



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland

Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche

Kurzfassung



Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft
und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Projektleitung und Redaktion

Bundesverband der Deutschen
Tourismuswirtschaft (BTW)
Jörg-Michael Rösner
Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin
Tel.: 030 7262540
Fax: 030 72625444
info@btw.de
www.btw.de

Auftragnehmer für die wissen- schaftliche Betreuung und die Durchführung der Untersuchung

DIW Econ
Dr. Anselm Mattes,
Lisa Sophie Becker,
Franziska Neumann
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel.: +49 30 20 60 972 – 0
Fax: +49 30 20 60 972 – 99
amattes@diw-econ.de
www.diw-econ.de

Projektpartner:

Fachhochschule Westküste;
Institut für Management und Tourismus (IMT)
und dwif-Consulting GmbH

Stand

Juni 2017

Druck

MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis

Nikada – iStock (Titel), BMWi/Sandra Ludewig
(S. 2), TUI AG (S. 3), anyaberkut – Fotolia (S. 6),
monkeybusinessimages – iStock (S. 7), manfredxy –
iStock (S. 9), DragonImages – iStock (S. 18),
MPower. – Photocase (S. 20)

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des
Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.
Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum
Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung
auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen
der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder
Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.



Das Bundesministerium für Wirtschaft und
Energie ist mit dem audit berufundfamilie®
für seine familienfreundliche Personalpolitik
ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von
der berufundfamilie gGmbH, einer Initiative
der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.



Diese und weitere Broschüren erhalten Sie bei:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Referat Öffentlichkeitsarbeit
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
www.bmwi.de

Zentraler Bestellservice:
Telefon: 030 182722721
Bestellfax: 030 18102722721

Inhalt

Vorwort Iris Gleicke	2
Vorwort Dr. Michael Frenzel	3
Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick	4
1. Einleitung	6
2. Die TSA-Methodik	7
3. Ergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos für Deutschland	9
3.1 TSA-Tabelle 1: Ausgaben der ausländischen Touristen in Deutschland.....	9
3.2 TSA-Tabelle 2: Ausgaben der inländischen Touristen in Deutschland.....	10
3.3 TSA-Tabelle 4: Touristischer Gesamtkonsum in Deutschland.....	11
3.4 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus.....	12
3.4.1 Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte des Tourismus.....	12
3.4.2 Vergleich der Tourismuswirtschaft mit anderen Branchen der deutschen Volkswirtschaft.....	15
3.4.3 Vergleich der aktuellen Ergebnisse mit denen des Jahres 2010.....	16
4. Digitalisierung der Tourismuswirtschaft	18
4.1 Marktveränderungen im Zuge der Entstehung digitaler Geschäftsmodelle.....	18
4.2 Analyse der Digitalisierung im Rahmen des TSA-Systems.....	19
5. Fazit	20

Vorwort Iris Gleicke

Eine wesentliche Voraussetzung für eine strategisch ausgerichtete und zukunftsorientierte Tourismuspolitik des Bundes sind aktuelle und verlässliche Daten, auch über den Beitrag des Tourismus zur volkswirtschaftlichen Wertschöpfung und seinen Anteil an der Beschäftigung in Deutschland.

Die vorliegende Untersuchung bestätigt die hohe Bedeutung des Tourismus für unsere Volkswirtschaft. Daran hat die Tourismuswirtschaft mit attraktiven Angeboten, engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis einen hohen Anteil. Und die Branche lebt natürlich von der Offenheit unserer Gesellschaft und von der Freundlichkeit, mit der wir Gäste willkommen heißen.

Die Studie zeigt aber auch eine Reihe von Verschiebungen und Veränderungen gegenüber der im Jahr 2012 veröffentlichten Untersuchung.

Die Ergebnisse werden wir jetzt gemeinsam mit der Tourismusbranche analysieren und bewerten. Dabei wird es auch darum gehen, langfristige Trends, Szenarien und Perspektiven des Tourismus in Deutschland zu identifizieren. Helfen wird uns hierbei die verbesserte und detailliertere Datenbasis und Analyse auf der Basis international anerkannter Methodik und Standards, die auch internationale Vergleiche im Rahmen der Europäischen Union, der OECD und der Welttourismusorganisation (UNWTO) möglich macht.

Faktoren wie Digitalisierung einschließlich der Sharing Economy, zunehmende Mobilität, Individualisierung von Reisen, Einfluss des steigenden Anteils der älteren Bevölkerung auf das Reiseverhalten oder einer durch den Wohlstandszuwachs, vor allem in Schwellenländern, zunehmenden Nachfrage nach Reisen sind wesentliche

Ihre



Iris Gleicke, MdB

Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin für Wirtschaft und Energie
Beauftragte der Bundesregierung für die neuen Bundesländer
Beauftragte der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus



Treiber der Entwicklungen. Ferner wirken sich Themen wie Nachhaltigkeit, Klimaveränderungen oder Terror und Gewalt zunehmend auf den Tourismus aus.

Grundlage für den Erfolg der Tourismusbranche sind gute rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Dafür setzt sich die Bundesregierung dauerhaft und mit Nachdruck ein. Auch in der Tourismuspolitik strebt sie ein inklusives, qualitatives Wachstum an, das eine gerechte Teilhabe aller am wachsenden Wohlstand ermöglicht.

Ein besonderer Dank geht an den Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) und das Beratungsunternehmen DIW Econ GmbH für die ausgezeichnete Zusammenarbeit beim Erstellen der Studie.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine ebenso informative wie anregende Lektüre.

Vorwort Dr. Michael Frenzel

Die Tourismuswirtschaft erfüllt den Wunsch und das Bedürfnis der Bürger nach Mobilität, Erholung, Erlebnissen und Völkerverständigung. Gleichzeitig ist der Tourismus in Deutschland genauso wie weltweit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Fast drei Millionen Menschen arbeiten hierzulande im Tourismus. Millionen weitere Arbeitsplätze hängen vom Tourismus ab. Mit diesen Beschäftigtenzahlen genauso wie mit unserem Anteil von rund vier Prozent an der Bruttowertschöpfung befindet sich die Tourismuswirtschaft weiterhin auf Augenhöhe mit Wirtschaftszweigen wie Maschinenbau oder Finanzwirtschaft. Das zeigt nun auch diese aktuelle Auflage der Studie Wirtschaftsfaktor Tourismus.

Nach wie vor ist in der Öffentlichkeit nicht hinreichend bekannt, dass es sich bei der Tourismusbranche um eine heterogene Querschnittsbranche handelt; der Tourismus in Deutschland hat viele Facetten. Der Wochenendtrip per Bus, Flugzeug oder Bahn, der Konzerttrip oder Restaurantbesuch in einer Großstadt, der Ausflug in den Freizeitpark, Geschäftsreisen oder auch die klassische Urlaubsreise gehören allesamt zum Tourismus. Sowohl Reisen innerhalb Deutschlands, aus Deutschland heraus oder nach Deutschland tragen zur Stärke unserer heimischen Tourismuswirtschaft bei. All diese Bereiche sind zahlenmäßig in dieser Studie abgebildet. Wir danken der Bundesregierung, dass sie durch ihre Unterstützung die Neuaufgabe dieser Studie ermöglicht hat.

Wachstum bzw. der Erhalt der Wirtschaftskraft im Tourismus ist – trotz der Reisefreude der Menschen – keine Selbst-

Ihr



Dr. Michael Frenzel
Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW)



verständlichkeit. Auch das belegen die Ergebnisse dieser Studie. Andere Branchen sind in den vergangenen Jahren stärker gewachsen. Um weiterhin starke Wirtschaftskraft und Jobmotor bleiben zu können, ist auch unsere Branche auf angemessene Rahmenbedingungen angewiesen, wenn es beispielsweise um die Gestaltung vergleichbarer Rahmenbedingungen im Zuge der Digitalisierung geht. Auch dazu gibt die Studie Hinweise.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.

Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

Touristische Konsumausgaben

- Insgesamt belief sich der touristische Konsum in Deutschland im Jahr 2015 auf **287,2 Milliarden Euro**. Mit **224,6 Milliarden Euro** (78 Prozent) entfiel der überwiegende Teil der touristischen Nachfrage auf **inländische Touristen**, ergänzt durch **Ausgaben ausländischer Touristen** in Höhe von **39,6 Milliarden Euro** (14 Prozent) sowie dem übergreifenden *anderen Konsum*¹ im Umfang von 23 Milliarden Euro (acht Prozent).
- Privatreisende trugen mit 230,4 Milliarden Euro einen Anteil von rund 80 Prozent der Gesamtausgaben bei, auf Geschäftsreisende entfiel mit knapp 20 Prozent der deutlich geringere Anteil.
- Mit einem Anteil von 17,8 Prozent stellten die Gaststättenleistungen den größten Ausgabenposten der Touristen in Deutschland dar. Diesem folgten mit 17,3 Prozent die Ausgaben für diverse sonstige Konsumgüter („Shopping“), die Ausgaben für herkömmliche Beherbergungsleistungen (12,5 Prozent), Luftfahrtleistungen (7,6 Prozent), Treibstoff (7,2 Prozent) sowie für Sport, Erholung, Freizeit und Kultur (7,1 Prozent).

Auswirkungen auf Wertschöpfung und Beschäftigung

- Der Umsatz mit touristisch nachgefragten Produkten im Jahr 2015 ist mit einer **direkten Bruttowertschöpfung in Höhe von 105,3 Milliarden Euro** verbunden. Diese Summe entspricht **3,9 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung** in Deutschland.
- Etwa **2,92 Millionen Erwerbstätige** waren 2015 unmittelbar mit der Produktion der touristisch nachgefragten Güter und Dienstleistungen befasst. Der entsprechende Anteil von **6,8 Prozent an der inländischen Gesamtbeschäftigung** verdeutlicht, dass die Tourismuswirtschaft eine sehr beschäftigungsintensive Branche ist.

- Der auf Geschäftsreisen entfallende Anteil des direkten Effekts auf Bruttowertschöpfung und Beschäftigung umfasst 18,1 Milliarden Euro (17 Prozent der gesamten Tourismuswirtschaft) beziehungsweise 533.000 Erwerbstätige.
- Durch Vorleistungsnachfrage der Produzenten touristischer Güter und Dienstleistungen ergeben sich für das Untersuchungsjahr 2015 zusätzlich **indirekte Effekte auf Bruttowertschöpfung und Beschäftigung** im Umfang von **76,1 Milliarden Euro** beziehungsweise **1,25 Millionen Erwerbstätigen**.

Tourismuswirtschaft im Branchenvergleich

- Hinsichtlich ihres Beitrags zur gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung ist **die Tourismuswirtschaft (3,9 Prozent) vergleichbar mit dem Einzelhandel (3,3 Prozent), dem Maschinenbau (3,5 Prozent)** oder den freiberuflichen und technischen Dienstleistern (4,4 Prozent).
- Im Beschäftigungsvergleich ordnet sich die Tourismuswirtschaft (6,8 Prozent der Gesamtbeschäftigung) weit vorn ein: knapp hinter dem Einzelhandel (7,5 Prozent) und dem Gesundheitswesen (7,2 Prozent), vor dem Baugewerbe sowie Erziehung und Unterricht (beide 5,6 Prozent). Andere Branchen, wie zum Beispiel die Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung sowie Finanzdienstleister, sind sowohl im Hinblick auf Bruttowertschöpfung (2,8 beziehungsweise 2,6 Prozent) als auch Beschäftigung (3,0 und 1,6 Prozent) deutlich kleiner.

Entwicklung seit 2010

- Das Tourismus-Satellitenkonto zum Berichtsjahr 2010 wies einen touristischen Konsum in Höhe von 278,3 Milliarden Euro aus. Der Vergleich ergibt **ein nominales Wachstum des touristischen Konsums von 2010 bis 2015 von 3,2 Prozent**. Für die daraus resultierende direkte **Bruttowertschöpfung der Tourismuswirtschaft lässt sich ein nominales Wachstum von 8,5 Prozent** verzeichnen.

¹ *Anderer Konsum* umfasst unterstellte Mieten bei dauerhafter touristischer Wohnraumnutzung, den Tourismusanteil staatlicher Zuschüsse zu kulturellen Leistungen sowie den Erwerb langlebiger Konsumgüter zur touristischen Nutzung.

- Die Tourismuswirtschaft leistete im Jahr 2015 nach wie vor einen bedeutenden Beitrag zur Wirtschaftsleistung Deutschlands. Da die gesamte inländische Bruttowertschöpfung zwischen 2010 und 2015 um 18 Prozent anstieg, nahm der Anteil der Tourismuswirtschaft jedoch von 4,4 auf 3,9 Prozent der gesamten inländischen Bruttowertschöpfung ab.
- Die Entwicklung der direkt in der Tourismuswirtschaft Beschäftigten stieg im betrachteten Zeitraum leicht an: von 2,86 auf 2,92 Millionen Erwerbstätige. Gleichzeitig stieg im selben Zeitraum die Gesamtzahl der Erwerbstätigen in Deutschland etwas stärker an. Entsprechend ging der Anteil der Tourismuswirtschaft leicht zurück: Waren im Jahr 2010 noch 7,0 Prozent der Erwerbstätigen in Deutschland direkt in der Tourismuswirtschaft beschäftigt, so betrug im Jahr 2015 der entsprechende Anteil 6,8 Prozent.
- Neue Anbieter und neue Kundensegmente in der Sharing Economy haben das Potenzial, positive wirtschaftliche Effekte zu realisieren. Theoretische Überlegungen und anekdotische Evidenz zeigen aber, dass es möglich ist, dass digitale Vermittlungsplattformen mit Sitz im Ausland, die über Marktmacht verfügen, in Zukunft einen wachsenden Anteil der Wertschöpfung erzielen könnten, die aus touristischer Nachfrage in Deutschland generiert wird. Demgegenüber können aber auch deutsche Unternehmen der Tourismuswirtschaft im internationalen Kontext die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen und Wachstum erzielen.
- Bei der Gestaltung der weiteren Entwicklungen werden insbesondere wettbewerbspolitische und regulatorische Fragen eine bedeutende Rolle spielen. In diesem Zusammenhang sind weitere theoretische und empirische Untersuchungen notwendig, die zu wirtschaftspolitischen Empfehlungen führen können.

Digitalisierung der Tourismuswirtschaft

- Disruptive Geschäftsmodelle verändern die Branche in hoher Geschwindigkeit. Dies wird besonders in drei Teilbranchen deutlich:
 - im Bereich der Vermittlung von touristischen Dienstleistungen,
 - im Beherbergungsgewerbe und
 - bei der Personenbeförderung.
- Auf Basis der im TSA-System vorhandenen Daten zum Stand des Jahres 2015 sind allerdings noch keine größeren Auswirkungen auf die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche sichtbar. Die Entwicklung der Digitalisierung in der Tourismuswirtschaft ist jedoch sehr dynamisch, sodass nicht ausgeschlossen werden kann, dass es in Zukunft auch zu gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen kommen wird.



1. Einleitung

Die deutsche Tourismuswirtschaft wird in ihrer Gesamtheit nicht im Rahmen der amtlichen Wirtschaftsstatistik abgebildet. Dem steht ein großes Interesse entgegen, Entscheidungen in der Tourismus- und Wirtschaftspolitik auf Basis verlässlicher und aussagekräftiger ökonomischer Informationen zu treffen.

Die zentrale Herausforderung bei der Erfassung der ökonomischen Bedeutung der Tourismuswirtschaft liegt darin, dass die Tourismuswirtschaft keine Branche im Sinne der amtlichen Wirtschaftszweigsystematik des Statistischen Bundesamtes (WZ 2008) ist. Diese Wirtschaftszweigsystematik ist angebotsseitig definiert, d. h. sie orientiert sich an den Produkten, die die einzelnen Branchen hauptsächlich anbieten. Die ökonomische Bedeutung dieser angebotsseitig definierten Branchen, beispielsweise Maschinenbau oder Automobilindustrie, lässt sich vergleichsweise einfach anhand von Kennzahlen wie Bruttowertschöpfung oder

Beschäftigung aus der amtlichen Statistik ableiten. Die Tourismuswirtschaft wird im Unterschied dazu nachfrageseitig definiert: Alle Produkte, die von Touristen nachgefragt werden, sind „touristisch“. D. h., ein Essen im Restaurant ist touristisch, wenn es von Touristen konsumiert wird, aber es gehört nicht zur Tourismuswirtschaft, wenn es von Einheimischen in ihrer gewohnten Umgebung nachgefragt wird. Die Tourismuswirtschaft ist somit eine **Querschnittsbranche**, die diejenigen Anteile vieler verschiedener, angebotsseitig definierter Branchen umfasst, die von Touristen nachgefragt werden.

Seit der erstmaligen Erfassung der Tourismuswirtschaft für das Jahr 2010 hat sich der gesamtwirtschaftliche Trend zur Digitalisierung verstärkt fortgesetzt. Daher enthält die vorliegende Studie¹ neben den Ergebnissen für das Jahr 2015 eine Analyse der Bedeutung der Digitalisierung für den gesamtwirtschaftlichen Stellenwert der Tourismuswirtschaft.

1 Die Studie wurde durch DIW Econ im Auftrag des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW), gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, erstellt. In dieser Kurzfassung werden die Ergebnisse für das Jahr 2015 präsentiert. Für eine detailliertere Darstellung der Ergebnisse sowie der Methodik und der genutzten Datenquellen sind ein ausführlicher Ergebnisbericht und zusätzlich ein Hintergrundbericht mit ergänzenden methodischen Informationen verfügbar. Weitere Erläuterungen zur Methodik finden sich außerdem in der Langfassung zu der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland“ aus dem Jahr 2012, in der erstmalig ein umfassendes Tourismus-Satellitenkonto für Deutschland für das Berichtsjahr 2010 durch DIW Econ erstellt wurde.



2. Die TSA-Methodik

Die Erfassung der Wertschöpfungs- und Beschäftigungswirkung des Tourismus in Deutschland erfolgt anhand eines anerkannten Berichtssystems (Tourismus-Satellitenkonto, engl. tourism satellite account, TSA) und ist an den relevanten Vorgaben und Definitionen internationaler Organisationen ausgerichtet.² Damit wird sichergestellt, dass die Berechnungen konsistent zur amtlichen Wirtschaftsstatistik (insbesondere zur Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung, das heißt unter anderem zur Berechnung des Bruttoinlandsprodukts) und international vergleichbar sind.

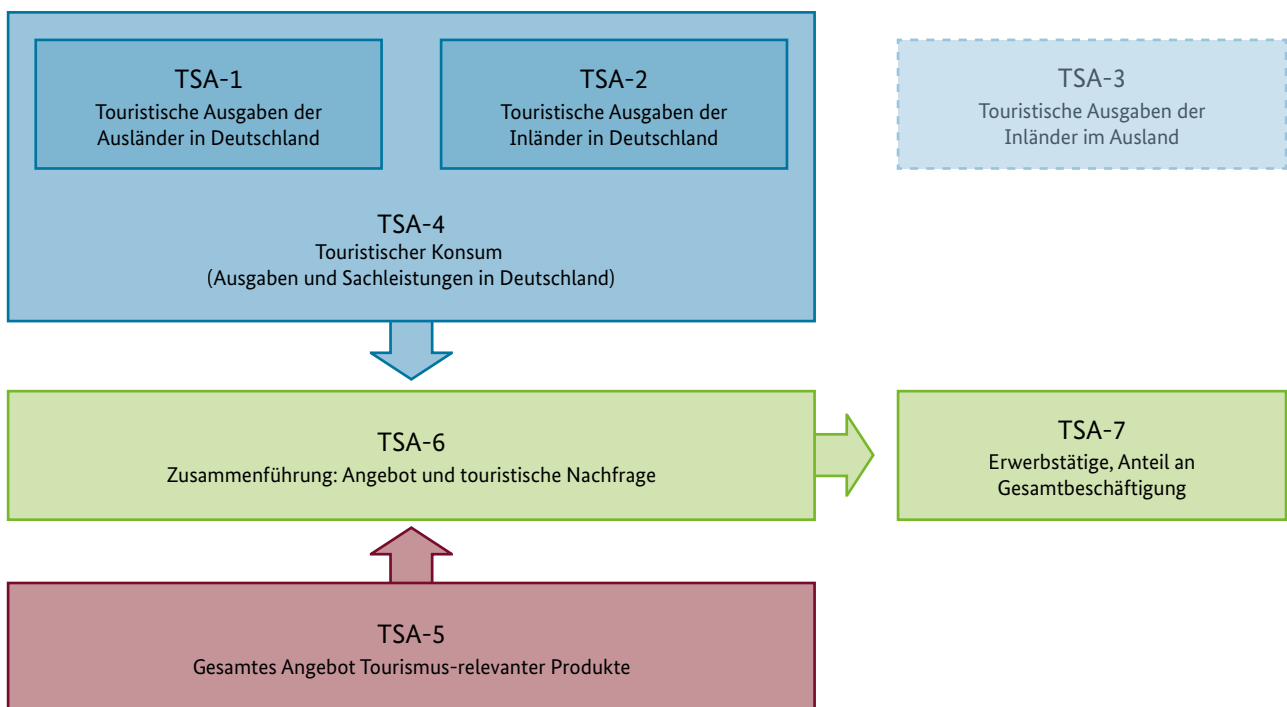
Ausgangspunkt für das Vorgehen ist das umfassende Tabellensystem des Tourismus-Satellitenkontos, schematisch dargestellt in Abbildung 2-1, nach den Richtlinien der UNWTO (TSA: RMF 2008). Auf dieser Grundlage werden zunächst die gesamten Konsumausgaben ausländischer Touristen (TSA-Tabelle 1) und inländischer Touristen (TSA-Tabelle 2) in Deutschland erfasst. In der TSA-Tabelle 4 werden die touristischen Ausgaben der In- und Ausländer zusammengefasst. Diese Ausgaben werden nach Besucherkategorien³ („Wer hat konsumiert?“) und 14 unterschiedlichen Produktkategorien („Wofür wurde das Geld ausgegeben?“) untergliedert.⁴

- 2 Vgl. „2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework“ (UNSD/Eurostat/OECD/UNWTO 2010) (hier TSA: RMF 2008), „International Recommendations for Tourism Statistics 2008“ (UNWTO 2010) (hier IRTS 2008) und „Europäisches System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen 2010 (ESVG 2010)“ (Eurostat 2014).
- 3 Touristen werden gemäß IRTS 2008 (Abschnitt 2.9) abgegrenzt. Die Abgrenzung in- und ausländischer Touristen erfolgt nach dem Wohnsitz der Touristen. Des Weiteren erfolgt eine Untergliederung nach Reisedauer in Übernachtungs- und Tagestouristen und schließlich eine weitere Differenzierung nach dem Reisezweck in Geschäfts- und Privatreisende.
- 4 Gemäß IRTS 2008 (Abschnitt 5.10) erfüllen Tourismus-charakteristische Produkte mindestens eine der folgenden Bedingungen: (i) Ausgaben für das Produkt stellen einen signifikanten Anteil der touristischen Gesamtausgaben dar oder (ii) die touristische Nachfrage deckt einen signifikanten Anteil des gesamten Angebots des Produktes ab.

Schließlich ist das Ziel der Erstellung eines Tourismus-Satellitenkontos, die mit Aktivitäten von Touristen zusammenhängende Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen dem Angebot derartiger Produkte gegenüberzustellen und die Wirkung auf die gesamte Volkswirtschaft zu erfassen. In Tabelle 6 wird die Nachfrage nach touristischen Gütern und Dienstleistungen (TSA-Tabelle 4) dem gesamten

Aufkommen (das heißt inländische Produktion zuzüglich Importe, unabhängig davon, ob für Touristen oder andere Nachfragende hergestellt) der Tourismus-charakteristischen Produkte (TSA-Tabelle 5) gegenübergestellt. Auf diese Weise kann für jede (angebotsseitig definierte) Branche ein spezifischer Tourismusanteil berechnet werden.

Abbildung 2-1: Tabellensystematik des Tourismus-Satellitenkontos gemäß TSA: RMF 2008



Quelle: Darstellung DIW Econ auf Basis von TSA: RMF 2008



3. Ergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos für Deutschland

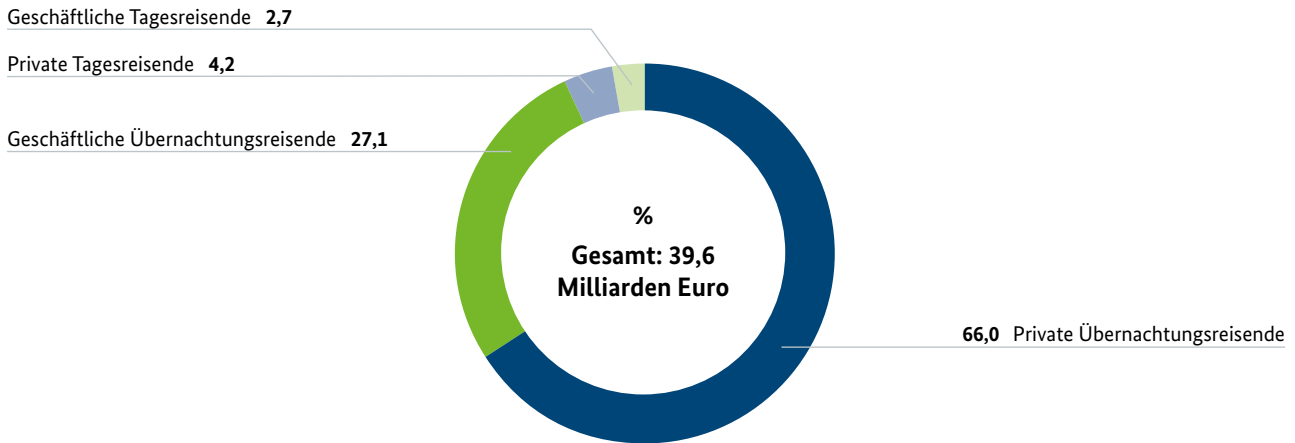
Die Darstellung der Ergebnisse orientiert sich an folgender Vorgehensweise: Zunächst wird auf Basis der Ausgaben der inländischen und ausländischen Touristen im Jahr 2015 die touristische Nachfrage in Deutschland dargestellt. Diese wird dem touristischen Angebot gegenübergestellt, sodass sich schließlich der Wertschöpfungs- und Beschäftigungsbeitrag des Tourismus in Deutschland ableiten lässt.

3.1 TSA-Tabelle 1: Ausgaben der ausländischen Touristen in Deutschland

Insgesamt gaben ausländische Touristen im Jahr 2015 auf ihren Reisen in Deutschland 39,6 Milliarden Euro aus (Abbildung 3-1).

Von den Gesamtausgaben der ausländischen Touristen entfielen mit 26,1 Milliarden Euro rund 66 Prozent auf private Übernachtungsgäste, die somit die wichtigste ausländische Besuchergruppe im Jahr 2015 darstellten. Ausländische Übernachtungsgäste mit geschäftlichem Reisezweck standen hinsichtlich ihrer Ausgaben in Höhe von 10,7 Milliarden Euro oder 27,1 Prozent der Gesamtausgaben an zweiter Stelle. Die Ausgaben der privaten und geschäftlichen Tagesreisenden in Höhe von 1,7 Milliarden Euro und 1,1 Milliarden Euro beziehungsweise 4,2 Prozent und 2,7 Prozent lagen wesentlich unter den Ausgaben der Übernachtungsgäste.

Abbildung 3-1: Touristische Ausgaben der Ausländer in Deutschland nach Besuchergruppen (2015)



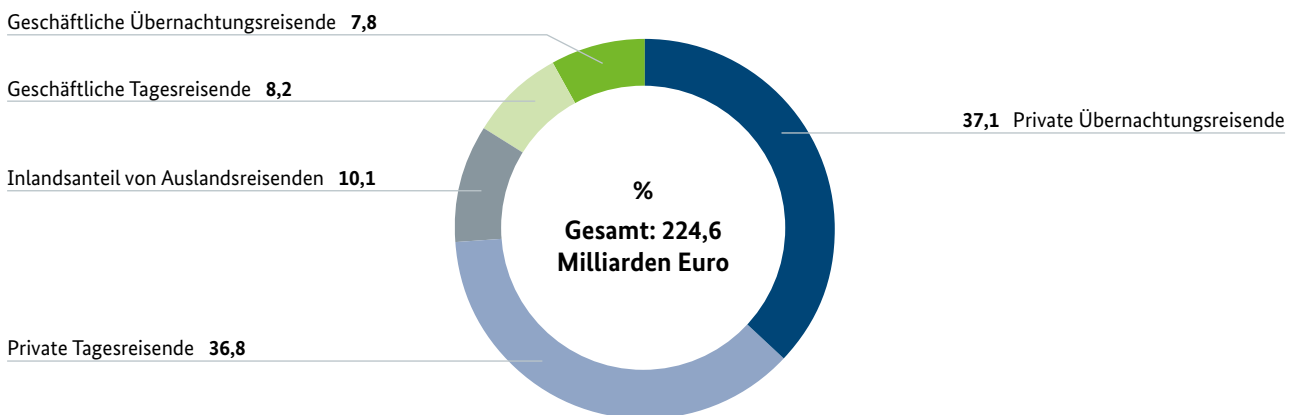
Quelle: DIW Econ

3.2 TSA-Tabelle 2: Ausgaben der inländischen Touristen in Deutschland

Touristen mit Wohnsitz in Deutschland tätigten in Deutschland im Jahr 2015 Gesamtausgaben in Höhe von 224,6 Milliarden Euro (Abbildung 3-2)

Mit jeweils rund 37 Prozent der Gesamtausgaben inländischer Touristen beziehungsweise jeweils rund 83 Milliarden Euro waren die beiden wichtigsten Besuchergruppen (private Übernachtungs- und Tagesgäste) annähernd gleichbedeutend. Inländische Geschäftsreisende, sowohl Übernachtungs- als auch Tagestouristen, lagen mit ihren Ausgaben weit hinter den privat motiviert Reisenden

Abbildung 3-2: Touristische Ausgaben der Inländer in Deutschland nach Besuchergruppen (2015)



Quelle: DIW Econ

(jeweils rund acht Prozent beziehungsweise 18 Milliarden Euro). Zusätzlich wird bei den Ausgaben inländischer Touristen in Deutschland auch derjenige Ausgabenanteil erfasst, der im Rahmen von Auslandsreisen in Deutschland anfällt. Mit 22,7 Milliarden Euro entfielen rund zehn Prozent des gesamten Ausgabevolumens auf den Inlandsanteil von Auslandsreisen.⁵

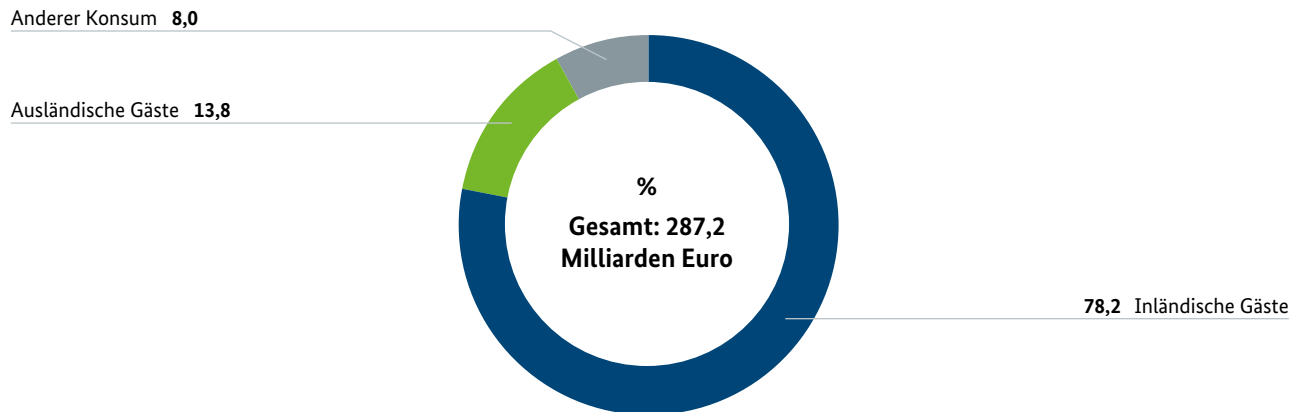
3.3 TSA-Tabelle 4: Touristischer Gesamtkonsum in Deutschland

Insgesamt belief sich der gesamte touristische Konsum in Deutschland im Jahr 2015 auf 287,2 Milliarden Euro. Neben den touristischen Ausgaben der Ausländer (39,6 Milliarden Euro) und Inländer (224,6 Milliarden Euro) umfasst der touristische Gesamtkonsum außerdem den so genannten

anderen Konsum. Dieser andere Konsum machte acht Prozent des touristischen Gesamtkonsums oder 23 Milliarden Euro aus (Abbildung 3-3). Der andere Konsum setzt sich zusammen aus (tatsächlichen und unterstellten) Mietzahlungen für die Nutzung oder dauerhafte Vermietung von Freizeitwohnsitzen durch Eigentümer (3,6 Milliarden Euro), dem touristischen Anteil öffentlicher Zuschüsse zu Aktivitäten im Kultur- und Sportwesen (10,8 Milliarden Euro) sowie aus Ausgaben für langlebige Konsumgüter mit touristischem Verwendungszweck⁶ (8,6 Milliarden Euro).

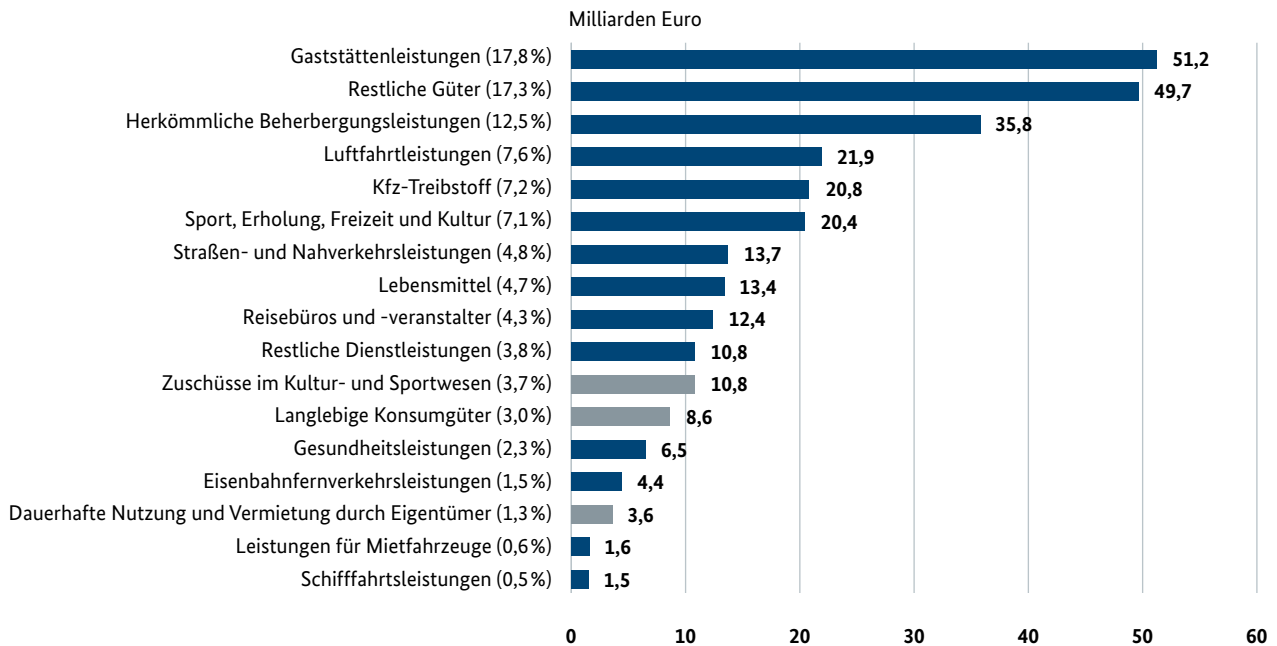
Abbildung 3-4 zeigt die Aufteilung der Ausgaben der in- und ausländischen Gäste in Deutschland im Jahr 2015 auf die einzelnen Produktkategorien. Die größten Ausgabenposten waren Gaststättenleistungen (17,8 Prozent oder 51,2 Milliarden Euro), restliche Güter (17,3 Prozent oder 49,7 Milliarden Euro) und herkömmliche Beherbergungsleistungen (12,5 Prozent oder 35,8 Milliarden Euro).

Abbildung 3-3: Touristischer Gesamtkonsum in Deutschland (2015)



Quelle: DIW Econ

- 5 Der Inlandsanteil von Auslandsreisen umfasst beispielsweise Ausgaben deutscher Touristen für Leistungen von Reisebüros, -veranstaltern und -vermittlern in Deutschland, die bei der Buchung von Auslandsreisen anfallen, oder Transportkosten wie Treibstoffausgaben, die noch in Deutschland anfallen.
- 6 Es werden alle Ausgaben für langlebige Konsumgüter berücksichtigt, für die Angaben über deren touristische Verwendung vorliegen. Dazu zählen Ausgaben für Wohnmobile und -anhänger, Reiseartikel, Fahrräder und Campingausrüstung.

Abbildung 3-4: Touristischer Gesamtkonsum in Deutschland nach Produktkategorien (2015)

Die grau unterlegten Produktkategorien stellen die drei Komponenten des „anderen Konsums“ dar, welche acht Prozent des touristischen Gesamtkonsums bilden. Rundungsbedingte Abweichungen möglich.

Quelle: DIW Econ

3.4 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

3.4.1 Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte des Tourismus

Die touristische Nachfrage löst in den entsprechenden Wirtschaftszweigen Umsatz und damit verbunden Bruttowertschöpfung und Beschäftigung aus. Die Bruttowertschöpfung ist die wichtigste Kennzahl zur Beurteilung der wirtschaftlichen Leistung einer Volkswirtschaft oder einer einzelnen Branche. Sie erfasst neben den Abschreibungen das insgesamt erwirtschaftete (Arbeits- und Kapital-) Einkommen. Unter Zuhilfenahme der Tourismusanteile je Produktkategorie und Informationen aus der Input-Output-Rechnung des Statistischen Bundesamtes sowie detaillierter Aufkommens- und Verwendungstabellen⁷ lassen sich direkte und indirekte Bruttowertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte ableiten.

Der 287,2 Milliarden Euro umfassende touristische Gesamtkonsum (vgl. Abschnitt 3.3) im Jahr 2015 war mit einer direkten Bruttowertschöpfung in Höhe von 105,3 Milliarden Euro verbunden (vgl. Tabelle 3-1). Diese Summe entspricht 3,9 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung in Deutschland.

Die Zahl der Erwerbstätigen, die 2015 unmittelbar mit der Produktion der touristisch nachgefragten Güter und Dienstleistungen befasst waren, beträgt 2,92 Millionen Personen. Der entsprechende Anteil von 6,8 Prozent an der inländischen Gesamtbeschäftigung verdeutlicht, dass die Tourismuswirtschaft eine sehr beschäftigungsintensive Branche ist.

Der auf Geschäftsreisen entfallende Anteil des direkten Effekts auf Bruttowertschöpfung und Beschäftigung umfasst 18,1 Milliarden Euro (17 Prozent der gesamten Tourismuswirtschaft) beziehungsweise 533.000 Erwerbstätige.

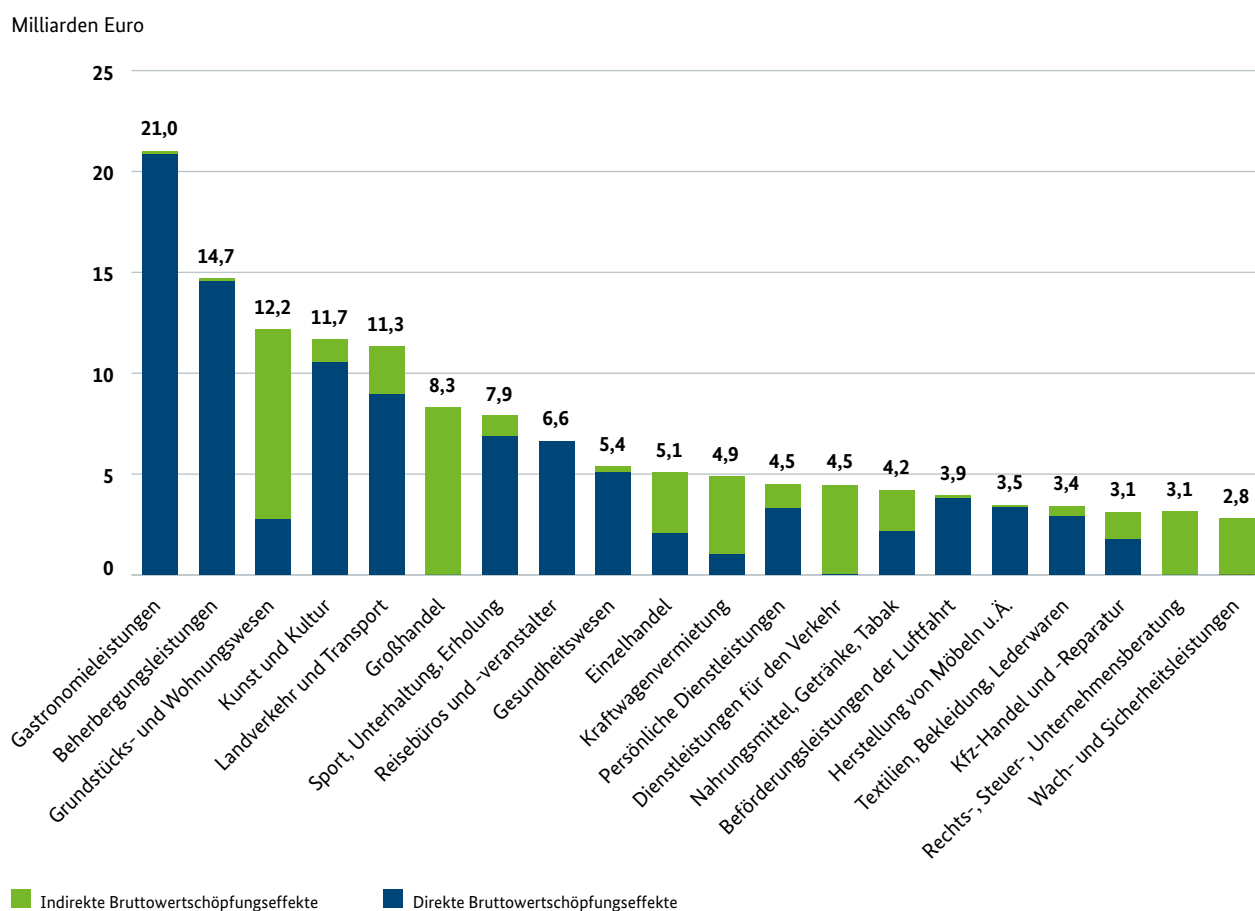
⁷ Die Erstellung des Tourismus-Satellitenkontos erfolgte auf Grundlage nicht öffentlich verfügbarer Aufkommens- und Verwendungstabellen in tief gegliederter Produktsystematik, die im Rahmen einer Sonderauswertung vom Statistischen Bundesamt bereitgestellt wurden.

Tabelle 3-1: Bruttowertschöpfung und Beschäftigung der Tourismuswirtschaft in Deutschland (2015)

Tourismus 2015	Direkte Effekte		Indirekte Effekte	Gesamte Effekte
	Absolut	Prozent*		
Bruttowertschöpfung (Mrd. Euro)	105,3	3,9%	76,1	181,4
Beschäftigung (Erwerbstätige)	2.919.000	6,8%	1.248.000	4.167.000
Davon Geschäftsreisen				
Bruttowertschöpfung (Mrd. Euro)	18,1	0,7%	14,3	32,5
Beschäftigung (Erwerbstätige)	533.000	1,2%	228.000	761.000

* Anteil der Tourismuswirtschaft an der deutschen Gesamtwirtschaft. Rundungsbedingte Abweichungen sind möglich. Die Zahl der Erwerbstätigen ist auf Tausende gerundet.

Quelle: Darstellung DIW Econ auf Basis von TSA: RMF 2008

Abbildung 3-5: Durch touristische Nachfrage angestoßene direkte und indirekte Bruttowertschöpfung nach Produktionsbereichen (2015)

Dargestellt sind hier diejenigen Produktionsbereiche, die am stärksten von der touristischen Nachfrage profitieren.

Quelle: DIW Econ

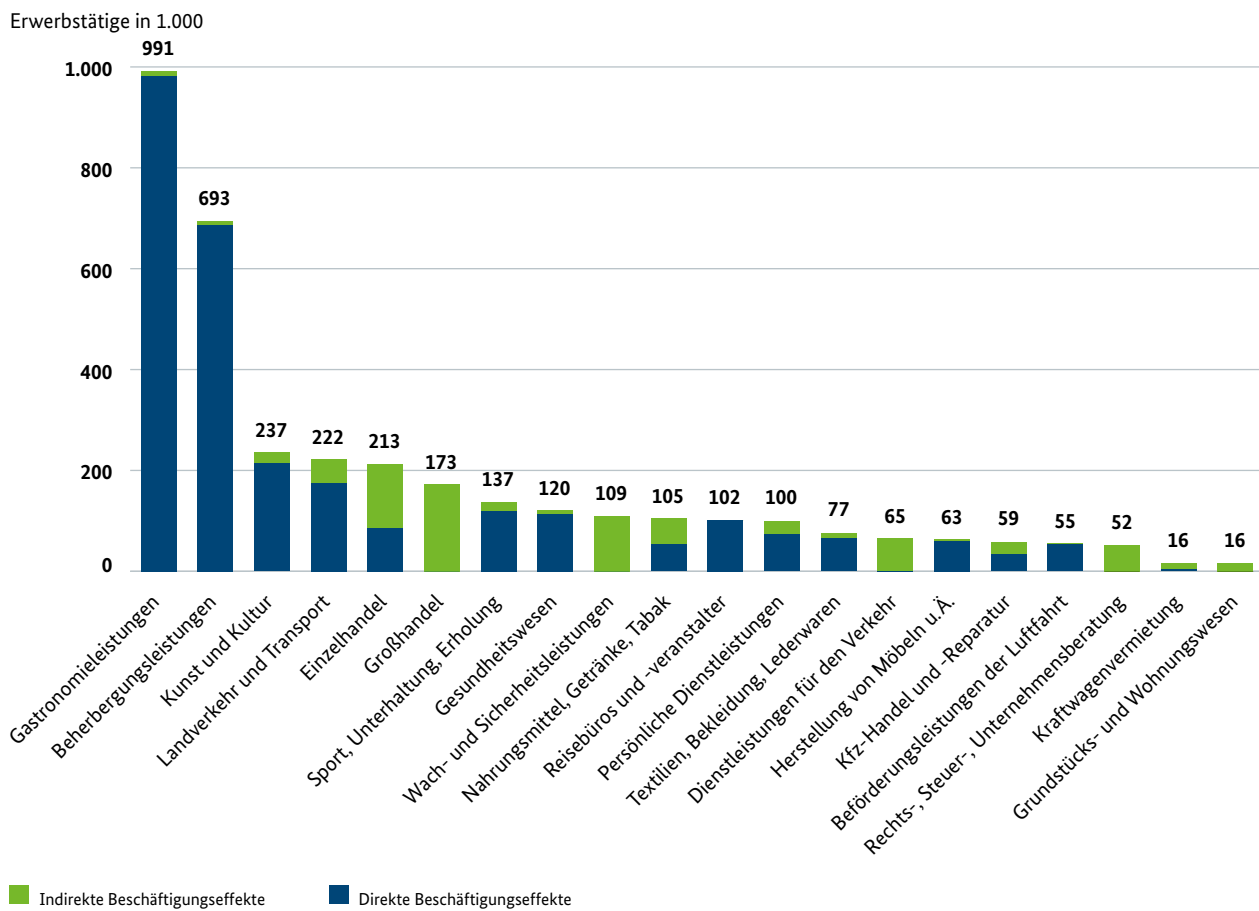
Über die unmittelbare Erstellung touristisch nachgefragter Produkte hinaus trägt auch die damit verbundene Vorleistungsnachfrage indirekt zu Wertschöpfung und Beschäftigung bei. Im Untersuchungsjahr 2015 ergaben sich durch die Vorleistungsnachfrage der Tourismuswirtschaft indirekte Effekte auf Bruttowertschöpfung und Beschäftigung im Umfang von 76,1 Milliarden Euro beziehungsweise 1,25 Millionen Erwerbstätigen (vgl. Tabelle 3-1).

Abbildung 3-5 zeigt die Produktionsbereiche der deutschen Volkswirtschaft, die insgesamt gemessen an der Summe aus direkter und indirekter Bruttowertschöpfung am stärksten

von dieser Nachfrage profitieren. Abbildung 3-6 bildet die zugehörigen Beschäftigungseffekte ab.

Die größten Anteile an der gesamten Tourismus-induzierten Bruttowertschöpfung und (in noch stärkerem Maße) der Beschäftigung entfallen auf die klassischen Tourismusbranchen Gastronomie und Beherbergung. In Summe wurde hier Tourismus-induzierte Bruttowertschöpfung in Höhe von mehr als 35 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Branchen boten in diesem Zusammenhang Arbeitsplätze für 1,68 Millionen Erwerbstätige.

Abbildung 3-6: Durch touristische Nachfrage induzierte direkte und indirekte Beschäftigung nach Produktionsbereichen (2015)



Dargestellt sind hier diejenigen Produktionsbereiche, die am stärksten von der touristischen Nachfrage profitieren.
Quelle: DIW Econ

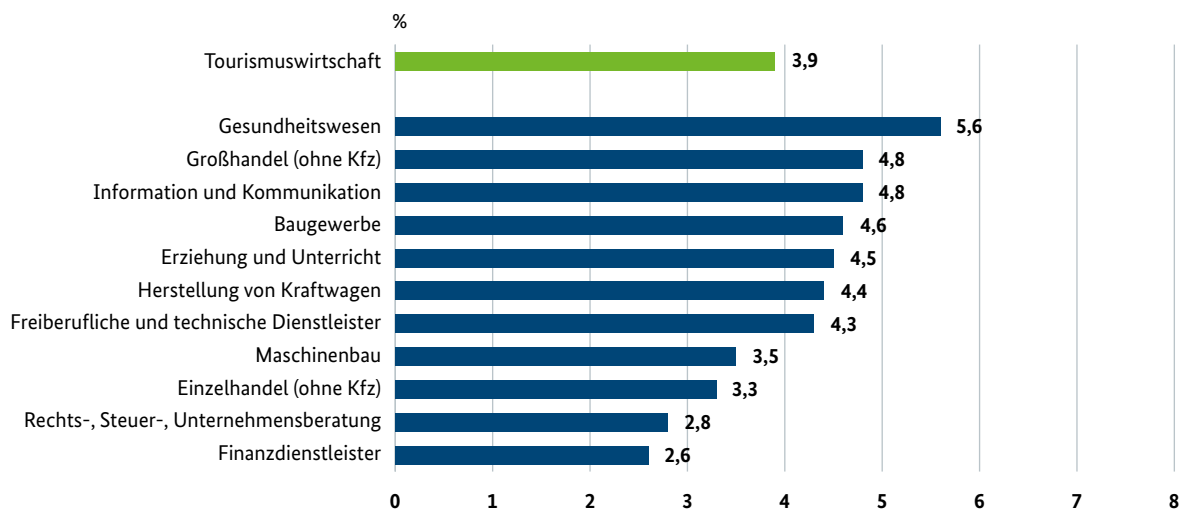
Abbildung 3-5 und Abbildung 3-6 verdeutlichen darüber hinaus, dass einige Branchen der deutschen Volkswirtschaft stark von der touristischen Nachfrage profitieren, auch wenn sie nicht oder nur in geringem Umfang direkt an der Erstellung touristischer Produkte beteiligt sind, wie der Groß- und Einzelhandel, Wach- und Sicherheitsdienstleistungen oder die Dienstleistungen für den Verkehr.⁸ Beispielsweise profitiert letztere Branche, welche unter anderem auch den Betrieb von Flughäfen beinhaltet, indirekt durch die touristische Nachfrage nach Personenbeförderungsleistungen in der Luftfahrt: Diese löste direkt inländische Bruttowertschöpfung in Höhe von 3,9 Milliarden Euro aus. Zusätzlich ist ein signifikanter Anteil der indirekt ausgelösten Bruttowertschöpfung der Dienstleistungen für den Verkehr in Höhe von 4,5 Milliarden Euro und der etwa

65.000 Erwerbstätigen (vgl. Abbildung 3-6) auf die touristische Nachfrage nach Flugleistungen zurückzuführen.

3.4.2 Vergleich der Tourismuswirtschaft mit anderen Branchen der deutschen Volkswirtschaft

Zur Einordnung der direkten Einkommens- und Beschäftigungseffekte in einen gesamtwirtschaftlichen Kontext wird die Tourismusbranche mit einer Auswahl bedeutender Branchen verglichen. Mit 3,9 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung liegt der Tourismus vor dem Maschinenbau, dem Einzelhandel oder den Finanzdienstleistern, die zwischen 2,6 und 3,5 Prozent zur gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung beitragen (vgl. Abbildung 3-7).

Abbildung 3-7: Bruttowertschöpfungsanteile vergleichbar großer Branchen an der deutschen Gesamtwirtschaft (2015)⁹



Quelle: DIW Econ auf Basis der Inlandsproduktsberechnung des Statistischen Bundesamtes 2016

- 8 Die genaue Bezeichnung des Produktionsbereichs lautet „Lagereleistungen, sonstige Dienstleistungen für den Verkehr“; darunter fällt beispielsweise der Betrieb von Flughäfen.
- 9 Für das Jahr 2015 sind zum Zeitpunkt der Berichtslegung Daten zur Bruttowertschöpfung und Beschäftigung ausschließlich für 18 Wirtschaftsabschnitte (1-Steller) verfügbar. Mit Ausnahme der Bereiche Information und Kommunikation, Baugewerbe sowie Erziehung und Unterricht (Abschnitte I, F und P) beziehen sich die Darstellungen in Abbildung 3-7 und Abbildung 3-8 auf tiefer gegliederte Wirtschaftsbereiche. Für diese beruhen die angegebenen Anteile auf Fortschreibungen des Werts von 2014 unter Anwendung des Anteils des Wirtschaftsbereichs an der Bruttowertschöpfung bzw. Beschäftigung des übergeordneten Abschnitts im Jahr 2015. Hinweis: Aufgrund der gegebenenfalls unterschiedlichen Aggregationsebenen ist eine Addition der genannten Anteile mehrerer Branchen nicht sinnvoll.

Als sehr beschäftigungsintensive Branche leistet die Tourismuswirtschaft gemessen am Beitrag zur Gesamtbeschäftigung einen deutlich größeren Beitrag (vgl. Abbildung 3-8). Mit einem Anteil von 6,8 Prozent aller Erwerbstätigen ist sie in Bezug auf die Zahl der Beschäftigten weitaus größer als der Maschinenbau und die Kraftwagenherstellung, deren Anteile mit 2,6 beziehungsweise 2,0 Prozent jeweils weniger als halb so hoch sind.

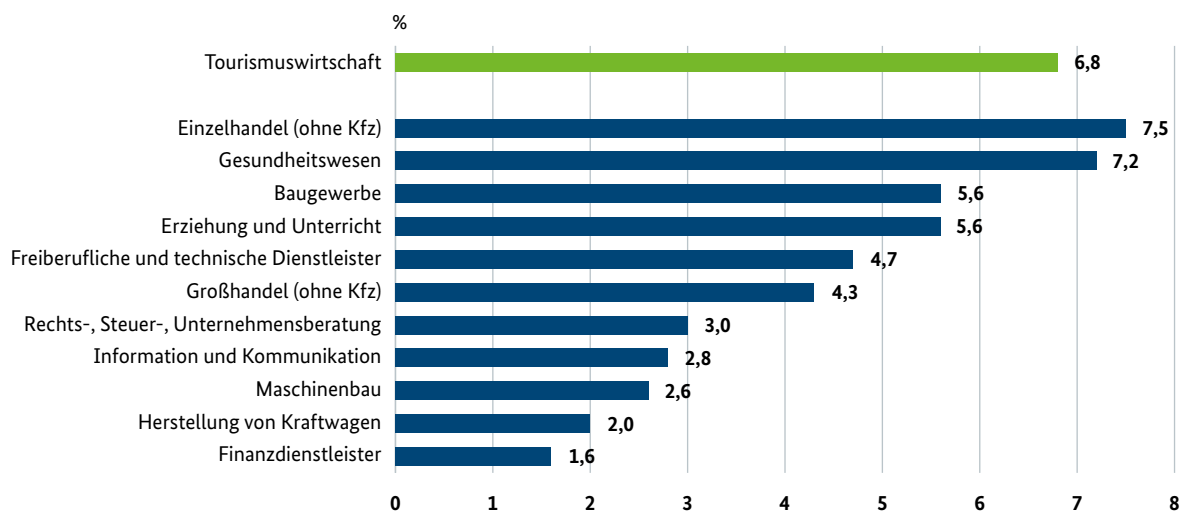
3.4.3 Vergleich der aktuellen Ergebnisse mit denen des Jahres 2010

Die Einordnung der vorliegenden Ergebnisse im Zeitverlauf kann unter Rückbezug auf die TSA-Ergebnisse aus dem Jahr 2010 erfolgen.¹¹ Dabei gilt es zu beachten, dass

das Tourismus-Satellitenkonto 2010 noch auf Basis der inzwischen veralteten Wirtschaftszweigsystematik WZ 2003 und der damit korrespondierenden Produktklassifikation erstellt wurde.¹² Auf Ebene der Produktkategorien spielen diese Umstellungen eine nicht unerhebliche Rolle, sodass einer Veränderung eines konkreten Werts zwischen 2010 und 2015 nicht zwangsläufig eine reale Entwicklung zugrunde liegen muss. Sie kann auch Artefakt der abweichenden Aggregation von Gliederungskategorien im Zuge der Umstellungen der Systematik sein.¹³

Das Tourismus-Satellitenkonto zum Berichtsjahr 2010 wies einen touristischen Konsum in Höhe von 278,3 Milliarden Euro aus (Tabelle 3-2). Der Vergleich ergibt ein nominales Wachstum des touristischen Konsums von 2010 bis 2015

Abbildung 3-8: Beschäftigungsanteile vergleichbar großer Branchen an der deutschen Gesamtwirtschaft (2015)¹⁰



Quelle: DIW Econ auf Basis der Inlandsproduktberechnung des Statistischen Bundesamtes 2016

10 Vgl. Fußnote 9.

11 Vgl. DIW Econ (2012) „Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland“.

12 Im Laufe der Zeit entwickeln sich neue wirtschaftliche Tätigkeiten, bestehende Aktivitäten verlieren an Bedeutung (bspw. lösen Taxifahrer Droschkenkutscher ab). Dies erfordert Anpassungen der Klassifikationen an die veränderte Realität, im Einklang mit den Aktualisierungen des Europäischen Systems Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen (ESVG).

13 Beispielsweise hat eine entscheidende Umstellung der Produktsystematik im Bereich der Eisenbahnbeförderungsleistungen stattgefunden: In der Vergleichsstudie wurden Personenbeförderungsleistungen auf der Schiene noch untergliedert nach „Personenbeförderungsleistungen der Staatsbahn“ und „Personenbeförderungsleistungen der Privatbahnen“ ausgewiesen und umfassten sowohl Nah- als auch Fernverkehrsleistungen. In der Sonderauswertung zum aktuellen Berichtsjahr wird nunmehr die „Personenbeförderung im Eisenbahnfernverkehr“ explizit ausgewiesen, wohingegen die Personenbeförderungsleistungen auf der Schiene im Nahverkehr in der „Personenbeförderung im Nahverkehr zu Lande“ enthalten sind. Die angebotsseitigen Bezugskategorien haben sich damit grundlegend verändert, sodass ein Vergleich der angebots- sowie auch nachfrageseitigen Werte nicht sinnvoll ist.

von 3,2 Prozent.¹⁴ Für die daraus resultierende direkte Bruttowertschöpfung der Tourismuswirtschaft lässt sich ein nominales Wachstum von 8,5 Prozent verzeichnen.

Die Tourismuswirtschaft leistete im Jahr 2015 nach wie vor einen bedeutenden Beitrag zur Wirtschaftsleistung Deutschlands. Da die gesamte inländische Bruttowertschöpfung zwischen 2010 und 2015 zu jeweils aktuellen Preisen um 18 Prozent¹⁵ anstieg, nahm der Anteil der Tourismuswirtschaft jedoch von 4,4 auf 3,9 Prozent ab. Andere Branchen sind mithin stärker als die Tourismuswirtschaft gewachsen.¹⁶

Die Entwicklung der direkt in der Tourismuswirtschaft Beschäftigten stieg im betrachteten Zeitraum leicht an: von 2,86 auf 2,92 Millionen Erwerbstätige. Gleichzeitig stieg im selben Zeitraum die Gesamtzahl der Erwerbstätigen in Deutschland etwas stärker an. Entsprechend ging der Anteil der Tourismuswirtschaft leicht zurück: Waren im Jahr 2010 noch 7,0 Prozent der Erwerbstätigen in Deutschland direkt in der Tourismuswirtschaft beschäftigt, so betrug im Jahr 2015 der entsprechende Anteil 6,8 Prozent.

Auf disaggregierter Ebene zeigt sich eine Verschiebung in der Bedeutung einzelner Produktkategorien. Dies ist vor

allem auf einen Rückgang der Anzahl und damit der Ausgaben von inländischen Tagesreisenden zurückzuführen. Der Rückgang des Volumens dieser Besuchergruppe, die im Jahr 2010 noch die bedeutendste Einzelgruppe darstellte, verursacht etwa einen Rückgang der touristischen Umsätze bei den Treibstoffausgaben, da Tagestouristen zumeist mit dem eigenen Pkw anreisen, oder auch bei den restlichen Gütern („Shopping“), die einen bedeutenden Anteil der durchschnittlichen Ausgaben eines Tagesreisenden einnehmen.

Andere Produktgruppen verzeichnen hingegen deutliches Wachstum.¹⁷ Dies betrifft etwa das Beherbergungsgewerbe, das von einer positiven Entwicklung der Anzahl der Übernachtungstouristen profitierte, sowie Dienstleistungen von Reisebüros und -veranstaltern. Auch in den Bereichen der Gastronomiedienstleistungen und Lebensmittel hat die Zunahme der Übernachtungsreisen den Rückgang der Tagesreisen überkompensiert. Eine positive Entwicklung verzeichnen zudem die Dienstleistungen in Sport, Erholung, Freizeit und Kultur sowie die Personenbeförderungsleistungen im Straßen- und Schienenverkehr. Insgesamt schwach entwickelte sich hingegen die Wertschöpfung inländischer Fluggesellschaften – ein Trend, der Zuwächsen aufseiten der Flughäfen und ausländischer Fluggesellschaften entgegensteht.

Tabelle 3-2: Vergleich der Ergebnisse 2010 und 2015 mit Blick auf Umsatz, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung

	2010	Δ (abs.)	Δ (%)	2015
Gesamter touristischer Konsum				
Milliarden Euro	278,3	+ 8,9 Mrd.	+ 3,2 %	287,2
Bruttowertschöpfung				
Milliarden Euro	97,0	+ 8,2 Mrd.	+ 8,5 %	105,3
Gesamtwirtschaftlicher Anteil	4,4 %	- 0,5 Pp.		3,9 %
Beschäftigung				
Zahl der Erwerbstätigen	2.859.000	+ 60.000	+ 2,1 %	2.919.000
Gesamtwirtschaftlicher Anteil	7,0 %	- 0,2 Pp.		6,8 %

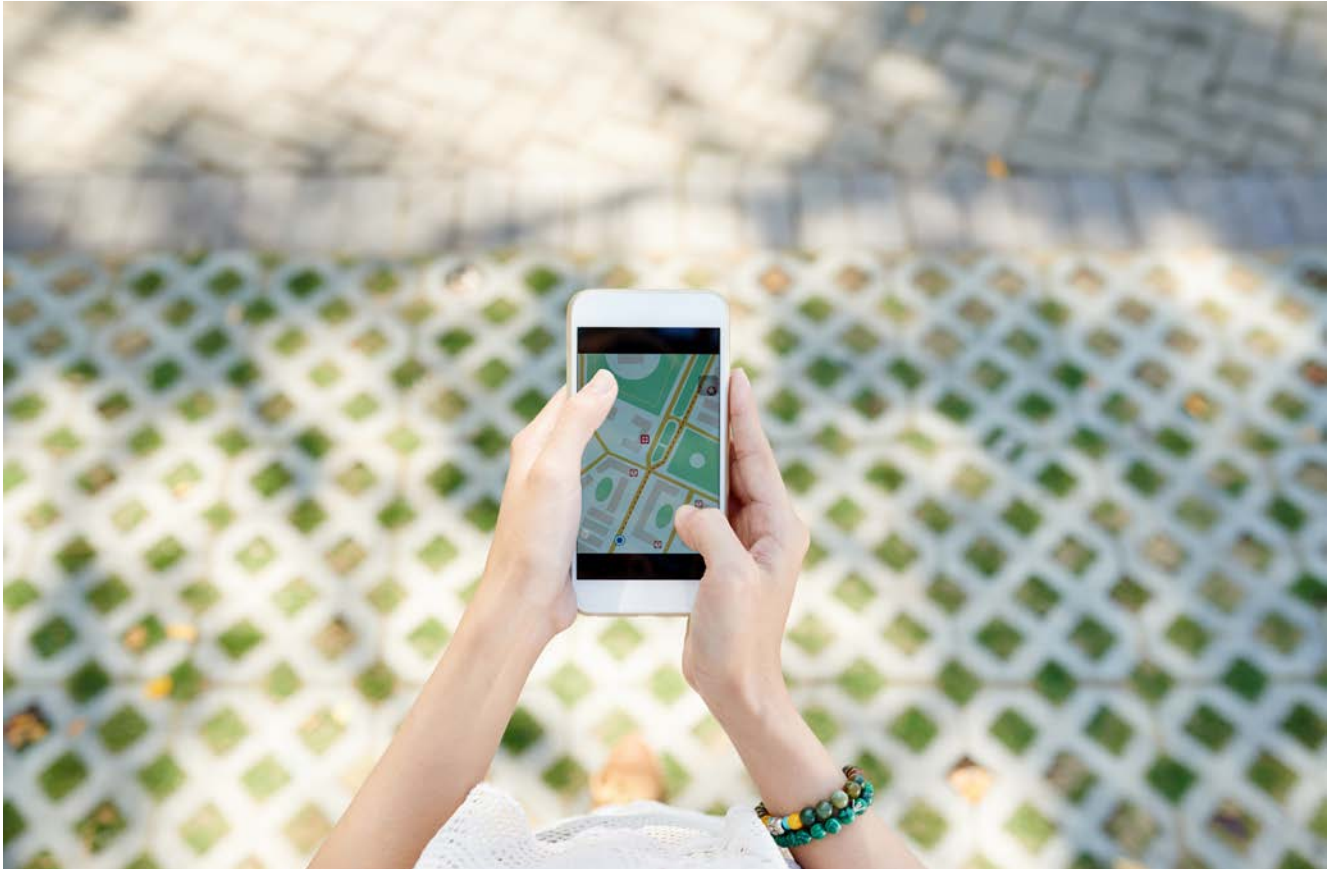
Quelle: DIW Econ

14 Der Verbraucherpreisindex des Statistischen Bundesamtes für das Jahr 2015 – zum Basisjahr 2010 – beträgt 106,9. Somit ist ein realer Rückgang des touristischen Gesamtkonsums zu verzeichnen.

15 Vgl. Inlandsproduktsberechnung des Statistischen Bundesamtes 2016 (Fachserie 18 Reihe 1.4).

16 Überdurchschnittliches Wachstum verzeichneten gemäß Inlandsproduktsberechnung des Statistischen Bundesamtes beispielsweise IT- und Informationsdienstleister, die Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften oder die Herstellung von Kraftwagen.

17 Für eine Gegenüberstellung der einzelnen Produktgruppen 2010 und 2015 vgl. Abschnitt 4.1 des Hintergrundberichts zum Tourismus-Satellitenkonto (DIW Econ 2017).



4. Digitalisierung der Tourismuswirtschaft

4.1 Marktveränderungen im Zuge der Entstehung digitaler Geschäftsmodelle

Die Digitalisierung ist in der Tourismuswirtschaft ein hochrelevanter Veränderungstreiber: Sinkende Transaktionskosten, die Nutzung von Big Data und disruptive Geschäftsmodelle durch digitale Plattformen verändern die Branche in hoher Geschwindigkeit.

Netzwerkeffekte verändern die Vermittlung von Reisedienstleistungen und können zu Plattformen mit Marktmacht führen

Ein viel diskutiertes Phänomen ist die Herausbildung von intermediären Onlineplattformen (bspw. digitale Vermittlungsplattformen für Hotelzimmer). Diese Plattformen sind aus ökonomischer Sicht mehrseitige Märkte, auf denen indirekte und/oder direkte Netzwerkeffekte¹⁸

zum Tragen kommen, die zu einem schnellen Wachstum der digitalen Vermittlungsplattformen führen und diesen Marktmacht verleihen können. Können Akteure (bspw. Hotelbetreiber) auf einer Plattform (bspw. HRS.de oder booking.com) nicht oder nur zu hohen Kosten auf eine alternative Vermittlungsplattform wechseln, müssen sie hohe Vermittlungsgebühren im Vergleich zu den Gebühren akzeptieren, die unter den Bedingungen eines funktionierenden Wettbewerbs zustande kämen. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmenseinheiten befinden sich häufig in einem Abhängigkeitsverhältnis zu großen Vermittlungsplattformen, da sie den Marktzugang und die Möglichkeiten zur Erhöhung der eigenen Sichtbarkeit im Internet deutlich vereinfachen. Dies kann dazu führen, dass Wertschöpfung an die Vermittlungsplattformen fließt, die ansonsten im Unternehmen verblieben wäre. Sitzen die Vermittlungsplattformen im Ausland, geht dies zu Lasten der in Deutschland erzielten Wertschöpfung.

¹⁸ Der direkte Netzwerkeffekt kommt zum Tragen, wenn Teilnehmer der einen Seite direkt von einer Vergrößerung der eigenen Gruppe profitieren. Der indirekte Netzwerkeffekt kommt zum Tragen, wenn eine Vergrößerung der eigenen Nutzergruppe für sie indirekt von Vorteil ist, sofern sie dazu führt, dass dadurch mehr Teilnehmer auf der anderen Seite des Marktes angezogen werden.

Plattformen der „Sharing Economy“ ermöglichen durch sinkende Transaktionskosten Marktzugang für neue Anbieter und Nachfrager

Mit Hilfe technologischer Innovationen gelingt es Plattformen der „Sharing Economy“ zunehmend, die Transaktionskosten zwischen Nachfragern und Anbietern von Produkten zu reduzieren: Die Marktteilnehmer finden leichter und schnell zueinander. Zentrale Triebfedern hierfür sind die zielgenaue Zusammenführung von Angebot und Nachfrage mittels komplexer Matching-Algorithmen sowie der Abbau von Informationsasymmetrien durch peer-to-peer-gestützte Bewertungssysteme. Von den dadurch verringerten Markteintrittskosten profitieren auch zusätzliche Anbieter touristischer Produkte, sodass der Markt um diese (häufig privaten) Anbieter wächst.

Big-Data-Analyse führt zu neuen, passgenauen Angeboten

Start-ups der Plattformökonomie ist eine „digitale DNA“ inhärent, welche als wichtiger Erfolgsfaktor im Wettbewerb ausgemacht werden kann. Insbesondere der Daten- und Analysefokus erlaubt es den Plattformen, sich schnell und flexibel aktuellen Marktbedingungen anzupassen. Große Datenmengen, auch als „Big Data“ bezeichnet, erlauben es Unternehmen der Plattformökonomie, mit passgenauen Angeboten gezielt auf einzelne Kunden zuzugehen. Konventionelle Unternehmen befinden sich in diesem Kontext in einem Dilemma: Auf der einen Seite stellen Unternehmen mit Zugang zu persönlichen Kundendaten (zum Beispiel Google, Facebook, Airbnb) Konkurrenz dar, auf der anderen Seite hängen die Innovationsfähigkeit und der Geschäftserfolg traditioneller Unternehmen immer stärker von der Zusammenarbeit mit den digitalen Vorreitern ab.

4.2 Analyse der Digitalisierung im Rahmen des TSA-Systems

Das TSA-System ist ein deskriptives Berichtssystem, das die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus auf Basis der touristischen Nachfrage in den einzelnen Produktionsbereichen der Volkswirtschaft ermittelt; es unterscheidet dabei nicht zwischen „digitalen“ und „nicht-digitalen“ Umsätzen. Allerdings bildet das TSA-System die Struktur der Tourismuswirtschaft ab, sodass digitalisierungsbedingte Strukturverschiebungen erkennbar sein können.

Besonders von der Digitalisierung betroffene Teilsegmente der Tourismuswirtschaft, die im TSA-System abgebildet werden, sind die **Vermittlung von touristischen Dienstleistungen**, die **Beherbergung** und die **Personenbeförderung**.

In allen drei Teilsegmenten ist jeweils eine positive Entwicklung der gesamten und der touristischen Produktionswerte zu beobachten. Entsprechend ist auch ein Anstieg der damit verbundenen Bruttowertschöpfung in Deutschland zu verzeichnen; dieses Wachstum liegt auf und teilweise deutlich über dem Niveau des Anstiegs der Bruttowertschöpfung in der Gesamtwirtschaft. Die Entwicklung dieser drei Teilsegmente ist daher nicht für den relativen Rückgang des Tourismusanteils an der gesamten Wirtschaftsleistung ursächlich. Zum Zeitpunkt der Untersuchung sind im TSA-System mithin noch keine *größeren* negativen Auswirkungen auf die touristischen Produktionswerte oder die touristische Wertschöpfung in Deutschland sichtbar, die auf die Digitalisierung zurückzuführen sind.

Welche alternative Entwicklung – sowohl hinsichtlich der Größe der Tourismuswirtschaft als auch hinsichtlich ihrer Struktur – sich ergeben hätte, wenn es die beschriebenen Digitalisierungsprozesse nicht gegeben hätte, kann in der vorliegenden Analyse nicht geklärt werden. Theoretisch möglich ist sowohl eine höhere als auch eine niedrigere inländische Wertschöpfung. Angaben zu Buchungen über digitale Plattformen im Ausland im Berichtsjahr 2015 lassen jedoch vermuten, dass die Auswirkungen in ihrer Gesamthöhe eher begrenzt waren.¹⁹ Anekdotische Evidenz und theoretische Überlegungen sowie das schnelle Vorschreiten der Digitalisierung in der Tourismuswirtschaft verdeutlichen jedoch, dass in den kommenden Jahren relevante Auswirkungen auf die Struktur und wirtschaftliche Bedeutung der Tourismuswirtschaft zu erwarten sind.

Im Kontext der Diskussion um digitale Plattformen, Vertriebskanäle und den damit verbundenen Markteintritt neuer Anbieter stellen sich insbesondere wettbewerbspolitische Fragen. Beispielsweise muss untersucht werden, ob Regulierungen angepasst oder eingeführt werden müssen, damit faire Wettbewerbsbedingungen zwischen neuen Marktteilnehmern und den bisherigen Anbietern hergestellt werden, ohne gleichzeitig Innovationen zu behindern. Angesichts des schnellen Wachstums der entsprechenden Plattformen sind diese Fragestellungen hochrelevant.

19 Vgl. Abschnitt 4.2.3 des Ergebnisberichts für mehr Details.



5. Fazit

Gegenstand der vorliegenden Studie ist die Bestimmung der volkswirtschaftlichen Bedeutung der deutschen Tourismuswirtschaft sowie die Analyse ihrer Struktur im Jahr 2015.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Tourismuswirtschaft ein relevanter Faktor für die Wirtschaftsleistung Deutschlands ist. Im Jahr 2015 führte die touristische Nachfrage in Höhe von 287,2 Milliarden Euro zu einer Bruttowertschöpfung in Höhe von 105,3 Milliarden Euro. Die Tourismuswirtschaft nimmt damit einen Anteil von 3,9 Prozent an der gesamten Bruttowertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft ein. Überdies zeigt sich, dass die Tourismuswirtschaft eine beschäftigungsintensive Branche ist. Mit 2,92 Millionen Personen sind 6,8 Prozent aller Erwerbstätigen unmittelbar mit der Produktion touristisch nachgefragter Güter und Dienstleistungen beschäftigt. Die Tourismuswirtschaft leistet damit einen größeren Anteil zur gesamten Wirtschaftsleistung als der Maschinenbau oder der Einzelhandel. Ihre Beschäftigungswirkung liegt über jener der Bauwirtschaft und nur knapp unter der der Gesundheitswirtschaft.

Im Vergleich mit den Ergebnissen der Studie für das Jahr 2010 ist ein leichter Anstieg des touristischen Konsums und auch der touristischen Wertschöpfung zu beobachten. Das Wachstum der Tourismuswirtschaft liegt allerdings unterhalb des gesamtwirtschaftlichen Durchschnitts. Hinter dieser eher verhaltenen Gesamtentwicklung steht ein Rückgang der Anzahl und Ausgaben der Tagesreisenden, der von einem Anstieg im Bereich der Übernachtungsreisenden teilweise kompensiert wurde. Damit einher geht auch eine Verschiebung der touristischen Konsumstruktur: Produkte, die vor allem von Tagesreisenden nachgefragt wurden, werden relativ weniger konsumiert (bspw. Ausgaben für Treibstoff und Shopping/„restliche Güter“), wohingegen Produkte, die stärker von Übernachtungsgästen konsumiert werden, einen entsprechenden Anstieg verzeichnen (bspw. Hotelübernachtungen und Reisevermittlungsleistungen). Insgesamt schwach entwickelte sich die im Inland erzielte Wertschöpfung von Fluglinien.

Die Digitalisierung der Wirtschaft ist in der Tourismuswirtschaft ein hochrelevanter Veränderungstreiber. Dies wird besonders in drei Teilbranchen deutlich: Geschäftsmodelle

im Bereich der Vermittlung von touristischen Dienstleistungen, der Beherbergung und der Personenbeförderung unterliegen einem tiefgreifenden Wandel. Allerdings lassen sich zurzeit auf Basis der Ergebnisse des TSA-Systems keine Auswirkungen auf die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche ableiten. Die Entwicklung der Digitalisierung in der Tourismuswirtschaft ist jedoch sehr dynamisch, sodass nicht ausgeschlossen werden kann, dass es in Zukunft auch zu relevanten Auswirkungen kommen wird, die auf Ebene der gesamten Branche oder gar der Gesamtwirtschaft zu beobachten sind. Im weiteren Verlauf der Diskussion um die Digitalisierung werden sich vor allem wettbewerbspolitische Fragen stellen – insbesondere im Kontext der so genannten „Sharing Economy“ und der Marktposition digitaler Plattformen.

