



Bild: tdyuvbanova@freepik

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

WIRTSCHAFTSFAKTOR HAUSBOOTTOURISMUS IM HAVELLAND 2019

Auftraggeber: TMB Tourismus-Marketing
Brandenburg GmbH

München, Dezember 2021

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2021 dwif

WIRTSCHAFTSFAKTOR HAUSBOOTTOURISMUS	3
Prämissen für die Berechnungen der ökonomischen Effekte	4
Aufenthaltstage und Umsätze sowie direkte Profiteure des Hausboottourismus im Jahr 2019	5
Direktes und indirektes Einkommen aus dem Hausboottourismus	6
Beschäftigungs- und Steuereffekte	7
DEFINITIONEN UND METHODIK	9
Definition Tourismus	10
Ausgabeverhalten der Gäste	12
Berechnungsweg	13
GLOSSAR UND QUELLEN	16



WIRTSCHAFTSFAKTOR HAUSBOOTTOURISMUS

Prämissen für die Berechnungen der ökonomischen Effekte

BETRACHTETE SEGMENTE

Die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden die Übernachtungsgäste auf Hausbooten im Havelland betrachtet. Tagesgäste (Wassersport, Bootsausflüge etc.) waren nicht Gegenstand der Untersuchung.

DURCHSCHNITTLICHE TAGESAUSGABEN

Die im Rahmen der Quantifizierung ermittelten Ausgabenwerte stellen die Gesamtausgaben pro Tag und Besucher*in dar.

Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der Gäste (z.B. für Hausbootmiete, Lebensmittel) wie auch Ausgaben, welche während des Aufenthalts vor Ort zusätzlich anfallen (z.B. Gastronomie, Einzelhandel, Eintritte).

BERECHNUNG DER AUSGABENWERTE

Die dargestellten Ausgaben sind sowohl orts- bzw. regionalspezifisch als auch motivspezifisch (Hausbooturlaub) ermittelt worden.

Die regionalspezifische Preisentwicklung sowie das Angebot vor Ort sind ein wichtiger Bestandteil der Ermittlung der von Übernachtungsgästen getätigten Ausgaben. Das vor Ort vorhandene Angebotsspektrum gibt hierzu wichtige Anhaltspunkte, die über eine ortsspezifische Konfiguration zugehöriger Ausgabenwerte der jeweiligen Nutzer zu belastbaren Ergebnissen führen.

Neben der ortsspezifischen Quantifizierung der Ausgaben erfolgen zusätzlich motivspezifische Auswertungen und Untersuchungen zum Ausgabeverhalten von Übernachtungsgästen mit Besuchsmotiv „Hausbooturlaub“.

Aufenthaltstage, Umsätze und direkte Profiteure des Hausboottourismus im Jahr 2019¹

MARKTSEGMENT



Übernachtungsgäste auf Hausbooten³

AUFENTHALTSTAGE

0,114 Mio.

X

x

Ø-TAGES-AUSGABEN²

45,⁵⁰ €

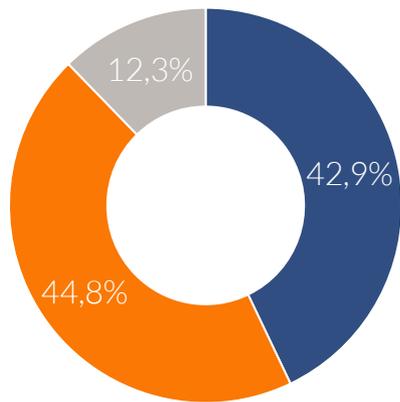
=

=

BRUTTO-UMSATZ

5,2 Mio. €

GESAMT 5,2 Mio. €



Gastgewerbe 2,2 Mio. €



Einzelhandel 2,3 Mio. €



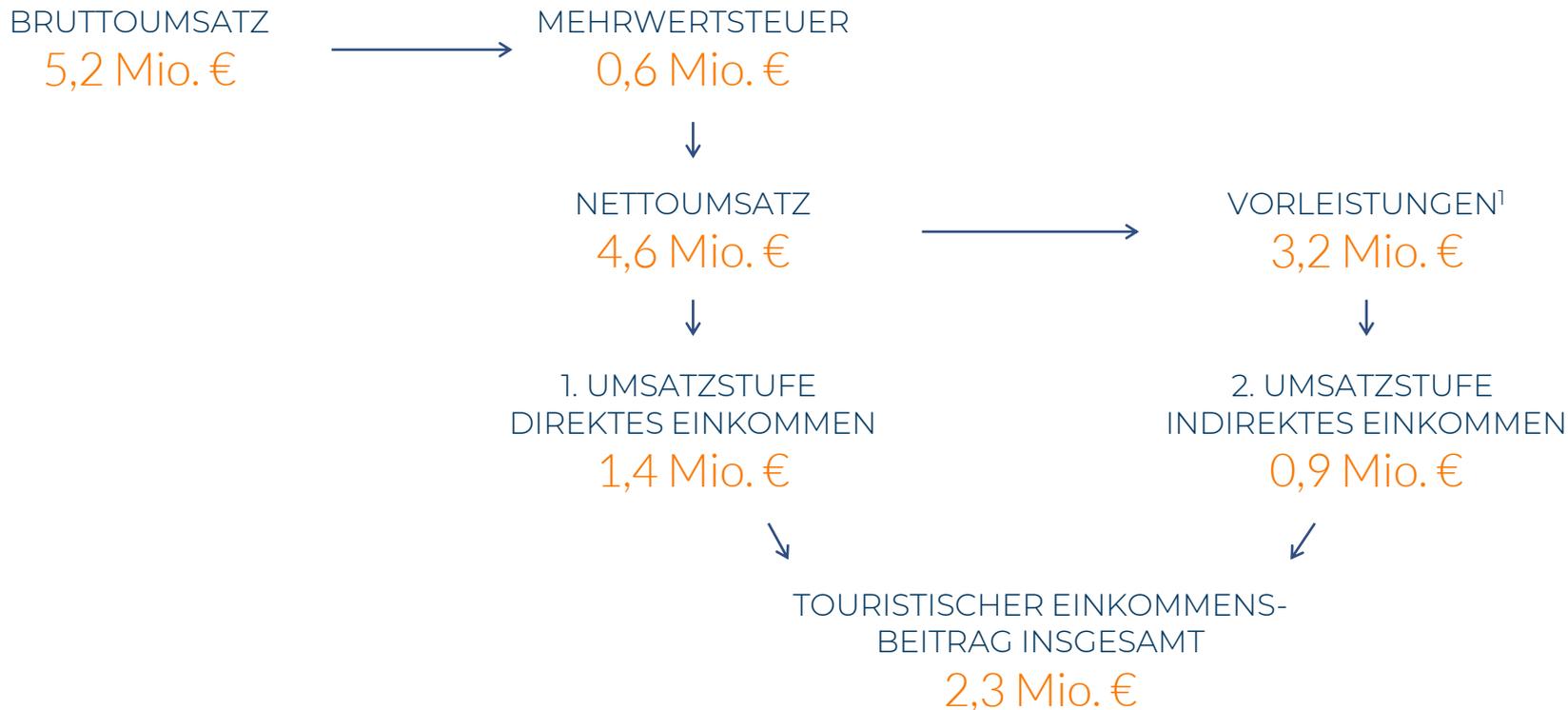
Dienstleistungen 0,7 Mio. €

¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.

² Die angegebenen Werte beinhalten alle Ausgaben der Gäste (z.B. für Mietkosten der Hausboote, Lebensmittel) wie auch Ausgaben, welche während des Aufenthalts zusätzlich anfallen (z.B. Gastronomie, Einzelhandel, Eintritte).

³ Auskünfte und Statistiken des Tourismusverbandes Havelland e. V., Nauen 2021 und der STG Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft mbH, Brandenburg an der Havel, 2021; Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2021.

Direktes und indirektes Einkommen aus dem Hausboottourismus



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



Bezieher*innen eines
Ø-Primäreinkommens

100 PERSONEN

touristisches Einkommen insgesamt
2,3 Mio. €

Ø-Primäreinkommen pro Kopf
22.966,- €¹

Der Einkommensbeitrag von 2,3 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 100 Personen, die durch die Nachfrage aus dem Hausboottourismus im Havelland ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 22.966,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

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

¹ Gewichteter Wert für die Land- und Stadtkreise des Havellands 2019, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.



Mehrwertsteuer und
Einkommensteuer
ca. 4,7 Mio. €

+

Grundsteuer
Gewerbesteuer

Allein aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer resultieren 2019 ca. 4,7 Mio. € Steueraufkommen aus dem Hausboottourismus, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt. Der Hausboottourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer oder Gewerbesteuer zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen.



DEFINITIONEN UND METHODIK

Definition Tourismus

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) werden unter Tourismus

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



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

TAGESAUSFLUG

Ein Tagesausflug ist jedes Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient (z. B. Lebensmittel) und
- nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z. B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge).

Ein wichtiger Aspekt ist darüber hinaus, dass Tagesreisen nur in Betracht gezogen werden, wenn die Befragten ihre Aktivitäten auch als Tagesreise empfinden und darüber berichten. Nur wenn diese subjektive „Hürde“ überwunden wird, werden Tagesreisen in die Erhebung einbezogen, andernfalls werden sie nicht erfasst.

TAGESGESCHÄFTSREISE

Eine Tagesgeschäftsreise ist das Verlassen des ständigen Arbeitsplatzes zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben außerhalb der Gemeindegrenze. Nicht jedoch

- Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage)
- Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z. B. so genannte „Dienstgänge“)

AUSGABEN DER ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

Ausgangspunkt sind die individuellen Ausgaben der Gäste (nachfrageseitige Datenerfassung zum Ausgabeverhalten), die entsprechend der ortsspezifischen Situation im Untersuchungsgebiet gewichtet werden.

Dabei wird eine Differenzierung nach Unterkunftsformen für die genutzten Unterkunftsformen vorgenommen. Hierbei nutzen wir verschiedene Datenbanken und Ergebnisse aus Grundlagenuntersuchungen. Die ausgewiesenen Werte spiegeln somit das individuelle Ausgabeverhalten der Gäste wider.

NICHT BERÜCKSICHTIGT

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet (z. B. Benzinkosten, Bahn- / Flugticket)
- Ausgaben der Gäste für Reisevor- und -nachbereitung (z. B. neuer Koffer, Urlaubsbilder)
- Umsätze und Einkommenseffekte durch Outgoingreisen der Bevölkerung (z. B. Taxi zum Flughafen, Einkäufe für die Reise)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld und spezielle Marktsegmente (z. B. Nutzung von Freizeitwohnsitzen)

1

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

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

NETTOUMSÄTZE (EXKL. MWST.):

BRUTTOUMSATZ – MEHRWERTSTEUER = NETTOUMSATZ

2

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

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ERSTEN UMSATZSTUFE (EW 1):

NETTOUMSATZ x WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 1

3

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

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

5

TOURISTISCHER EINKOMMENSBEITRAG:(EW 1 + EW 2) :

Die Summe der touristischen Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen bilden den gesamten Einkommensbeitrag bzw. die gesamte Wertschöpfung aus dem Hausboottourismus.

6

BESCHÄFTIGUNGSWIRKUNG:

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

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

7

STEUEREFFEKTE AUS DEN TOURISTISCHEN UMSÄTZEN

Das aus dem Hausboottourismus 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), welche die Unternehmen am Ort (z. B. Fremdenverkehrsabgabe) zu tragen haben.



GLOSSAR UND QUELLEN

AUFENTHALTSTAG

Bei den Berechnungen von uns zum Wirtschaftsfaktor Tourismus wird jeder Tagesausflug, jede Tagesgeschäftsreise und jede Übernachtung jeweils als ein Aufenthaltstag gezählt. Die Addition der Nachfragesegmente ergibt folglich die gesamte touristische Nachfrage in Form von Aufenthaltstagen.

AUSGABENSTRUKTUR

Differenzierung der Ausgaben pro Person und Tag nach Gastgewerbe, Einzelhandel und Dienstleistungen.

BRUTTOUMSATZ

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

CAMPINGTOURISMUS

Touristikcamper und Dauercamper auf Campingplätzen.

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

DIENSTLEISTUNGEN, SONSTIGE

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

EINKOMMENSBEITRAG DES TOURISMUS

Der relative Beitrag des Tourismus zum Primär- bzw. Volkseinkommen wird wie folgt ermittelt: Addition der touristischen 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 Gäste ableiten. Nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz ergibt sich der Nettoumsatz für die einzelnen Ausgabearten. Aus der Multiplikation des Nettoumsatzes der einzelnen Branchen mit den jeweiligen Wertschöpfungsquoten dieser Branchen ergeben sich die direkten Einkommenseffekte. Dies entspricht der Wertschöpfung auf 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. In der vorliegenden Studie ist die Definition jedoch nicht deckungsgleich zur Umsatzsteuerstatistik (WZ-Code 55/56), da dort beispielsweise jene Ausgaben nicht erfasst werden, die von Gästen für Übernachtungen in privaten Ferienwohnungen/Quartieren, Sanatorien oder beim Dauercamping getätigt werden. Diese sind entweder anderen WZ-Codes zugeordnet oder überhaupt nicht umsatzsteuerlich erfasst, da sie unterhalb der Steuerfreigrenze bleiben. Bei den Gastronomieumsätzen gibt es ebenso Abweichungen, da Umsätze von Gästen auch in Kiosken oder in Restaurants von Kaufhäusern, bei Bäckereien, Metzgereien, Tankstellen oder anderen Einzelhandelsgeschäften mit Gastronomieeinheiten getätigt werden. Seitens der Gäste werden diese als „Ausgaben für Verzehr von Speisen und Getränken“ betitelt und sind hier somit in den ausgewiesenen Werten

der Gastronomie enthalten. Seitens der Umsatzsteuerstatistik werden diese aber in anderen Wirtschaftszweigen und nicht unter Gastgewerbe verbucht (z.B. gewisse Dienstleistungen bei WZ 86 Gesundheitsleistungen).

GEWERBLICHE BEHERBERGUNGSBETRIEBE

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

NETTOUMSATZ

Ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz.

PRIMÄREINKOMMEN

Einkommen der privaten Haushalte (einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck) aus Erwerbstätigkeit und Vermögen: Arbeitnehmerentgelt, Einkommen der Einzelunternehmen/Selbstständigen, die auch eine Vergütung für die mithelfenden Familienangehörigen enthalten, Betriebsüberschuss aus der Produktion von Dienstleistungen aus eigengenutztem Wohneigentum, sowie die netto empfangenen Vermögenseinkommen; vgl. hierzu auch Definition und Angaben der Statistischen Ämter der Länder sowie des Statistischen Bundesamtes (siehe Quellen).

PRIVATQUARTIERE

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

TAGESAUSGABEN

Gesamtsumme der pro Person und Tag je Aufenthaltstag getätigten Ausgaben.

TAGESREISEN

Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen. Bei den Ausflügen: Verlassen des Wohnumfeldes (in der Regel Gemeindegrenze; bei Großstädten über 100.000 Einwohner*innen wird das Wohnumfeld im Allgemeinen mit dem Stadtteil, -bezirk gleichzusetzen sein), ohne Pendlerverkehr, Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfes und regelmäßige Routinefahrten (z. B. Vereinsaktivität im Nachbarort, Behördengang, Gottesdienstbesuch). Bei Geschäftsreisen ohne Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage) sowie ohne Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z. B. Dienstgänge).

ÜBERNACHTUNGSREISEN

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

UMSATZSTEUER (MEHRWERTSTEUER)

Steuer auf den Austausch von Leistungen. Belastet wird dabei der von den Unternehmen erwirtschaftete Mehrwert. Der Endverbraucher hat die Mehrwertsteuer in voller Höhe zu tragen. Je nach Ausgabenart gelten unterschiedliche Mehrwertsteuersätze. Neben dem vollen Mehrwertsteuersatz (19 %), gibt es den ermäßigten Steuersatz (7 % u. a. für Beherbergungsleistungen, Lebensmittel, ÖPNV, Seilbahnen, Zeitungen) sowie eine

Steuerbefreiung (0 % u. a. für Heilbehandlungen, Jugendherbergen, viele Privatquartiere, Mieten, Reha-Einrichtungen).

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

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

VORLEISTUNGEN

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

WERTSCHÖPFUNG (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. Die Wertschöpfungsquote ist hierbei der Anteil des Nettoumsatzes in Prozent, der direkt zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Die Wertschöpfungsquoten basieren z. B. auf Betriebsvergleichen für unterschiedliche Branchen (z. B. dwif-Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie), amtlichen Statistiken, in denen Kostenstrukturen für verschiedene Wirtschaftszweige ausgewiesen werden, sowie Detailerhebungen für ausgewählte Verkehrsleistungen bzw. Infrastruktureinrichtungen, die u. a. auch aus Studien von uns abgeleitet werden.

dwif-interne Studien und Datenbanken

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

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 83, München 2019.

dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019 und 2020.

dwif (Hrsg.): Hotelbetriebsvergleich Deutschland, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 84, München 2019.

dwif (Hrsg.): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (ERV/DZT), München, mehrere Jahre.

dwif (Hrsg.): dwif-Tagesreisenmonitor, München, laufende Untersuchung und Erhebungen seit 2016.

extern verfügbare Daten

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg: Statistische Berichte (G IV 1) Gäste, Übernachtungen und Beherbergungskapazität im Land Brandenburg, Potsdam 2021.

STG Stadtmarketing- und Tourismusgesellschaft Brandenburg an der Havel mbH.: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Brandenburg an der Havel 2021.

Tourismusverband Havelland e. V.: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Nauen, OT Ribbeck 2021.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2017, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2019.

World Tourism Organization (UNWTO): Technical Manual No. 2, Collection of Tourism Expenditure Statistics, 1995.

Mit freundlicher Unterstützung des Ministeriums für
Wirtschaft, Arbeit und Energie des Landes Brandenburg.



AUFTRAGGEBER

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Babelsberger Straße 26

14473 Potsdam

PROJEKTBEARBEITUNG DWIF

Moritz Sporer, Geschäftsfeldleiter Ökonomische Analysen

Dr. Bernhard Harrer, Vorstand dwif e. V.

Diana Pinnow, Consultant

Florian Weber, Junior Consultant

Berlin/München, 2021

dwif

WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten © 2021 dwif.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.