

# WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

für die Stadt Nürnberg 2019

[tourismus.nuernberg.de](http://tourismus.nuernberg.de)

2019



## INHALT

**Vorwort..... Seite 04**

**Marcus König** - Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg

**Dr. Michael Fraas** - Wirtschafts- und Wissenschaftsreferent der Stadt Nürnberg

**Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus..... Seite 05**

**Definitionen und Methodik.....Seiten 06-11**

- Übernachtungstourismus .....Seite 06
- Tagestourismus .....Seite 07
- Quantifizierung der Tagesreisenden.....Seite 07
- Ausgaben .....Seite 08
- Datenquellen.....Seite 09
- Berechnungsweg.....Seiten 10-11

**Ergebnisse der Berechnungen.....Seiten 12-14**

- Eckdaten Nürnberg .....Seite 12
- Umsätze durch den Tourismus .....Seite 12
- Bedeutung der touristischen Segmente .....Seite 13
- Direktes und indirektes Einkommen aus dem Tourismus .....Seiten 13-14
- Beschäftigungs- und Steuereffekte.....Seite 14

**Zeitvergleich ausgewählter Kennziffern..... Seite 15**

# VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für Nürnberg, dies unterstreicht die aktuelle Studie auf Basis der Zahlen des Tourismusjahres 2019. Angesichts der Pandemie wird deutlich, dass Tourismus auf der einen Seite ein Stück Lebensqualität für Menschen bedeutet und auf der anderen Seite für viele nicht verlagerbare Arbeitsplätze steht. Es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert bzw. aktuell unter dem Wegfall des touristischen Reisens leidet – sei es Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister oder Zulieferer sowie regionale Produzenten oder der Kunst- und Kulturbereich. Deshalb ist es wichtig, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für den Standort Nürnberg deutlich zu machen.

Nürnberg gehört zu den Top Ten der deutschen Städtedestinationen. Mehr als 3,5 Millionen Übernachtungen und knapp 2 Millionen Gäste alleine im Jahr 2019 bestätigen, wie attraktiv Nürnberg für Gäste aus dem Inland und der ganzen Welt ist – als Tourismusziel sowie als Messe-, Tagungs- und Kongress-Ort. Nürnberg hat sich in den letzten Jahren als attraktive deutsche Städtedestination positioniert – dies ist auch dank der Einführung des Tourismusfonds gelungen. Die gute Vernetzung und die gemeinsame Weiterentwicklung des Standortes sind wesentliche Stärken Nürnbergs. Es arbeiten alle Akteure in der Stadt intensiv zusammen und entwickeln gemeinsam Maßnahmen für die Zukunft.

Die Studie verdeutlicht eindrucksvoll, was eine erfolgreiche Tourismusstrategie für Nürnberg bedeutet und warum es sinnvoll ist, in den Tourismus und das Kongresswesen zu investieren. Wir werden uns weiter dafür einsetzen, dass Marketingmaßnahmen auch in Zukunft den Angebots- und Infrastrukturausbau weiter intensiv flankieren, um die Potenziale des Tourismus und des Kongressgeschäfts für Nürnberg auszuschöpfen. Gemeinsam arbeiten wir auch in Zukunft daran, die Tourismusdestination Nürnberg weiter zu entwickeln und zu stärken.



Verkehrsverein Nürnberg e.V.  
Der Vorsitzende

**Marcus König**  
Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg



Verkehrsverein Nürnberg e.V.  
Mitglied des Vorstands

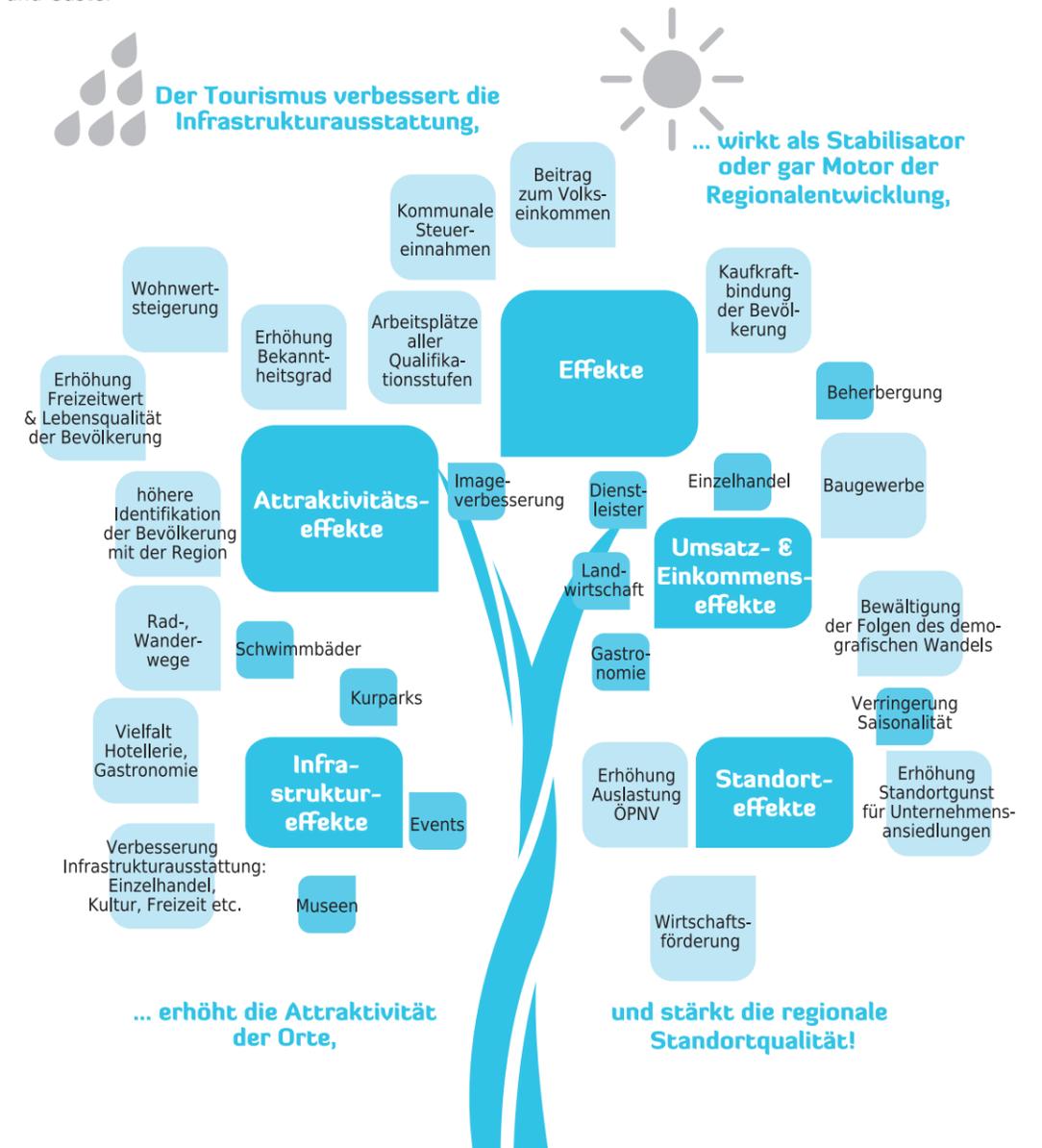
**Dr. Michael Fraas**  
Wirtschafts- und Wissenschaftsreferent der Stadt Nürnberg

# Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus

Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister oder Zulieferer wie regionale Produzenten und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert. Deshalb lohnen sich Investitionen von Kommunen und Unternehmen in die tourismusbezogene Infrastruktur, konkrete Produkte und die touristische Vermarktung. Umso wichtiger ist es, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für die Wirtschaft im Untersuchungsgebiet deutlich zu machen.

Der Tourismus ist Umsatzbringer und leistet über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Als Jobmotor bietet der Tourismus Menschen vieler unterschiedlicher Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse (von der Saisonkraft bis zur Vollzeitstelle) Einkommensmöglichkeiten. Er schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze.

Über Instrumente wie die Kurtaxe oder die Fremdenverkehrsabgabe trägt er zudem direkt zur Verbesserung der lokalen Infrastruktur bei. Hiervon profitieren Gäste ebenso wie Einheimische und Unternehmen vor Ort. Das Tourismus-Engagement eines Ortes zahlt sich aus – in Euro und Cent für alle Branchen. Gleichzeitig steigert es die Attraktivität und Lebensqualität für Einwohner und Gäste.



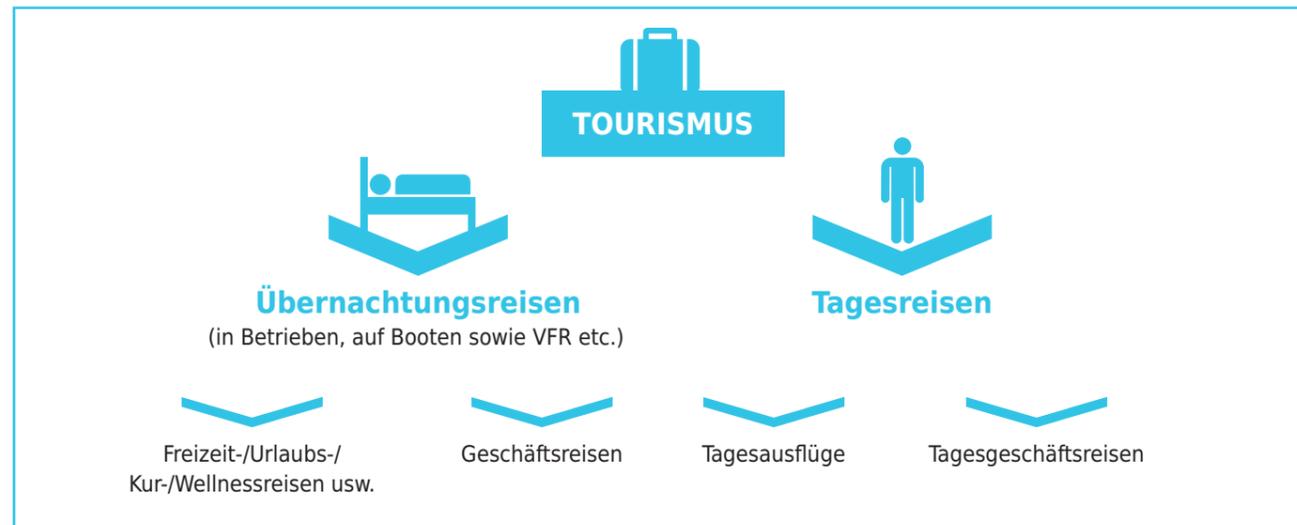
## DEFINITION UND METHODIK

### DEFINITION TOURISMUS

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) werden unter Tourismus

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

verstanden.



Quelle: dwif 2021; in Anlehnung an UNWTO (1995)

### ÜBERNACHTUNGSTOURISMUS

#### Campingtourismus

Angaben zu Übernachtungen auf Touristikstandplätzen liefern (in der Regel) die amtliche Statistik sowie Recherchen und Berechnungen von uns. Zur Bestimmung aller Campingübernachtungen erheben wir die Anzahl der verfügbaren Dauerstandplätze. Übernachtungen auf diesen basieren auf Hochrechnungen von uns sowie Einschätzungen und Statistiken der Akteur:innen vor Ort. Die Bestimmung der Übernachtungen von Reisemobilist:innen außerhalb von Campingplätzen erfolgt auf Basis von Zulieferungen der Projektpartner:innen (Anzahl Standplätze/ verkaufte Parktickets etc. / wenn möglich Übernachtungszahlen) oder auf Detailrecherchen bzw. Hochrechnungen von uns.

#### GEWERBLICHE ÜBERNACHTUNGEN ≥ 10 BETTEN

Die gewerblichen Übernachtungen liefert (in der Regel) die amtliche Beherbergungsstatistik. Die einzelnen Betriebstypen (wie z. B. Hotellerie, gewerbliche Ferienwohnungen, Reha-Kliniken) werden gesondert ausgewiesen und von uns auf Plausibilität geprüft und gegebenenfalls angepasst. Für

Quelle: dwif 2021.

diese Untersuchung liegt die Beherbergungsstatistik der Projektpartner:innen vor. Daten des statistischen Amtes, welche der Geheimhaltung unterliegen, werden plausibel hochgerechnet.

#### PRIVATQUARTIERE < 10 BETTEN

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

#### VISITS OF FRIENDS AND RELATIVES

Dieses Segment kann nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung im Untersuchungsgebiet ermittelt werden.

## DEFINITION UND METHODIK

### TAGESTOURISMUS

#### 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).

#### 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“)

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.

Quelle: dwif 2021.

### QUANTIFIZIERUNG DER TAGESREISENDEN

Die Anzahl der Tagesreisen zu ermitteln ist ein komplexer Vorgang. Eine einfache Übertragung von Relationen übergeordneter Regionen oder anderer Orte würde hierbei zu falschen Ergebnissen führen. Wir berechnen die Werte individuell und der jeweiligen Situation vor Ort angepasst. Die Analysen ergeben erst nach zahlreichen Plausibilitätskontrollen ein verlässliches Bild des Tagestourismus.

**Bei der ERMITTLUNG DES TAGESTOURISMUS werden WEDER ZEITLICHE (REISEDAUER IN STUNDEN) NOCH ENTFERNUNGSBEZOGENE (DISTANZ IN KILOMETER) EINSCHRÄNKUNGEN vorgenommen und somit ALLE TAGESREISEN ERFASST.**

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

- DWIF-TAGESREISENMONITOR: Exklusive und kontinuierliche Primärerhebung von uns zum Tagestourismus in Deutschland seit 2016
- ORTSSPEZIFISCHE GEGEBENHEITEN wie Ortstypen (Großstadt, Kurort, Badeort, Messestandort, sonstige Gemeinde etc.), Ortsgrößen und -lagen, touristisches sowie allgemeines Angebot (Shoppingmöglichkeiten, Freizeiteinrichtungen, Gastronomieangebot etc.)
- ORTSSPEZIFISCHE HINTERGRUNDZAHLEN (z. B. Gästezahlen von Einrichtungen und Veranstaltungen, Bevölkerungszahlen im Einzugsgebiet, Verkehrsanbindung, Infrastruktur)
- Zahlreiche PLAUSIBILITÄTSTESTS, u. a. anhand von Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik
- Durch jahrzehntelange ERFAHRUNGEN ermittelte dwif-interne Daten

Quelle: dwif 2021.

# DEFINITION UND METHODIK

## AUSGABEVERHALTEN DER GÄSTE

### AUSGABEN DER 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.

### AUSGABEN DER TAGESGÄSTE

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

**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)



## DATENQUELLEN

### EXTERNE DATEN

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

### dwif-INTERNE DATEN

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)

## DEFINITION UND METHODIK

### BERECHNUNGSWEG

1

#### Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)

$$\text{Nachfrageumfang} \times \text{Tagesausgaben} = \text{Bruttoumsatz}$$

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

2

#### Nettoumsätze (exkl. MwSt.)

$$\text{Bruttoumsatz} - \text{Mehrwertsteuer} = \text{Nettoumsatz}$$

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 touristischen Ausgaben ergeben sich folglich ganz orts- oder regionsspezifische Abzüge vom Bruttoumsatz.

3

#### Einkommenswirkungen der ersten Umsatzstufe (EW 1)

$$\text{Nettoumsatz} \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW 1}$$

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 individuelle, branchenspezifische Wertschöpfungsquoten.

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 touristischen 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

#### Touristischer Einkommensbeitrag

$$(\text{EW 1} + \text{EW 2}): \text{Primäreinkommen (PE)} = \text{Tourismusbeitrag zum PE in \%}$$

Die Summe der touristischen Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen wird durch das gesamte Primäreinkommen vor Ort geteilt. Daraus lässt sich der relative Beitrag des Tourismus zum Gesamteinkommen im Untersuchungsgebiet ableiten.

6

#### Beschäftigungswirkung

$$(\text{EW 1} + \text{EW 2}): \text{Primäreinkommen pro Kopf} = \text{Einkommensäquivalent}$$

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

7

#### Steuereffekte aus den touristischen Umsätzen

Das aus dem Tourismus resultierende Steueraufkommen setzt sich in erster Linie aus Umsatz- (= MwSt.) und Einkommensteuer zusammen. Beide sind als Gemeinschaftssteuern an den Fiskus abzuführen. Sie fließen über den Länder- und kommunalen Finanzausgleich anteilig Bund, Ländern und Kommunen zu. Hinzu kommen kommunale Steuern (z. B. Gewerbe- und Grundsteuer) und Abgaben, welche die Gäste (z. B. Kurtaxe) oder die Unternehmen am Ort (z. B. Fremdenverkehrsabgabe) zu tragen haben. Ohne aufwendige Primärerhebungen sind die den einzelnen Gebietskörperschaften zufließenden Steuereinnahmen jedoch nicht im Detail zu ermitteln.

# ERGEBNISSE FÜR DIE STADT NÜRNBERG

## ECKDATEN NÜRNBERG

Einwohner:innen Stand <sup>1</sup>	518.370 Mio.
Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben <sup>2</sup>	3,639 Mio.
Übernachtungen bei Freunden/Bekanntem (VFR) <sup>3</sup>	1,94 Mio.
Tagesreisen	41,0 Mio.

Quelle: dwif 2021.

<sup>1</sup> Stand: 31.12.2019; Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2021.

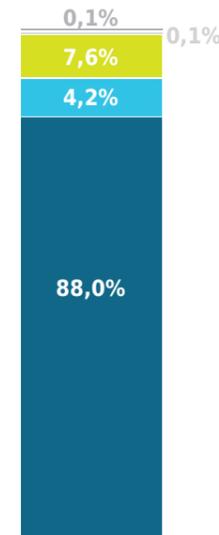
<sup>2</sup> Inklusive Gäste in Privatquartieren, Touristik-, Dauercamper:innen sowie Reisemobilist:innen.

<sup>3</sup> Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch Hochrechnung der Ergebnisse einer repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2014 ermittelt.

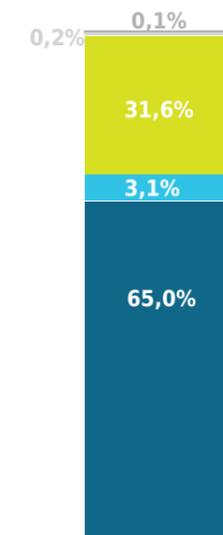


## BEDEUTUNG DER TOURISTISCHEN SEGMENTE IN NÜRNBERG

**Aufenthaltstage**  
46,579 Mio.



**Umsätze**  
2.114,8 Mio. €



## TOURISTISCHE UMSÄTZE NACH MARKTSEGMENTEN 2019<sup>1</sup>

Marktsegment	Aufenthaltstage	X	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilist:innen <sup>2</sup>	0,042 Mio.	X	48,40 €	=	2,1 Mio. €
Privatquartiere (< 10 Betten) <sup>3</sup>	0,062 Mio.	X	82,50 €	=	5,1 Mio. €
Gewerbliche Betriebe (≥10 Betten; ohne Camping) <sup>4</sup>	3,535 Mio.	X	189,30 €	=	669,1 Mio. €
Besuch von Verwandten-/Bekanntem und Freunden (VFR) <sup>5</sup>	1,94 Mio.	X	33,50 €	=	65,0 Mio. €
Tagesreisen	41,0 Mio.	X	33,50 €	=	1.373,5 Mio. €
<b>GESAMT</b>	<b>46,579 Mio.</b>				<b>2.114,8 Mio. €</b>

Quelle: dwif 2021.

<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> Angaben der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg, Nürnberg 2021; dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018 und 2019; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2021.

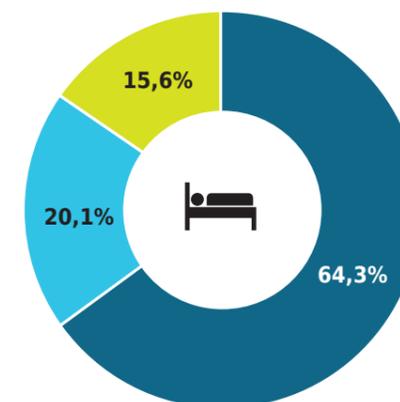
<sup>3</sup> Auskünfte und Statistiken der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg, Nürnberg 2021; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2021.

<sup>4</sup> Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2021.

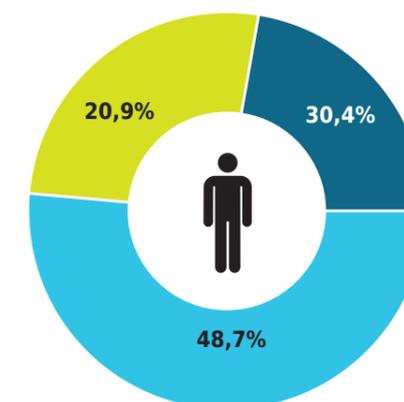
<sup>5</sup> Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch Hochrechnung der Ergebnisse einer repräsentativen Haushaltsbefragung aus dem Jahr 2014 ermittelt.

## DIREKTE PROFITEURE DES TOURISMUS

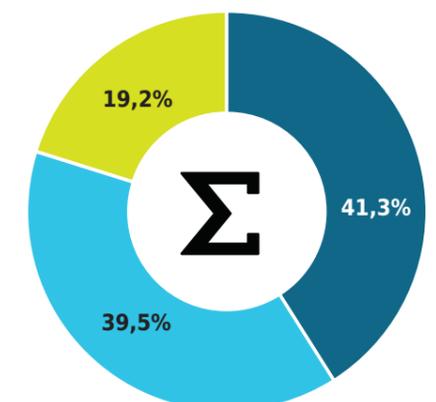
**ÜBERNACHTUNGSGÄSTE**  
676,3 Mio. €



**TAGESGÄSTE (INKL. VFR)**  
1.438,5 Mio. €



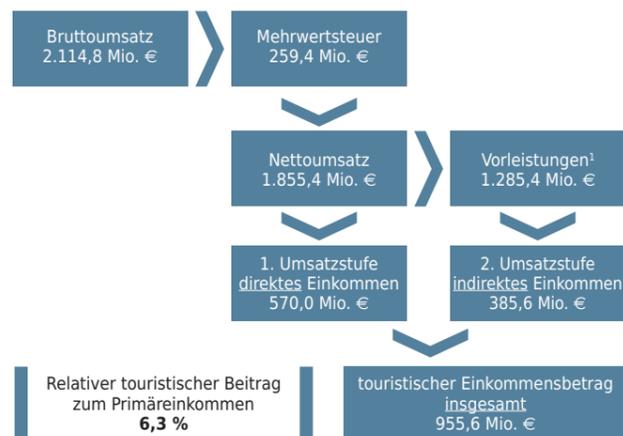
**GESAMT 2.114,8 Mio. €**



Gastgewerbe	873,0 Mio. €
Einzelhandel	836,1 Mio. €
Dienstleistungen	405,7 Mio. €

Quelle: dwif 2021.

## ABLEITUNG DES DIREKTEN UND INDIREKTEN EINKOMMENS AUS DEM TOURISMUS

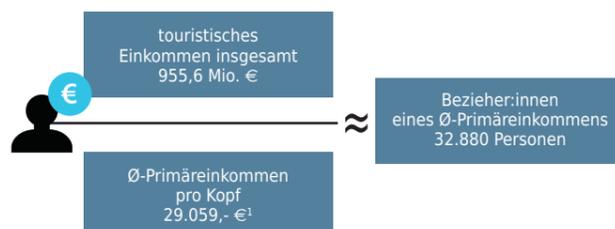


Quelle: dwif 2021.  
<sup>1</sup> Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. umliegende Städte und Regionen, restliches Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

## BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE DURCH DEN TOURISMUS

Der Einkommensbeitrag von 955,6 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 32.880 Personen, die durch die touristische Nachfrage in Nürnberg ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 29.059 €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufer:innen im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Touristen etc.).



Quelle: dwif 2021.  
<sup>1</sup> Wert für die Stadt Nürnberg 2017, vgl. hierzu 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.

## STEUERAUFKOMMEN AUS DEM TOURISMUS



Allein aus **Mehrwertsteuer + Einkommensteuer** resultieren 2019 **ca. 196,9 Mio. € Steueraufkommen** aus dem Tourismus, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt.

Der Tourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast) und Tourismusabgabe (Gewerbe), zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren und Beitragseinnahmen, deren Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist.

Die der Stadt Nürnberg 2019 zufließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen lassen sich ebenfalls nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen von uns zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus in einer Größenordnung zwischen einem und weit mehr als drei Prozent der dort realisierten touristischen Nettoumsätze zufließen.

## Zeitvergleich für die Stadt Nürnberg 2019 gegenüber 2013 und 2017

Kennziffern Nürnberg	2013	2017	2019	Entwickl. 2019 ggü. 2013	Entwickl. 2019 ggü. 2017
Zahl der Übernachtungen gegen Entgelt (ohne VFR)	2,748 Mio.	3,403 Mio.	3,639 Mio.	+32,4 %	+6,9 %
Übernachtungen durch VFR	1,9 Mio.	1,9 Mio.	1,94 Mio.	+2,1 %	+2,1 %
Bruttoumsätze aus dem Übernachtungstourismus (ohne VFR)	530,8 Mio. €	639,8 Mio. €	676,3 Mio. €	+27,4%	+5,7%
Tagesgäste	31,0 Mio.	43,0 Mio.	41,0 Mio.	+32,3 %	-4,7 %
Bruttoumsätze aus dem Tagestourismus (inkl. VFR)	1.085,7 Mio. €	1.472,7 Mio. €	1.438,5 Mio. €	+32,5%	-2,3%
Bruttoumsätze Gesamt	1.616,5 Mio. €	2.112,5 Mio. €	2.114,8 Mio. €	+30,8%	+0,1%
Bruttoumsätze Gastgewerbe	628,5 Mio. €	790,2 Mio. €	873,0 Mio. €	+38,9 %	+10,5 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	663,7 Mio. €	909,1 Mio. €	836,1 Mio. €	+26,0 %	-8,0 %
Bruttoumsätze sonstige Dienstleistungsbereiche	324,3 Mio. €	413,2 Mio. €	405,7 Mio. €	+25,1 %	-1,8 %
Touristischer Einkommensbeitrag	729,0 Mio. €	946,5 Mio. €	955,6 Mio. €	+31,1 %	+1,0 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	6,1 %	6,6 %	6,3 %	+0,2 Prozentpunkte	-0,3 Prozentpunkte
Einkommensäquivalent	30.140 Personen	34.990 Personen	32.880 Personen	+9,1 %	-6,0 %

# 2019

[tourismus.nuernberg.de](http://tourismus.nuernberg.de)

## **PROJEKTBEARBEITUNG:**

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

Moritz Sporer, Leiter Ökonomischer Analysen  
[m.sproer@dwif.de](mailto:m.sproer@dwif.de)

Florian Weber, Junior Consultant  
[f.weber@dwif.de](mailto:f.weber@dwif.de)

Dr. Bernhard Harrer, Vorstand dwif e.V.  
[b.harrer@dwif.de](mailto:b.harrer@dwif.de)

Büro München  
Sonnenstraße 27, 80331 München

*München, Januar 2021*

## **IMPRESSUM:**

### **Herausgeber:**

Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg  
Frauentorgraben 3, 90443 Nürnberg  
Tel.: +49 (0) 911 23360  
[tourismus@nuernberg.de](mailto:tourismus@nuernberg.de)

### **Bearbeitung:**

Michaela Wunder

### **Grafik:**

designlöwen nürnberg

### **Titelbild:**

Florian Trykowski

### **Fotos:**

Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat  
der Stadt Nürnberg/Axel Eisele