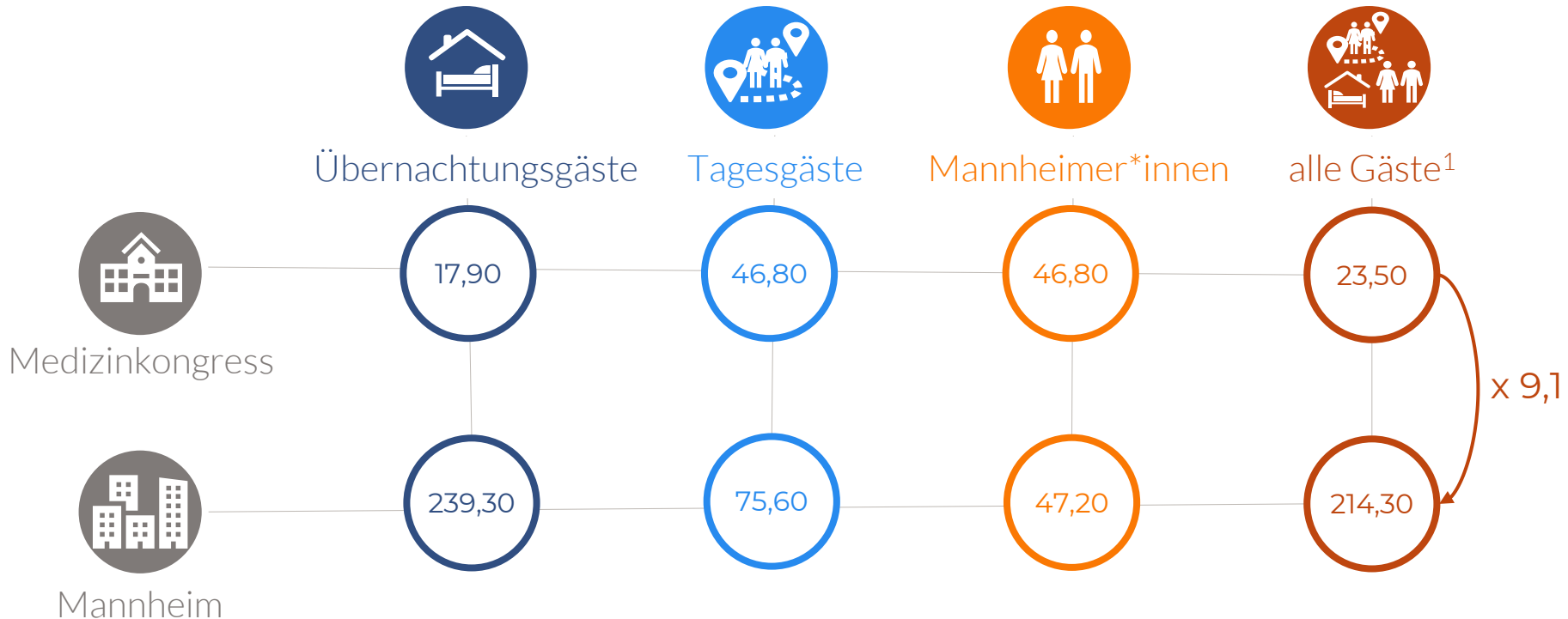


alle Gäste¹

¹ gewichtete durchschnittliche Ausgaben pro Besucher*in pro Tag unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Gäste (Übernachtungsgäste, Tagesreisende und Stadtbewohner*innen) sowie der Online-Teilnehmer*innen

Der Medizinkongress bewirkt Multiplikatoreffekte

Durchschnittliche Brutto-Ausgaben pro Tag durch den Kongress und insgesamt



¹ inkl. Online-Teilnehmer*innen

Quelle: dwif 2025

Ca. 4 Mio. €
Umsatz insgesamt
durch die Kongressgäste

Für jeden Euro, der
durch **Teilnahme-**
gebühren
eingenommen wird,
werden **außerhalb**
rund 9,10 €
zusätzlich
ausgegeben.

Quelle: dwif 2025



Bild: Freepik



Mehrwertsteuer und Einkommensteuer

ca. 375.000 €



Gemeindesteuern, u.a.

Grundsteuer

Gewerbsteuer

Allein aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer resultieren ca. 375.000 € Steueraufkommen aus den Umsatzeffekten des Medizinkongresses und ihren Veranstaltungsgästen, welches jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt.

Darüber hinaus werden u. a. durch Grundsteuer oder Gewerbesteuer zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen erzeugt, deren Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist.









Der Anteil, der der Stadt Mannheim zufließenden Steuereinnahmen lässt sich im Gegensatz zum Steueraufkommen nicht ohne Weiteres quantifizieren.



KEY FACTS







Welche Effekte bewirkt der Medizinkongress?

KEY FACTS AUF EINEN BLICK (1/2)

-  Der Medizinkongress zählte insgesamt **8.522 Gäste** vor Ort, davon 6.106 Übernachtungsgäste, 1.815 Tagesgäste sowie 306 Gäste aus Mannheim.
-  270 Personen haben den Kongress online besucht.
-  Die Übernachtungsgäste blieben im Schnitt **2,4 Nächte** in Mannheim. Hieraus ergibt sich eine Gesamtzahl an **Aufenthaltstagen** von mindestens **16.751**.
-  Pro Veranstaltungstag geben die Übernachtungsgäste insgesamt 258,90 € (brutto) aus, die Tagesgäste 122,40 € und die Gäste aus Mannheim 94,00 €.
-  Der aus den Ausgaben der Kongressgäste resultierende **Bruttoumsatz** beträgt **4,5 Mio. €**.
-  Die durchschnittliche Teilnahmegebühr pro Gast liegt bei 46,80 €. Für die Übernachtungsgäste beträgt die Teilnahmegebühr pro Aufenthaltstag 19,60 €.
-  Für jeden Euro, der durch Teilnahmegebühren eingenommen wird, werden außerhalb rund **9,10 € zusätzlich** ausgegeben.
-  Daraus folgt, dass ein **großer Anteil der Effekte bei Betrieben und Lieferanten außerhalb** des Medizinkongresses entstehen.

Welche Effekte bewirkt der Medizinkongress?

KEY FACTS AUF EINEN BLICK (2/2)

-  Durch die Ausgaben der Kongressgäste lässt sich ein Einkommensäquivalent von 62 Bezieher*innen eines Primäreinkommens ableiten.
-  Für den Medizinkongress hat die m:con **Vorleistungen in Höhe von 5,3 Mio. €** brutto beauftragt. **Ca. 35 % der Umsätze** für Lieferungen von Waren und Dienstleistungen fließen an Lieferanten aus **Mannheim und Region**.
-  Die Ausgaben für Vorleistungen führen zu einer **Wertschöpfung** von rund **2,9 Mio. €**.
-  Diese Wertschöpfung entspricht einem Äquivalent von rund **89 Personen**, die durch die Vorleistungen für den Medizinkongress ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten.
-  Somit entstehen durch die Vorleistungen sowie durch die Ausgaben der Gäste während des Kongresses **Beschäftigungseffekte von 151 Einkommensäquivalenten**.
-  Zusätzlich wird bei der m:con selbst Personal im Rahmen der Veranstaltungsplanung gebunden.

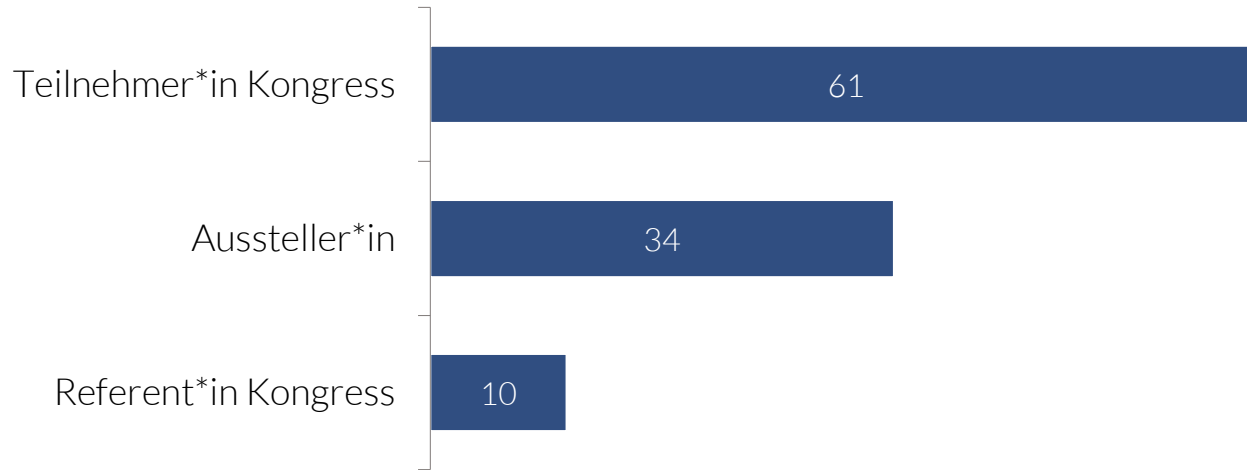


AUSWERTUNG DER GÄSTEBEFragung

Rund 60 % sind Kongress-Teilnehmer*innen

Was trifft auf Sie zu? Ich bin...

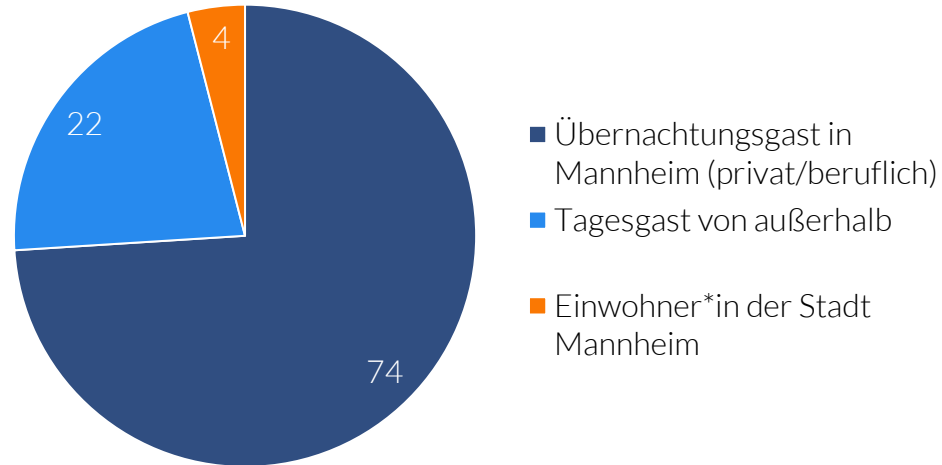
(Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)



Fast Dreiviertel übernachten in Mannheim

Was trifft auf Sie als Gast dieser Veranstaltung zu? Ich bin...

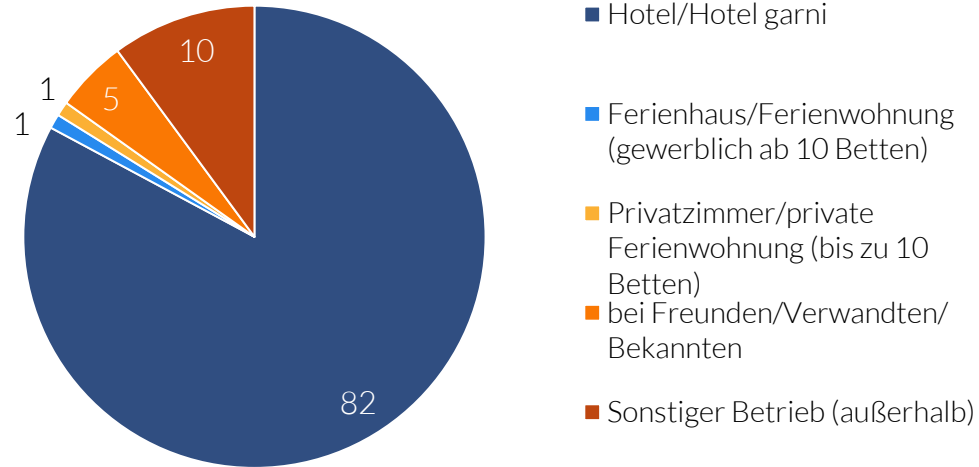
(Angaben in %)



Ein Großteil übernachtete in Hotels

In welcher Unterkunft übernachteten Sie in Mannheim / haben Sie übernachtet?

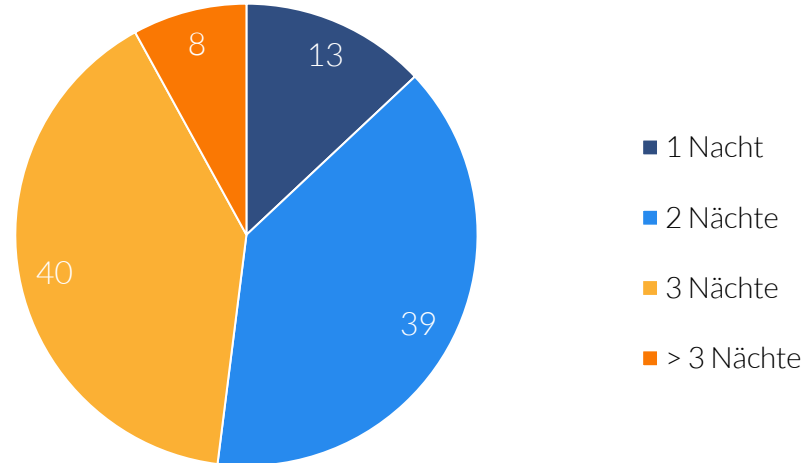
(nur Übernachtungsgäste, Angaben in %)



Fast 80 % bleiben 2-3 Nächte

Wie lange bleiben Sie in Mannheim?

(nur Übernachtungsgäste, Angaben in %)





DEFINITIONEN UND METHODIK

Definition Tourismus

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UN Tourism, bis 2024 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 2025; in Anlehnung an UN Tourism (UNWTO, 1995)

TAGESAUSFLUG

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

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

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

TAGESGESCHÄFTSREISE

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

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

Ausgabeverhalten der Gäste

AUSGABEN ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

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

Dabei wird eine Differenzierung nach Preiskategorien für die genutzten Unterkunftsformen vorgenommen. Hierbei nutzen wir verschiedene Datenbanken und Ergebnisse aus eigenen Grundlagenuntersuchungen.

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

Folgende Aspekte sind in der vorliegenden Untersuchung nicht berücksichtigt:

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

AUSGABEN TAGESGÄSTE/EINHEIMISCHE

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

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



GLOSSAR UND QUELLEN

AUFENTHALTSTAG

Bei den Berechnungen von uns zum Wirtschaftsfaktor Tourismus wird jeder Tagesausflug, jede Tagesgeschäftsreise und jede Übernachtung jeweils als ein Aufenthaltstag gezählt. Die Addition der Nachfragesegmente ergibt folglich die gesamte touristische Nachfrage in Form von Aufenthaltstagen.

AUSGABENSTRUKTUR

Differenzierung der Ausgaben pro Person und Tag nach Gastgewerbe, Einzelhandel und Dienstleistungen.

BRUTTOUMSATZ

Ergibt sich aus der Multiplikation des Nachfrageumfanges mit den Ø-Tagesausgaben pro Kopf (inkl. MwSt.).

DIENSTLEISTUNGEN, SONSTIGE

Ausgaben der Gäste in allen Bereichen außerhalb des Gastgewerbes und des Einzelhandels, wie z. B. ÖPNV-Nutzung, Eintrittsgebühren, Inanspruchnahme von Wellnessangeboten, Tagungsgebühren, Gästekarten / Inklusivkarten.

EINKOMMENSEFFEKTE, DIREKT

Lassen sich aus der Ausgabenstruktur der Gäste ableiten. Nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz ergibt sich der Nettoumsatz für die einzelnen Ausgabearten. Aus der Multiplikation des Nettoumsatzes der einzelnen Branchen mit den jeweiligen Wertschöpfungsquoten dieser Branchen ergeben sich die direkten Einkommenseffekte. Dies entspricht der Wertschöpfung auf der ersten Umsatzstufe.

EINKOMMENSEFFEKTE, INDIRECT

Ergeben sich aus der Multiplikation der Vorleistungen mit der Wertschöpfungsquote der zweiten Umsatzstufe.

EINZELHANDEL

Bei Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus wird der Einzelhandel in Lebensmitteleinzelhandel und sonstigen Einzelhandel unterteilt.

GASTGEWERBE

Oberbegriff für das Beherbergungs- und Gaststätten-gewerbe. In der vorliegenden Studie ist die Definition jedoch nicht deckungsgleich zur Umsatzsteuerstatistik (WZ-Code 55/56), da dort beispielsweise jene Ausgaben nicht erfasst werden, die von Gästen für Übernachtungen in privaten Ferienwohnungen/Quartieren, Sanatorien oder beim Dauercamping getätigt werden.

Diese sind entweder anderen WZ-Codes zugeordnet oder überhaupt nicht umsatzsteuerlich erfasst, da sie unterhalb der Steuerfreigrenze bleiben. Bei den Gastronomieumsätzen gibt es ebenso Abweichungen, da Umsätze von Gästen auch in Kiosken oder in Restaurants von Kaufhäusern, bei Bäckereien, Metzgereien, Tankstellen oder anderen Einzelhandelsgeschäften mit Gastronomieeinheiten getätigt werden. Seitens der Gäste werden diese als „Ausgaben für Verzehr von Speisen und Getränken“ betitelt und sind hier somit in den ausgewiesenen Werten der Gastronomie enthalten. Seitens der Umsatzsteuerstatistik werden diese aber in anderen Wirtschaftszweigen und nicht unter Gastgewerbe verbucht (z.B. gewisse Dienstleistungen bei WZ 86 Gesundheitsleistungen).

MISCHSTEUERSATZ

Beruhrt auf der Gewichtung der Umsätze mit jeweils fixen Steuersätzen (z. B. Umsatz aus Gastronomie (Speisen) = 7%, Umsatz aus Gastronomie (Getränke) = 19%, Umsatz Verpachtung und Vermarktung = 19%, etc.).

NETTOUMSATZ

Ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz.

PRIMÄREINKOMMEN

Einkommen der privaten Haushalte (einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck) aus Erwerbstätigkeit und Vermögen: Arbeitnehmerentgelt, Einkommen der Einzelunternehmen/Selbstständigen, die auch eine Vergütung für die mithelfenden Familienangehörigen enthalten, Betriebsüberschuss aus der Produktion von Dienstleistungen aus eigengenutztem Wohneigentum, sowie die netto empfangenen Vermögenseinkommen; vgl. hierzu auch Definition und Angaben der Statistischen Ämter der Länder sowie des Statistischen Bundesamtes (siehe Quellen).

TAGESAUSGABEN

Gesamtsumme der pro Person und Tag je Aufenthaltstag getätigten Ausgaben.

TAGESREISEN

Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen. Bei den Ausflügen: Verlassen des Wohnumfeldes (in der Regel Gemeindegrenze; bei Großstädten über 100.000 Einwohner*innen wird das Wohnumfeld im Allgemeinen mit dem Stadtteil, -bezirk gleichzusetzen sein), ohne Pendlerverkehr, Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfes und regelmäßige Routinefahrten (z. B. Vereinsaktivität im Nachbarort, Behördengang, Gottesdienstbesuch). Bei Geschäftsreisen ohne Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage) sowie ohne Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z. B. Dienstgänge).

UMSATZSTEUER (MEHRWERTSTEUER)

Steuer auf den Austausch von Leistungen. Belastet wird dabei der von den Unternehmen erwirtschaftete Mehrwert. Der Endverbraucher hat die Mehrwertsteuer in voller Höhe zu tragen. Je nach Ausgabenart gelten unterschiedliche Mehrwertsteuersätze.

Neben dem vollen Mehrwertsteuersatz (19 %), gibt es den ermäßigten Steuersatz (7 % u. a. für Beherbergungsleistungen, Lebensmittel, ÖPNV, Seilbahnen, Zeitungen) sowie eine Steuerbefreiung (0 % u. a. für Heilbehandlungen, Jugendherbergen, viele Privatquartiere, Mieten, Reha-Einrichtungen).

VORLEISTUNGEN

Der Betrag, welcher nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt, wird für Vorleistungen ausgegeben; z. B. Zulieferung von Waren (Brötchen von Bäckereien, Strom vom Energieerzeuger), Bereitstellung von Dienstleistungen (z. B. Prospekte der Werbeagentur, Kredite, Versicherungen) und Investitionen in die Substanzerhaltung (z. B. Neubau bzw. Renovierung durch Handwerkerfirmen).

VFR

Besucher*innen von Bekannten und Verwandten; (engl. „Visiting friends and relatives“).

WERTSCHÖPFUNG (AUCH EINKOMMEN)

Im Sinne der in dieser Untersuchung durchgeführten Berechnungen gleichzusetzen mit den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und den Gewinnen der relevanten Unternehmen. Die Wertschöpfungsquote ist hierbei der Anteil des Nettoumsatzes in Prozent, der direkt zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Die Wertschöpfungsquoten basieren z. B. auf Betriebsvergleichen für unterschiedliche Branchen (z. B. dwif-Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie), amtlichen Statistiken, in denen Kostenstrukturen für verschiedene Wirtschaftszweige ausgewiesen werden, sowie Detailerhebungen für ausgewählte Verkehrsleistungen bzw. Infrastruktureinrichtungen, die u. a. auch aus Studien von uns abgeleitet werden.

Datenquellen

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

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

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

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

dwif-interne Studien und Datenbanken

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

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 86, München 2022.

dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 und 2024.

dwif (Hrsg.): dwif-Tagesreisenmonitor, München, laufende Untersuchung und Erhebungen seit 2016.

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

dwif (Hrsg.): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (ERV/DZT), München, laufende Untersuchung und Erhebungen seit 2006.

dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, in: dwif-Schriftenreihe, Nr. 55, München 2013.

Quelle: dwif 2025

extern verfügbare Daten

m:con – mannheim:congress GmbH: Daten, Statistiken und Auskünfte, Mannheim 2025.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2025.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2024, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2024.

World Tourism Organization (UN Tourism, bis 2024 UNWTO): Technical Manual No. 2, Collection of Tourism Expenditure Statistics, 1995.

AUFTRAGGEBER

m:con – mannheim:congress GmbH
Rosengartenplatz 2
68161 Mannheim

PROJEKTBEARBEITUNG DWIF

Diana Pinnow, Senior Consultant Ökonomische Analysen

Leonie Scherer, Consultant Marktforschung

Milena Pippert, Consultant Ökonomische Analysen

München/Berlin, 2025.

The logo for dwif, featuring the lowercase letters 'dwif' in a bold, blue, sans-serif font. The 'i' has a dot, and the 'f' has a horizontal bar.

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten © 2025 dwif.
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.