

NIEDERSCHRIFT**Sitzung: Ausschuss für
Tourismus, Stadt-
marketing und Kultur****TERMIN:****03.03.2015, 16.30 Uhr****ORT:****Stadtverwaltung, Sitzungssaal 007****Anwesend:****- Vorsitzender -**

Bersch, Dr. Walter (Bürgermeister)

- Beigeordnete -Schneider, Ruth
Geis, Daniel Thomas**- Mitglieder -**Strömann, Martin
Hardt, Monika
Müller, Willi
Minning, Bernd
Bersch, Rudolf
Gawel, Marek
Mayer, Josef
Neier, Toni
Stahl, Bernd**- Verwaltung -**

Rees, Stefan

- Protokollführer -

Rees, Stefan

Beginn der Sitzung: 16.35 Uhr**Ende der Sitzung: 17.50 Uhr**

T A G E S O R D N U N G

- Öffentlicher Teil –

1. Geschäftsbericht TI Saison 2014
2. Saison 2015 / Weinfest 2015
3. Romantische Rhein Gästekarte
4. Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Boppard 2013
5. Verschiedenes

Nach Begrüßung der Anwesenden stellt der Vorsitzende fest, dass zur Sitzung form- und fristgerecht eingeladen wurde und der Ausschuss für Stadtmarketing und Kultur beschlussfähig ist.

- Öffentlicher Teil –

1. Geschäftsbericht TI 2014

Herr Rees stellt mündlich anhand von Charts den Geschäftsbericht der TI zur Saison 2014 vor. Die Charts sind dieser Niederschrift als Anlage beigefügt.

Der Geschäftsbericht wird einstimmig zur Kenntnis genommen.

Ausschuss für Stadtmarketing und Kultur 03.03.2015

2. Saison 2015 / Weinfest 2015

Herr Rees stellt mündlich anhand von Charts die bisherigen Aktivitäten und Planungen für die Saison 2015 vor. Daneben berichtet er über die zahlreichen Sitzungen mit Winzern und Standbetreibern bezüglich des Weinfestes Boppard. Der bisherige Termin, letztes September-Wochenende und erstes Oktober-Wochenende, wird auch zukünftig beibehalten. Zwei Winzer werden auf ihre traditionelle Buden verzichten und 2015 erstmals auf Leihzelte der Firma

Altenweg zurück greifen. Das Mitglied Gawel prüft die Finanzierung eines großen Zeltens im Zentrum des Marktplatzes als Schlechtwetterlösung seitens der Hoga Boppard e.V. Die Charts sind dieser Niederschrift als Anlage beigefügt.

Dem Bericht wird einstimmig zugestimmt.

Ausschuss für Stadtmarketing und Kultur 03.03.2015

3. Romantische Rhein Gästekarte

Herr Rees stellt mündlich die aktuelle Machbarkeitsstudie zur Einführung einer umlagefinanzierten Gästekarte im Gebiet der Romantischer Rhein Tourismus GmbH vor. Die beauftragte Agentur hat u.a. bereits die Einführung der Oberstaufen-Card und der Hochschwarzwald-Card betreut. Die Idee hinter der Karte ist, dass der Gast während seines Aufenthalts zahlreiche Sehenswürdigkeiten kostenlos besuchen kann. Daneben kann er kostenlos den ÖPNV und die KD benutzen. Auch die Seilbahn Koblenz und weitere 50 POIs zwischen Bingen / Rüdesheim und Remagen beteiligen sich zum jetzigen Zeitpunkt an der Karte. Da es sich um ein Work in progress handelt, können aber immer noch Weitere hinzu kommen. Finanziert wird die Karte, bzw. die anteilig abzuführenden Eintritte, durch eine Umlage, die jeder Gastgeber für touristisch veranlasste Übernachtungen zu entrichten hat. Sie beläuft sich auf 3,50 Euro netto und kann an den Gast weiter berechnet werden. Weitere Kosten entstehen dem Gastgeber nicht, da die Machbarkeitsstudie und die Einrichtung der Technik durch die RPT GmbH finanziert wird, die solche Gästekarten in allen Regionen Rheinland-Pfalz anbieten möchte. Der Romantische Rhein ist die Pilotregion. Es gab schon einige Info-Veranstaltungen für die Gastgeber, es werden noch zwei unter Beteiligung von Gastgebern aus Oberstaufen und dem Hochschwarzwald am 18. März 2015 folgen.

Ausschuss für Stadtmarketing und Kultur 03.03.2015

4. Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Boppard 2013

Der Vorsitzende stellt die aktuelle Studie des dwif vor. Die Studie ging den Mitgliedern mit separater Post bereits zu.

Ausschuss für Stadtmarketing und Kultur 03.03.2015

Nachdem sich keine weiteren Wortmeldungen ergeben, schließt der Vorsitzende um 17.50 Uhr die Sitzung.

Der Vorsitzende:

Der Protokollführer:

Ausschuss für Tourismus, Stadtmarketing und Kultur

3. März 2015

TOP 1: Geschäftsbericht TI Saison 2014

TOP 1: Geschäftsbericht TI Personal



TOP 1: Geschäftsbericht TI

Allgemeine Statistik

veröffentlichte Zahlen Bad Ems – nach Berichtigung



- Ankünfte 2010:	100.494
- Ankünfte 2011:	123.995
- Ankünfte 2012:	117.279
- Ankünfte 2013:	124.536
- Ankünfte 2014:	134.905
- Übernachtungen 2010:	291.163
- Übernachtungen 2011:	345.034
- Übernachtungen 2012:	315.925
- Übernachtungen 2013:	326.157
- Übernachtungen 2014:	333.051

TOP 1: Geschäftsbericht TI

Allgemeine Statistik

veröffentlichte Zahlen Bad Ems – nach Berichtigung



- Durchschn. Aufenthaltsdauer 2010: 2,9 Tage
- Durchschn. Aufenthaltsdauer 2011: 2,8 Tage
- Durchschn. Aufenthaltsdauer 2012: 2,7 Tage
- Durchschn. Aufenthaltsdauer 2013: 2,6 Tage
- Durchschn. Aufenthaltsdauer 2014: 2,5 Tage

TOP 1: Geschäftsbericht TI

Allgemeine Statistik

veröffentlichte Zahlen Bad Ems – nach Berichtigung



Jahr	Übernachtungen	Betten	
1994	303.997	3.190	26,11
1995	321.344	3.195	27,55
1996	294.079	2.685	27
1997	284.591	2.936	26,56
1998	302.697	2.971	27,91
1999	314.364	2.852	30,19
2000	336.592	2.921	31,57
2001	311.607	2.852	31,02
2002	296.581	2.660	30,54
2003	279.240	2.584	29,6
2004	282.918	2.591	29,91
2005	287.991	2.612	30,2
2006	298.602	2.558	31,98
2007	308.910	2.560	33,05
2008	288.948	2.515	31,47
2009	285.882	2.565	30,53
2010	291.163	2.347	34
2011	345.947	2.466	38,43
2012	321.716	2.466	36
2013	326.157	2.456	36,38
2014	333.051	2.456	37,15

TOP 1: Geschäftsbericht TI

Allgemeine Statistik RLP

Gäste und Übernachtungen¹ in Rheinland-Pfalz im Jahr 2014

Tourismusregion Betriebsart	Gäste		Übernachtungen	
	2014	Ver- änderung gegenüber 2013	2014	Ver- änderung gegenüber 2013
	Anzahl	%	Anzahl	%
Insgesamt	9.121.368	1,7	24.377.612	0,6
aus Deutschland	7.084.817	2,1	18.531.043	0,5
aus dem Ausland	2.035.672	0,0	5.845.259	0,9
nach Tourismusregionen				
Ahr	511.820	0,1	1.366.951	-1,9
Eifel	1.032.158	1,9	3.577.051	2,3
Hunsrück	279.572	-7,3	779.228	-2,7
Mosel-Saar	2.332.798	3,1	6.975.248	1,7
Naheland	434.481	0,7	1.575.470	-1,5
Pfalz	1.879.722	2,2	4.468.673	1,0
Rheinhessen	907.871	1,9	1.502.222	-1,0
Rheintal	1.149.703	3,1	2.474.257	2,0
Westerwald-Lahn	593.243	-2,0	1.658.512	-2,7
nach Betriebsarten				
Campingplätze	736.706	6,4	2.369.658	7,3
Pensionen	362.714	4,1	963.794	1,2
Hotels	4.606.294	1,5	8.803.774	0,8
Ferienzentren	419.980	-0,4	2.067.811	0,5
Hotels garnis	550.875	1,5	1.091.884	0,0
Privatquartiere ²	913.834	0,5	3.239.473	-0,3
Ferienhäuser, Ferienwohnungen	177.856	1,5	701.644	-0,4
Gasthöfe	285.101	0,2	651.169	-0,8
Vorsorge- und Rehabilitationskliniken	98.628	3,9	2.104.672	-0,9
Jugendherbergen, Hütten u. Ä.	525.664	-0,3	1.158.558	-1,0
darunter: Jugendherbergen	419.520	0,4	881.619	-1,0
Erholungs-, Ferien-, Schulungsheime	443.716	1,7	1.225.175	-4,1

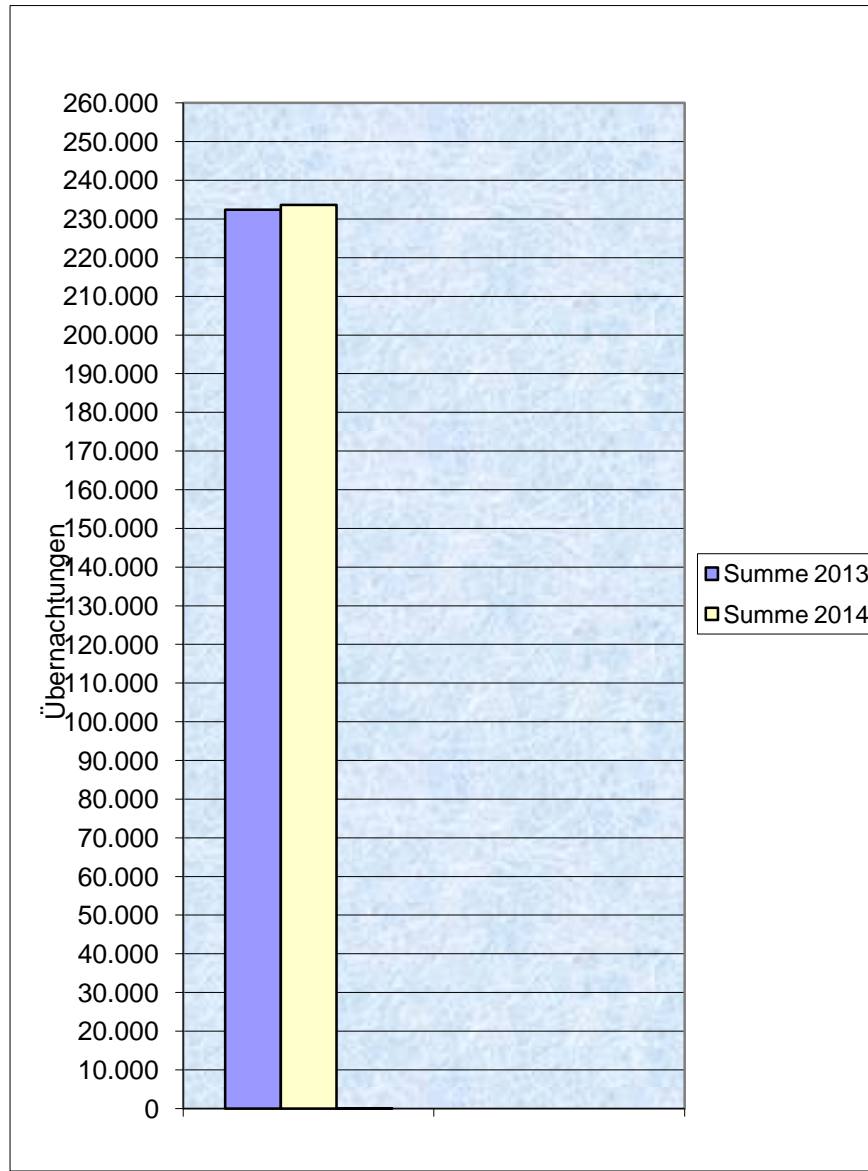
¹ Vorläufiges Ergebnis. - ² Neben Privatquartieren mit weniger als 10 Betten sind hier auch gewerbliche Kleinbetriebe mit weniger als 10 Betten berücksichtigt.

[Zurück](#)



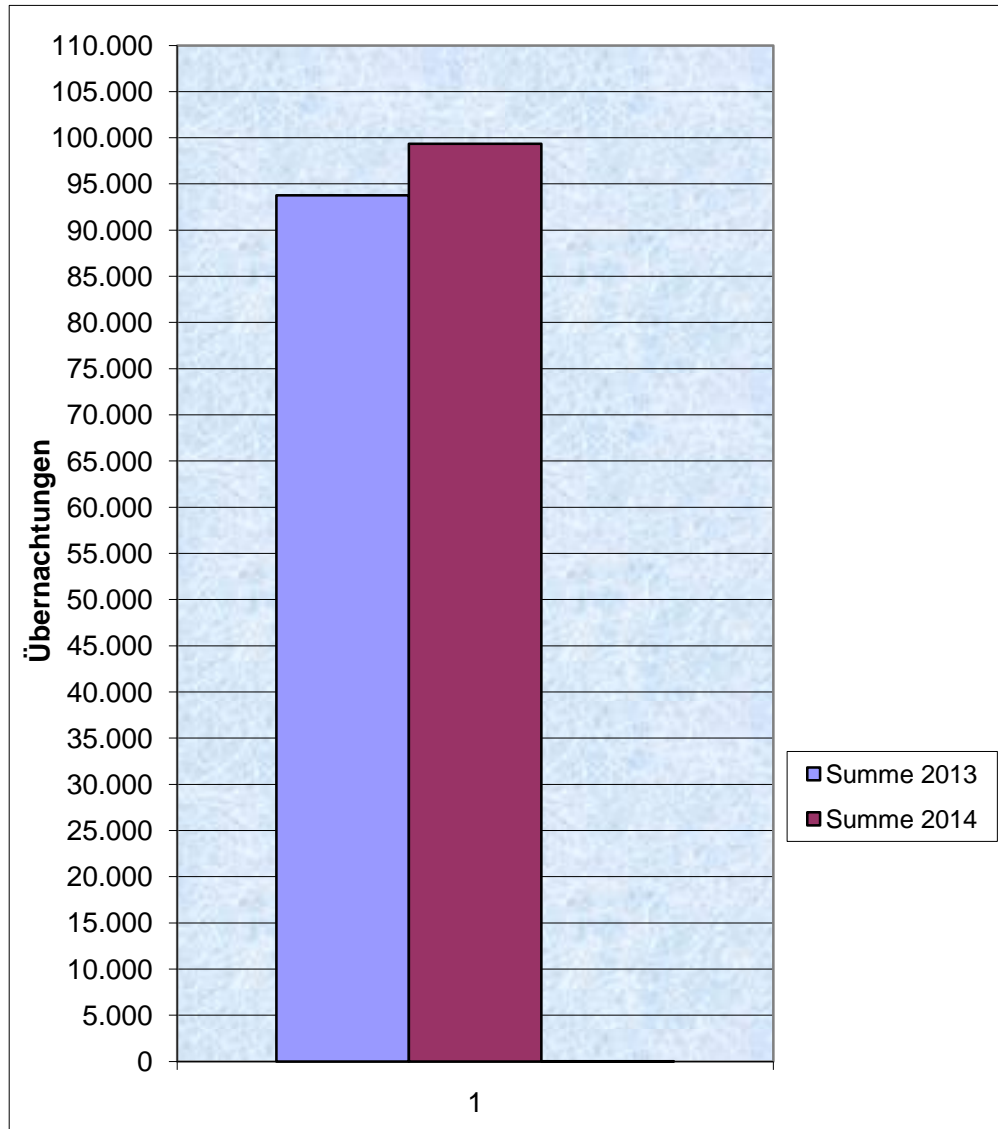
TOP 1: Geschäftsbericht TI

Dt. Übernachtungen Boppard



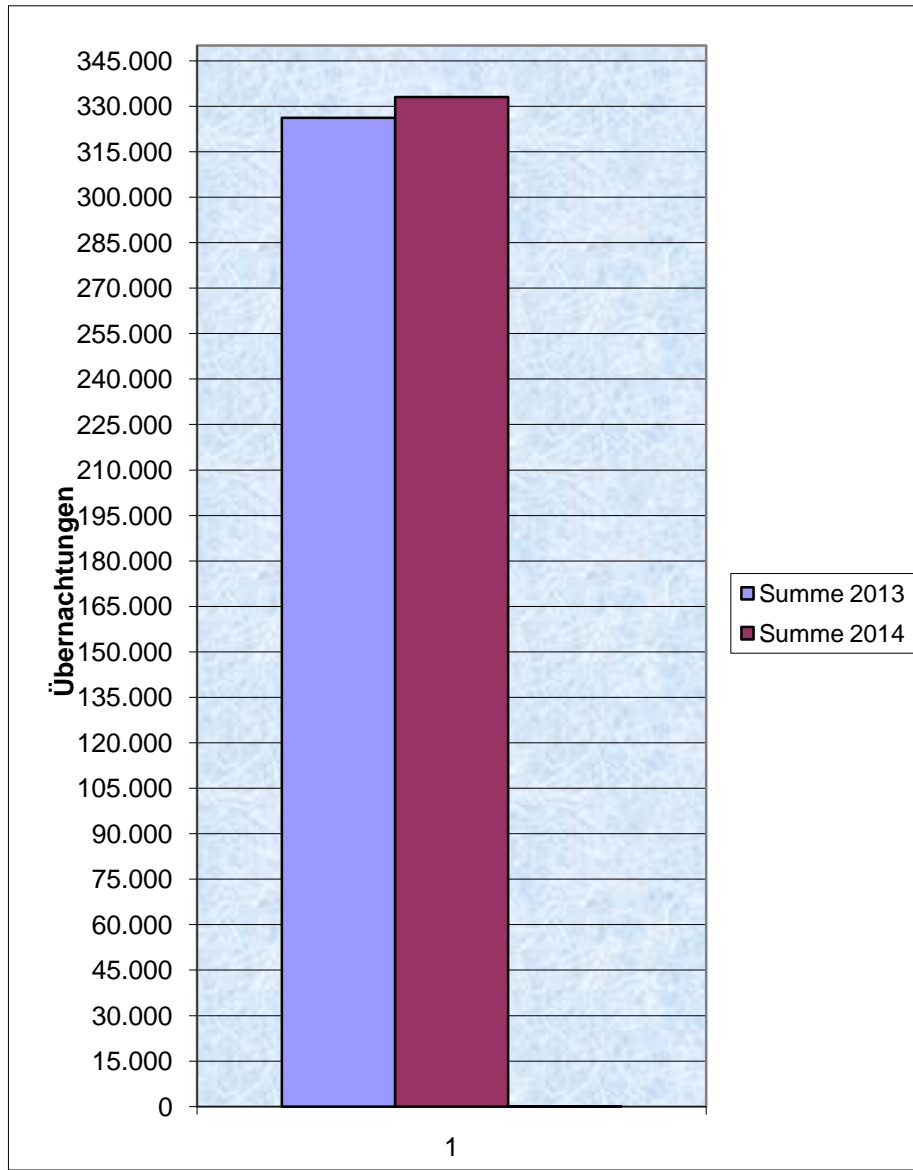
TOP 1: Geschäftsbericht TI

Ausl. Übernachtungen Boppard



TOP 1: Geschäftsbericht TI

Ges. Übernachtungen Boppard



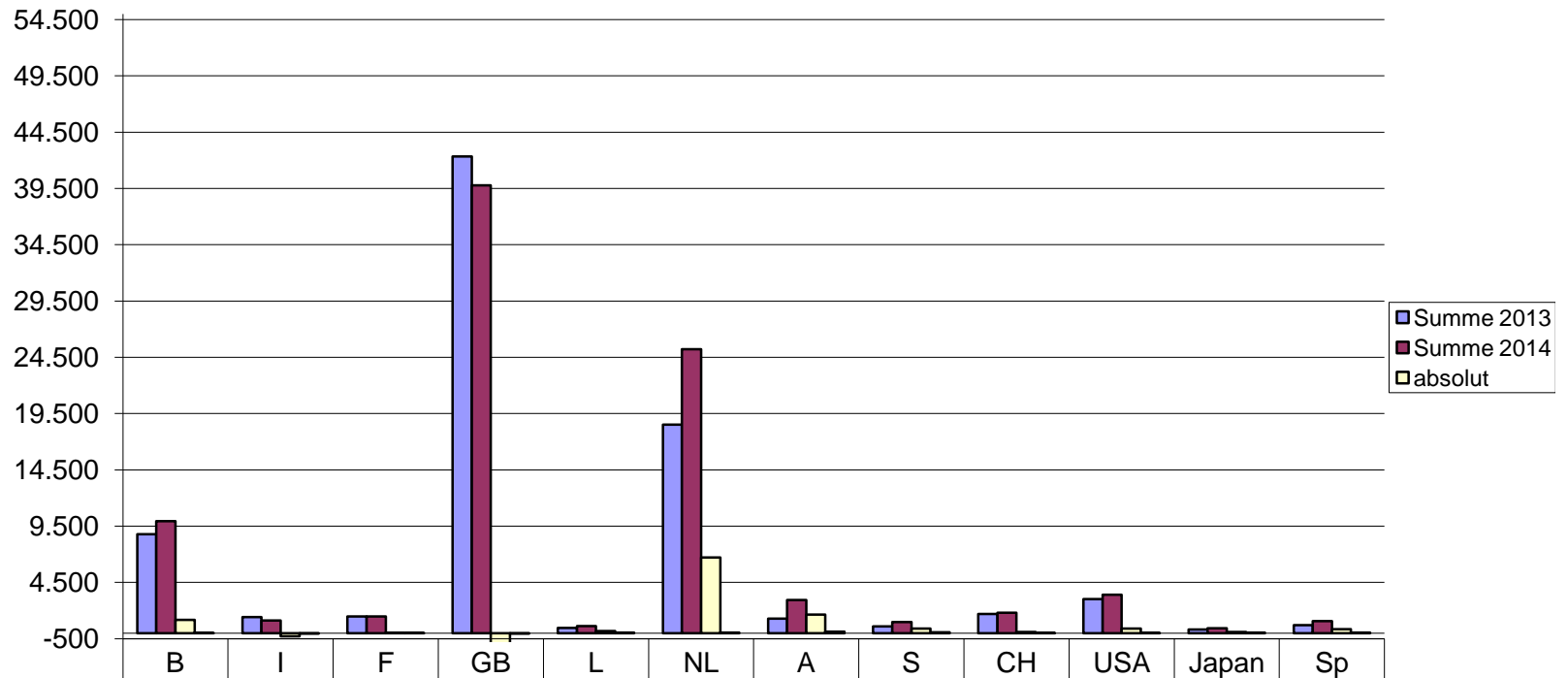
TOP 1: Geschäftsbericht TI

Übernachtungszahlen Boppard nach Herkunftsländern 2014/13

kumulierte Zahlen lt. Monatsberichten Bad Ems



Übernachtungen ausländische Gäste (nach Nationen) Jan - Dez 2014 mit Vorjahr



Summe 2013	8.786	1.414	1.484	42.326	445	18.512	1.273	599	1.696	3.026	317	707
Summe 2014	9.950	1.120	1.492	39.789	627	25.216	2.928	994	1.797	3.419	418	1.060
absolut	1.164	-294	8	-2.537	182	6.704	1.655	395	101	393	101	353
prozentual	13,25	-20,79	0,54	-5,99	40,90	36,21	130,01	65,94	5,96	12,99	31,86	49,93

TOP 1: Geschäftsbericht TI 2014

Insertionen / Anzeigen



Überregional:

- Oldtimer Markt
- De Standard / Het Nieuwsblad Belgien – flankierend zur Messe Couponwerbung
- VAB - Magazin (fläm. Automobilclub)
- Beteiligung in den Idee-Media Pocketguides „Traumschleifen – Saarschleife – Rheinsteig – RheinBurgenWeg“
- Outdoor Linksrheinische Jakobsweg
- Reiseziele Deutschland 2014 Idee-Medien
- Anzeige Rhein-Main Presse „pepper - Reisejournal“

B to B:

- Incoming Pool Spanien mit der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH und Tour Com (Bearbeitung des Spanien Marktes mit Schwerpunkt auf Business Partner, aber auch Endkundenmarkt).

Internet:

- www.duitsland-reisgids.nl
- www.alemania-romantica.info mit RPT
- www.romantic-germany.info mit RPT

TOP 1: Geschäftsbericht TI 2014

Pressearbeit



Regional:

Regionale Anzeigenschaltung anlässlich Veranstaltungen wie Bopparder Jahresplaner, Närrischer Abendumzug, Boppard blüht auf, Mittelrheinischer Weinfrühling, Bopparder Mai, Kinderwelterbetag, Bauernmarkt, ...

in:

- Rund um Boppard
- Boppard im Blick
- Rhein-Hunsrück-Anzeiger
- Wochenspiegel
- Rheinzeitung
- tv-mittelrhein
- Mittelrheinkurier
- TG Boppard Sebamed Flyer
- Fortbildung Lebenshilfe

Rheintal-Zeitungen :

- Welcome to Boppard
- Rheintimes

TOP 1: Geschäftsbericht TI

Kartenvorverkauf 2014



Veranstaltungen mit Kartenvorverkauf durch die TI:

• „Schwarzmeer Kosaken“ 09.01.2014	9.152,00 €	1.092,00 €
• „Ham & Egg“ 14.03.2014	5.916,00 €	558,00 €
• „Spirit of Ireland“ Diavortrag 16.03.2014	5.227,00 €	500,00 €
• „Guido Cantz 06.04.2014	3.717,00 €	354,00 €
• „Longjohn“ 05.04.2014	795,00 €	
• „Casina“ Röm. Theater 31.05.14	287,00 €	287,00 €
• „Fabelhafte Mr. Flemming“(MMF) 29.05.14	44,00 €	4,00 €
• „Schokoladenmatinee“(MMF) 01.06.14	181,00 €	18,00 €
• „Andrea Sawatzki“(MMF) 06.07.14	134,00 €	13,00 €
• „Picknick & Klassik“(MMF) 13.07.14	480,00 €	48,00 €
• „Ritter Rost“ 20.07.2014	951,00 €	
• „Swingender Jazz“ (MMF) 18.07.14	156,00 €	15,00 €
• „RheinVokal“ 26.07.14	225,00 €	45,00 €
• „Till Brönner“ (MMF) 01.08.14	1.181,00 €	118,00 €

TOP 1: Geschäftsbericht TI Kartenvorverkauf 2014



• „Ulrich Kienzle“ (MMF) 08.08.14	144,00 €	14,00 €
• „RheinVokal“ 16.08.14	1.121,00 €	224,00 €
• „RheinVokal“ 23.08.14	502,00 €	100,00 €
• „Konrad Beikircher“ 07.11.14	2.603,00 €	250,00 €
• „Mord zu vier Händen“ Nov. 14	14.647,00 €	1.472,00 €
• „Benefizkonzert Ruanda“ 06.12.14	884,00 €	
 Gesamt:	 48.347,00 €	 5.112,00 €
	=====	=====

TOP 1: Geschäftsbericht TI 2014

Reservierungssystem bis 31.12.14



- Deskline 3.0 ab 01.01.2013
- Channel-Management-Systeme funktionieren jetzt sicher
- Buchbarkeit über TKN wurde ab Anfang März 2007 gewährleistet
- Beteiligung aktiv von 18 Betrieben in 2014 (+ 4 FeWo's)
- Buchungsvorgänge ab **01.01.14**: 360 Vorgänge mit Abschluss
- davon: 274 über TI, 86 übers Internet
- Gästeanzahl: 771 Personen
- Gebuchte Nächte 1.202 Nächte
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 1,56 Tage
- Durchschnittlicher Umsatz pro Buchung: 118,93 €
- Gesamtumsatz 01.01.-14.10.2014: 42.577,60 €
- Provision: 4.916,97 €

TOP 1: Geschäftsbericht TI 2014

Stadtführungen bis 31.12.14



- Angebotene Führungen:	Stadtführung, Nachtführung, Begleitung Ganztags/Halbtags
- Gebuchte Führungen:	265 Gruppen
- Rückgang zu 2013	4,8 % (2013 278 gebuchte F.)
- Besuch der Stadtführung für Einzelpersonen (Sa. 11.00 h):	193 Gäste (2013 320 Gäste)
- Gesamtumsatz Führungen bis 31.12.14:	17.098,- € (2013 18.745,- €)
- Provision TI:	3.980,- € (2013 4.240,- €)

TOP 1: Geschäftsbericht TI 2014

Pauschalen bis 31.12.14



- Angebotene Pauschalen:	Klettersteigtour, Weinwanderung, Fackelwanderung, Nordic Walking, neu E-Bike-Touren, Burgenwanderung, Geocaching, Abenteuer Klettern etc.
- Honorarvereinbarung:	grundsätzlich 10 % Prov.
- Gebuchte Tagespauschalen	52 (durch Gruppen)
Rückgang zu 2013:	8,8 %(2013: 57 Buchungen)
- Gesamtumsatz Pauschalen:	10.117,50 € (2013: 9.415,50 €)
- Provision TI:	1.011,75 € (2013: 941,55 €)
- Übernachtungspauschalen gesamt:	7 (durch Einzelpersonen)
- Gesamtumsatz Übernachtungsp.:	3.311,- €
- Provision TI:	331,10 €

TOP 1: Geschäftsbericht TI 2014 Fahrkartenverkauf Hunsrückbahn



TSE-neu - Citrix XenApp Plugins für gehostete Anwendungen


1303 HRB Fahrkartenblock v3.pdf - Adobe Reader

Datei Bearbeiten Anzeige Dokument Werkzeuge Fenster Hilfe

Suchen

1 / 3 135%

Rheinland-Pfalz-Takt
Bus & Bahn für unser Land



Einzelfahrschein Nr. 9075

gültig am Preis (€) inkl. 7 MwSt.

Dieser Fahrschein ist gültig für 1 Person für 1 Fahrt mit der Hunsrückbahn zwischen Boppard Hbf (Wabe 603) und Boppard-Buchholz (Wabe 602).

Wir fahren für den Takt:
hunsrückbahn
Hoch hinaus!

Einzelfahrschein
1 Person • Boppard Hbf • Boppard-Buchholz
Nr. 9075

Start

10:22

TOP 1: Geschäftsbericht TI 2014

Fahrkartenverkauf Hunsrückbahn



Umsatz Verkauf Hunsrückbahntickets 01.01. – 31.12.2014

- Einzelfahrschein à 2,90 € 52,20 €
- Tagesfahrschein à 9,30 € 1.413,00 €

TOP 1: Geschäftsbericht TI Klassifizierungen 2014




- Nachklassifiziert: 12 Ferienwohnungen
- Nachklassifiziert: 2 Privatpension
- Neuklassifiziert: 0 Privatpensionen
- Neuklassifiziert: 7 Ferienwohnungen

Top 2: Saison 2015 / Weinfest 2015

TOP 2: Saison 2015 Nachdruck Broschüren

TSE - Citrix XenApp Plugins für gehostete Anwendungen
Was-ist-Wo-Broschüre_en_150218.pdf - Adobe Reader
Datei Bearbeiten Anzeige Fenster Hilfe

Getting there




By Car:
Coming from Cologne or Mainz on the A 61 motorway: Take exit for Boppard/Buchholz, then follow the signs to Boppard (8 kilometres [5 miles] to town centre).
Coming from the A 3 motorway:
At the "Dembacher Dreieck" junction, take the A 48 motorway in the Koblenz direction. At the "Koblenzer Kreuz" junction take the A 61 motorway in the Mainz direction as far as the Boppard/Buchholz exit.
You can also get to Boppard on the B 9 highway on the left bank of the Rhine from Koblenz or Bingen and via the 327 (Hunsrück Hills road). The B 42 on the right bank of the Rhine is directly linked to Boppard by ferry.

By Train:
Boppard train station is directly linked with the regional express network. You reach Boppard via Koblenz, Mainz and Frankfurt.

By Air:
The "Frankfurt-Hahn" Airport in Hunsrück is only 55 kilometres (approx. 34 miles) away from Boppard. The distance from the major airport of Frankfurt is 100 kilometres (approx. 62 miles), and the distance to the Cologne/Bonn Airport is 110 kilometres (approx. 69 miles).

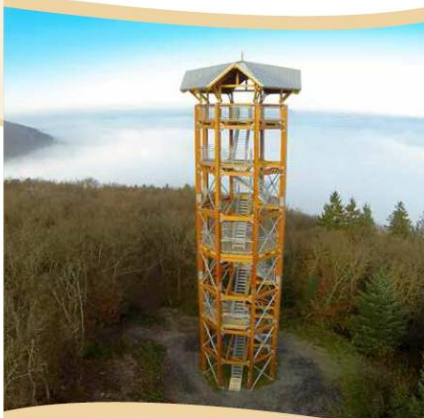

By Boat:
Boppard is linked with all inter-regional shipping-line traffic.

TOURIST INFORMATION BOPPARD 
Marktplatz 156154 Boppard
Tel. +49 6742-3888 | Fax +49 6742-91402
www.boppard-tourismus.de | tourist@boppard.de


561 > 576

Unesco World Heritage
Upper Middle Rhine Valley

Boppard/Bad Salzig
Buchholz · Hirschstein · Hirschbach · Heitfort ·
Oppenheim · Klettenberg · Lödenhausen · Weller



What's where



boppard
am Rhein auf der Höhe

Start | 09:24

TOP 2: Saison 2015 CMT Stuttgart 17. – 18.01.



241.000 Besucher

TOP 2: Saison 2015

Vakanz Luxemburg 16. – 18.01.



30.000 Besucher

TOP 2: Saison 2015

Fespo Zürich 29.01. – 01.02.



62.000 Besucher

TOP 2: Saison 2015

Reisen Hamburg 04. – 08.02.



70.000 Besucher

TOP 2: Saison 2015

Vakantiesalon Brüssel 05. – 09.02.



97.500 Besucher

TOP 2: Saison 2015

GTS London 10.02.



215 Fachbesucher

TOP 2: Saison 2015

Messen



- ITB
- TourNatur Düsseldorf
- DZT Workshop Frankreich

04. – 06. 03. 2015

04. – 06. 09. 2015

15. Oktober 2015

TOP 2: Saison 2015

Coupon-Werbung B: 629 Adressen



TSE - Citrix XenApp Plugins für gehostete Anwendungen

boppard_prosp2015_lay2.pdf - Adobe Reader

Datei Bearbeiten Anzeige Fenster Hilfe

Werkzeuge Signieren Kommentar

2 / 2 132%

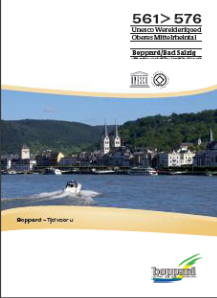
Text-/Gestaltungsvorschlag für:
De Standaard mit Het Nieuwsblad
ET: 10.01.2015

www.boppard-tourismus.de

Boppard
am Rhein

Erholen und Entspannen im UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal – Rheinromantik pur, Burgen und Schlösser, Schifftouren zur Loreley, Wandern, Radfahren u.v.m.

Bestellen Sie kostenlos Ihr persönliches Exemplar oder besuchen Sie das offizielle Portal:
www.boppard-tourismus.de



Tourist Information Boppard
Marktplatz · D-56154 Boppard
Tel. 0049-6742-3888 · tourist@boppard.de
www.boppard-tourismus.de

(Text wird vom Verlag übersetzt, d.h. der Textumbruch ändert sich noch)

starre Vorgaben
Text wird vom Verlag übersetzt, d.h. der Textumbruch ändert sich noch.

Start

09:37

TOP 2: Saison 2015

Couponwerbung NL: 516 Adressen



TSE - Citrix XenApp Plugins für gehostete Anwendungen

boppard_prosp2015_lay2.pdf - Adobe Reader

Datei Bearbeiten Anzeige Fenster Hilfe

1 / 2 132% Werkzeuge Signieren Kommentar

Text-/Gestaltungsvorschlag für:
Wegener Media
ET: 17.01.2015

Boppard am Rhein
UNESCO-Welterbe „Oberes Mittelrheintal“

Erholen und Entspannen, Burgen & Schlösser,
Schiffstouren zur Loreley, Wandern, Radfahren u.v.m..
Bestellen Sie kostenlos Ihr persönliches Exemplar oder
besuchen Sie das offizielle Portal:
www.boppard-tourismus.de

Tourist Information Boppard
Marktplatz · D-56154 Boppard
Tel. 0049-6742-3888 · tourist@boppard.de

Die Farbigkeit der Anzeige ist eine Verlagsvorgabe!

(Text wird vom Verlag übersetzt, d.h. der Textbruch ändert sich noch)

Start 09:36

TOP 2: Saison 2015

Insertionen / Anzeigen



Überregional:

- Oldtimer Markt
- Saar-Hunsrück-Steig-Wandern
- Sonderausgabe CMT – Messe Stuttgart
- Google Adwords
- De Staandard
- Gazet / Het Belang
- Wegener
- Luxemburger Wort
- Rheinfalkarte u. Pocketguides
- Kompass / MairDumont / Marco Polo

TOP 2: Saison 2015

Insertionen / Internet



B to B:

- Incoming Pool Spanien mit der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH und Tour Com (Bearbeitung des Spanien Marktes mit Schwerpunkt auf Business Partner, aber auch Endkundenmarkt).

Internet:

- www.duitsland-reisgids.nl
- www.alemania-romantica.info mit RPT
- www.romantic-germany.info mit RPT

TOP 2: Saison 2015 Insertionen / Internet



TSE - Citrix XenApp Plugins für gehostete Anwendungen

Vakantie in Duitsland: Campings, hotels en natuur in Rijnland-Palts! - Internet Explorer

http://www.rijnland-palts.nl/

Vakantie in Duitsland: Campi...

Dateti Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras 2

MTZ4000 Webterminal Vorgeschlagene Sites Web Slice-Katalog

Seite Sicherheit Extras

Gastvriendelijk RIJNLAND-PALTS

Rijnland-Palts

Wandelaars Welkom Fietzers Welkom Wijnland IkTijd

Vakantieregio's Fascinerende plaatsen Uitstapjes & evenementen Camping

Rijnland-Palts

Vakantie in Duitsland: Campings, hotels en natuur in Rijnland-Palts!

Voor uw vakantie in Duitsland heeft Rijnland-Palts niet alleen prachtige natuur te bieden, maar ook interessante bezienswaardigheden. Zo kunt u uitstapjes maken naar burchten en kastelen of schilderachtige stadjes. Of shoppen in Trier, Mainz of Koblenz. Ontdek spannende evenementen tijdens uw vakantie aan de Moezel, Rijn of in de Eifel, bijvoorbeeld 'Rhein in Flammen' en de wijnfeesten. Kom tot rust in Rijnland-Palts in Duitsland, op de camping of in de vele wellness hotels, wandel over de Eifelsteig en andere wandelpaden of ga op fietsvakantie langs de Moezel of de Rijn. Of ga shoppen in het grootste Outlet centrum van Duitsland, in Zweibrücken. Het is volop genieten in Duitslands wijngedebied nummer 1! Geniet van een paar daagjes weg met het hele gezin of een vakantie in Rijnland-Palts.

accommodaties
arrangementen
evenementen
boekingscode

100% 10:33

TOP 2: Saison 2015

Insertionen / Anzeigen



Regional:

- Sebamedflyer

Regionale Anzeigenschaltung anlässlich Veranstaltungen wie Närrischer Abendumzug, Boppard blüht auf, Mittelrheinischer Weinfrühling, Bopparder Mai, Bauernmarkt, ... in:

- Rund um Boppard
- Boppard im Blick
- Rhein-Hunsrück-Anzeiger
- Wochenspiegel
- Rheinzeitung
- tv-mittelrhein
- Wällerbote

TOP 2: Saison 2015

Veranstaltungen



- „Mittelrheinischer Weinfrühling“: 26. April 2015
- „Sebamed-Mailauf“ 13. Mai 2014
- „Mittelrhein-Marathon“ 16./17. Mai 2015
- „Harley-Davidson-Treffen“ 4. Juni 2015
- „Tal ToTal“: 28. Juni 2015
- „Köhlertage“: 22. – 27. Mai 2015
- „8. Bopparder Oldtimer Treffen“ 18. Juli 2015
- „Bopparder Zwiebelmarkt“ 09. & 10. September 2015
- „Weinfest“: 25. – 28. September & 02. – 04. Oktober 2015
- „Bauernmarkt“: 25. Oktober 2015

TOP 2: Saison 2015 Veranstaltungen

Saar-Hunsrück-Steig kommt in der Region an

Tourismus Am 11. April wird der von Idar-Oberstein bis Boppard verlängerte Fernwanderweg in Morshausen eingeweiht

Von unserem Redakteur
Wolfgang Wendling

■ **Rhein-Hunsrück.** Der Saar-Hunsrück-Steig ist in unserer Region angekommen. Deutschlands höchst bewerteter Fernwanderweg führt ab dem Frühjahr auf 405 Kilometern von Perl an der Mosel bis Boppard am Rhein. 192 Kilometer von Idar-Oberstein nach Boppard sind neu hinzugekommen. Am Samstag, 11. April, wird der neue Saar-Hunsrück-Steig in Morshausen feierlich eröffnet.

Die Experten sind sich einig: Durch die Verlängerung der Route ist der Steig noch attraktiver geworden. Zudem haben zahlreiche Traumschleifen im Distrikt des Saar-Hunsrück-Steigs Traumnuten erhalten. 15 dieser hochdekorierten Rundwanderwege sind in die Wegführung des Steigs eingebunden. Die Feststellung für den bisherigen Saar-Hunsrück-Steig, dass er die höchste Erlebnisdichte aller deutschen Fernwanderwege, den geringsten Asphaltanteil und den höchsten Anteil an Naturpfaden aufweist, wird durch die Verlängerung erhärtet.

Die Fernwanderer können den Saar-Hunsrück-Steig auf insgesamt 27 Etappen bewältigen. 30 Kilometer davon führen durch den neuen Nationalpark, der an Pfingsten eröffnet wird.

Zu den 27 bestehenden Etappen kommen 12 hinzu. Durch den Steig neu erschlossen werden die Verbandsgemeinden Herrstein, Rhauen, Kirchberg, Zell, Kastellaun, Emmelshausen, Rhein-Mosel und die Stadt Boppard. Eingebunden



Vom Baybachblick in Morshausen sieht man fast den gesamten Streckenverlauf der Etappe 22 von der Schmausemühle nach Morshausen.

Foto: Elke Bizer

wird dabei auch der Flughafen Hahn. Startpunkte und Etappenziele sind Idar-Oberstein, Herrstein, Rudolfshaus, Rhauen, Sohren, Altlay, Blankenrath, Mörsdorf, Schmausemühle, Morshausen, Oppenhausen und Boppard.

Als Ort der Eröffnung des neuen Saar-Hunsrück-Steigs haben die Verantwortlichen Morshausen

auserkoren. Die Gemeinde in der VG Emmelshausen ist nicht nur Namensgeber einer hoch bewerteten Traumschleife (Murscher Eselsche), sie liegt auch noch an der Schnittstelle zwischen Ehrbachklamm und Baybachklamm. Die beiden wildromantischen Schluchten verleihen gemeinsam mit spektakulären Aussichten dem Steig eine besondere Note.

Festakt und Testwandern zur Eröffnung

Mit einer Feierstunde und einem Testwandern geht am Samstag, 11. April, der verlängerte Saar-Hunsrück-Steig in Morshausen an den Start. Um 11 Uhr beginnt der Festakt mit Ministerin Eveline Lemke in der Bürgerhalle. Zwischen 9 und 14 Uhr werden Interessenten kostenlos

mit Shuttle-Bussen zur Schmausemühle gebracht, von wo sie die 10,2 Kilometer lange 22. Etappe des Steigs bis Morshausen in Angriff nehmen können. Um 12 Uhr wird an der Wurzelbank bei Morshausen mit dem Banddurchschnitt der Fernwanderweg freigegeben. ww

Guten Morgen

Werner Doppla
zur Terminierung
der WM 2022 in Katar



Der FIFA sei Dank für die WM im Advent

Der Ausbruch der Eingliederung des Fußballfans ist riesengroß. Nur Vietnam scheint es in Europa, dem Mutterkontinent des Fußballs, angesichts der Terminierung der WM im Dezember 2022 in Katar zu geben. Statt Stuhls bis beim Pauli Weingut Glöwen serviert in 1 Halbpause ist ein Sprint in die Weihnachtsmärkte angesprochen. Fans werden sich nicht auf ihr teuer bezahltes Original-Nationaltrikot mit Nummer des Lieblingspieler verzichten und gegen ein lausloses Ersatztrikot. Bei Toleranz aller Beteiligten, Fußballfans ohnehin auch ausgeprägt ist, harmonisiert starke Fangesänge nicht seltsamen Weihnachtslieder. Sichtlich profitiere ich von der Legung des mehrwöchigen Ballspektakels in den Waldgucken unter freiem Himmel. Bei Minustemperaturen und Schnee nicht mehr. Das erspart mir die Peinlichkeit, dass ich immer auf der Kastellaun steht -, um den Torgrafieren, auf der über ein Kabel stol totalen Bildavall. gen meiner Duss 1000 Fans mehr lang ins Leere. Z keine weiteren Te störung behoben

TOP 2: Saison 2015 Wandermagazin



The screenshot shows a Facebook page for 'Traumschleife Ehrbachklamm'. The page header includes the name and a search bar. The main content area features a large banner for 'wander magazin Deutschlands Schönster Wanderweg 2015' with a photo of a group of people in a forest. Below the banner are navigation tabs: Chronik, Info, Fotos, and Videos. The left sidebar shows 590 'Gefällt mir'-Angaben and a list of friends with 'Einladen' buttons. The right sidebar lists 'Aktuell' news items and a list of friends. The main feed shows a post from 'Traumschleife Ehrbachklamm' about a 'Spendenwanderung für den Gnadenhof Rhein-Hunsrück e.V.' on March 22nd, with a photo of a waterfall and a 'Teilnehmen' button.

https://www.facebook.com/pages/Traumschleife-Ehrbachklamm/768230896580361?ref=... Traumschleife Ehrbachkla...

Seite erstellen

Aktuell
2015
Geöffnet

Carina Schneider gefällt B. Schönwälder - Photographie.
Werner Färber gefällt Konstantin Weckers Beitrag.
Nicole Schuh und Dennis Maxeiner sind jetzt Freunde.
Lars Ruediger 1h
Carina Schneider Mobil
Werner Färber Web
Thomas Biersch Web
Jessica Müller Mobil
Steffi Straub Mobil
Anke Haub Web
Marion Hahn Web
Äsasfau Boppard... Mobil
Nicole Schuh Mobil
Claudia Malinverno
Simone Kokoscha
Martine Peeters
Kathrin Ergelet
Marion Krämer
Niko Neuser

WEITERE FREUNDE (5)

Suchen

590 „Gefällt mir“-Angaben

Frank Meiers, Walter Bersch und 26 weiteren Personen gefällt das.

Lade deine Freunde ein, Traumschleife Ehrbachklamm n

Petra Bückner Einladen
Daniela Ziermann Einladen
Mariene Michel Einladen

Alle Freunde anzeigen

INFO

Mittelstraße

Frage nach Traumschleife Ehrbachklamm Telefonnummer

Beitrag Foto/Video

Schreib etwas auf seine Seite ...

Traumschleife Ehrbachklamm hat Erlebniswandern mit Hunds Veranstaltung geteilt.
24. Februar um 09:11 ·

Spendenwanderung für den Gnadenhof Rhein-Hunsrück e.V. auf der Traumschleife Ehrbachklamm
Sonntag, 22. März um 10:00
Wanderparkplatz an der K 120 in 56154 Oppenheim
16 Personen nehmen teil

Teilnehmen

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · 2

TOP 2: Saison 2015

FAIRTRADE-Stadt



TOP 2: Saison 2015 Werbegemeinschaft



- Kurzbericht



TOP 2: Saison 2015

Verkaufsoffene Sonntage



- 22. März 2015: „Boppard blüht auf“
- 31. Mai 2015: „Bopparder Mai“
- 25. Oktober 2015: „Bauernmarkt“
- 29. November: „Advent“

TOP 2: Saison 2015 barcamp in Boppard



Home

Herzlich Willkommen zum „Barcamp Tourismusnetzwerk“

Das 2. Barcamp Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz findet am 7. & 8. Mai 2015 statt!

Das „Barcamp Tourismusnetzwerk“ 2015 (Hashtag #bctn15) wird zum 2. Mal von der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH für alle Akteure rund um den rheinland-pfälzischen Tourismus unter dem Motto „WIR sind Tourismus in Rheinland-Pfalz“ organisiert.

Die Form des „Barcamps“ lässt es zu, dass wir offen und interaktiv über die aktuellen Themen, Chancen und Herausforderungen im rheinland-pfälzischen Tourismus diskutieren können. Im Gegensatz zur „klassischen“ Konferenz geben Sie hier die Themen selbst vor: Was beschäftigt Sie? Worüber denken Sie nach? Worüber möchten Sie sich mit den verschiedensten Akteuren des Tourismus in Rheinland-Pfalz austauschen?

Sie können die Themenvorschläge einbringen, etwas selbst vorbereiten und mitbringen und mit den Teilnehmern beleuchten – müssen dies aber nicht. Denn oft lässt das Nicht-Geplante den Raum für Neues, Visionäres, Querdenkerisches.

Datum: Donnerstag, 7. Mai bis Freitag, 8. Mai 2015

Ort: Seminarhaus Villa Belgrano
Rheinallee 55
56154 Boppard
Tel.: 06131 / 2398 – 500
Fax: 06131 / 2398 – 538
www.akademie-rip.de

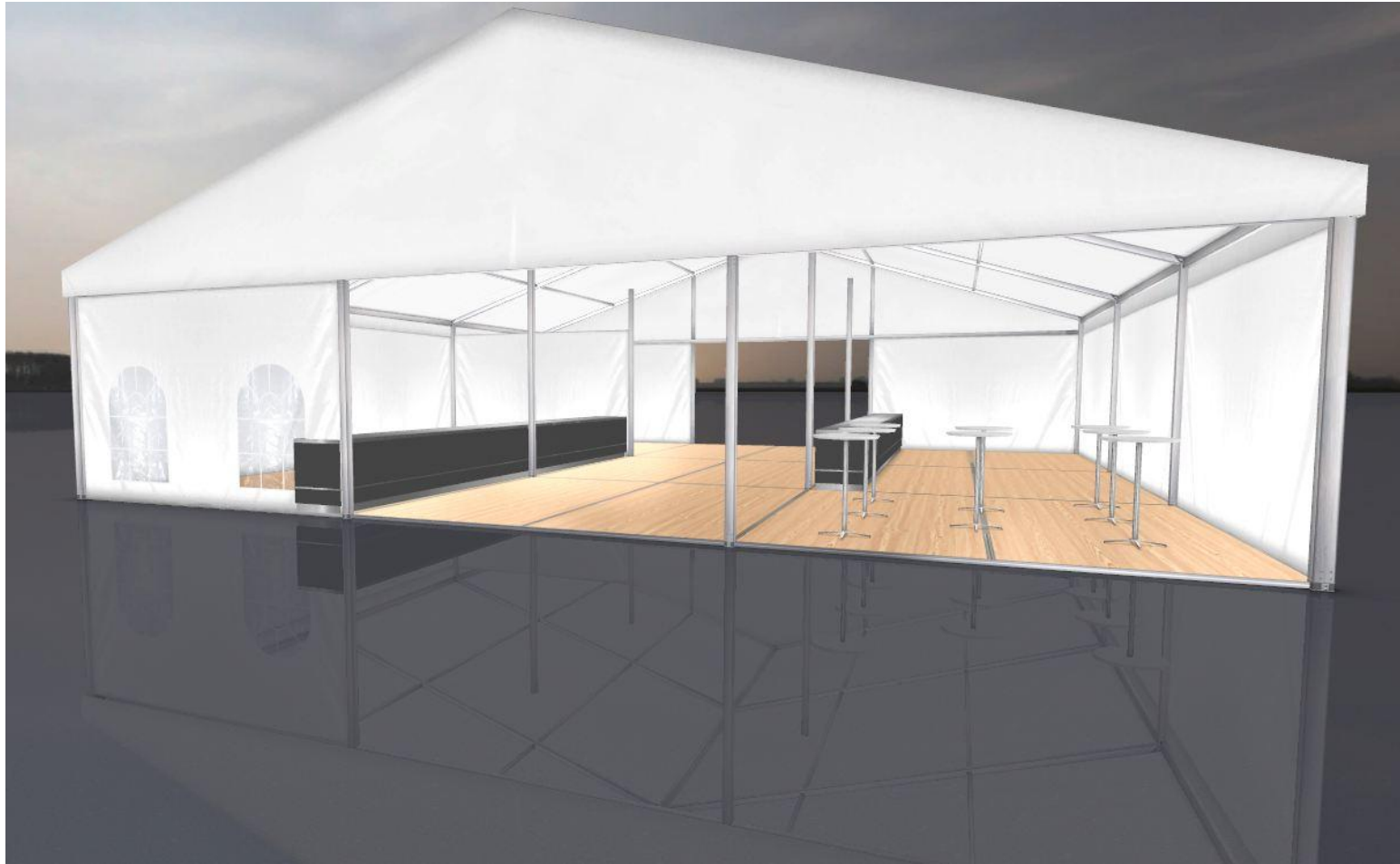
Zielgruppen:
Alle touristisch in Rheinland-Pfalz aktiven Partner: z.B. Vertreter von Hotels, Ferienwohnungen, Ferienparks, Campingunternehmen, sonstige Leistungsträger, touristischer Orte und Regionen, Politik, Verbände, Agenturen.

Was genau ist ein Barcamp?

- Barcamp
- Tourismusnetzwerk
- Themenschwerpunkte
- Anmeldung
- Teilnehmer
- Programm & Organisation
- Kooperationspartner
- Hotels/Anreise
- Barcamp 2014
 - Teilnehmer
 - Programm

TOP 2: Saison 2015

Weinfest 2015



TOP 2: Saison 2015

Weinfest 2015



TOP 2: Saison 2015

Weinfest 2015



TOP 3: Romantischer Rhein Gästekarte

TOP 3: Romantischer Rhein Gästekarte



TOP 4: Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Boppard 2013

TOP 5: Verschiedenes



Wirtschaftsfaktor Tourismus

für die Stadt Boppard 2013

Alexander Neumann
Dr. Manfred Zeiner
dwif-Consulting GmbH

Dr. Bernhard Harrer
dwif e. V.

München, Dezember 2014

dwif
consulting

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2014 dwif-Consulting GmbH.
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

Inhaltsverzeichnis

- Ergebnisse der Berechnungen 3
 - Bedeutung der touristischen Segmente 5
 - Umsatzwirkungen durch den Tourismus 7
 - Einkommenswirkung aus dem Tourismus 9
 - Beschäftigungs- und Steuereffekte 10
- Definitionen und Methodik 12
 - Touristische Segmente im Überblick 13
 - Datenquellen 16
 - Berechnungsweg 20
- Glossar 23
- Impressum 32

Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Boppard 2013

Ergebnisse

Eckdaten Boppard

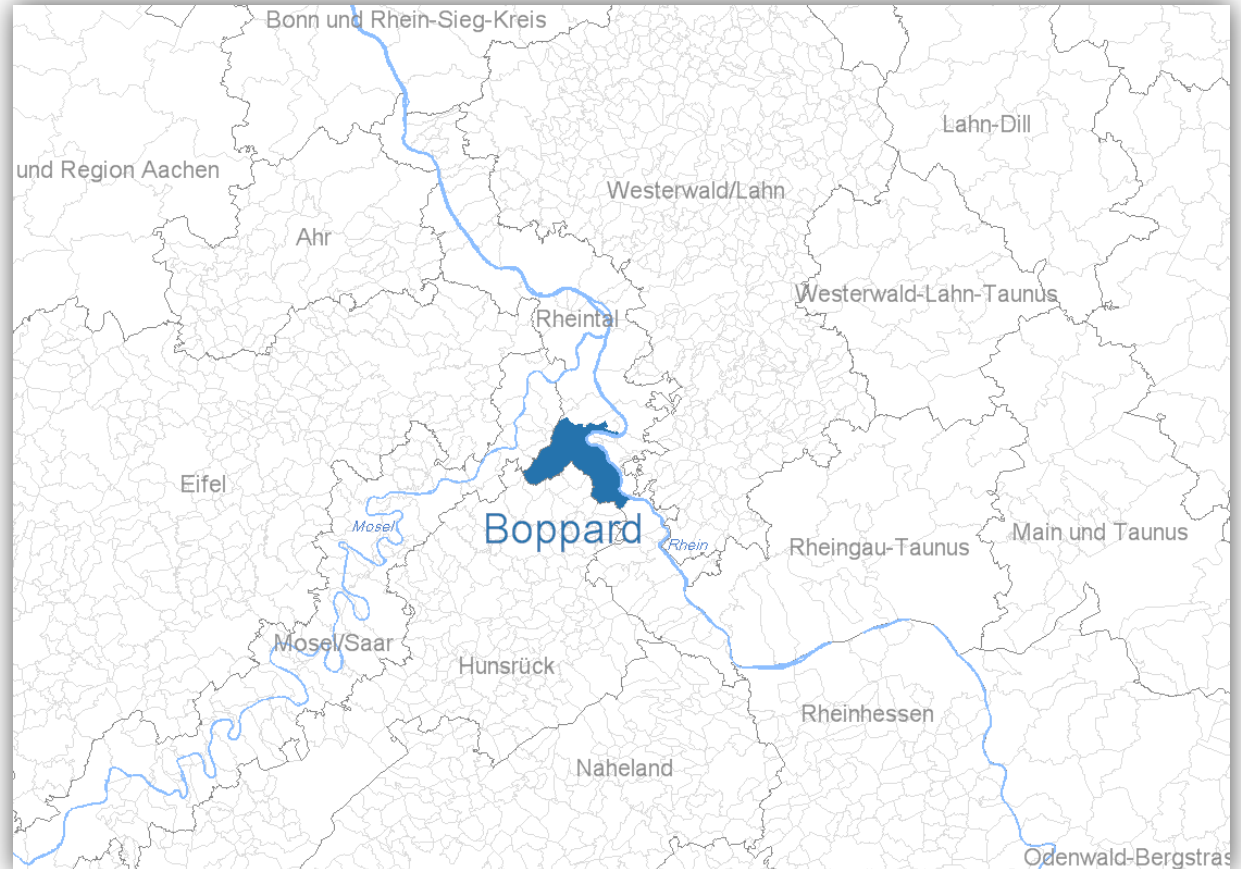
Stadt Boppard (Boppard a. Rhein, Luftkurort)

Einwohner
(Stand: 2. Quartal 2013)¹ 15.166

Übernachtungen
in Beherbergungs-
betrieben 0,363 Mio.

Übernachtungen
bei Verwandten/
Bekanntem (VFR)² nicht
verfügbar

Tagesreisen 0,7 Mio.



Quelle: dwif 2014. ¹ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Bad Ems 2014; ² Die Übernachtungen durch Verwandte, Bekannte und Freunde in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR) können nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden. Diese war nicht Bestandteil der vorliegenden Untersuchung, weshalb zu diesem Segment keine Daten vorliegen.

Touristische Aufenthaltstage, Ausgaben und Umsätze in Boppard 2013¹

Segment	Aufenthaltstage	x	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
Gewerbliche Betriebe ²	0,292 Mio.	x	127, ²⁰ €	=	37,2 Mio. €
	+				+
Privatvermieter ³	0,035 Mio.	x	61, ²⁰ €	=	2,1 Mio. €
	+				+
Touristik- und Dauercamping ⁴	0,036 Mio.	x	39, ⁵⁰ €	=	1,4 Mio. €
	+				+
Tagesreisen	0,7 Mio.	x	24, ²⁰ €	=	16,9 Mio. €
	=				=
GESAMT	1,063 Mio.				57,6 Mio. €

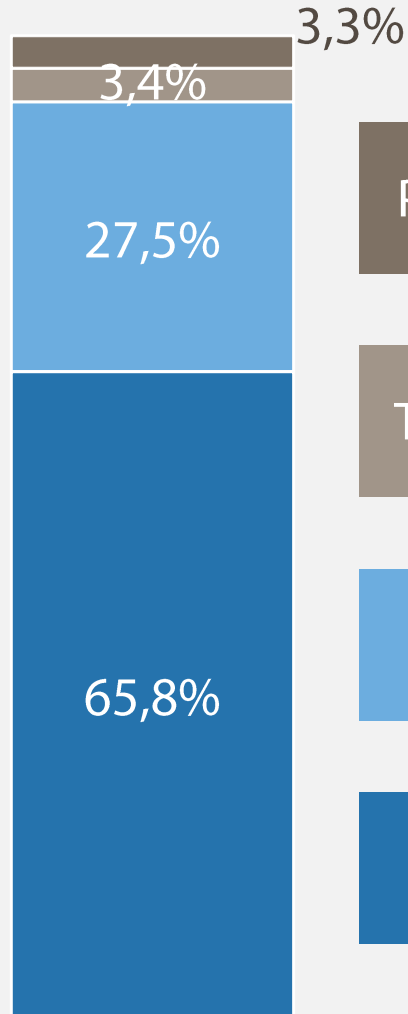
Quellen: dwif 2014 ¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif;

² vgl. Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Bad Ems 2014 ³ vgl. Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Bad Ems 2014, Auskünfte der Tourist Information Boppard sowie eigene Erhebungen und Berechnungen des dwif; ⁴ Auskünfte der Tourist Information Boppard, der Campingplatzbetreiber sowie Plausibilitätskontrollen und Berechnungen des dwif u. a. auf Basis: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Berlin 2010.

Alle Angaben sind als gerundete Werte zu verstehen.

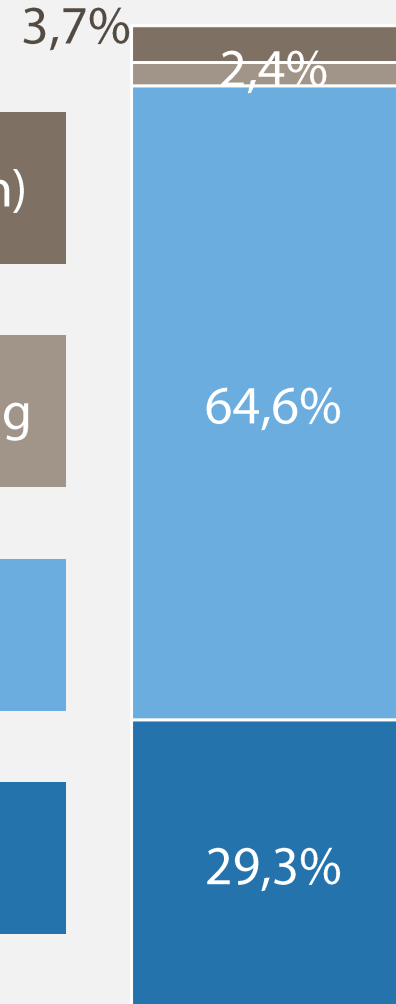
Bedeutung der touristischen Segmente in Boppard

Aufenthaltsstage



1,063 Mio.

Umsätze

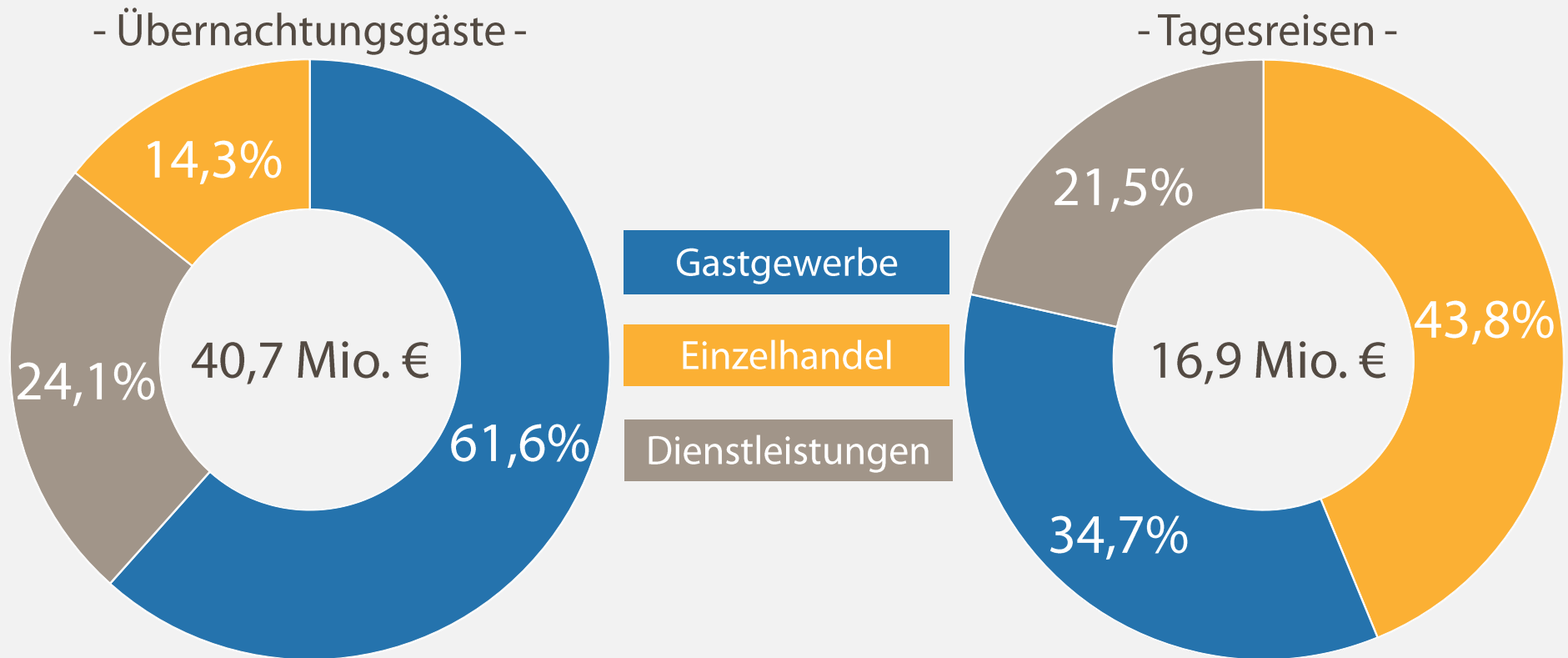


57,6 Mio. €

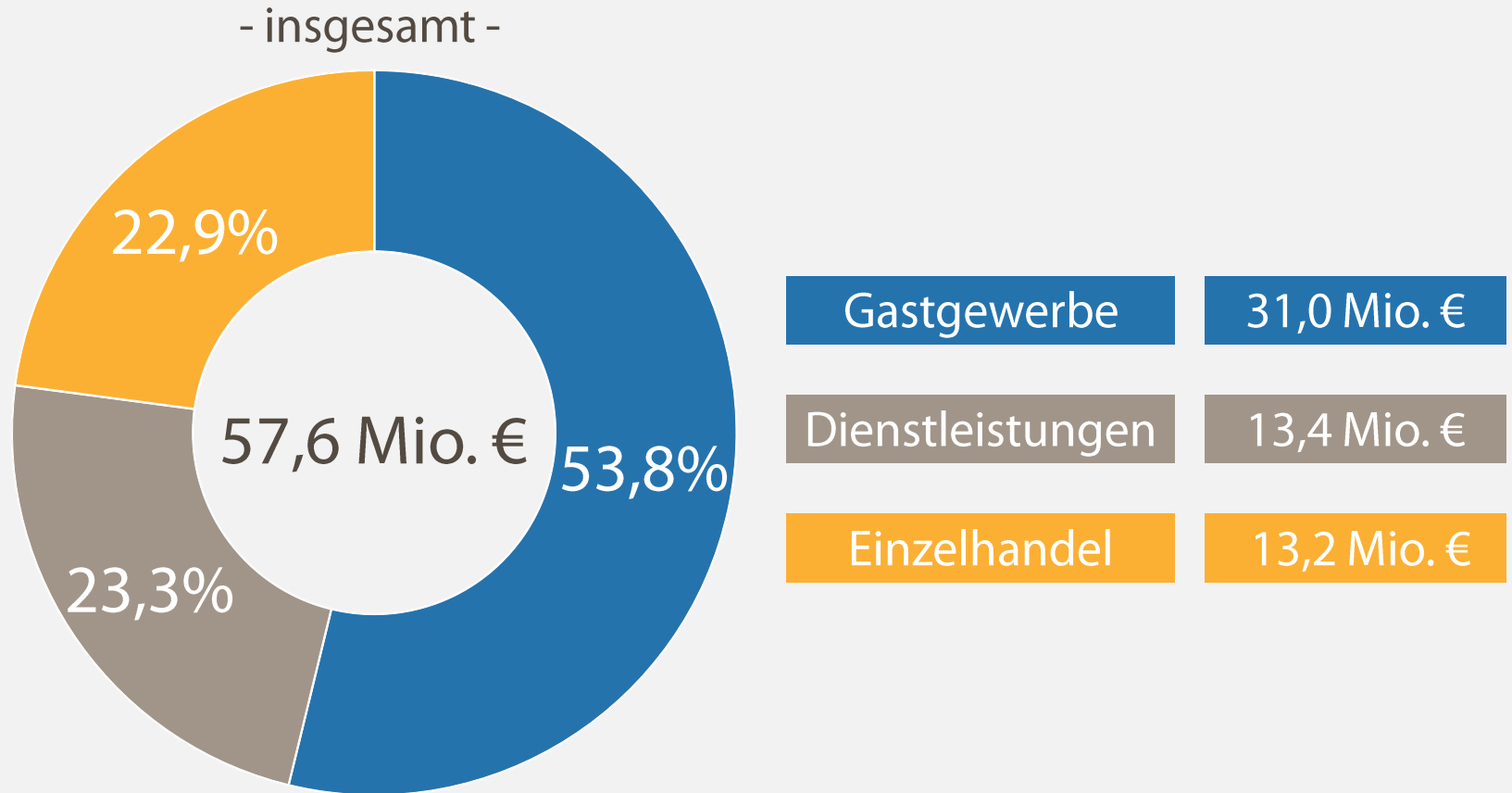
Quelle: dwif 2014.

Direkte Profiteure des Tourismus in Boppard

- Übernachtungsgäste versus Tagesreisen -



Direkte Profiteure des Tourismus in Boppard - insgesamt -



Ableitung der direkten und indirekten touristischen Einkommenswirkungen

Bruttoumsatz
57,6 Mio. €

Mehrwertsteuer
5,6 Mio. €

Nettoumsatz
52,0 Mio. €

Vorleistungen¹
33,0 Mio. €

1. Umsatzstufe
direktes Einkommen
19,0 Mio. €

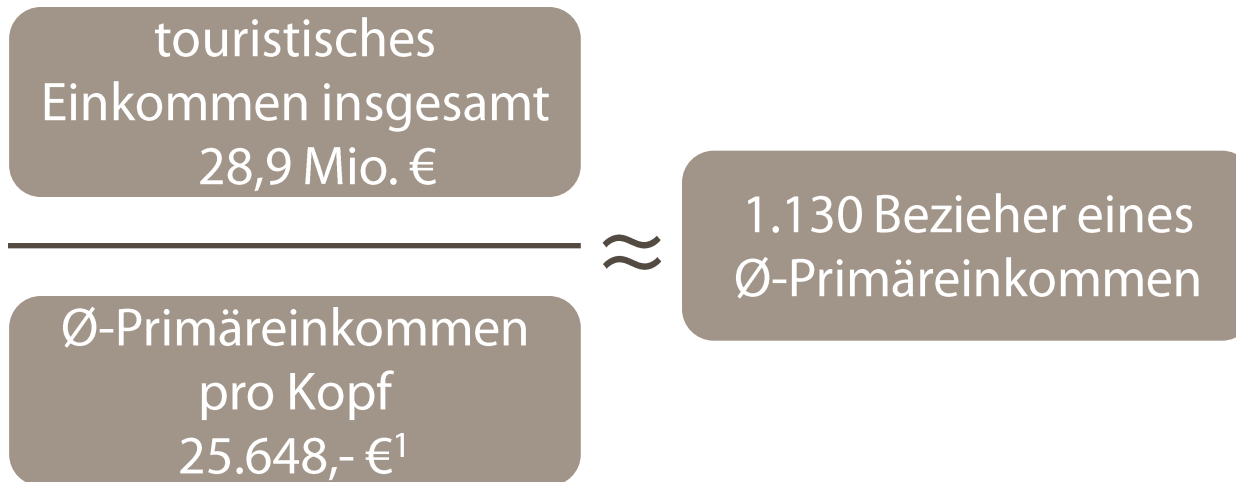
2. Umsatzstufe
indirektes Einkommen
9,9 Mio. €

relativer touristischer Beitrag
zum Primäreinkommen
7,4 %

touristischer Einkommensbeitrag
insgesamt
28,9 Mio. €

Quelle: dwif 2014. ¹ Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z.B. Anteil für Stadt Boppard, Umland, Rest Rheinland-Pfalz, sonstiges Deutschland, Ausland), kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

Beschäftigungseffekte durch den Tourismus



Der Einkommensbeitrag von 28,9 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund **1.130 Personen**, die durch die touristische Nachfrage in Boppard ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 25.648,- €) pro Kopf beziehen. Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus in Boppard beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwändige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufer im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht um Gäste etc.).

Steueraufkommen und -einnahmen durch den Tourismus



Alleine aus **Mehrwertsteuer + Einkommensteuer** resultieren **ca. 5,5 Mio. €** Steueraufkommen aus dem Tourismus in Boppard, welches jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt.

Die der Stadt Boppard zufließenden touristisch bedingten Steuereinnahmen lassen sich nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen des dwif¹ zeigten, dass den Kommunen durchschnittlich zwischen **einem und weit mehr als drei Prozent der touristischen Nettoumsätze** als Steuereinnahmen aus dem Tourismus zufließen.

Quelle: dwif 2014. ¹ vgl. hierzu auch die Ergebnisse der Sparkassen-Tourismusbarometer Untersuchungen für Ostdeutschland sowie Westfalen-Lippe.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Definitionen und Methodik

Definition Tourismus

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) wird Tourismus wie folgt definiert:

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

Tourismus

Übernachtungsreisen (in Betrieben sowie VFR)

Freizeit-/Urlaubs-/
Kur-/Wellnessreisen
usw.

Geschäftsreisen

Tagesreisen

Tagesausflüge

Tagesgeschäftsreisen

Abgrenzung des Übernachtungs- und Tagestourismus

Übernachtungstourismus

Alle **Übernachtungsreisen** gehören unabhängig vom Anlass (Urlaubs-/Geschäftsreise, Kur etc.) zur touristischen Nachfrage.

Das dwif berücksichtigt grundsätzlich:

- Gewerbliche Betriebe ≥ 10 Betten
- Privatquartiere < 10 Betten
- Touristik- und Dauercamping

Sondersegmente, die bei Bedarf erhoben bzw. herangezogen werden:

- Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem (VFR)¹
- Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen
- Freizeitwohnsitze, Bootsliegeplätze etc.

Quelle: dwif 2014 ¹ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen (sog. Sofatourismus) können nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden.

Tagestourismus

Einen **Tagesausflug** beschreibt 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).

Eine **Tagesgeschäftsreise** bezeichnet 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“)

In der Studie unberücksichtigte Faktoren

Folgende Aspekte sind in der vorliegenden Untersuchung nicht berücksichtigt:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet (z. B. Benzinkosten, Bahn-/Flugticket)
- Ausgaben der Touristen für Reisevor- und -nachbereitung (z. B. neuer Koffer, Urlaubsbilder)
- Umsätze und Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z. B. Taxi zum Bahnhof/Flughafen, Buchung im Reisebüro, Einkäufe für die Reise)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld
- Spezielle Marktsegmente, zu welchen keine Daten vorliegen wie z. B. Übernachtungen durch Verwandte/Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen (VFR)

Datenquellen

Externe Daten

Das dwif recherchiert alle extern verfügbaren Daten, die für die Erstellung der Studie hilfreich sind. Dies umfasst u. a.:

- Sonderauswertungen aus der amtlichen Beherbergungs- und Umsatzsteuerstatistik
- Gemeindestatistiken (z. B. Einwohner- und Haushaltszahlen)
- Daten aus den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Länder
- Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken der Tourist Information Boppard (z. B. Kataloge, Statistiken, Besucherzahlen, Einschätzungen der Experten vor Ort) sowie Gespräche mit sonstigen Leistungsträgern und Interessensvertretern
- vorhandene Gutachten, Entwicklungskonzepte, sowie weitere relevante Analysen
- Internetrecherchen

Quelle: dwif 2014

dwif-interne Daten

Wichtige Daten für die Berechnungen werden dwif-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 Privatvermietermarkt in Deutschland
- Segmentspezifische Untersuchungen (z. B. Städtetourismus, Kulturtourismus, Radtourismus, Wandertourismus, Jugendherbergstourismus etc.)

Volumen – Übernachtungsgäste

Gewerbliche Übernachtungen ≥ 10 Betten

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

Privatvermieter < 10 Betten

Das Gesamtangebot dieses Segments wird (falls keine Statistiken hierzu vorliegen) primär erhoben und mit einer durch das dwif spezifisch ermittelten Auslastung hinterlegt. Diese basiert auf Analysen vorliegender Studien, Statistiken und Auskünfte. Für diese Studie lagen u. a. Daten des Statistischen Landesamtes vor.

Touristik- und Dauercamping

Angaben zu Übernachtungen auf Touristikstellplätzen liefern (in der Regel) die amtliche Statistik sowie Recherchen und Berechnungen des dwif. Zur Bestimmung aller Campingübernachtungen erhebt das dwif die Anzahl der verfügbaren Dauerstellplätze. Übernachtungen auf diesen basieren auf Hochrechnungen des dwif sowie Einschätzungen und Statistiken der Akteure und Betreiber vor Ort.

Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen – *nicht vorhanden* –

Die Bestimmung der Übernachtungen in diesem Segment erfolgt auf Basis von Zulieferungen des Auftraggebers (Anzahl Stellplätze / verkaufte Parktickets etc. / wenn möglich Übernachtungszahlen) und/oder auf Detailrecherchen des dwif. Die Übernachtungen können in letzterem Falle nur hochgerechnet werden.

Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem (VFR) – *nicht verfügbar* –

Dieses Segment wird durch eine repräsentative Haushaltsbefragung im Untersuchungsgebiet ermittelt.

Volumen – Tagesreisende

Die Anzahl der Tagesreisen in Boppard zu ermitteln ist ein komplexer Vorgang. Eine einfache Übertragung von Relationen übergeordneter Regionen (z. B. Rheintal) oder anderer (ähnlicher) Städte würde hierbei zu falschen Ergebnissen führen. Das dwif berechnet die Werte individuell und der jeweiligen Situation vor Ort angepasst. Die Analysen ergeben erst nach zahlreichen Plausibilitätskontrollen ein verlässliches Bild des Tagestourismus in Boppard. Hierbei werden eine Vielzahl unterschiedlichster Datenquellen herangezogen, u. a.:

- dwif Grundlagenuntersuchungen zu den „Tagesreisen der Deutschen“
- 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. Besucherzahlen von Einrichtungen und Veranstaltungen, Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet, Verkehrsanbindung, Infrastruktur)
- Zahlreiche Statistikanalysen (z. B. Sonderauswertungen aus den Umsatzsteuerstatistiken)
- Durch jahrzehntelange Erfahrungen ermittelte dwif-interne Kennziffern

! Bei der Ermittlung des Tagestourismus werden weder zeitliche (Reisedauer in h) noch entfernungsbezogene (Distanz in km) Einschränkungen vorgenommen und somit alle Tagesreisen erfasst! !

Tagesausgaben der Gäste

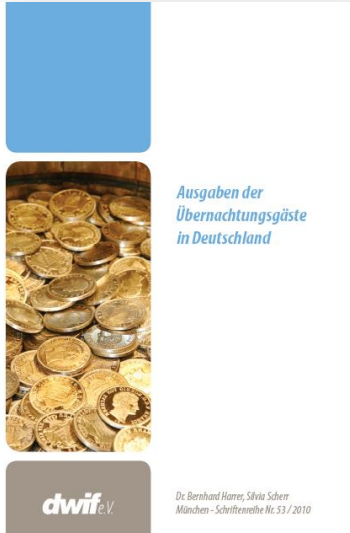
Die Ermittlung der **Ausgaben der Übernachtungsgäste** erfolgt nach einem mehrstufigen System. Ausgangspunkt sind die individuellen Ausgaben der Gäste, die, differenziert nach den jeweils genutzten Unterkunfts- und Preiskategorien, entsprechend der ortsspezifischen Situation gewichtet werden. Hierbei benutzt das dwif exklusive Datenbanken und Originalwerte aus hausinternen Grundlagenuntersuchungen.

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

Die **Ausgaben der Tagesbesucher** werden vom dwif individuell für das Zielgebiet ermittelt. Eine unreflektierte Übernahme veröffentlichter Ausgabenwerte für übergeordnete oder andere Regionen würde zu falschen Ergebnissen führen. Ausgangspunkte für die dwif-Berechnungen sind unter anderem:

- Sonderauswertungen der dwif-Grundlagenuntersuchungen „Tagesreisen der Deutschen“ für die im Zielort relevanten Ausflugsaktivitäten,
- ortsspezifische Analysen der relevanten Freizeitangebote (z. B. Eintrittspreise, Fahrpreise) und
- Plausibilitätstests u. a. anhand von Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik.

Quelle: dwif 2014



Berechnungsweg

1

Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)

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

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

2

Nettoumsätze (exkl. MwSt.)

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

Hierbei werden unterschiedliche Mehrwertsteuersätze berücksichtigt. Umsätze von Privatvermietern 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 regionspezifische 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.

Berechnungsweg

4

Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe (EW 2)

(Nettoumsatz – EW 1) x Wertschöpfungsquote = 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 vom Bäcker, 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 Handwerker).

5

Touristischer Einkommensbeitrag

(EW 1 + EW 2) : Primäreinkommen (PE) = 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.

Berechnungsweg

6

Beschäftigungswirkung

(EW 1 + EW 2) : Primäreinkommen pro Kopf = 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 (rein theoretisch) ihr durchschnittliches Primäreinkommen vollständig aus touristischen Einkommensquellen bestreiten 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 aufwändige 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, die die Gäste (z. B. Kurtaxe) oder die Unternehmen am Ort (z. B. Fremdenverkehrsabgabe) zu tragen haben. Ohne aufwändige Primärerhebungen sind die den einzelnen Gebietskörperschaften zufließenden Steuereinnahmen jedoch nicht im Detail zu ermitteln.

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Glossar, Quellen, Impressum

Glossar A – D

Aufenthaltstag

Bei den Berechnungen des dwif 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 Unterkunft, Verpflegung, Lebensmitteleinkäufen, Einkäufen sonstiger Waren, Freizeit-/Unterhaltung, lokalem Transport und sonstigen Dienstleistungen.

Bruttoumsatz

Der Bruttoumsatz ergibt sich aus der Multiplikation des Nachfrageumfanges mit den durchschnittlichen Tagesausgaben pro Kopf (inkl. Mehrwertsteuer).

Campingtourismus

Touristikcamper und Dauercamper auf Campingplätzen. Daten zu Reisemobilisten außerhalb der Campingplätze werden zum Teil von Kommunen erfasst (z. B. über die Anzahl der Parkscheine). Verwandten- und Bekanntenbesucher von Dauercampers sind statistisch nicht erfasst, können aber mit Hilfe von belastbaren Kennziffern ermittelt werden.

Dienstleistungen, sonstige

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

Glossar E – G

Einkommensbeitrag des Tourismus

Der relative Beitrag des Tourismus zum Primär- bzw. Volkseinkommen wird ermittelt, durch die Addition der touristischen Einkommenseffekte der ersten und zweiten Umsatzstufe (= absoluter Einkommensbeitrag des Tourismus) und dessen Division durch das Primär- bzw. Volkseinkommen vor Ort (siehe Berechnungsweg).

Einkommenseffekte, direkt

Lassen sich aus der Ausgabenstruktur der Touristen 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 ersten Umsatzstufe.

Einkommenseffekte, indirekt

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 Gaststättengewerbe.

Glossar G – P

Gewerbliche Beherbergungsbetriebe

Alle Beherbergungsstätten mit 10 oder mehr Betten. Die Daten werden in der amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst, in der beispielsweise 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.

Mehrwertsteuer

Vgl. hierzu die Ausführungen zur Umsatzsteuer.

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 und 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.

Glossar P – U

Tagesausgaben

Die 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 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.

Glossar U – V

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 bis 50 km, Seilbahnen, Zeitungen) sowie eine Steuerbefreiung (0 % u. a. für Heilbehandlungen, Jugendherbergen, Mieten, Privatvermieter, Reha-Einrichtungen).

Verwandten-, Bekanntenbesucher (auch **VFR** = “visits of friends and relatives” oder Sofatourismus)

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

Vorleistungen

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

Glossar – Z

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.

Wertschöpfungsquote

Der Anteil des Nettoumsatzes in Prozent, der direkt zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Die Wertschöpfungsquoten sind Betriebsvergleichen für die unterschiedlichen Branchen zu entnehmen. Die in den Berechnungen des dwif verwendetet Wertschöpfungsquoten werden u. a. aus den Betriebsvergleichen für die Hotellerie und Gastronomie sowie weiteren Studien des dwif abgeleitet.

Quellen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Berlin 2010.

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

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, in: Sonderreihe des dwif, Nr. 78, München 2013.

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Thüringen, in: Sonderreihe des dwif, Nr. 77, München 2012.

dwif (Hrsg.): Hotelbetriebsvergleich, in: Sonderreihe des dwif, Nr. 79, München 2013.

dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, in: Schriftenreihe des dwif, Heft 50, 51 und 52, München 2005 - 2007.

dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, in: Schriftenreihe des dwif, Heft 55, München 2013.

Quellen

Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV) (Hrsg.): Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland - Jahresbericht, Berlin 2011.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2014.

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Hrsg.): Gäste und Übernachtungen im Tourismus (G V), Bad Ems 2014.

Tourist Information Boppard: Statistiken und Auskünfte, Boppard 2014.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 2000 bis 2012, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2014.

Westfälisch-Lippischer Sparkassen- und Giroverband (Hrsg.): Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe - Jahresbericht, Berlin 2013.

World Tourism Organization (UNWTO): Technical Manual N° 2, Collection of Tourism Expenditure Statistics, 1995.

Impressum

Herausgeber

dwif-Consulting GmbH / dwif e. V.
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon +49(0)89 / 237 028 90
Fax +49(0)89 / 237 028 99
E-Mail info@dwif.de

Bearbeitung

Dr. Manfred Zeiner
Geschäftsführer
dwif-Consulting GmbH
E-Mail: m.zeiner@dwif.de

Alexander Neumann
Consultant
dwif-Consulting GmbH
E-Mail: a.neumann@dwif.de

in Kooperation mit dwif e. V.

Dr. Bernhard Harrer
Vorstand dwif e. V.
E-Mail: b.harrer@dwif.de