

# WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DIE ZWEILANDSTADT ULM/NEU-ULM



ulm.  
neu-ulm  
touristik

PROJECT<sup>M</sup>

# Lesehinweis

Für die Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus für Ulm/Neu-Ulm wurden relevante Sekundärdaten für das Bezugsjahr 2023 aufbereitet und entsprechend branchenüblicher Berechnungsstandards aggregiert. Zur Verifizierung der Daten erfolgten mehrere Plausibilitätsprüfungen.

Stand: April 2024 | Bezugsjahr 2023

Erstellt durch



**PROJECT M GmbH**

Büro Hamburg

Steinhöft 9

20459 Hamburg

Tel. +49 40 4 19 23 96 0

[hamburg@projectm.de](mailto:hamburg@projectm.de)

[projectm.de](https://projectm.de)

Auftraggeber



**Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT)**

Neue Straße 45

89073 Ulm

Tel. +49 731 161 2800

[unt@tourismus.ulm.de](mailto:unt@tourismus.ulm.de)

[tourismus.ulm.de](https://tourismus.ulm.de)

[gruppen.ulm.de](https://gruppen.ulm.de)

[tagen.ulm.de](https://tagen.ulm.de)

# Inhalt

- ! Auf den schnellen Blick
- 1 Einführung: Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor
- 2 Methodik zur Bestimmung des Wirtschaftsfaktors Tourismus
- 3 Wirtschaftsfaktor Tourismus für Ulm/Neu-Ulm
- 4 Glossar





## Auf den schnellen Blick ...

### Wirtschaftskraft Tourismus in Ulm/Neu-Ulm

#### Rd. 723 Millionen Euro

tourismusbedingter **Brutto-Gesamtumsatz** pro Jahr, davon

#### ca. 340 Millionen Euro

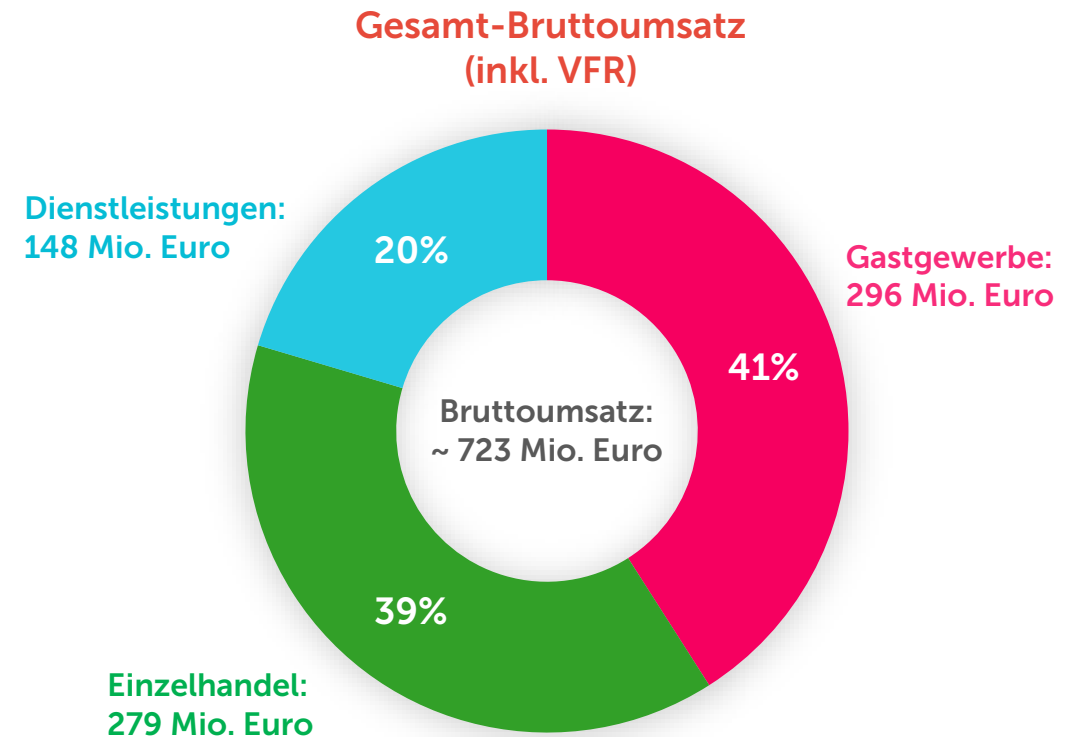
**Wertschöpfung aus dem Tourismus** pro Jahr

#### Rd. 9.900 Personen,

die bei einem Ø-Primäreinkommen pro Kopf und Jahr von 34.460 Euro Einkommen durch den Tourismus beziehen könnten (Einkommensäquivalente)

#### Rd. 12,8 – 19,2 Millionen Euro pro Jahr

kommunale Steuereinnahmen für die Mitgliedskommunen (v.a. anteilige Einkommens-, Umsatz-, Gewerbe- und Grundsteuer)



# 1 Einführung: Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Investitionen in den Tourismus rechnen sich aus einer Vielzahl an Gründen

## Tourismus ist Image-, Wirtschafts- und Standortfaktor!

Tourismus hat für die Lebens- und Erlebnisqualität sowie die Standortattraktivität von Ulm/Neu-Ulm einen sehr hohen Stellenwert. Er ist wichtiger Impulsgeber für den Wirtschafts- und Lebensraum, Imageträger und bedeutender Wirtschaftsfaktor für die Zweilandstadt. Er sichert wichtige Einnahmen und Kostendeckungsbeiträge für verschiedenste Branchen und die kommunalen Haushalte.

Von den Investitionen in die Querschnittsbranche Tourismus profitieren Einwohnende, Gäste, Arbeitnehmende und Unternehmen – auch außerhalb des Tourismussektors. Gastgewerbe und Freizeit- und Kultureinrichtungen ziehen auch Mobilitätsanbieter, Einzelhandel, Lebensmittelgeschäfte, Handwerk und viele weitere Dienstleistende einen Nutzen aus den Umsätzen und Effekten des Tourismus.

In der Gesamtbetrachtung wird deutlich, dass der Tourismus eine bedeutende Visitenkarte der Zweilandstadt ist, um die Identität nach innen und das Image nach außen zu stärken sowie Unternehmen, Investor:innen, Arbeits- und Fachkräfte vom Wirtschaftsstandort und Lebensraum Ulm/Neu-Ulm zu überzeugen. Insbesondere mit Blick auf Frequenzen und Kaufkraft für die Zentren von Ulm/Neu-Ulm ist der Tages- und Übernachtungstourismus eine entscheidende Grundlage, um den Freizeit-, Kultur- und Erlebniswert hochzuhalten sowie Shopping- und Kulturqualität, lokale Besonderheiten und Brauchtümer zu erhalten bzw. zu fördern.



### Berücksichtigung verschiedener Umsatzstufen im Tourismus

### **Touristische Wertschöpfung beinhaltet deutlich mehr als nur die Einnahmen aus den Bereichen Beherbergung, Gastronomie oder Freizeitaktivitäten!**

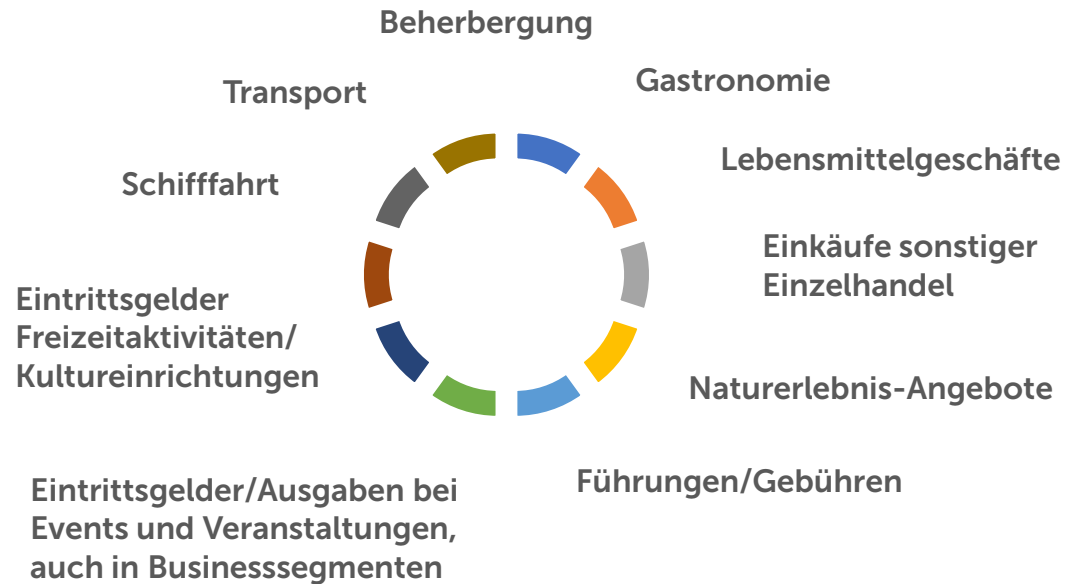
Die touristische Wertschöpfungskette hat mehrere Umsatzstufen. In der ersten Umsatzstufe der touristischen Wertschöpfung fallen die direkten Ausgaben der Nutzer:innen, d. h. der Tages- und Übernachtungsgäste aus Freizeit- und Geschäftsreisetourismus, selbst an. Diese Ausgaben werden vor Ort getätigt und tragen zum Einkommen der privaten Haushalte, der Sicherung von Arbeitsplätzen sowie der wirtschaftlichen Entwicklung des Tourismus, der touristischen Dienstleistungen und der Erlebnis- und Service-Infrastruktur der touristischen Destination bei.

Darüber hinaus ist es wichtig zu berücksichtigen, dass die touristische Wertschöpfungskette weitere Stufen umfasst, die indirekte Effekte wie Vorleistungen, Investitionen und den Multiplikatoreffekt beinhalten. So werden in der zweiten Umsatzstufe im Tourismus z.B. die Ausgaben der touristischen Unternehmen erfasst, die von den direkten Ausgaben der Gäste abhängig sind.

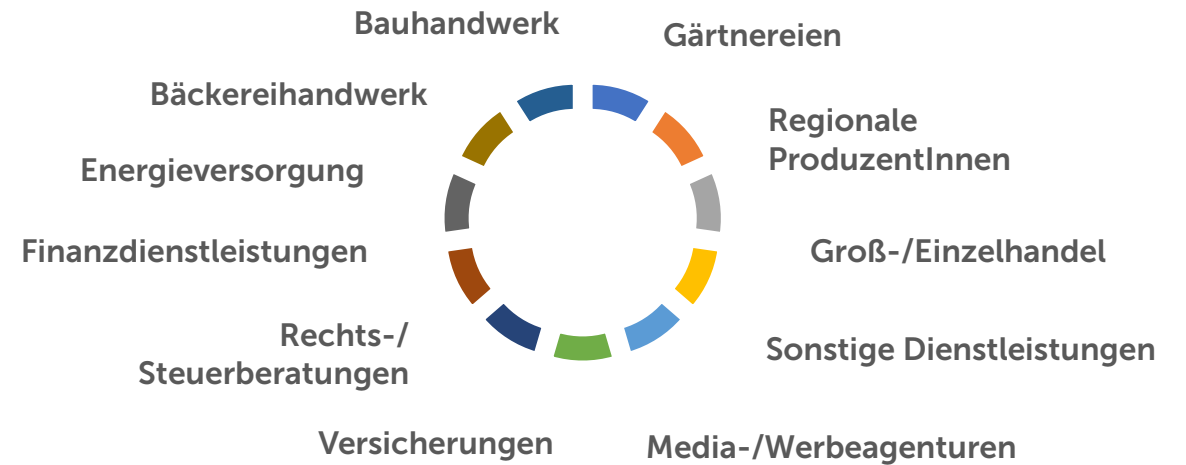
Hierzu gehören z. B. die Zulieferungen im Bereich Lebensmittel, Bäckereien, Waren regionaler ProduzentInnen aus der Landwirtschaft oder weitere Dienstleistungen im Bereich Baugewerbe, Groß-/Einzelhandel, Media-/Werbeleistungen, Reinigung oder Versicherungen etc. Diese Branchen profitieren ebenso von Umsätzen, die der Tourismus generiert. In vielen Fällen entstehen hier durch den Tourismus wichtige Einnahmen zum Erhalt dieser Betriebe und Arbeitsplätze in der Zweilandstadt und der Region.



## Wertschöpfung im Tourismus (1. Umsatzstufe)



## Wertschöpfung im Tourismus (2. Umsatzstufe)



## 3 Methodik: Bestimmung des Wirtschaftsfaktors Tourismus

### Grundlagen zur Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus Ulm/Neu-Ulm

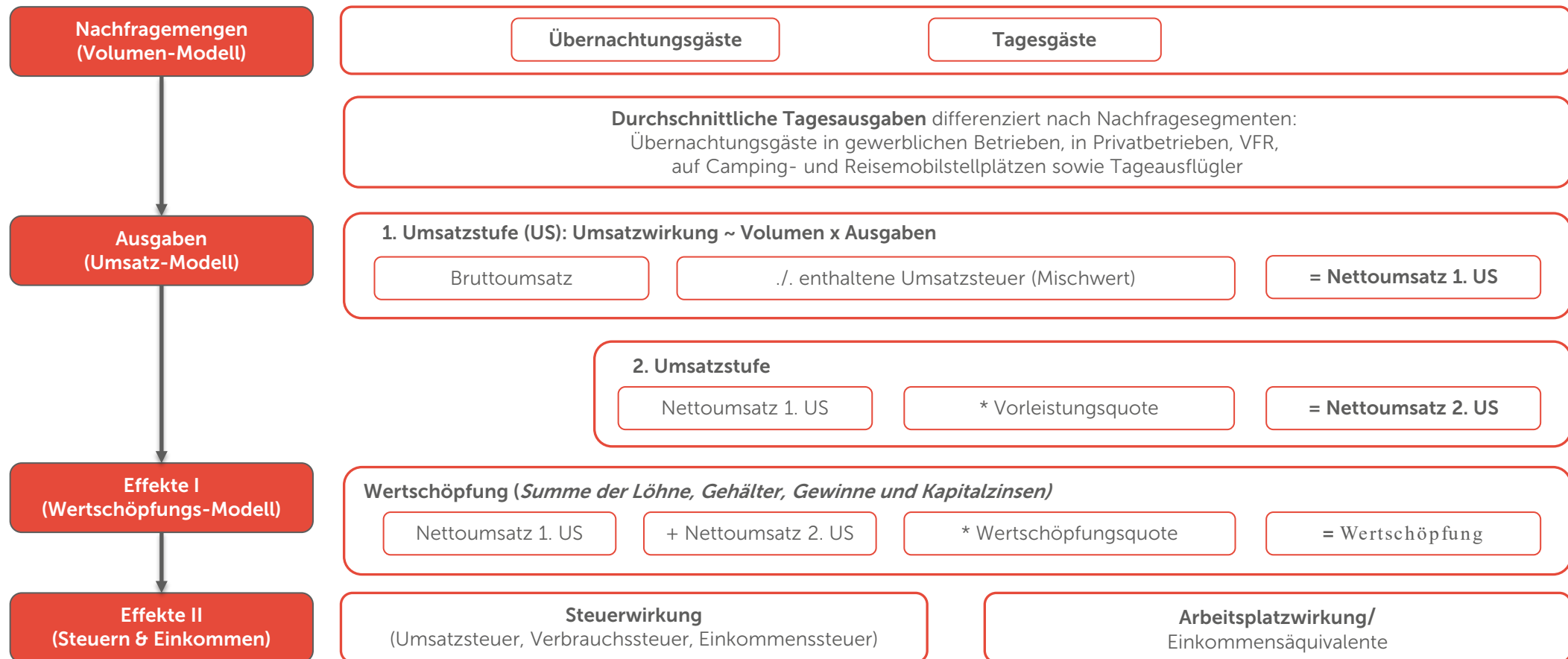
Für die Berechnung des Wirtschaftsfaktors werden verschiedene Parameter herangezogen:

- 1. Übernachtungstourismus** Die Grundlage für die Berechnung bilden die Zahlen der amtlichen Übernachtungsstatistik der Statistischen Landesämter Baden-Württemberg und Bayern für das Jahr 2023, ergänzt um Daten des Statistischen Bundesamts (DESTATIS), Angaben der Ulm/Neu-Ulm Touristik (UNT) und eigene Recherchen (v.a. Privatquartiere).
- 2. Tagestourismus** Ein Tagesausflug umfasst gemäß Definition jedes Verlassen des Wohnumfeldes ohne Übernachtung am Bestimmungsort, mit dem kein alltäglicher Zweck (z.B. Arbeit, Schule, Behördengang, Arztbesuch oder alltägliche Besorgung) verbunden ist. Somit werden auch Einwohnende der Region als Tagesgäste erfasst, wenn sie einen Ortswechsel von ihrer Wohnsitzkommune aus nach Ulm oder Neu-Ulm ohne alltäglichen Zweck vornehmen. Das Volumen der tagestouristischen Aufenthaltstage wurde in Relation zur Einwohnerzahl (Stand: Dez. 2022) anhand von Vergleichswerten aus entsprechenden Studien von Fremdinstituten für vergleichbare Städtedestinationen ermittelt. Eine Differenzierung zwischen Tagesgeschäftsreiseverkehr und Tagesausflugsverkehr ist an dieser Stelle nicht darstellbar.
- 3. VFR-Tourismus** Das Volumen des sogenannten ›Sofatourismus‹ (touristisch relevante und unentgeltliche Übernachtungen in Privatwohnungen der Einheimischen im Untersuchungsgebiet) von Freunden, Bekannten und Verwandten (Visiting Friends & Relatives) wurde in der vorliegenden Analyse anhand von Vergleichswerten mehrerer Studien von Fremdinstituten bestimmt. Eine exaktere Quantifizierung des VFR-Tourismus ist nur durch umfangreiche empirische Erhebungen (z.B. Haushaltsbefragungen) darstellbar.
- 4. Ausgaben der Tages- und Übernachtungsgästen** Die Tagesausgaben der einzelnen Gästegruppen wurde anhand mehrerer Studien von Fremdinstituten (v.a. dwif) für vergleichbare Großstädte preisbereinigt hochgerechnet.



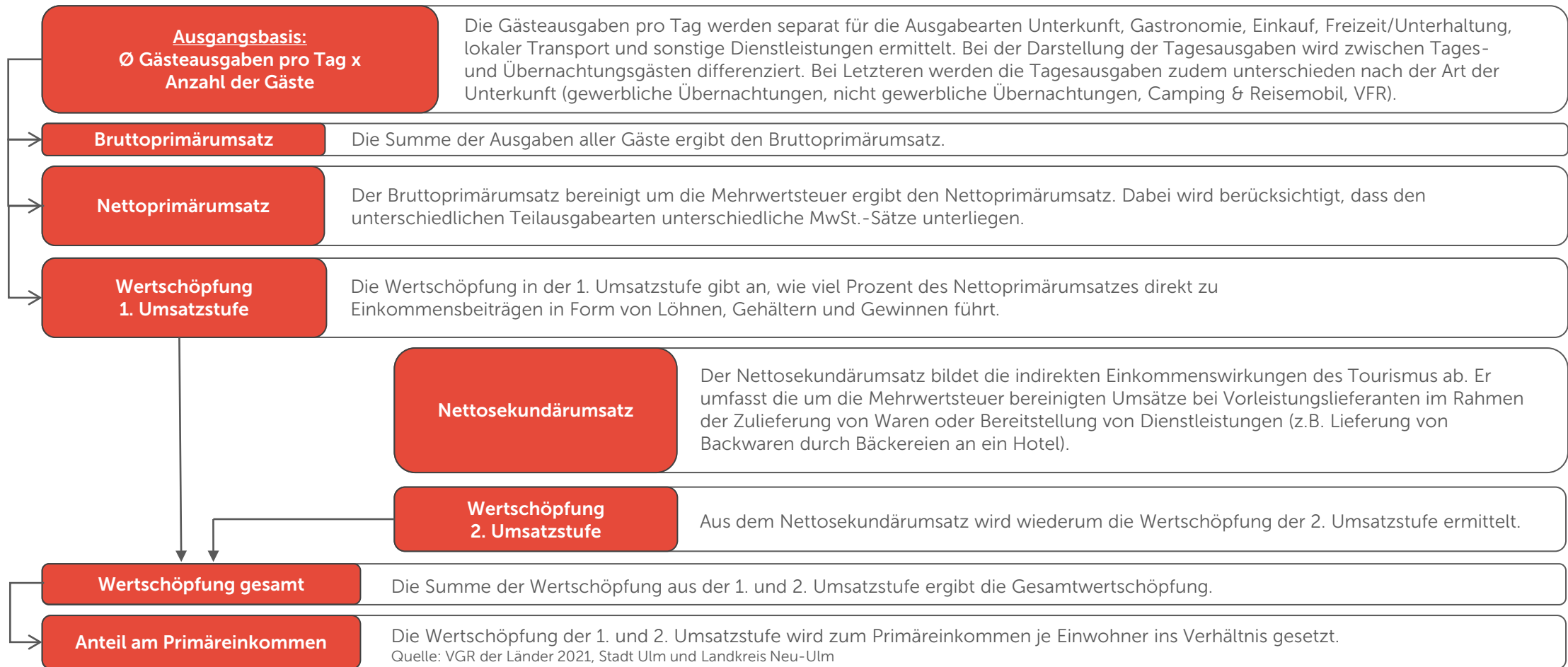
## 2 Einführung: Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Basismodell: Die Wertschöpfung wird durch Ausgaben der Übernachtungsgäste und Tagesausflügler generiert



# Einführung: Tourismus als Wirtschaftsfaktor

## Basismodell: Die Wertschöpfung wird durch Ausgaben der Übernachtungsgäste und Tagesausflügler generiert



### 3 Wirtschaftsfaktor Tourismus für Ulm/Neu-Ulm

Der Tourismus in Ulm/Neu-Ulm erwirtschaftete im Jahr 2023 an insgesamt ca. 14,2 Millionen Aufenthaltstagen einen Brutto-Umsatz von rund 723 Millionen Euro\*



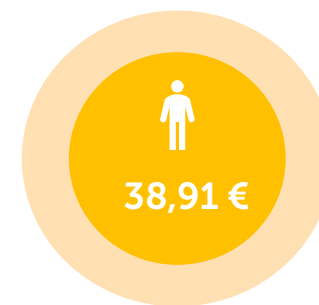
Gewerbliche Betriebe  
(10+ Betten)



Privatvermietung  
(bis 9 Betten)



Camping/  
Reisemobile



Tagesgäste



Visiting friends and  
relatives (VFR)

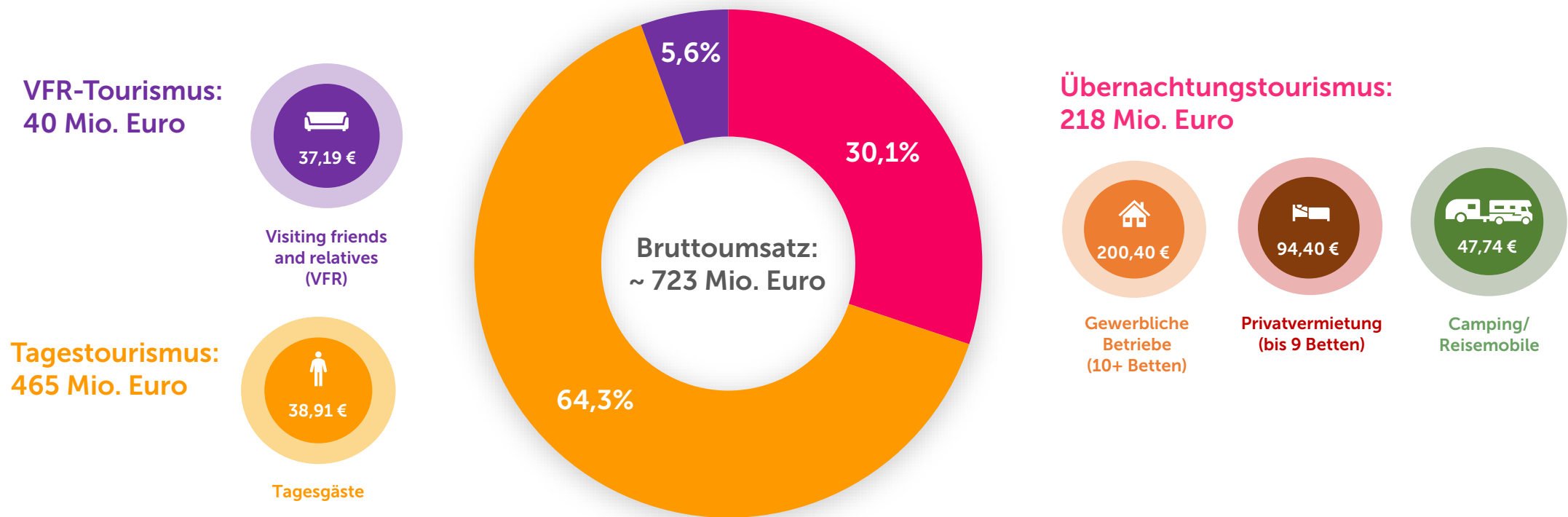
	Gewerbliche Betriebe (10+ Betten)	Privatvermietung (bis 9 Betten)	Camping/ Reisemobile	Tagesgäste	Visiting friends and relatives (VFR)
Gastgewerbe	127,30 Euro	59,97 Euro	30,33 Euro	12,15 Euro	11,61 Euro
Einzelhandel	39,65 Euro	18,68 Euro	9,45 Euro	18,20 Euro	17,39 Euro
Dienstleistungen	33,44 Euro	15,75 Euro	7,97 Euro	8,57 Euro	8,19 Euro
<b>Ausgaben pro Gast/Tag</b>	<b>200,40 Euro</b>	<b>94,40 Euro</b>	<b>47,74 Euro</b>	<b>38,91 Euro</b>	<b>37,19 Euro</b>
Anzahl Gäste	1.069.185	29.766	18.346	11.947.493	1.085.243
Umsatz in Mio. Euro	214,26	2,81	0,88	464,87	40,36
				<b>Gesamtumsatz mit VFR (in Mio. Euro)</b>	<b>723,19</b>
				<b>Gesamtumsatz ohne VFR (in Mio. Euro)</b>	<b>682,83</b>

\* Tagesausgaben über alle Unterkunftsarten, VFR und Tagestourismus berechnet auf Grundlage von Referenzwerten von Vergleichsstädten, Werte preisbereinigt angepasst auf 2023; Grundlage Referenzwerte: empirische Erhebungen bei Vergleichsstädten durch Fremdinstitute, u. a. dwif.

### 3 Wirtschaftsfaktor Tourismus für Ulm/Neu-Ulm

Gut zwei Drittel des Bruttoumsatzes des Tourismus in der Zweilandstadt werden durch den Tagestourismus generiert

Verteilung Gesamt-Bruttoumsatz



### 3 Wirtschaftsfaktor Tourismus für Ulm/Neu-Ulm

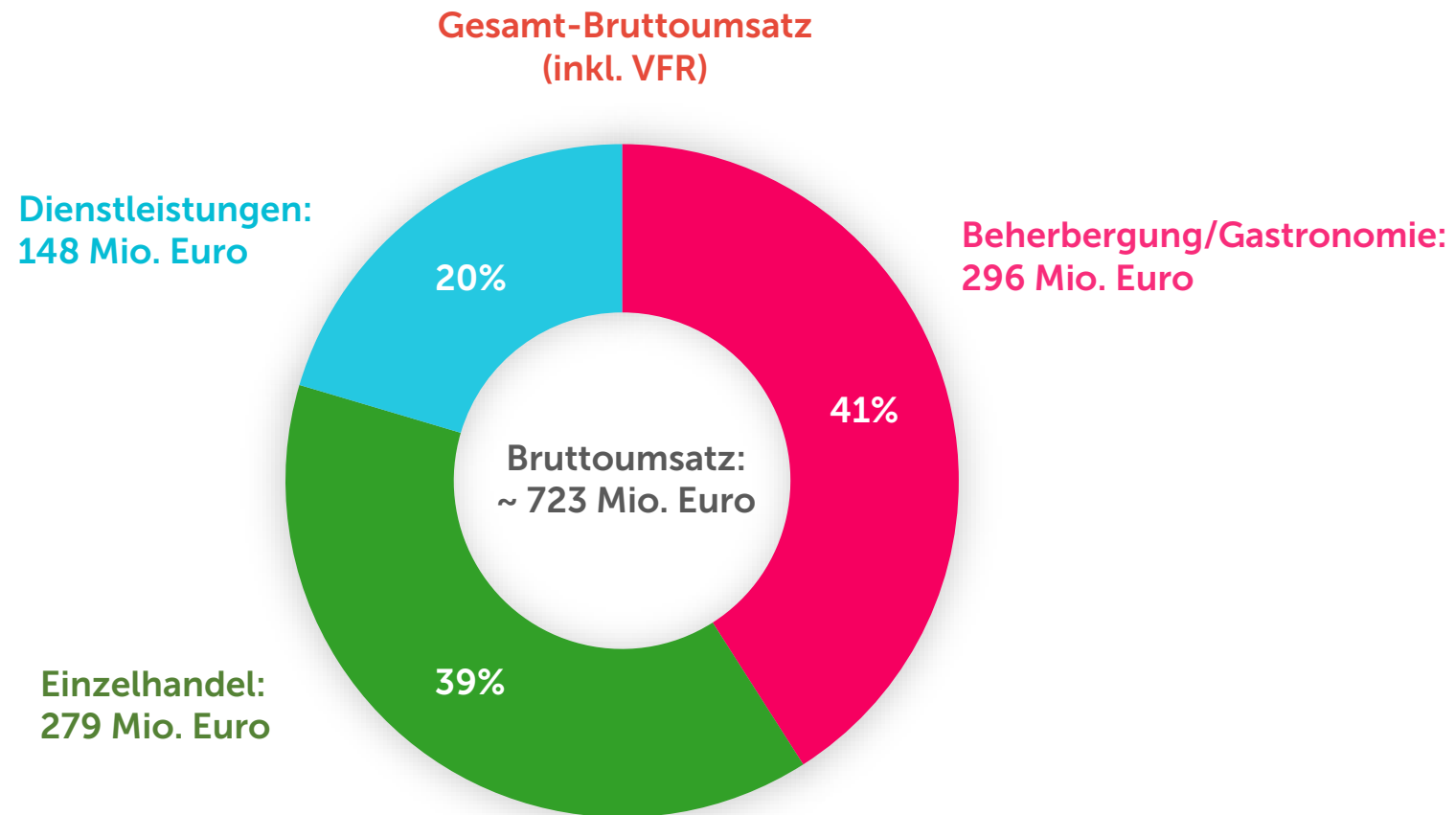
Die gut 1 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Betrieben erwirtschaften in der Zweilandstadt knapp 30 Prozent des Bruttoumsatzes im Tourismus

Art des Aufenthalts	Anzahl	Ausgaben je Tag <sup>5</sup>	Summe (Euro)	Anteil
Übernachtungen in gewerblichen Betrieben <sup>1</sup>	1.069.185 x	200,40 Euro =	214,3	29,6%
Übernachtungen in nicht gewerblichen Betrieben <sup>2</sup>	29.766 x	94,40 Euro =	2,8	0,4%
Übernachtungen von Reisemobillisten <sup>2,3</sup>	18.346 x	47,74 Euro =	0,9	0,1%
VFR-Tourismus (Aufenthaltstage) <sup>4</sup>	1.085.243 x	37,19 Euro =	40,4	5,6%
Zwischensumme Übernachtungstourismus			258,3	35,7%
Tagesausflügler <sup>4</sup>	11.947.493 x	38,91 Euro =	464,9	64,3%
<b>Summe Übernachtungs- und Tagestourismus</b>			<b>723,2</b>	<b>100,0%</b>

Quellen: (1) Statistische Ämter Baden-Württemberg und Bayern; (2) eigene Recherche; (3) dwif: Camping und Reisemobiltourismus als Wirtschaftsfaktor 2016/2017), (4) Berechnung Aufenthaltstage Referenzwert Vergleichsstädte; (5) Tagesausgaben über alle Unterkunftsarten, VFR und Tagestourismus berechnet auf Grundlage Referenzwerte Vergleichsstädte, Werte preisbereinigt angepasst auf 2023; Grundlage Referenzwerte: empirische Erhebungen bei Vergleichsstädten durch Fremdinstitute, u. a. dwif.

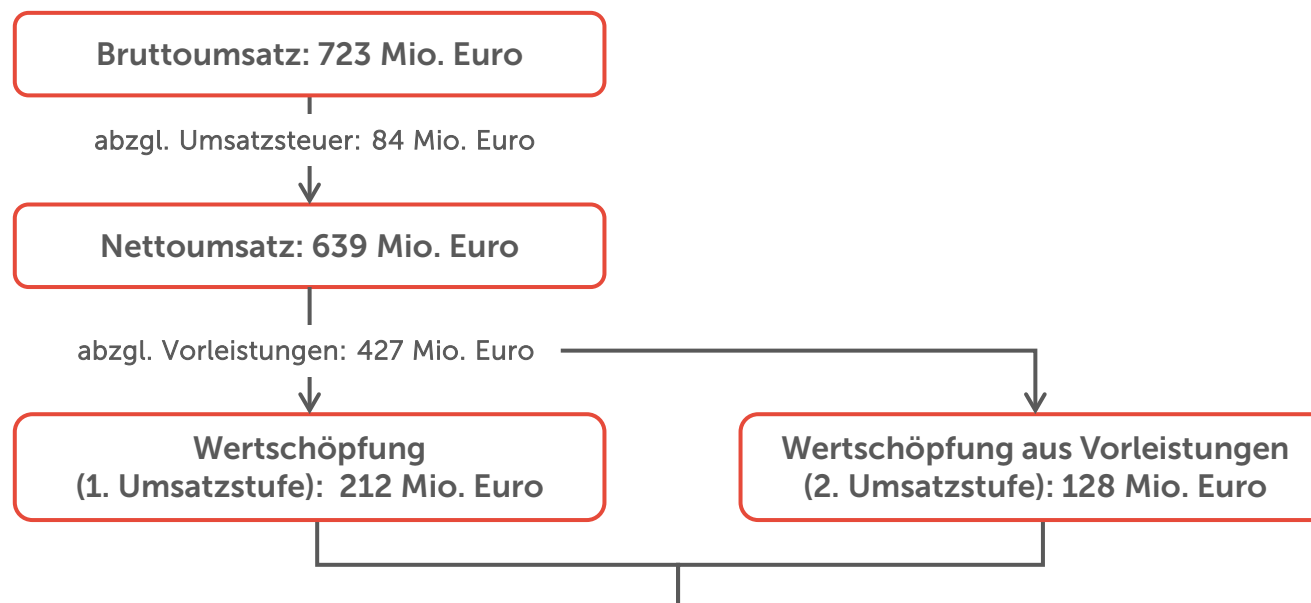
### 3 Wirtschaftsfaktor Tourismus für Ulm/Neu-Ulm

Rd. 41 % des durch den Tourismus generierten Bruttogesamtumsatzes entfallen in Ulm/Neu-Ulm auf die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe



### 3 Wirtschaftsfaktor Tourismus für Ulm/Neu-Ulm

Aus dem tourismusbedingten Bruttoumsatz in Höhe von etwa 723 Millionen Euro resultiert eine Wertschöpfung von 340 Millionen Euro für Ulm/Neu-Ulm



Wertschöpfung gesamt (1. + 2. Umsatzstufe): 340 Mio. Euro entspricht ...

... einem Anteil von 5,2 % am Primäreinkommen der Einwohnenden

... bei einem Ø pro-Kopf-Primäreinkommen von 34.460 Euro p.a. etwa 9.876 Beschäftigungsäquivalenten

... rd. 12,8 – 19,2 Mio. Euro p.a. an kommunalen Steuereinnahmen (2 - 3 %; Einkommen- und Umsatzsteuer)

## Primäreinkommen

Das Primäreinkommen der privaten Haushalte (einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck) enthält die Einkommen aus Erwerbstätigkeit und Vermögen, die den inländischen privaten Haushalten zugeflossen sind. Zu diesen Einkommen gehören im Einzelnen das Arbeitnehmerentgelt, die Selbstständigeinkommen der Einzelunternehmen und Selbstständigen, die auch eine Vergütung für die mithelfenden Familienangehörigen enthalten, der Betriebsüberschuss aus der Produktion von Dienstleistungen aus eigenem genutztem Wohneigentum, sowie die netto empfangenen Vermögenseinkommen (einschließlich des Erwerbs von Finanzserviceleistungen, indirekte Messung (FISIM)).

## Einkommensäquivalente

Anzahl der Personen, die rechnerisch durch die touristische Nachfrage in der Destination ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten. Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus beschäftigten Personen gleichgesetzt werden, da viele Personen in der Tourismusbranche oder nachgelagerten Wirtschaftszweigen in Teilzeit arbeiten oder nur anteilig vom Tourismus leben (z.B. Verkäufer:innen im Einzelhandel oder Gastronomieangestellte bedienen auch Einheimische). Eine exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich.

## Verbraucherpreisindex

Der Verbraucherpreisindex für Deutschland misst die durchschnittliche Preisentwicklung aller Waren und Dienstleistungen, die private Haushalte für Konsumzwecke kaufen. Darunter fallen zum Beispiel Nahrungsmittel, Bekleidung und Kraftfahrzeuge ebenso wie Mieten, Reinigungsdienstleistungen oder Reparaturen. Der Verbraucherpreisindex ist der zentrale Indikator zur Beurteilung der Geldwertentwicklung in Deutschland.

## Wertschöpfungsquote

Die Wertschöpfungsquote ist ein Maß dafür, welcher Anteil des Gesamtwerts eines wirtschaftlichen Prozesses als tatsächlicher Mehrwert entsteht. Sie gibt an, in welchem Ausmaß ein Wirtschaftssektor durch seine eigene Tätigkeit neuen Wert generiert. Eine hohe Wertschöpfungsquote deutet auf eine wertschöpfende Produktion hin, während eine niedrige Quote auf einen geringeren Grad der Wertschöpfung bzw. eine stärkere Abhängigkeit von Vorleistungen und externen Faktoren hinweist.



## Vorleistungsquote

Die Vorleistungsquote ist der Anteil an Vorleistungen oder Vorleistungsgütern, die benötigt werden, um ein (touristisches) Produkt oder eine (touristische) Dienstleistung bereitzustellen. Vorleistungen umfassen beispielsweise den Einkauf von Rohstoffen, die Nutzung von Infrastruktur, den Einsatz von Arbeitskräften und den Kauf von Dienstleistungen aus anderen Branchen.

## VFR-Tourismus

Auch als ›Sofatourismus‹ bezeichnete Besuche (touristisch relevante und unentgeltliche Übernachtungen in Privatwohnungen der Einheimischen im Untersuchungsgebiet) von Freunden, Bekannten und Verwandten (Visiting Friends & Relatives). Die in der vorliegenden Analyse zugrunde gelegten Zahlen zur Quantifizierung des VFR-Tourismus beruhen auf der Auswertung mehrerer Studien von Fremdinstituten (überwiegend des dwif) und stellen einen groben Orientierungswert dar. Eine exaktere Quantifizierung des VFR-Tourismus ist nur durch umfangreiche empirische Erhebungen (z.B. Haushaltsbefragungen) darstellbar.

## Quellen:

- Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. (dwif-Consulting GmbH (dwif), 2010)
- Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010 (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), 2010)
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg und Bayern 2024
- Statistisches Bundesamt (DESTATIS) 2024
- Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. (dwif-Consulting GmbH (dwif), 2013)
- Statistische Ämter des Bundes und der Länder: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder 2022

# Wir freuen uns, das neue Konzept umzusetzen!

ulm.  
neu-ulm  
touristik

Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH  
Neue Straße 45  
89073 Ulm

T: 0731.161 2830 (Tourist-Info)  
T: 0731.161 2800 (Verwaltung)

tourismus.ulm.de  
gruppen.ulm.de  
tagen.ulm.de  
@ulmentdecken



PROJECT<sup>M</sup>

PROJECT M GmbH  
August-Everding-Str. 25  
81671 München

projectm.de



Tobias Klöpf  
Tel. 089.614 66 08 04

[tobias.kloepf@projectm.de](mailto:tobias.kloepf@projectm.de)



Judith Vollheim  
Tel. 089.614 66 08 0

[judith.vollheim@projectm.de](mailto:judith.vollheim@projectm.de)



PROJECT M auf YouTube



[www.eti-institut.de](http://www.eti-institut.de)



[www.linkedin.com/company/project-m-gmbh](http://www.linkedin.com/company/project-m-gmbh)



[www.talktourism.eu](http://www.talktourism.eu)



[www.gesundheit-tourismus-blog.com](http://www.gesundheit-tourismus-blog.com)

# Project M

**Geschäftsführung:** Dipl.-Ing. Peter C. Kowalsky, Dipl.-Kfm. Cornelius Obier;  
**Mitglieder der Geschäftsleitung:** Detlef Jarosch, Tobias Klöpf, Dr. Katja Zielke; **Gründungsjahr:** 1998



TÄTIGKEIT

## CONSULTING

- für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



TEAM

## INTERDISZIPLINÄR

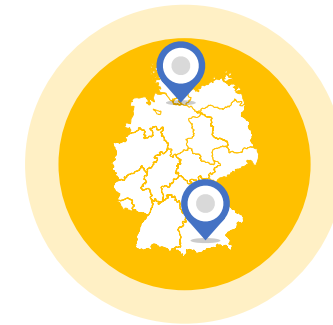
- mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitenden in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirt:innen, Tourismus-fachleute, Marktforscher:innen, Stadt- und Regionalplaner:innen, Architekt:innen...)



WISSEN

## STARKE BASIS

- Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter



## STANDORTE

- Hamburg
- München

# Disclaimer

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggebenden Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhabenden auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabenden der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.