



Bild: m:con / Ben van Skyhawk

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

REGIONALÖKONOMISCHE EFFEKTE DURCH DIE M:CON

Auftraggeber: m:con – mannheim:congress GmbH

Berlin/München, Juli 2025

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2025 dwif

Ausgangssituation

Die m:con - mannheim:congress GmbH ist eine Kongress- und Veranstaltungsagentur mit Sitz in Mannheim. Sie betreibt das Congress Center Rosengarten im Herzen Mannheims für bis zu 9.000 Gäste, und bespielt weitere Eventlocations mit einer großen Spanne von passenden Räumlichkeiten in der Metropolregion Rhein-Neckar und darüber hinaus auch in anderen deutschen Städten.

Bereits seit 30 Jahren bietet die m:con – mannheim:congress GmbH mit ihren Partnern und Dienstleistern den vollen Service für eine erfolgreiche Komplettlösung von Veranstaltungen. Zu den Leistungen der Agentur zählen neben Konzeption, Kommunikation, Teilnehmer- und Referentenmanagement auch die technische Betreuung. Neben dem Fokus auf medizinische und wissenschaftliche Kongresse bietet der Rosengarten auch Heimat für eine Vielzahl an kulturellen Veranstaltungen.

Die m:con und der Rosengarten sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Region und bietet eine Plattform für den Austausch von Ideen, Innovationen und Geschäftsbeziehungen. Um dies mit aktuellen Zahlen zu belegen, wurde die dwif-Consulting GmbH beauftragt, eine umfassende Analyse der regionalökonomischen Auswirkungen der m:com zu erstellen, in der Umsatz- und Wertschöpfungseffekte sowie Arbeitsplätze dargestellt werden.

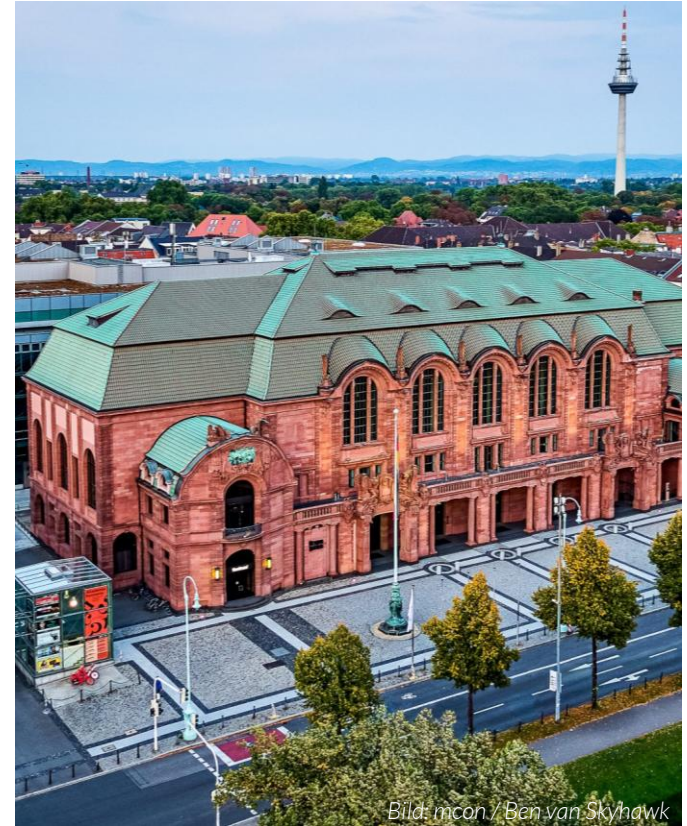
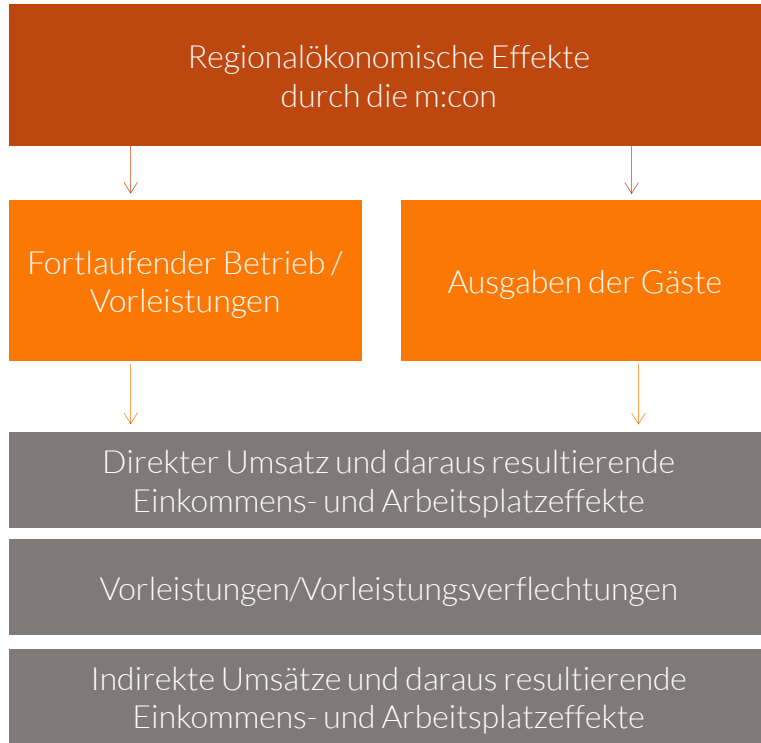


Bild: m:con / Ben van Skyhawk

INHALTSVERZEICHNIS

ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE	4	DEFINITIONEN UND METHODIK	36
WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE DURCH DIE M:CON	7	Definition und Quantifizierung Tourismus	37
Effekte durch den fortlaufenden Betrieb und die Vorleistungsverflechtungen der m:con	7	Ausgabeverhalten der Gäste	39
Effekte durch die Ausgaben der Besucher*innen der m:con	18	Berechnungsweg	40
Zusammenfassung der Effekte	28	GLOSSAR UND QUELLEN	47
IMMATERIELLE EFFEKTE	33		

Zielsetzung und Vorgehensweise



Für die m:con sollen die Wertschöpfungseffekte ermittelt werden. Dabei wird zwischen zwei Effekten unterschieden:

- Zum einen entstehen direkt durch den fortlaufenden Betrieb Umsatz-, Wertschöpfungs- und Arbeitsplatzeffekte. Diese werden auf Basis der Gewinn- und Verlustrechnung abgeleitet. Zudem können durch die Auswertung der Lieferantensaldenlisten die Vorleistungsverflechtungen geographisch zugeordnet und regionalisiert werden.
- Zum anderen tätigen die Besucher*innen Ausgaben während bzw. im Rahmen des Kongress- oder Veranstaltungsbesuchs und außerhalb der Venues in der Stadt Mannheim bzw. in der regionalen Umgebung. Hierfür konnten die Ausgabenwerte der Gäste durch Spezialauswertungen der dwif-internen Grundlagenstudien berechnet werden.

Neben den jeweiligen direkt entstehenden Effekten werden zusätzlich die bei Lieferanten von Waren und Dienstleistungen anteilig zurechenbaren Wertschöpfungs- und Arbeitsplatzeffekte auf Basis von branchenspezifischen Wertschöpfungsquoten ermittelt.

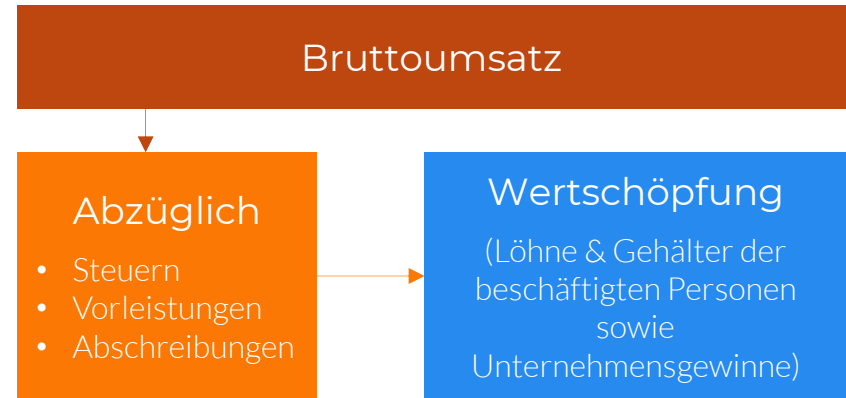
Bruttoumsatz | Wertschöpfung

Die Wertschöpfung ist die zentrale betriebs- und volkswirtschaftliche Kennzahl, weil sie den tatsächlich geschaffenen ökonomischen Mehrwert zeigt – also was ein Unternehmen oder eine Volkswirtschaft nach Abzug aller Vorleistungen und Kosten effektiv erwirtschaftet.

Entsprechend wird in den Studien des dwif neben der Darstellung des Bruttoumsatzes und den Ausgaben vor Ort – ganz im Sinne der Vorgaben der Bilanzerstellung und volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Bundes und der Länder – stets auch der Betrag ermittelt, welcher nach Abzug aller Kosten übrig bleibt: die Wertschöpfung. Im Sinne der in dieser Untersuchung durchgeführten Berechnungen definieren wir die Wertschöpfung als Nettowertschöpfung. Diese ist gleichzusetzen mit den Löhnen und Gehältern der in den 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 bzw. (Netto-) Wertschöpfung – wird.



Die dwif-Datenwelt



dwif-Marktforschung & Studien

dwif-Tagesreisenmonitor

Qualitätsmonitor Deutschland-
Tourismus

Betriebsvergleiche für das Gastgewerbe

dwif-Freizeitmonitor

Tourismusakzeptanz/
Lebensqualität

Ressourcen Tourismusorganisationen



Datenbanken Wirtschaftsfaktor

Hotellerie

Touristikcamping

Dauercamping

Reisemobiltourismus

Privatquartiere &
Kleinbeherbergungsmarkt

Shared Economy

VFR & Freizeitwohnsitze

Jugendherbergen

Einzelhandel & Kaufkraft

VGR



Externe Daten & Kooperationen

TrustYou

Preisindizes, z.B. STR Global

Arbeitsmarkt & Beschäftigung

Beherbergung & Gastronomie

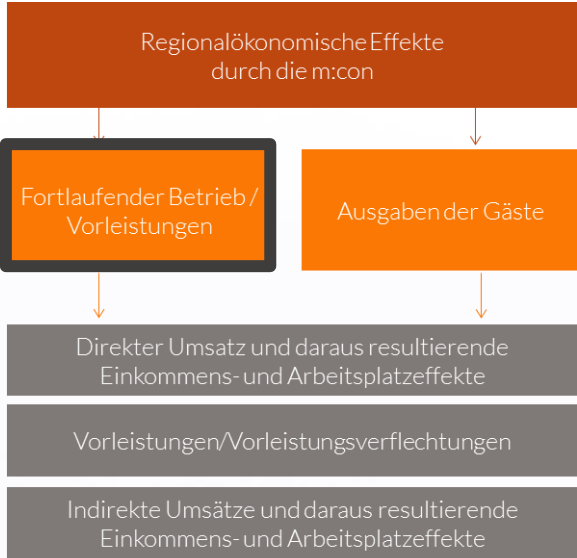
Bilanzdaten von Betrieben, Konjunktur
& Konsum, Gewerbe, (Sozio-) Ökonomie

Steueraufkommen & Steuereinnahmen

Qualität & Zertifizierungen

CO2-Fußabdruck

Prospektive Daten Preise/
Verfügbarkeiten (myrate)



EFFEKTE DURCH DEN LAUFENDEN BETRIEB DER M:CON



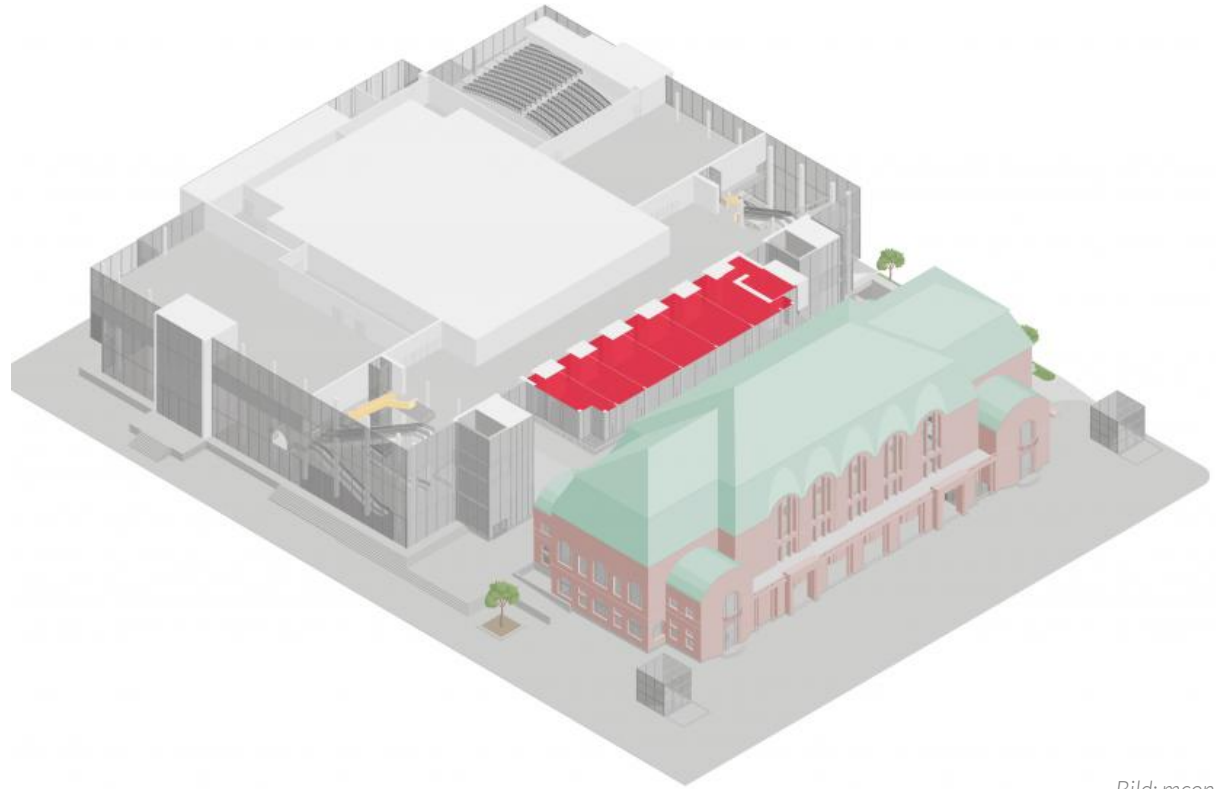
Ausgaben der m:con 2024

AUSGABEART	AUSGABEN BRUTTO	MISCHSTEUERSATZ	NETTOAUSGABEN
Vorleistungen laufender Betrieb	36,8 Mio. €	17,0 %	31,5 Mio. €
Löhne und Gehälter	9,9 Mio. €	abzgl. soziale Abgaben (inkl. AG-Anteil)	7,7 Mio. €
GESAMT	46,7 MIO. €		39,2 MIO. €
zusätzliche Vorleistungen (einmalige Investitionen) ¹	9,9 Mio. €	19,0 %	8,3 Mio. €

¹ Vorleistungen, die nicht im Rahmen des laufenden Betriebs entstanden sind, sondern im Rahmen von Investitionsprojekten; siehe S. 10

Darstellung ohne einmalige Investitionskosten

Unter den 46,7 Mio. € Umsätzen mit Lieferanten im Jahr 2024 sind auch 9,9 Mio. € für die Planung und Umsetzung des Erweiterungsbaus enthalten. Dies sind keine „normalen“ Aufwendungen im Sinne des laufenden Betriebs, vielmehr sind sie als einmalige Investitionen anzusehen. Aus diesem Grund werden diese Aufwendungen im Gesamtaufwand nicht berücksichtigt. Somit betragen die Vorleistungen des laufenden Betriebs 36,8 Mio. €.

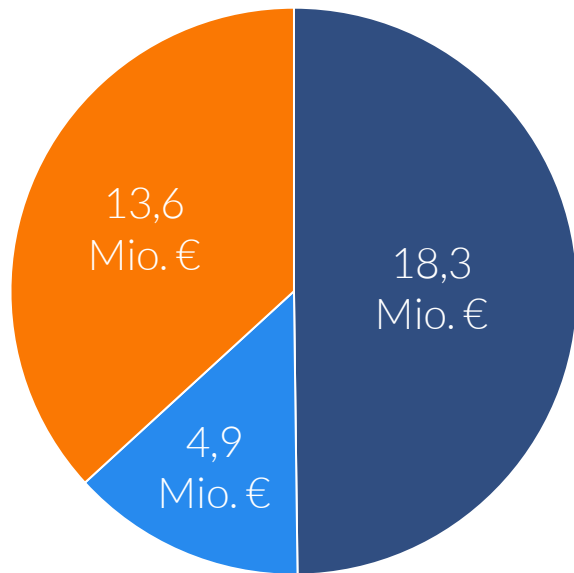




AUSWERTUNG DER VORLEISTUNGSVERFLECHTUNGEN

Vorleistungen: Wohin fließen die Umsätze für die Lieferung von Waren und Dienstleistungen der m:con?

Brutto-Vorleistungen 2024: 36,8 Mio. €



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

Die m:con hat zur Herstellung ihrer Dienstleistungen im Jahr 2024 Vorleistungen in Höhe von 36,8 Mio. € brutto beauftragt. Rund 18,3 Mio. € und somit 49,8 % der Vorleistungen werden durch Gesellschaften & Unternehmen aus Mannheim erbracht.

Weitere 4,9 Mio. € (13,4 %) stammen von Unternehmen aus dem Umkreis bis zu 50 km um Mannheim herum. Damit werden 63,2 % der Vorleistungen durch Gesellschaften und Unternehmen aus der Stadt Mannheim und der umliegenden Region erbracht.

Rund 13,6 Mio. € (36,8 %) der Vorleistungen fließen ins übrige Deutschland und in das Ausland.

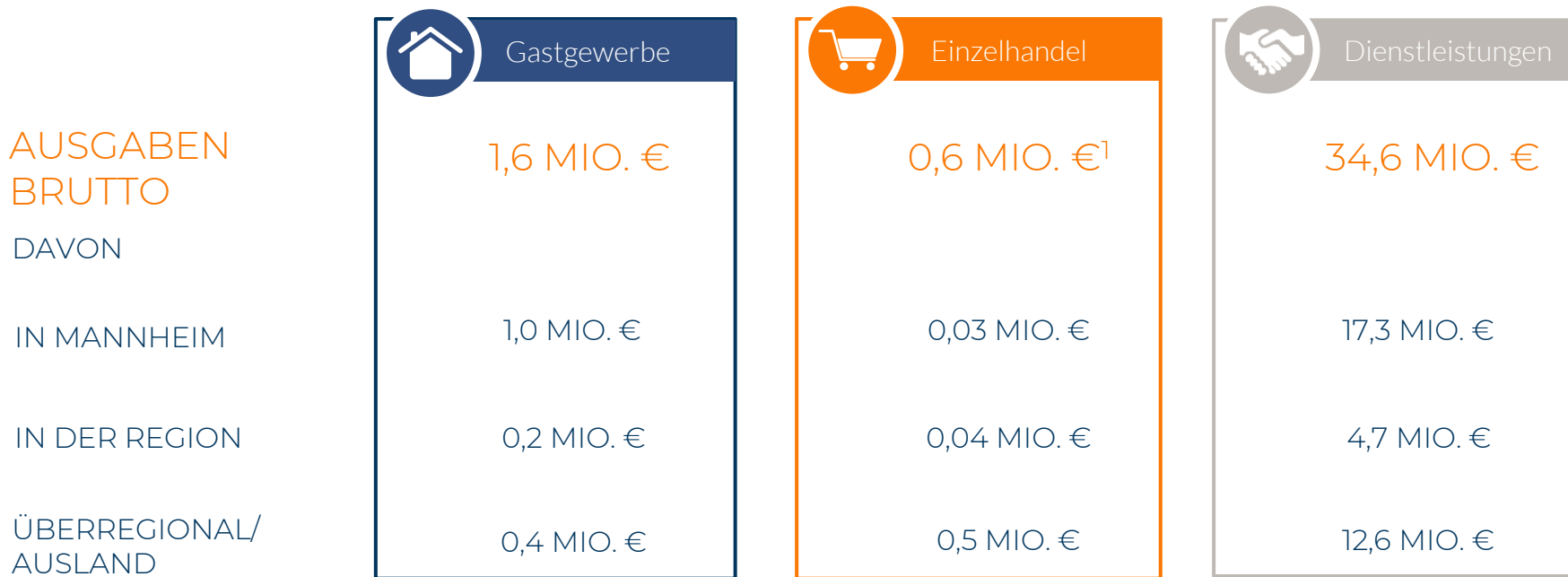
Vorleistungen: Welche Branchen/Bereiche profitieren als Zulieferer?

Die Umsatzanteile der Brutto-Vorleistungen von 36,8 Mio. € fließen anteilig wie folgt in Gesellschaften/Unternehmen aus den dargestellten Branchen/Bereichen:

Anteil	Branche/Bereich	Anteil	Branche/Bereich
10,4 Mio. € / 28,2 %	Eventmanagement und Eventtechnik	1,4 Mio. € / 3,8 %	PR / Werbung / Druck / Medien / Grafik
6,3 Mio. € / 17,2 %	Energie	1,1 Mio. € / 3,1 %	IT-Dienstleistungen / Telekommunikation
3,0 Mio. € / 8,3 %	Gebäudedienstleistungen und Technik IT-Dienstleistungen/Software	0,6 Mio. € / 1,7 %	Honorare
2,8 Mio. € / 7,6 %	Sicherheits- und Gesundheitswesen	0,6 Mio. € / 1,6 %	Einzel- und Großhandel
2,6 Mio. € / 7,1 %	Stadt / öffentliche Verwaltung	0,5 Mio. € / 1,3 %	Reinigung / Entsorgung
2,6 Mio. € / 7,1 %	Baugewerbe / Architektur / Planung	0,4 Mio. € / 1,0 %	Möbel und Inneneinrichtung
1,6 Mio. € / 4,4 %	Gastgewerbe	0,4 Mio. € / 1,0 %	Banken / Finanzdienstleistungen
1,6 Mio. € / 4,3 %	Personaldienstleistungen	0,9 Mio. € / 2,3 %	Sonstiges (Recht / Versicherung / Immobilien, Beratung, Bildung, Transport, Logistik, Sponsoring, Mitgliedschaften, etc.)

Vorleistungen: Zusammenfassung profitierende Branchen und Regionalität

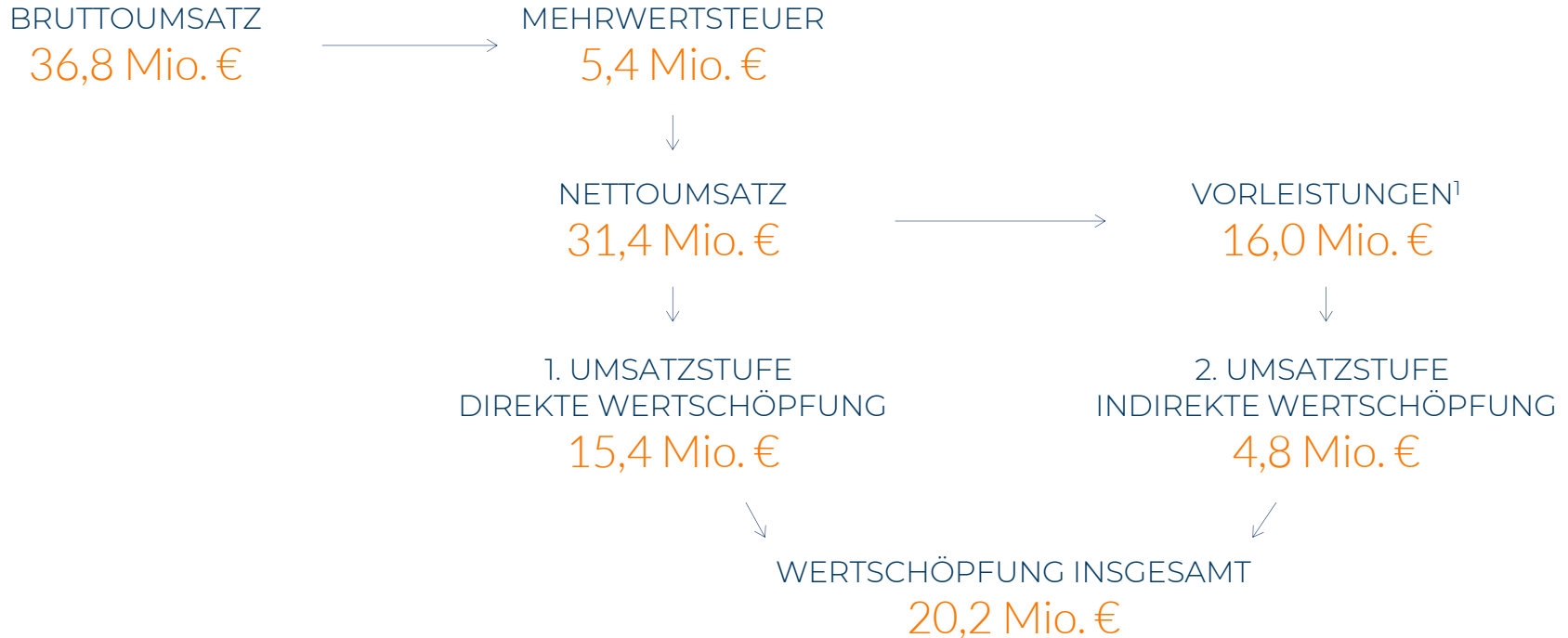
Die aufgezeigte Aufteilung der Umsatzanteile der Vorleistungen von 36,8 Mio. € lässt sich in drei Hauptbranchen zusammenfassen.



¹ gerundeter Wert

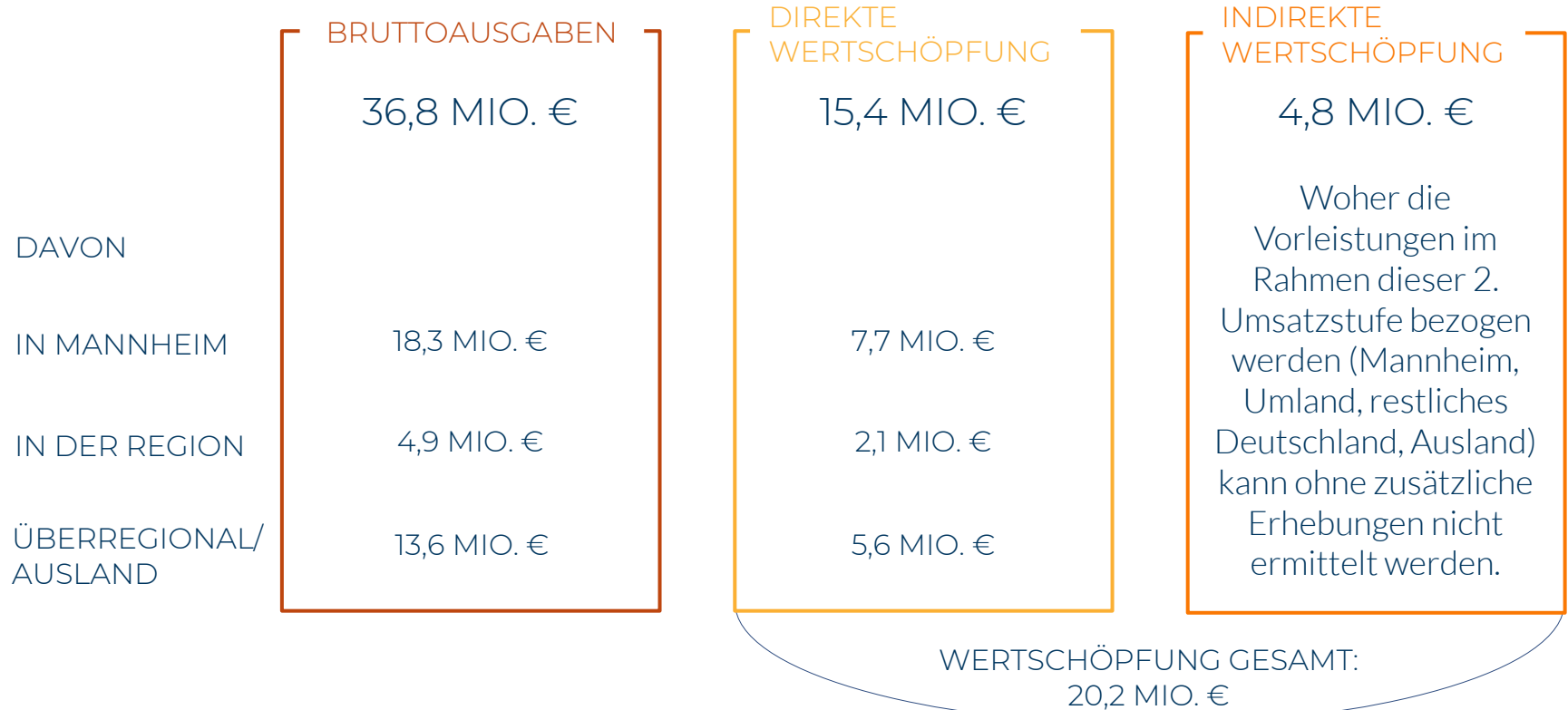
Quelle: dwif 2025; Daten m:con

Ableitung der Wertschöpfung aus den Vorleistungen



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

Regionalität der Wertschöpfung der Vorleistungen der m:con



Beschäftigungseffekte durch die Vorleistungen der m:con

EINKOMMENSÄQUIVALENTE INSGESAMT

625

Die Wertschöpfung von 20,2 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 625 Personen, die durch die beauftragten Vorleistungen der m:con ein regionalspezifisches durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

DAVON

IN MANNHEIM

IN DER REGION

ÜBERREGIONAL/
AUSLAND

DIREKTE WERTSCHÖPFUNG

472

233

59

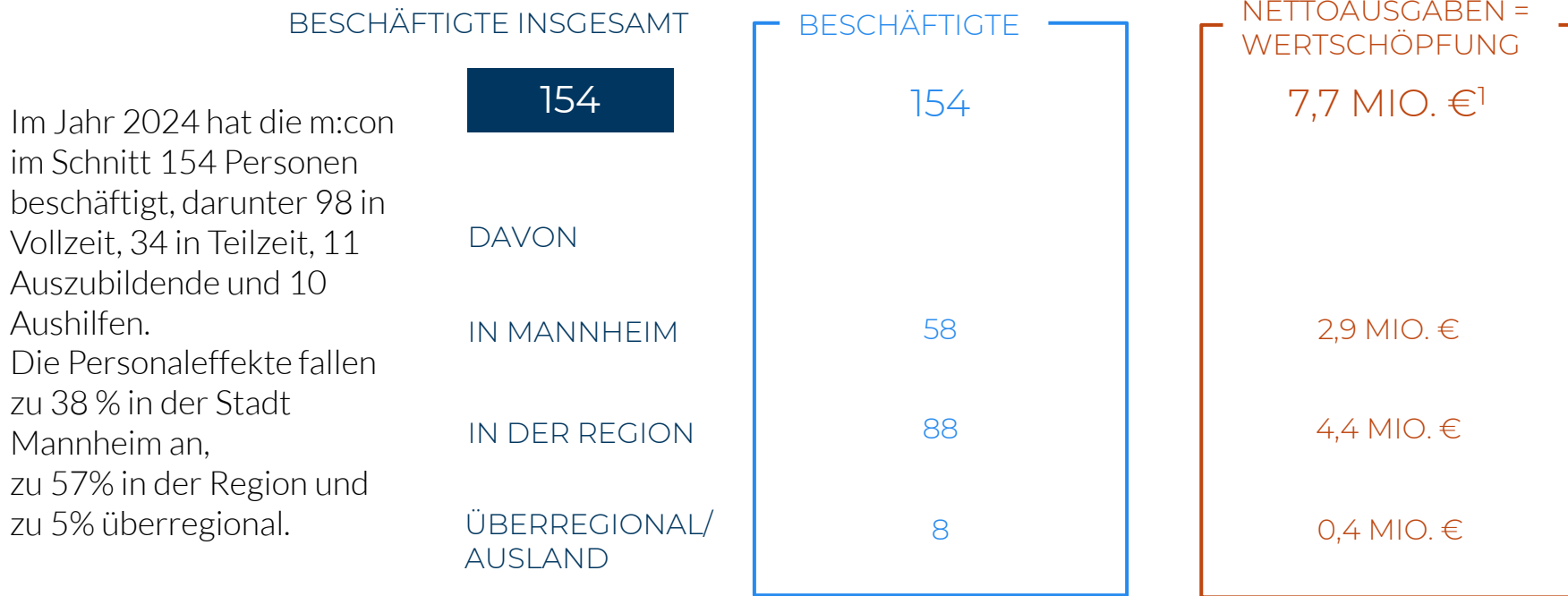
180

INDIREKTE WERTSCHÖPFUNG

153

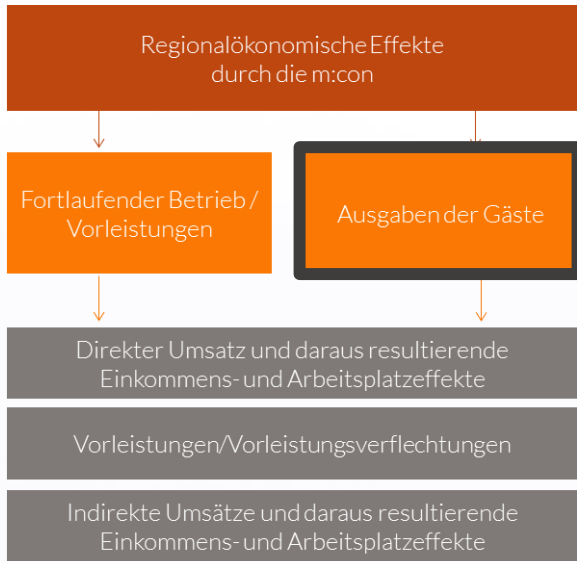
Die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe können nicht regionalisiert werden. Daher kann auch die Regionalität der Beschäftigungseffekte nicht im Detail bestimmt werden.

Beschäftigungseffekte durch die m:con / Regionalität der Gehälter



1 Bei der Verteilung wird eine Gleichverteilung der Löhne und Gehälter unterstellt.

Quelle: dwif 2025; Daten m:con



EFFEKTE DURCH DIE M:CON-GÄSTE



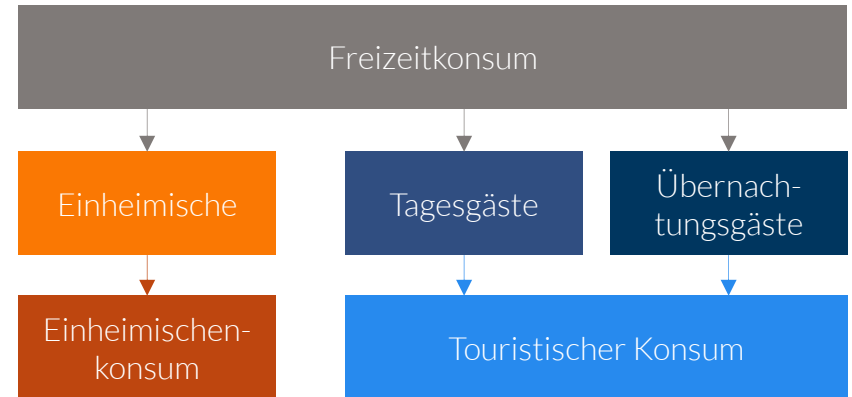
Differenzierung der Ausgaben

ABGRENZUNG DER AUSGABEN VOR ORT

Die Studie untersucht die Gesamtheit der von der m:con als Unternehmen getätigten Ausgaben sowie der von den Besucher*innen der m:con-Veranstaltungen getätigten Ausgaben. Das beinhaltet grundsätzlich die Ausgaben, welche auf der Veranstaltung getätigt wurden. Aber auch die Ausgaben, welche nicht direkt auf der Veranstaltung getätigt wurden, jedoch im Rahmen des Besuchs der Veranstaltung stehen, wurden erfasst. Das können z. B. Parkgebühren, Übernachtungskosten, Einkaufskosten sein.

Bei der Studie sind die Ausgaben aller Besucher*innen in Mannheim erfasst. Diese umfassen neben Übernachtungs- und Tagesgästen auch die Einheimischen. Die Ausgaben der Besucher*innen der Veranstaltungen außerhalb Mannheims werden in der Gesamtschau nicht berücksichtigt, da diese Effekte nicht in Mannheim entstehen.¹ Bei einer Zielgebietsbetrachtung der volkswirtschaftlichen Effekte werden nur die Ausgaben vor Ort differenziert.

Somit werden grundsätzlich touristischer Konsum (durch Übernachtungs- und Tagesgäste) als auch der Einheimischenkonsum erfasst und die Gesamtheit der von den Veranstaltungen ausgehenden ökonomischen Effekte aufgezeigt.



Prämissen für die Berechnungen der Effekte durch die m:con-Gäste

DURCHSCHNITTliche AUSGABEN DER GÄSTE

Grundlagen für die Berechnungen der Effekte durch die m:con-Gäste sind zum einen die vorliegenden Besucherzahlen der m:con für alle durchgeführten Kongresse sowie Veranstaltungen. Zum anderen fließen die durchschnittlichen Ausgaben der touristischen Gäste in Mannheim sowie die durchschnittlichen Ausgaben der Kongressbesucher und Veranstaltungsgäste in Deutschland in die Berechnung ein (interne dwif-Marktforschung).

Anzahl Besuchende: 354.790 Personen

- Aufteilung in m:con-Gäste in Mannheimer Locations (303.865; 85,6%) und externe Locations (50.925; 14,4%)
- Aufteilung in Kongress- (27,5%) und Veranstaltungsgäste (72,5%)
- Aufteilung in Übernachtungsgäste (26,2%), Tagesgäste (52,0%) und Gäste aus Mannheim (21,8%)
- **Annahmen:** Alle Übernachtungsgäste nutzen eine Unterkunft in Mannheim.¹ Hierbei wird der spezifische Beherbergungsmix in Mannheim berücksichtigt.

Quelle: dwif 2025, Daten m:con

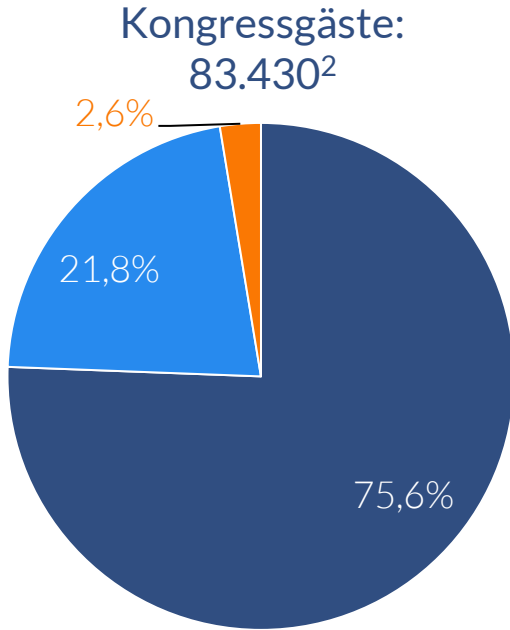
BERECHNUNG DER AUSGABENWERTE

Die ermittelten Ausgabenwerte stellen die Gesamtausgaben pro Tag und Besucher*in dar. Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der m:con-Gäste (z. B. Eintritte/Teilnahmegebühren, Gastronomie, Einkäufe) wie auch Ausgaben, welche während des Aufenthalts zusätzlich anfallen (z. B. Unterkunft und Einzelhandel u.v.m.). Die dargestellten Ausgaben sind sowohl ortsspezifisch (Stadt Mannheim) als auch motivspezifisch (Besuch von Messe/Kongress bzw. Besuch von Veranstaltungen) ermittelt worden.

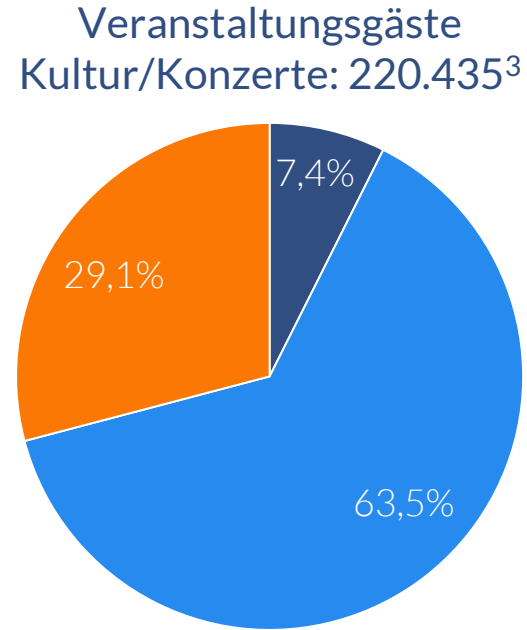
Neben der spezifischen Verteilung der Übernachtungen nach Betriebstyp ist die regionalspezifische Preisentwicklung ein wichtiger Bestandteil der Ermittlung der von Übernachtungsgästen getätigten Ausgaben. Das Ausgabeverhalten der Tagesgäste erfordert ebenfalls umfangreiche Primärerhebungen.

¹ Der Anteil überregionaler m:con-Gäste, die nicht in einer Unterkunft in Mannheim übernachten, sondern außerhalb, ist nicht bekannt. In Ermangelung an Informationen, wie die tatsächliche Verteilung ist, wird angenommen, dass alle m:con-Gäste das Beherbergungsangebot in Mannheim nutzen.

Gästestruktur der m:con-Veranstaltungen in Mannheimer Locations 2024¹



■ Übernachtungsgäste ■ Tagesgäste ■ Einheimische



■ Übernachtungsgäste ■ Tagesgäste ■ Einheimische




¹ Betrachtet werden nur die m:con-Veranstaltungen in Mannheim. Siehe Hinweise zu den Veranstaltungen an anderen Standorten auf S. 19 und S. 27.

² Die Verteilung basiert auf dem spezifischen Gästemix von zwei großen Kongressveranstaltungen (ein Finanzkongress und ein Medizinkongress) der m:con im Rosengarten.

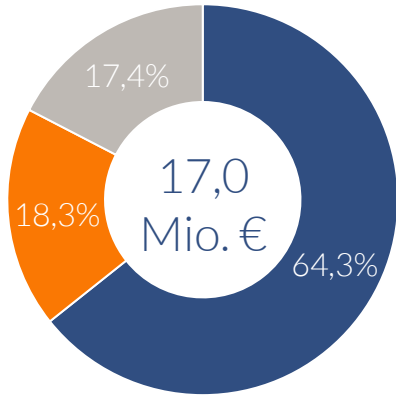
³ Die Verteilung basiert auf dem spezifischen Gästemix der Veranstaltungen der SAP-Arena, Alte Feuerwache, Capitol, Kunsthalle Mannheim sowie dem Time Warp.

Quelle: dwif 2025; Daten m:con 2025

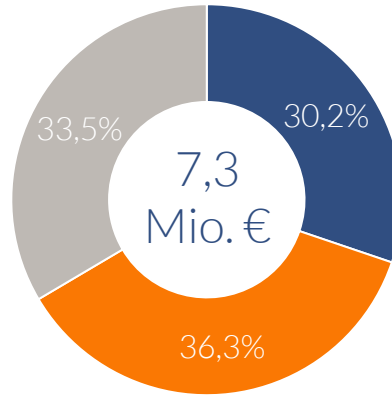
Umsätze der m:con-Gäste in Mannheim nach Besuchergruppen

MARKTSEGMENT	BESUCHER*INNEN	X	Ø-TAGES-AUSGABEN ¹	=	BRUTTO-UMSATZ ²
 Übernachtungsgäste ¹	79.430	x	213, ⁷⁰ €	=	17,0 Mio. €
 Tagesgäste ²	158.135	x	46, ⁶⁰ €	=	7,3 Mio. €
 Einheimische	66.300	x	28, ⁴⁰ €	=	1,9 Mio. €
GESAMT	303.865				26,2 MIO. €

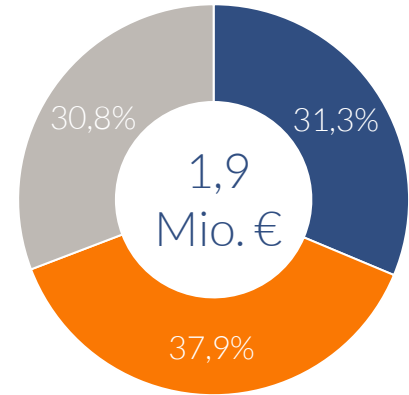
Direkte Profiteure von den Ausgaben der m:con-Gäste



Übernachtungsgäste

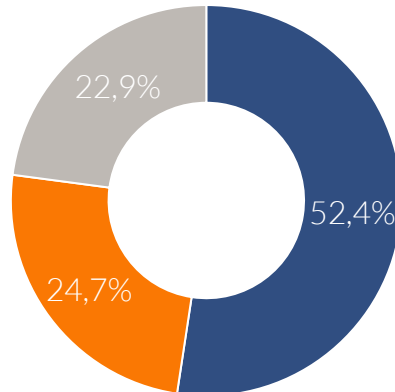


Tagesreisende



Einheimische

GESAMT
26,2 MIO. €



Gastgewerbe 13,7 Mio. €

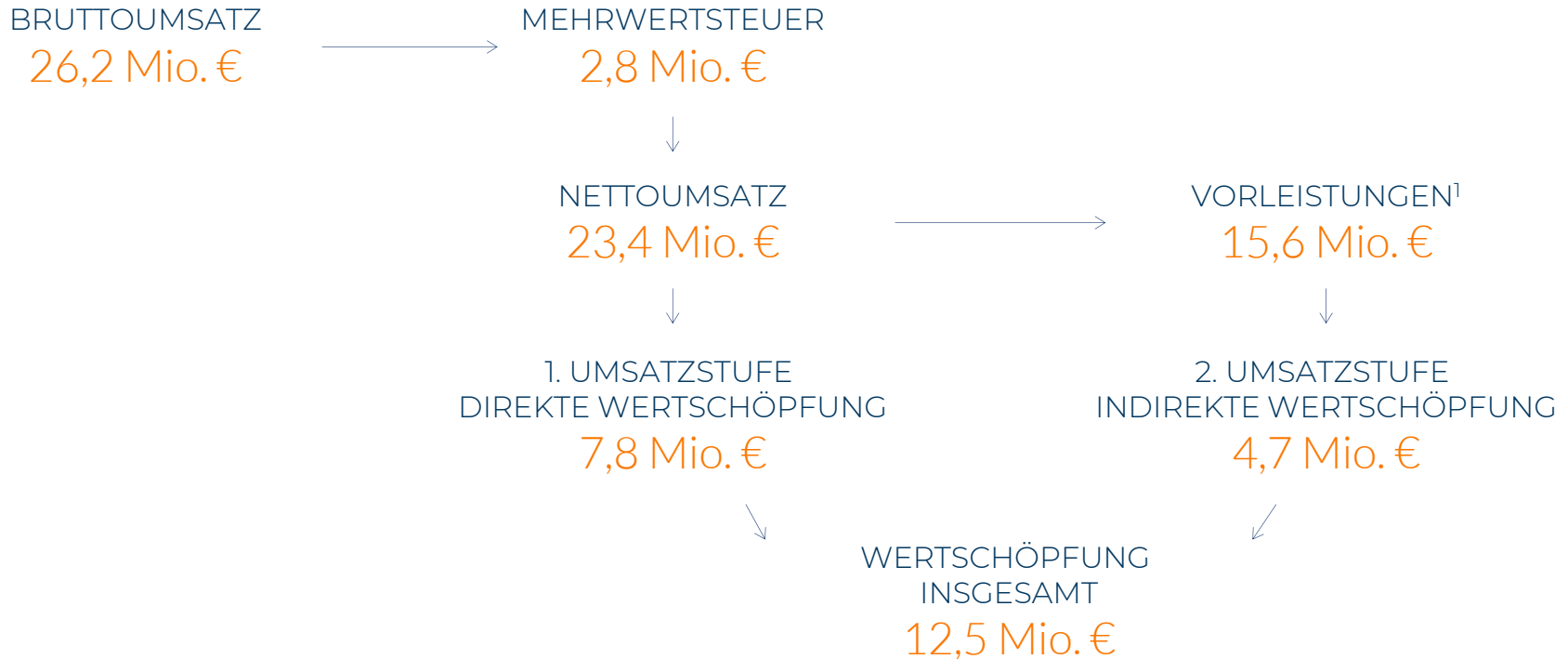


Einzelhandel 6,5 Mio. €



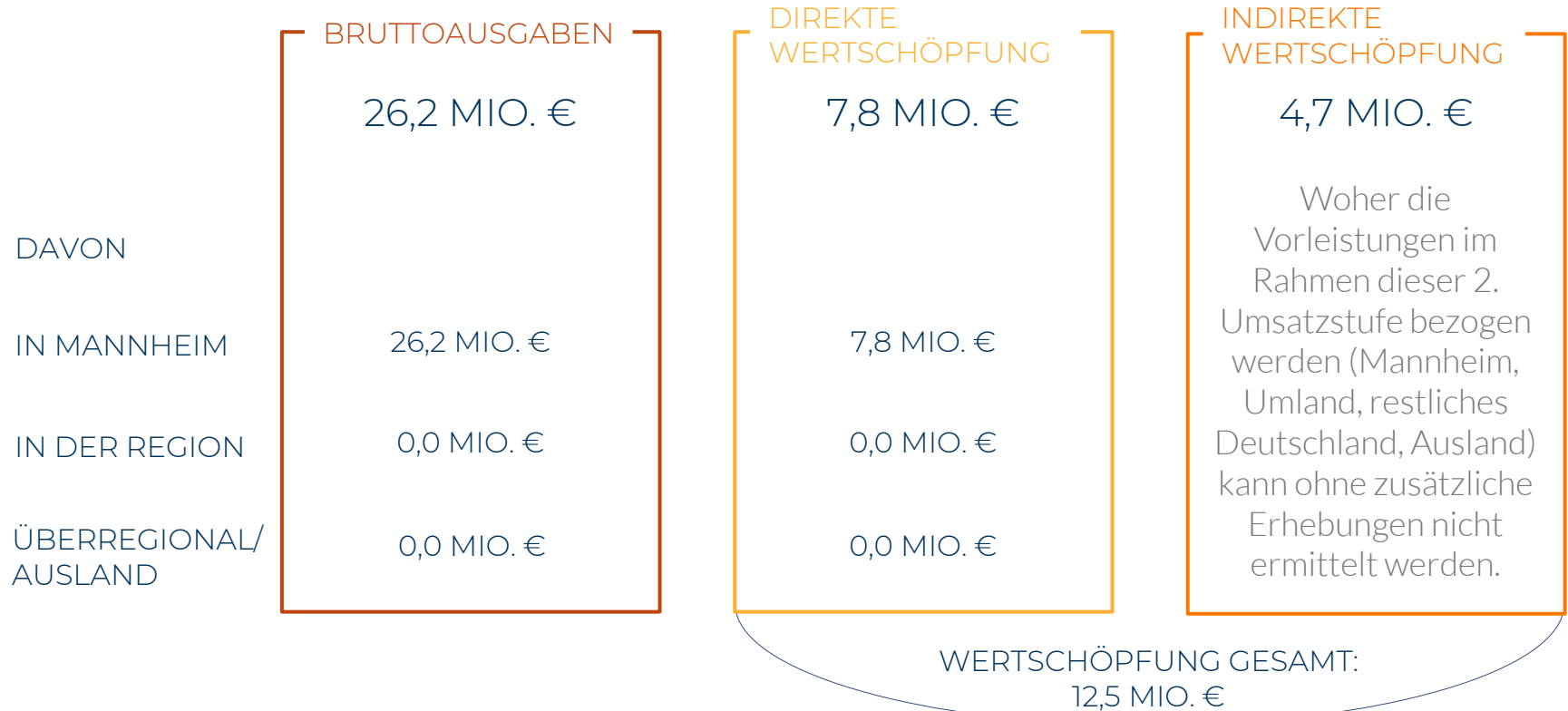
Dienstleistungen 6,0 Mio. €

Wertschöpfungseffekte durch die Ausgaben der m:con-Gäste



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

Regionalität der Wertschöpfung der Gäste der m:con



Beschäftigungseffekte durch die Ausgaben der m:con-Gäste

EINKOMMENSÄQUIVALENTE INSGESAMT

374

Die Wertschöpfung von 12,5 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 374 Personen, die durch die Ausgaben der m:con-Gäste ein regionalspezifisches durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

DAVON

IN MANNHEIM

IN DER REGION

ÜBERREGIONAL/
AUSLAND

DIREKTE WERTSCHÖPFUNG

225

225

0

0

INDIREKTE WERTSCHÖPFUNG

149

Die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe können nicht regionalisiert werden. Daher kann auch die Regionalität der Beschäftigungseffekte nicht im Detail bestimmt werden.

EXKURS: Effekte durch die m:con-Gäste bei externen Veranstaltungen

DURCHSCHNITTLLICHE AUSGABEN DER GÄSTE

Die m:con führt jährlich eine Vielzahl an Kongressveranstaltungen an anderen Standorten außerhalb Mannheims durch. Im Jahr 2024 waren es 40 Veranstaltungen mit 50.925 Gästen. Es handelt sich hierbei um ausschließlich Kongresse bzw. Veranstaltungen im beruflichen Kontext. Auch bei diesen Veranstaltungen entstehen ökonomische Effekte durch die Gäste, welche jedoch auf Grund der Zielgebietenbetrachtung nicht in den Gesamtergebnissen enthalten sind. Diese Effekte können jedoch auf Basis folgender Annahmen grob skizziert werden:

Anzahl Gäste: 50.925 Personen

- Annahme: Alle Gäste entsprechen dem Profil eines Kongressgastes.
- Annahme: Aufteilung der Kongressgäste in Übernachtungsgäste (75,6%), Tagesgäste (21,8%) und einheimische Gäste (2,6%) analog zur Gästestruktur der Kongressveranstaltungen in Mannheim.

BERECHNUNG DER AUSGABENWERTE

Für die Berechnung werden für ein bessere Vergleichbarkeit die gleichen Ausgabenprofile wie für die m:con-Kongressgäste in Mannheim angesetzt. Dies sind 223,10 € pro Gast und Aufenthaltstag bei Übernachtungsgästen, 27,70 € bei Tagesgästen und 16,60 € pro einheimischen Gast. Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der m:con-Kongressgäste (z. B. Unterkunft, Einzelhandel, Gebühren).

Insgesamt werden durch die Ausgaben der m:con-Gäste an anderen Standorten Bruttoumsätze von ca. 8,6 Mio. € erwirtschaftet. Dadurch entstehen in der ersten und zweiten Umsatzstufe zusammen Wertschöpfungseffekte in Höhe von 4,3 Mio. €. Diese Effekte entsprechen einem Einkommensäquivalent von rund 137 Personen, die dadurch ein durchschnittliches Primäreinkommen in Deutschland beziehen könnten. Weiterhin entsteht durch die Ausgaben der Gäste ein Steueraufkommen von rund 0,8 Mio. €

Regionalökonomische Effekte
durch die m:con

Fortlaufender Betrieb/
Vorleistungen

Ausgaben der Gäste

Direkter Umsatz und daraus resultierende
Einkommens- und Arbeitsplatzeffekte

Vorleistungen/Vorleistungsverflechtungen

Indirekte Umsätze und daraus resultierende
Einkommens- und Arbeitsplatzeffekte

ZUSAMMENFASSUNG DER EFFEKTE DER M:CON



Übersicht Umsatz- und Beschäftigteneffekte der m:con



Ausgaben der
m:con¹

46,7 Mio. €



Ausgaben der
m:con-Gäste²

26,2 Mio. €

GESAMTAUSGABEN: 72,9 MIO. €

EINKOMMENSÄQUIVALENTE/BESCHÄFTIGTE: 1.153

IN MANNHEIM

IN DER REGION

ÜBERREGIONAL/
AUSLAND

UNBEKANNT³

AUSGABEN¹

48,3 Mio. €

10,6 Mio. €

14,0 Mio. €

EINKOMMENS-
ÄQUIVALENTE/
BESCHÄFTIGTE:

516¹

147

188

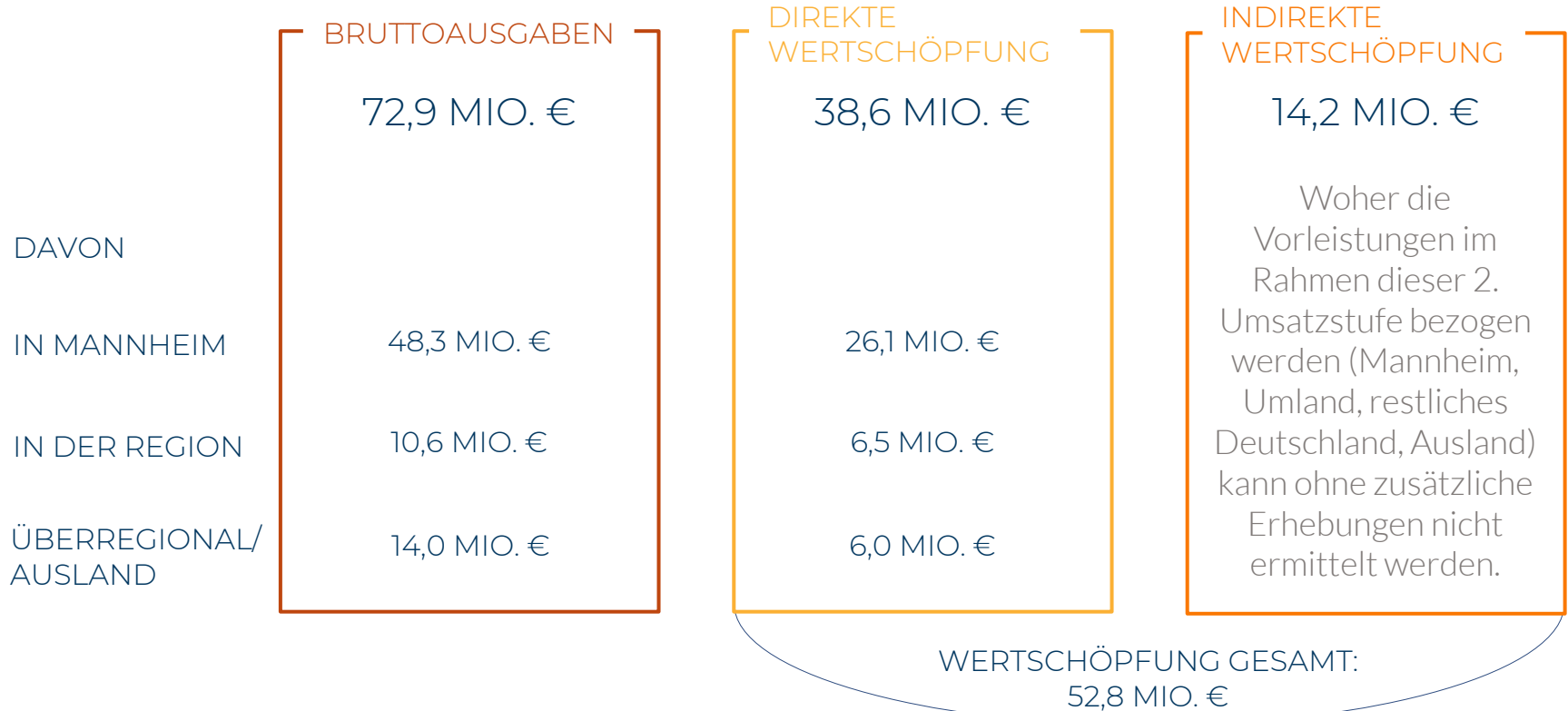
302

¹ Die Umsätze und Beschäftigungseffekte beziehen sich auf die Vorleistungen und die Mitarbeitenden.

² ohne die Ausgaben der m:con-Gäste bei Veranstaltungen außerhalb Mannheims

³ Ein Teil der Beschäftigungseffekte lässt sich nicht regionalisieren, siehe S. 15 und 22.

Regionalität und Wertschöpfung der Gesamtausgaben



Beschäftigungseffekte durch die m:con

EINKOMMENSÄQUIVALENTE INSGESAMT

154 Vollzeitäquivalente sind direkt bei der m:con angestellt. Die Wertschöpfung von 52,8 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 999 Personen, die durch die Ausgaben der m:con-Gäste ein regionalspezifisches durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

1.153

DAVON

IN MANNHEIM

IN DER REGION

ÜBERREGIONAL/
AUSLAND

DIREKTE WERTSCHÖPFUNG UND ANGESTELLTE

851

516

147

188

INDIREKTE WERTSCHÖPFUNG

302

Die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe können nicht regionalisiert werden. Daher kann auch die Regionalität der Beschäftigungseffekte nicht im Detail bestimmt werden.

Steueraufkommen aus Vorleistungen und Ausgaben der m:con-Gäste



Mehrwertsteuer und Einkommensteuer

ca. 6,5 Mio. €



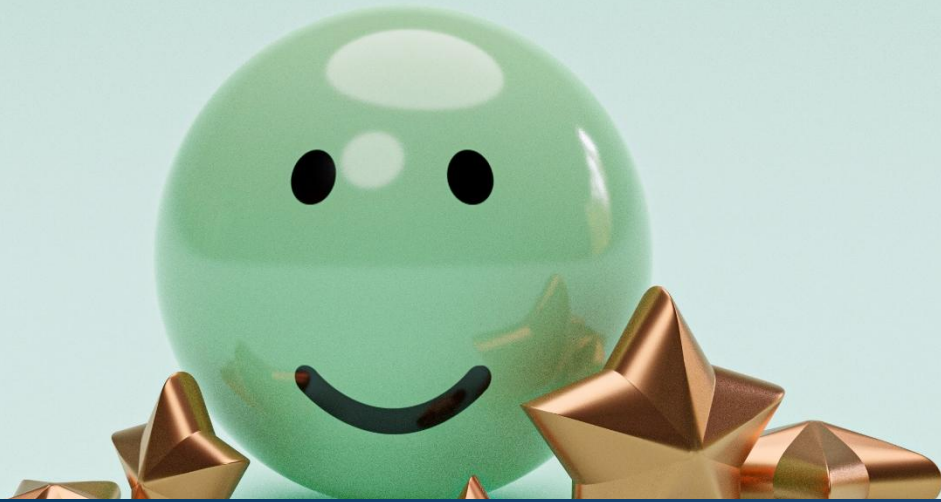
Gemeindesteuern, u.a.

Grundsteuer

Gewerbesteuer

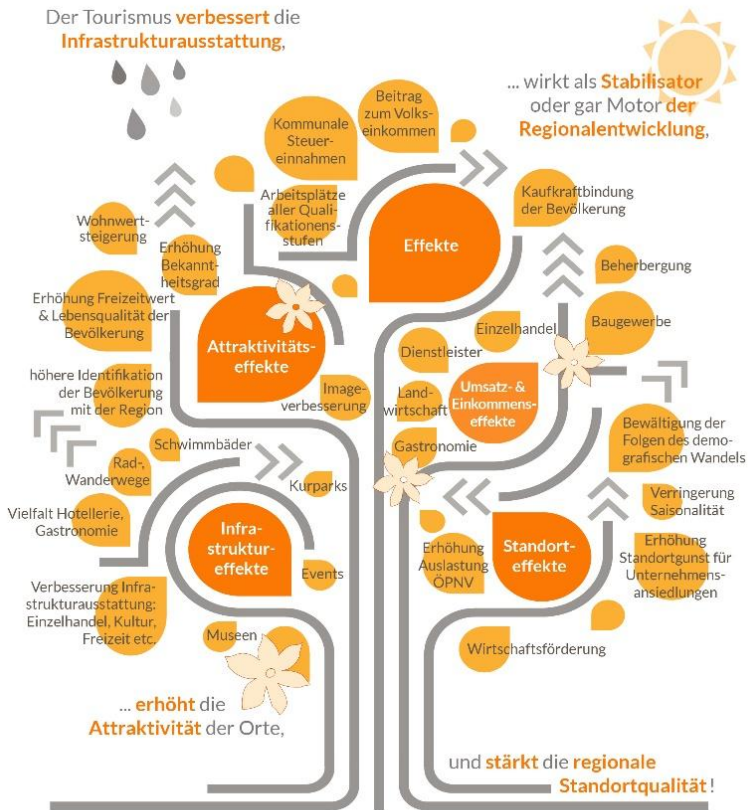
Allein aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer resultieren ca. 6,5 Mio. € Steueraufkommen aus den Umsatz-Effekten der m:con und ihren Gästen, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt. Darüber hinaus werden u. a. durch Grundsteuer oder Gewerbesteuer zusätzliches Steueraufkommen 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.



IMMATERIELLE EFFEKTE DURCH DIE M:CON

Die m:con trägt zur Verbesserung der Standortqualität bei



Neben den quantifizierbaren Zahlen zu den regionalökonomischen Effekten gibt es eine ganze Reihe **immaterieller Faktoren**, die sich positiv auf die Stadt Mannheim und die Region auswirken. Veranstaltungsstätten stellen immer auch touristische Destinationen dar – sowohl für das Fachpublikum als auch für Gäste von Freizeitveranstaltungen. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistung oder Zuliefernde wie regionale Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt **kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht von touristischen Einrichtungen** profitiert. Neben den monetären Effekten trägt die m:con als Teil der Angebotsinfrastruktur zur **Verbesserung der Standortqualität** bei:

- Die m:con und die damit verbundenen Veranstaltungen in den Bereichen Kongresse sowie Freizeitveranstaltungen tragen durch ihre vielfältige Angebotsstruktur zur Steigerung der Lebensqualität lokalen und regionalen Bevölkerung bei.
- Die m:con trägt damit wesentlich zur Imagebildung und zum Marketing der Stadt bei.
- Darüber trägt die m:con zu einer Erhöhung der Standortgunst für weitere, eng verflochtene Unternehmen bei.
- Durch die gute Anbindung sorgt die m:con zudem punktuell für eine bessere Auslastung der ÖPNV-Angebote.

Immaterielle Effekte von Veranstaltungsstätten



Steigerung der Attraktivität für Unternehmen; Freizeitwert & Lebensqualität für Bevölkerung



Identifikation mit der Region, Imageeffekte & Steigerung der Bekanntheit



Positionierungskriterium & höhere Wahrnehmung Mannheims im (geschäfts-)touristischen Kontext



Ansiedlung von Fachkräften, da Freizeitangebot Kriterium bei Wahl des Wohnsitzes ist



Vernetzungseffekte von Unternehmen durch Umsatzverflechtungen und Querverbindungen



Cross-Innovationen durch Zusammenarbeit mehrerer Stakeholder verschiedener Branchen



DEFINITIONEN UND METHODIK

Definition Tourismus

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) werden unter Tourismus

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



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

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

BERECHNUNGSWEG DER EINKOMMENS- EFFEKTE DURCH DIE AUSGABEN DER M:CON FÜR VORLEISTUNGEN



Berechnungsweg für die Effekte innerhalb der Einrichtung

1

BRUTTOUMSÄTZE (INKL. MWST.): NETTOUMSATZ X MISCHSTEUERSATZ = BRUTTOUMSATZ

Basierend auf den zugelieferten Nettoumsätzen werden mit Hilfe eines Mischsteuersatzes die Bruttoumsätze ermittelt. Im Mischsteuersatz werden die unterschiedlichen, je nach Umsatzart anzuwendenden, Mehrwertsteuersätze berücksichtigt. Auf Wunsch des Auftraggebers wurden einheitlich 19% angewendet.

2

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ERSTEN UMSATZSTUFE (EW 1):

NETTOUMSATZ X WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 1

Die Wertschöpfungsquote gibt den Anteil des Nettoumsatzes an, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen – also zu Einkommen – wird (= direkter Einkommenseffekt). Der verbleibende Rest wird von den profitierenden Unternehmen für Vorleistungen aufgewendet. Für die Berechnung verwenden wir die Daten aus dem Jahresabschluss oder (bei geplanten Projekten) aus dem Business Plan. Sollte der Betrieb einen Verlust schreiben, so werden an dieser Stelle lediglich die Löhne und Gehälter abgezogen.

3

VORLEISTUNGEN:

NETTOUMSATZ – EW 1 = VORLEISTUNGEN

Die zweite Umsatzstufe umfasst die Umsätze mit den Vorleistungslieferanten sowie die Abschreibungen. Diese stellen aus Sicht der ökonomischen Effekte periodenfremde Vorleistungen dar. Da die Anfangsinvestitionen bereits unter den einmaligen Effekten berücksichtigt sind, werden die Abschreibungen von den Vorleistungszahlungen abgezogen. Sollte der Betrieb einen Verlust schreiben, so ist hier trotzdem die volle Summe der Vorleistungen abgebildet.

Berechnungsweg für die Effekte innerhalb der Einrichtung

4

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ZWEITEN UMSATZSTUFE (EW 2):
(NETTOUMSATZ – EW 1) x WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 2

Die Einkommenswirkungen der Vorleistungslieferanten (Nettoumsatz – EW 1) werden mit Hilfe von individuellen, branchenspezifischen Wertschöpfungsquoten ermittelt (= indirekte Einkommenseffekte). Damit wird der Teil der Vorleistungen dargestellt, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Der verbleibende Rest wird von den profitierenden Unternehmen für Vorleistungen aufgewendet.

5

EINKOMMENSBEITRAG: (EW 1 + EW 2) :

Die Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen werden summiert.

BESCHÄFTIGUNGSWIRKUNG:

(EW 1 + EW 2) : PRIMÄREINKOMMEN PRO KOPF = EINKOMMENSÄQUIVALENT

6

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

BERECHNUNGSWEG DER EINKOMMENS- EFFEKTE DURCH DIE AUSGABEN DER GÄSTE DER M:CON-VERANSTALTUNGEN



Berechnungsweg für die Effekte durch die Besuchenden

1

BRUTTOUMSÄTZE (INKL. MWST.): NACHFRAGEUMFANG x TAGESAUSGABEN = BRUTTOUMSATZ

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

NETTOUMSÄTZE (EXKL. MWST.):

BRUTTOUMSATZ – MEHRWERTSTEUER = NETTOUMSATZ

2

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

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ERSTEN UMSATZSTUFE (EW 1):

NETTOUMSATZ x WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 1

3

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

Berechnungsweg für die Effekte außerhalb der Einrichtung

4

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ZWEITEN UMSATZSTUFE (EW 2):

$(\text{NETTOUMSATZ} - \text{EW 1}) \times \text{WERTSCHÖPFUNGSQUOTE} = \text{EW 2}$

Bei der zweiten Umsatzstufe werden alle Einkommenswirkungen bei den Vorleistungslieferanten (Nettoumsatz - EW 1) dargestellt, die zur Aufrechterhaltung der Dienstleistungsqualität benötigt werden (= indirekte Einkommenseffekte).

Hierunter fallen u. a.

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

5

EINKOMMENSBEITRAG: $(\text{EW 1} + \text{EW 2})$:

Die Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen werden summiert.

Berechnungsweg für die Effekte außerhalb der Einrichtung

6

BESCHÄFTIGUNGSWIRKUNG:

(EW 1 + EW 2) : PRIMÄREINKOMMEN PRO KOPF = EINKOMMENSÄQUIVALENT

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

7

STEUEREFFEKTE AUS DEN UMSÄTZEN

Das aus den Effekten der m:con resultierende Steueraufkommen setzt sich in erster Linie aus Umsatz- (= MwSt.) und Einkommensteuer zusammen. Beide sind als Gemeinschaftssteuern an den Fiskus abzuführen. Sie fließen über den Länder- und kommunalen Finanzausgleich anteilig Bund, Ländern und Kommunen zu. Hinzu kommen kommunale Steuern (z. B. Gewerbe- und Grundsteuer). Ohne aufwendige Primärerhebungen sind die den einzelnen Gebietskörperschaften zufließenden Steuereinnahmen jedoch nicht im Detail zu ermitteln.



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.

BOOTSTOURISMUS

Touristik- und Saisonliegeplätze für Segel-, Motoryachten und Hausboote.

BRUTTOUMSATZ

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

CAMPINGTOURISMUS

Touristikcamper und Dauercamper auf Campingplätzen. Übernachtungen auf Bedarfscampingplätzen bei Festivals und Events.

Daten zu Reisemobilist*innen außerhalb der Campingplätze werden zum Teil von Kommunen erfasst (z. B. Anzahl der Parkscheine).

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.

EINKOMMENSBEITRAG DES TOURISMUS

Der relative Beitrag des Tourismus zum Primär- bzw. Volkseinkommen wird wie folgt ermittelt: Addition der touristischen Wertschöpfung der ersten und zweiten Umsatzstufe (= absoluter Einkommensbeitrag des Tourismus) und dessen Division durch das Primär- bzw. Volkseinkommen vor Ort (siehe Berechnungsweg). Der Begriff Wertschöpfung wird synonym zum Einkommen verwendet.

EINZELHANDEL

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

FREIZEITWOHNSITZE

Häuser oder Wohnungen, die nur zu Freizeit Zwecken genutzt werden (Urlaube und Wochenendreisen).

GASTGEWERBE

Oberbegriff für das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe. 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).

GEWERBLICHE BEHERBERGUNGSBETRIEBE

Alle Beherbergungsstätten mit 10 oder mehr Betten (bei Campingplätzen mit 10 oder mehr Standplätzen). Die Daten werden in der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst, in der z. B. auch Vorsorge- und Rehakliniken oder Campingplätze enthalten sind. Bei den Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus werden die Campingbetriebe jedoch getrennt von den übrigen gewerblichen Beherbergungsbetrieben betrachtet.

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).

PRIVATQUARTIERE

Alle Beherbergungsstätten mit weniger als 10 Betten, vorrangig Ferienwohnungen und -häuser, kleine Pensionen und Gasthöfe aber auch Privatzimmer.

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).

ÜBERNACHTUNGSREISEN

Alle Reisen mit mindestens einer Übernachtung unabhängig vom Reisemotiv; Dauer nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung zu Zwecken von Urlaub, Freizeit, Wahrnehmung privater und geschäftlicher Kontakte, Besuch von Tagungen, Fortbildungsveranstaltungen, Maßnahmen zur Wiederherstellung der Gesundheit oder sonstiger Gründe.

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).

VERWANDTEN-, BEKANNTENBESUCHER*INNEN (AUCH VFR = "VISITS OF FRIENDS AND RELATIVES")

Die touristisch relevanten Übernachtungen in den Privatwohnungen der Einheimischen im Untersuchungsgebiet.

VOLKSEINKOMMEN

Das Volkseinkommen ergibt sich aus dem Primäreinkommen der privaten Haushalte (siehe im Glossar: Primäreinkommen). Zum Primäreinkommen der privaten Haushalte werden die Primäreinkommen von Kapitalgesellschaften und Staat addiert (=Primäreinkommen der gesamten Volkswirtschaft) und Produktions- und Importabgaben sowie Abschreibungen abgezogen und Subventionen hinzugerechnet.

Quelle: dwif 2025

Es spiegelt das verfügbare Einkommen der Gesamtwirtschaft nach der staatlichen Umverteilung wider. Das Volkseinkommen wird nur auf Länderebene ausgewiesen. In Sonderfällen wird für Studien zum dwif-Wirtschaftsfaktor Tourismus für Bundesländer auf das Volkseinkommen anstelle des Primäreinkommens zurückgegriffen, da es die Gesamtwirtschaft umfangreicher umfasst.

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).

WERTSCHÖPFUNG (SYNONYM 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 Betriebs-vergleichen 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.

WERTSCHÖPFUNG, DIREKT

Lässt 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 aus der ersten Umsatzstufe.

WERTSCHÖPFUNG, INDIREKT

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

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.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Mecklenburg-Vorpommern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 85, München 2020.

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Thüringen, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 81, München 2017.

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.

extern verfügbare Daten

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

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatershebung 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 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Fellbach 2024.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Arbeitnehmerentgelt, Bruttolöhne und -gehälter in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 2000 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 2, Fellbach 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

Moritz Sporer, Geschäftsführer & Leiter Ökonomische Analysen

Diana Pinnow, Senior Consultant

Leonie Scherer, Consultant

Milena Pippert, Consultant

Berlin/München, 2025

The logo for dwif, consisting of the lowercase letters 'dwif' in a bold, blue, sans-serif font.

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro Berlin

Marienstraße 19-20

10117 Berlin

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 auftraggebender und auftragnehmender Institution/Organisation ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.