



Der Ferienhausmarkt in Deutschland – Volumen und ökonomische Bedeutung

Frankfurt/Main, Juni 2015

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Leser,

nicht nur auf dem Fußballplatz ist Deutschland Weltmeister, sondern bekanntermaßen auch als reisefreudigste Nation weltweit. Gleichzeitig ist und bleibt Deutschland auch das beliebteste Reiseland der Deutschen. Als flexible Unterkunftsart sind Ferienhäuser und -wohnungen die zweitbeliebteste Übernachtungsform im Inland und stellen ein wichtiges Kriterium für die Auswahl des Urlaubsortes dar. In vielen Tourismusorten übersteigt ihr Angebot das von Hotelzimmern. Insbesondere in ländlichen Gebieten und vor allem an der beliebten deutschen Küste ist der Ferientourismus daher auch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor – nicht nur für die steigende Zahl der Ferienimmobilienbesitzer, sondern für alle Branchen, die direkt oder indirekt vom Tourismus profitieren und damit nicht zuletzt auch für die Kommunen.

Im Jahr 2014 entfielen rund 32 Millionen Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben auf dieses Marktsegment – nicht in der amtlichen Statistik erfasst ist jedoch die Vielzahl der privaten Ferienunterkünfte mit weniger als zehn Schlafgelegenheiten. Über deren Bestand und vor allem über deren wirtschaftliche Bedeutung für den Deutschland-Tourismus gab es bisher keinerlei belastbare Zahlen.

Vor dem Hintergrund zunehmender politischer Reglementierungen, die gerade den privaten Ferienvermietungsmarkt betreffen, war es uns ein besonderes Anliegen, den Markt einmal genauer unter die Lupe zu nehmen und auf diese Weise zu einer Versachlichung der Diskussion um dieses touristische Segment beizutragen. Eine umfassende und komplette Betrachtung des Marktes ist hierbei unerlässlich. Wichtige Fragen können so beantwortet werden: Welche volkswirtschaftliche Bedeutung hat die Ferienhaus-Branche tatsächlich für Deutschland? Wieviel wird brutto umge-

setzt? Wie sieht die Wertschöpfung aus und welche anderen Branchen profitieren von den Ausgaben der Ferienhausurlauber mit? Welche Effekte hat die Branche für den Arbeitsmarkt und welches Steueraufkommen generiert sie letztlich für die Allgemeinheit?

Auf Basis umfangreicher Erhebungen und Berechnungen erfasst vorliegende Studie zum ersten Mal das Komplettvolumen des deutschen Ferienhausmarkts und liefert so wichtige Einblicke in eine bislang zweifelsohne unterschätzte Branche. Mit einem geschätzten Umsatzvolumen von knapp 8 Milliarden Euro jährlich, von denen mehr als 5,5 Milliarden auf den privaten Ferienhausmarkt entfallen, trägt die Branche erheblich zum touristischen Gesamtaufkommen in Deutschland bei.

Die hier erstmals gewonnenen Erkenntnisse ermöglichen Rückschlüsse und liefern Verantwortlichen datenbasierte Entscheidungsgrundlagen für künftige Planungen in Deutschlands Ferienregionen.

Unser besonderer Dank gilt der dwif-Consulting GmbH aus München/Berlin für die Erhebung der Daten und die wissenschaftliche Ausarbeitung der Studie sowie allen Mitgliedern des Deutschen Ferienhausverbandes für ihre Unterstützung.

Tobias Wann,

Vorstandsvorsitzender des Deutschen Ferien-
hausverbands e. V.
und Vice President Central Europe HomeAway /
FeWo-direkt

Der Ferienhausmarkt in Deutschland - Volumen und ökonomische Bedeutung

Inhalt

I.	Einführung.....	- 4 -
II.	Marktanalyse.....	- 5 -
1.	Quantifizierung des Marktvolumens.....	- 5 -
1.1	Gewerblicher Ferienhausmarkt	- 5 -
1.2	Nicht-gewerblicher Ferienhausmarkt	- 6 -
III.	Wirtschaftliche Bedeutung des Ferienhausmarktes.....	- 21 -
1.1	Ausgaben und Umsätze durch die Gäste.....	- 21 -
1.2	Abstrahlungseffekte auf andere Wirtschaftszweige	- 23 -
1.3	Wertschöpfung.....	- 25 -
1.4	Beschäftigungs- und Steuereffekte.....	- 27 -
IV.	Fazit.....	- 28 -
V.	Datenblätter für die Bundesländer.....	- 29 -
VI.	Anhang	- 47 -
1.	Glossar	- 47 -
2.	Stichprobengemeinden nach Bundesländern	- 50 -

Projektbearbeitung:

dwif-Consulting GmbH

Dr. Manfred Zeiner, Dr. Mathias Feige, Alexander Neumann, Anja Schröder

info@dwif.de, Telefon 089-23 70 289 0

München / Berlin im Juni 2015

Management Summary

Ferienhäuser und Ferienwohnungen sind ein wesentliches Element des touristischen Beherbergungsangebotes in Deutschland. Vielerorts stellen sie sogar das Gros der Unterkünfte, noch vor der klassischen Hotellerie. Bislang war es jedoch allenfalls auf örtlicher oder regionaler Ebene möglich, belastbare Angaben zur Zahl der Ferienimmobilien und den in ihnen stattfindenden Übernachtungen vorzulegen. Die amtliche Beherbergungsstatistik erfasst lediglich Einheiten und Übernachtungen in Quartieren mit insgesamt mindestens zehn Betten¹. Mit der nun vorliegenden Untersuchung wird erstmals das gesamte Angebots- und Nachfragevolumen des Ferienhausmarktes in Deutschland quantifiziert.

Das Ergebnis ist beeindruckend: Zusätzlich zu den bislang bekannten rund 32 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Ferienimmobilien, finden pro Jahr rund 71 Mio. Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt statt. Gewerblicher und privater Ferienhausmarkt bewirken somit mindestens 103 Mio. Übernachtungen pro Jahr in Deutschland! Der Marktanteil der nicht-gewerblichen Ferienhäuser liegt damit bei rund 14 % an allen Übernachtungen in Deutschland. Zusammen mit den gewerblichen Ferienimmobilien werden rund 21 % aller Übernachtungen im Ferienhausmarkt getätigt.

Die Erhebung dieser beeindruckenden Zahlen erfolgte über eine tief gegliederte Analyse in 1.059 repräsentativ ausgewählten Städten und Gemeinden in ganz Deutschland. Ausgewertet wurden nicht nur die jeweiligen Gastgeberverzeichnisse, sondern auch eine Reihe von Buchungsplattformen. Mehrstufige Datenabgleiche sorgten für die Vermeidung von Doppelerfassungen. Die nunmehr vorliegenden Ergebnisse stellen dennoch nur Mindestgrößen dar, denn einerseits wurden für die Hochrechnung der Daten auf die Grundgesamtheit sehr konservative Auslastungswerte angesetzt, andererseits kann nicht ausgeschlossen werden, dass weitere Anbieter am Markt agieren, die trotz großer Akribie nicht erfasst werden konnten. Insbesondere sind in dieser Untersuchung jene Wohneinheiten nicht erfasst, die beispielsweise nur auf sogenannten Sharing-Plattformen (Airbnb, Wimdu, usw.) temporär angeboten werden.

Durch die Nutzer von Ferienimmobilien werden in Deutschland pro Jahr Bruttoumsätze von knapp 8 Milliarden Euro getätigt. Die Ausgaben der Gäste und die relevanten Ausgaben der Anbieter, z. B. für Bau und Unterhaltung, Einrichtung, Energie, Wareneinsatz etc. (das sind die sog. Vorleistungen), führen insgesamt zu Einkommen in Höhe von rund 4 Milliarden Euro. Unterstellt man das für Deutschland gültige durchschnittliche Volkseinkommen pro Kopf und Jahr, so könnten rein rechnerisch allein durch den Ferienhaustourismus in Deutschland rund 150.000 Personen je ein solches durchschnittliches Einkommen beziehen. Infolge einer Fülle von Teilzeit-, Saison- und Nebenerwerbstätigkeiten, die gerade im Tourismus typisch sind, liegt jedoch die Zahl der Menschen, die zumindest teilweise (auch) vom Ferienhaustourismus leben, deutlich darüber, ohne dass diese Zahl präzise ermittelbar wäre. Auch der Fiskus profitiert von dieser Tourismusform: Ihm fließen allein an Umsatz- und Einkommensteuer aus dem Ferienhausmarkt rund 730 Mio. Euro pro Jahr zu, die im Rahmen des Finanzausgleiches an Bund, Länder und Kommunen verteilt werden.

¹ Hierzu zählen Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen und Hütten, Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime, Ferienhäuser und -wohnungen, Ferienzentren, Vorsorge- und Reha-Kliniken.

I. Einführung

Ziel dieser Untersuchung ist ein Nachweis über die vom gesamten Ferienhausmarkt in Deutschland ausgelösten ökonomischen Effekte.

Definition:

Laut amtlicher Statistik gelten als Ferienwohnungen/-häuser „Beherbergungsstätten, die allgemein zugänglich sind. Speisen und Getränke werden nicht abgegeben, aber eine Kochgelegenheit ist vorhanden.“ Im Folgenden wird für diesen Markt der Begriff „Ferienhausmarkt“ oder „Ferienimmobilienmarkt“ verwendet, der auch Ferienwohnungen umfasst, nicht jedoch die von Plattformen wie Airbnb etc. temporär vermittelten Quartiere. Ebenfalls nicht erfasst in der folgenden Untersuchung sind die Übernachtungen der Eigentümer in ihren Ferienimmobilien, diese werden als „Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen“ bezeichnet.

Dass diese Art des Übernachtungstourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist, steht außer Zweifel. Mancherorts dürfte sogar die Mehrheit der registrierten Übernachtungen gegen Entgelt in Ferienhäusern stattfinden (z. B. in vielen Orten an der Nordsee in Schleswig-Holstein). Schwierigkeiten treten bislang jedoch immer dann auf, wenn es darum geht, konkrete und wo immer möglich, nachprüfbare Zahlen hierzu zu ermitteln. Der Grund: Bei Ferienimmobilien sind nicht nur gewerbliche Anbieter am Markt, sondern eine Vielzahl von Kleinvermietern, die zum Teil sogar nicht einmal der Umsatzsteuererfassung unterliegen, da ihre Vermietungserlöse den Schwellenwert nicht übersteigen.

Eine besondere Schwierigkeit für die Quantifizierung der Nachfrage in dieser Unterkunftsform liegt darin, dass die dort stattfindenden Übernachtungen nur dann von der amtlichen Statistik erfasst werden, wenn sie in Betriebseinheiten mit zehn oder mehr Betten stattfinden. Damit unterliegt ein großer Teil der Übernachtungen nicht der Berichtspflicht, wird nicht erfasst und muss daher über Primärerhebungen recherchiert werden.

Dieser Herausforderung der Quantifizierung des gesamten Ferienhausmarktes (privat und gewerblich) stellt sich diese Untersuchung. Durch den gewählten Erhebungsansatz war es zudem möglich, die relative Bedeutung des privaten (bislang statistisch nicht erfassten) Ferienhausmarktes zu ermitteln und damit den touristischen Gesamtmarkt ein Stück weit vollständiger abzubilden, als dies bislang der Fall war.

II. Marktanalyse

1. Quantifizierung des Marktvolumens

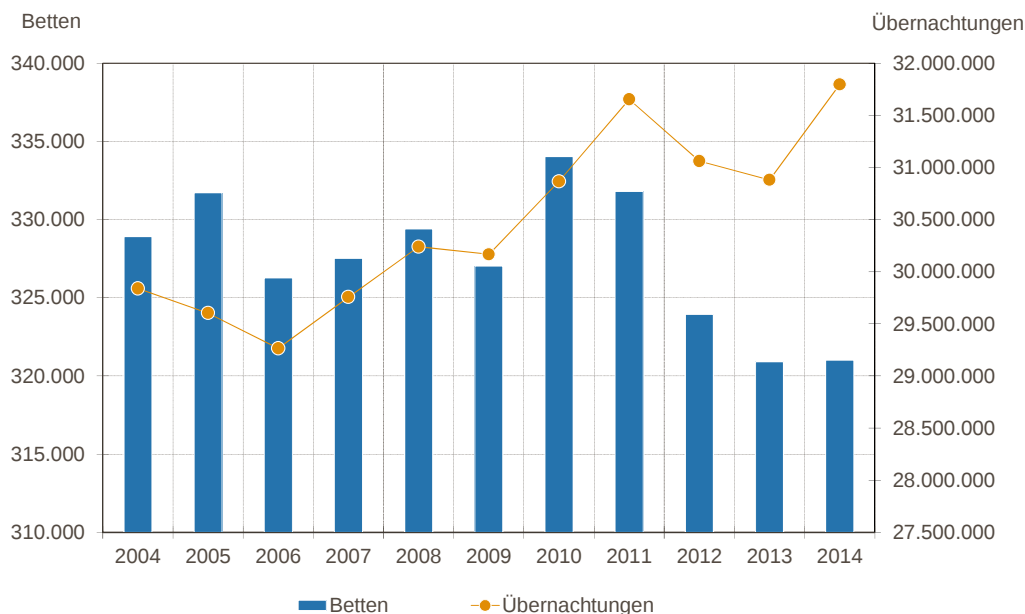
1.1 Gewerblicher Ferienhausmarkt

Insgesamt wurden im gewerblichen Ferienhausmarkt im Jahr 2014 rund 31,8 Mio. Übernachtungen getätigt, was einem Anteil an allen Übernachtungen im gewerblichen Sektor von rund 7,5 % entspricht. 3,05 Mio. (9,6 %) davon sind ausländischen Gästen zuzurechnen. Zum Vergleich: insgesamt liegt der Anteil der Ausländerübernachtungen in Deutschland bei 17,8 % und ist somit im Ferienhausmarkt vergleichsweise gering.

In den letzten zehn Jahren sind die Übernachtungen im gewerblichen Ferienhausmarkt um 6,6 % gestiegen – allerdings nur unterdurchschnittlich. Im gleichen Zeitraum entwickelten sich die Übernachtungen in allen Betriebstypen in Deutschland mit +25,2 % deutlich dynamischer.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist im gewerblichen Ferienhausmarkt mit 5,6 Tagen (2014) deutlich länger als bei allen Betriebstypen insgesamt (2,6 Tage). Aber auch diesen Markt schont der Trend sich verkürzender Aufenthalte nicht. Seit 2004 ist die Aufenthaltsdauer im gewerblichen Ferienhausmarkt um 1,2 Tage zurückgegangen.

Abb. 1: Betten und Übernachtungen im gewerblichen Ferienhausmarkt 2004-2010



Quelle: dwif 2015, Daten: Statistisches Bundesamt

Im gewerblichen Ferienhausmarkt gab es 2014 rund 10.000 Betriebe mit rund 321.000 Betten. In den letzten Jahren sind die Bettenkapazitäten rückläufig, im Vergleich zu 2004 haben sie um 2,4 % abgenommen. Die Bettenauslastung stieg im gleichen Zeitraum von 27,2 % auf 29,4 %. Dies ist ein im Vergleich mit allen Betriebstypen recht niedriger Wert, nur in Gasthöfen und auf Campingplät-

zen werden noch niedrigere Werte als im Ferienhausmarkt erzielt. Insgesamt liegt die Bettenauslastung in Deutschland bei 36,1 %.

Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei 32 Betten je Betrieb und ist in den letzten zehn Jahren konstant geblieben.

1.2 Nicht-gewerblicher Ferienhausmarkt

1.2.1 Methodik

1.2.1.1 Datenerhebung

Die Primärerhebung in dieser Studie erfolgte in Form einer repräsentativen Stichprobe. Hierbei wurde wie folgt vorgegangen: Grundsätzlich hatten alle Gemeinden Deutschlands die gleiche statistische Chance, analysiert zu werden. In einem ersten Schritt wurden alle Gemeinden in Deutschland daher, aufgegliedert nach Bundesländern, in zwei Gruppen eingeteilt (prädikatisierte Tourismusorte sowie sonstige Gemeinden). Darüber hinaus erfolgte eine Aufgliederung in Gemeinden, die laut amtlicher Statistik grundsätzlich Übernachtungen (in welchen Quartierformen auch immer) ausweisen und solche, für die keine Übernachtungszahlen gemeldet werden. Hintergrund hierfür ist die Annahme, dass in jenen Gemeinden, die keine Übernachtungszahlen melden, auch kaum nennenswerte Bestände an Ferienimmobilien zu vermuten sind. Die Erfahrung aus der Studie zum Ferienwohnungsmarkt in Mecklenburg-Vorpommern und weiteren Untersuchungen bestätigen diese Vermutung, der mit dieser Annahme gegebenenfalls verbundene Fehler hält sich daher in sehr engen Grenzen.

Die Stichprobe wurde aufbauend auf diesen Erfahrungen wie folgt gezogen:

- 5%-Stichprobe aus Kommunen ohne Übernachtungen in Betrieben ab zehn Schlafgelegenheiten
- 5%-Stichprobe aus Kommunen, deren Übernachtungszahlen aus Datenschutzgründen nicht ausgewiesen werden sowie
- 20%-Stichprobe aus Kommunen mit in der Statistik ausgewiesenen Übernachtungen (Betriebe ab 10 Schlafgelegenheiten).

Darüber hinaus wurden alle „Magic Cities“ (n = 11) und alle Städte der Kooperation „Historic Highlights“ (n = 13) in die Stichprobe einbezogen. Im Saarland wurden alle Gemeinden erhoben. Somit ergibt sich eine Gesamtzahl von 1.059 Gemeinden, für die das Angebot an Ferienimmobilien analysiert wurde. Eine Liste der Stichprobengemeinden befindet sich im Anhang.

Tab. 1: Anzahl der Orte gesamt und in der Stichprobe nach Bundesländern

Bundesland	Orte im Bundesland gesamt	Orte in der Stichprobe
Baden-Württemberg	1.101	141
Bayern	2.056	247
Berlin	1	1
Brandenburg	419	49
Bremen	2	2
Hamburg	1	1
Hessen	426	65
Mecklenburg-Vorpommern	780	70
Niedersachsen ²	420	76
Nordrhein-Westfalen	396	80
Rheinland-Pfalz ³	209	44
Saarland ⁴	52	52
Sachsen	438	57
Sachsen-Anhalt	222	27
Schleswig-Holstein	1.110	85
Thüringen	849	62
Bundesländer gesamt	8.482	1.059

Quelle: dwif 2015

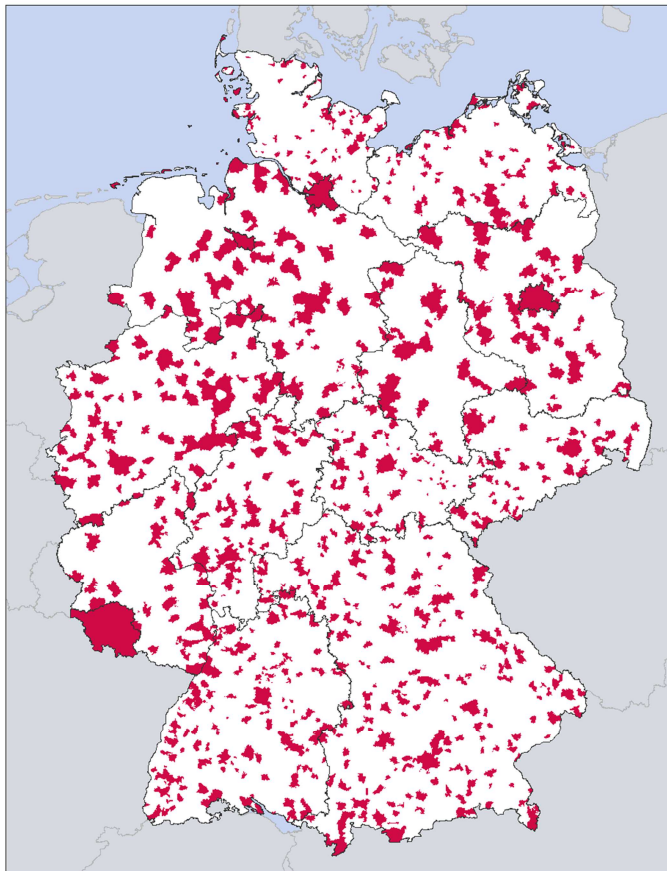
² In Niedersachsen wurden die Samtgemeinden als Erhebungseinheit genommen.

³ In Rheinland-Pfalz wurden die Verbandsgemeinden als Erhebungseinheit genommen.

⁴ Im Saarland wurde eine Vollerhebung durchgeführt.

Karte 1 macht deutlich, dass die hier zugrunde gelegte Stichprobe ganz Deutschland abdeckt.

Karte 1: Verteilung der Stichprobengemeinden in Deutschland



Quelle: dwif 2015, Kartengrundlage: GfK Geomarketing

In den Stichprobengemeinden wurden zwischen August 2014 und März 2015 alle Ferienhäuser – unabhängig davon, ob privat oder gewerblich vermietet – erhoben. Voraussetzung für den Einbezug in die Erhebung waren neben Schlafmöglichkeiten das Vorhandensein einer nur für die Mieter der jeweiligen Einheit zugänglichen Küche / Küchenzeile und eines Badezimmers.

Erhoben wurden somit Ferienimmobilien

- in Alleinlage,
- in Aparthotels,
- in Apartmentanlagen,
- in Ferienparks,
- auf Bauernhöfen,
- in Betrieben der Hotellerie,
- auf Campingplätzen, sofern mehrere Einheiten in festen Gebäuden vorhanden sind⁵,
- etc.

⁵ Einzelne Mietbungalows auf Campingplätzen wurden nicht mit erhoben, da hier davon auszugehen ist, dass diese von der amtlichen Statistik im Betriebstyp Camping erfasst werden.

Nicht erhoben wurden

- Unterkünfte mit Gemeinschaftsküche oder Gemeinschaftsbad,
- Zimmer in Betrieben der Hotellerie,
- Apartments in Boardinghouses,
- temporär vermietete (Privat-)Wohnungen,
- Mietwohnwagen / Mobilheime auf Campingplätzen,
- Hausboote, sofern man damit mobil ist.

Als Quellen wurden in Abstimmung mit dem Auftraggeber die Online-Portale

- www.bestfewo.de,
- www.traum-ferienwohnungen.de,
- www.e-domizil.de und
- www.fewo-direkt.de⁶ sowie

die offiziellen Print- und Online-Gastgeberverzeichnisse der Gemeinden bzw. örtlichen touristischen Vermarktungsorganisationen herangezogen.⁷

Erfasst wurden folgende Merkmale:

- Art der Unterkunft (Ferienhaus oder Ferienwohnung),
- Zahl der Schlafzimmer⁸,
- maximale Personenzahl⁹,
- Größe der Einheit in qm,
- Objektnummer,
- Erhebungsdatum¹⁰,
- Quelle.

Grenzen der Erhebung

Eine solch umfangreiche manuelle Primärerhebung – es wurden rund 120.000 Datensätze erhoben – stößt auch an ihre Grenzen. Folgende Besonderheiten gibt es daher zu beachten:

- In einigen Bundesländern erfolgt eine **Doppellistung** von identischen Einheiten in den Portalen unter verschiedenen Objektnummern und Namen (besonders häufig bei BestFewo). Diese Einheiten wurden nur einmal erfasst, es ist jedoch bei der Vielzahl an Einheiten in einzelnen Orten nicht komplett auszuschließen, dass einzelne Einheiten doppelt erfasst wurden.

⁶ Die Daten von FeWo-direkt wurden durch den Auftraggeber zugeliefert.

⁷ Gelegentlich haben Gemeinden für Unterkünfte auf regionale touristische Marketingorganisationen verwiesen, die dann für die entsprechende Gemeinde ausgewertet wurden. In Berlin, Hamburg oder einigen anderen Großstädten wie Stuttgart, München, Hannover und Köln gibt es für den Ferienhausmarkt kein Gastgeberverzeichnis. Hier wurden an Stelle der Gastgeberverzeichnisse weitere speziell auf die Städte zugeschnittene Online-Portale herangezogen.

⁸ Kombinierte Wohn-/Schlafräume wurden mit 0,5 erfasst. Ein Schlafzimmer mit Doppelbett und einer ausklappbaren Couch im Wohnraum wurde somit als 1,5 Schlafzimmer erfasst.

⁹ Aufbettungen wurden mitgezählt, jedoch keine Zustellbetten für Kleinkinder.

¹⁰ Nicht alle erhobenen Einheiten sind derzeit mehr auf den Portalen online.

- Nicht alle Einheiten in den Portalen sind Ferienhäuser. Insbesondere in Großstädten finden sich in den Portalen viele temporär vermietete Privatwohnungen. Hier war nicht immer zweifelsfrei erkennbar, ob es sich bei dem betreffenden Objekt um eine ganzjährig am Markt verfügbare Ferienunterkunft handelt oder um eine „normale Wohneinheit“ (Eigentums- oder Mieteinheit), die nur zeitweise (z. B. zu Messezeiten oder bestimmten Saisonabschnitten) am Markt ist. Ganz typisch ist diese temporäre Vermietung regulärer Wohneinheiten auf sogenannten Sharing-Plattformen (z. B. airbnb, wimdu, 9-flats,) anzutreffen. Überschneidungen zum klassischen Ferienhausmarkt sind hier nicht auszuschließen.
- Die **Zuordnung zu Orten** ist nicht immer eindeutig: Es war bei jeder Einheit eine Überprüfung der Lage notwendig, da sich Anbieter aus weniger touristisch bekannten Orten gelegentlich in einem touristisch bedeutsameren Ort eintragen und erst im Beschreibungstext erkennbar wird, dass die Wohneinheit in einem anderen Ort liegt.
- Die tabellarisch strukturierten **Angaben zu Personenzahl und Zahl der Schlafzimmer** sind allein nicht verlässlich, daher wurden auch die Beschreibungstexte analysiert und ggf. anhand von Bildmaterial Zuordnungen getroffen.
- Identische Einheiten haben in den einzelnen Portalen und den Gastgeberverzeichnissen häufig **unterschiedliche Angaben zur maximalen Personenzahl und Zahl der Schlafzimmer**. Im Zweifelsfall wurde – falls vorhanden – der Website des Anbieters vertraut.
- **Unterschiedliche Handhabung von Ortsteilen und eingemeindeten Orten** in den Portalen: Das touristisch bedeutsame Ostseebad Schönhagen gehört bspw. zur Gemeinde Brodersby in Schleswig-Holstein. Bei BestFewo erscheinen die Einträge von Schönhagen nicht bei Eingabe von „Brodersby“, bei e-domizil hingegen schon. In Braunlage im Harz in Niedersachsen hingegen erscheint der Ortsteil St. Andreasberg bei beiden Portalen nicht und muss separat eingegeben werden. Auch hier wurde versucht, die Fehlerquote so gering wie möglich zu halten. Prädi-katisierte Ortsteile wurden separat in die Suchfunktion eingegeben. In Niedersachsen und Rheinland-Pfalz wurden die Einzelorte der Samt- bzw. Verbandsgemeinden einzeln untersucht und anschließend zusammengeführt.
- **Zahl der Einheiten pro Objekt**: Problematisch war insbesondere, dass Anbieter, die über mehrere Einheiten in einem Objekt verfügen häufig nur einzelne Einheiten dieses Objektes auf dem entsprechenden Portal präsentieren und lediglich im Beschreibungstext darauf hinweisen, dass mehrere Wohnungen buchbar sind. Um einer Untererfassung entgegenzuwirken, wurden – falls bei der Datenerhebung ein Hinweis darauf gefunden wurde – die anderen Einheiten des Objektes nachrecherchiert und falls diese dem gleichen Eigentümer gehören, in dem jeweiligen Portal unter der gleichen Objekt Nummer aufgenommen. Dies ist häufig bei Apartmentanlagen, Aparthotels, Ferienparks aber auch bei Bauernhöfen der Fall. Um Verzerrungen mit der Datenbank von FeWo-direkt zu vermeiden, wurden auch in dieser Datenbank die entsprechenden Einheiten ergänzt. Einheiten in großen Apartmenthäusern (vorrangig an der Küste und in den bayerischen Alpen), die vielen einzelnen Privatvermietern gehören, wurden in den einzelnen Portalen nicht aufgefüllt, da hier jeder Anbieter nur für seine eigene Einheit verantwortlich ist und nicht der gesamte Komplex automatisch über einen Eintrag buchbar ist. Problematisch sind hierbei Vermittlungsagenturen oder Verwalter, die im Auftrag der einzelnen Eigentümer ganze Komplexe vermitteln. Dies war auch nicht in allen Fällen zweifelsfrei erkennbar.

Alle erfassten Datensätze wurden hinsichtlich Objektname, Personen pro Schlafzimmer und Zahl der erfassten Einheiten pro Objekt in mehreren Runden geprüft.

Zusammenführung der Daten für die Hochrechnungen zum privaten Ferienhausmarkt

Nach Abschluss der Erhebungen mussten die Datensätze zur Berechnung des Marktvolumens und für die weiterführenden Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor zusammengeführt werden. Hierfür wurden die Einheiten vorrangig anhand ihres Namens oder des Namens der Vermieter abgeglichen. Einheiten mit nicht prägnanten Namen¹¹ wurden mithilfe der Bild-URL über die Google Bildersuche¹² verglichen. Von den rund 120.000 durch das dwif erfassten Einheiten (zzgl. rund 16.000 Einheiten von FeWo-direkt) bleiben nach dem Abgleich noch rund 75.000 Einheiten übrig. Da die Daten für den gewerblichen Ferienhausmarkt (mit zehn und mehr Betten) nicht hochgerechnet werden müssen, sondern der amtlichen Statistik entnommen werden können, wurden in einem nächsten Schritt die nach dem Abgleich verbliebenen 75.000 Einheiten „privat“ oder „gewerblich“ zugeordnet und nur die „privaten“ Einheiten zur Hochrechnung herangezogen.

1.2.1.2 Hochrechnung

In einem ersten Schritt galt es, auf der Basis der in der Stichprobe erfassten Ferienhäuser, eine Hochrechnung auf das Gesamtangebot dieses touristischen Marktsegments durchzuführen. Erst im Anschluss daran kann der Versuch unternommen werden, über die Kombination des Wohnungs- bzw. Bettenangebotes mit plausiblen Auslastungswerten, die in diesen Wohnungen stattfindende Nachfrage abzuleiten. Aufgrund des extremen Umfangs dieses Vorhabens waren Vorarbeiten notwendig. Zu Beginn der Arbeiten wurden alle verfügbaren, notwendigen und hilfreichen Dokumente zusammengetragen. Diese umfassten unter anderem:

- über 100 aktuelle Untersuchungen des dwif zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für Gemeinden, Städte, Regionen und Bundesländer in Deutschland, bei denen stets Primärerhebungen durchgeführt oder zumindest Quantifizierungen des hier interessierenden Marktsegmentes der Ferienhäuser getroffen wurden.
- Sonderauswertungen der amtlichen Beherbergungsstatistiken nach Beherbergungstypen und Gemeindeprädikaten (Heilbad, Erholungsort, sonstige Gemeinde etc.).
- Studien und Primärerhebungen des dwif zum grauen Beherbergungsmarkt unter anderem im Rahmen der zahlreichen Sparkassen-Tourismusbarometer, die das dwif seit vielen Jahren für insgesamt 10 Bundesländer erstellt.
- Fremdstudien zum grauen Beherbergungsmarkt.
- zahlreiche interne Abstimmungsgespräche und Einschätzungen der Datenlage.

Schon während dieser Analysen wurden diverse Hochrechnungsmethoden diskutiert und vorbereitende Schritte unternommen.

¹¹ Wie z. B. „Ferienwohnung zentral gelegen“, „Ferienhaus am See“, „Ferienwohnung mit Strandblick“ etc.

¹² <https://www.google.de/imghp>

Schritt 1:

Erstellung einer Datenbank mit Daten aller Bundesländer sowie aufgeteilt in jeweils vier Gemeindeguppen (Großstädte, prädikatisierte Orte, sonstige Gemeinden mit gewerblichen Übernachtungen und sonstige Gemeinden ohne gewerbliche Übernachtungen). Hierdurch ergab sich eine 13 Bundesländer à 4 Gemeindegruppen (= 52 Felder) + 3 Stadtstaaten insgesamt 55 Felder umfassende Matrix.

Schritt 2:

Zuordnung der Gesamtheit der Städte und Gemeinden sowie der für diese von der amtlichen Statistik erfassten Übernachtungen in die genannten Gemeindegruppen und Länder.

Schritt 3:

Zuordnung aller Städte und Gemeinden **aus der Stichprobe** dieser Untersuchung in das genannte Muster.

Schritt 4:

Ermittlung der Anteile der jeweiligen Gemeinden / Städte aus der Stichprobe an der jeweiligen Grundgesamtheit. Hierbei waren zwei mögliche Wege denkbar.

- **Hochrechnungsweg 1: Relativer Anteil der** in der Stichprobe erfassten **Gemeinden** innerhalb der drei erwähnten Untergliederungen (Großstädte, Prädikatsgemeinden und sonstige Gemeinden).
 - **Beispiel 1:** *es wurden für Brandenburg in der Stichprobe 10 von insgesamt 22 dort vorhandenen Prädikatsgemeinden erfasst. Das entspricht einer Quote von 45,5 Prozent. Die Hochrechnung der Ergebnisse würde dann mit dem Faktor ($22:10 = 2,2$) erfolgen.*
- **Hochrechnungsweg 2: Relativer Anteil der** in den Gemeinden der Stichprobe stattfindenden **Übernachtungen** an der Gesamtheit der Übernachtungen in allen Gemeinden dieser Gruppe.
 - **Beispiel 2:** *In den 10 Gemeinden der Stichprobe unter den Prädikatsgemeinden in Brandenburg finden insgesamt 40,7 Prozent der von der amtlichen Statistik für die Prädikatsgemeinden in Brandenburg erfassten Übernachtungen statt. Die Hochrechnung der Ergebnisse würde dann mit dem Faktor ($1 : 0,407 = 2,45$) erfolgen. Es wird unterstellt, dass auch der Anteil der Ferienhausübernachtungen in den Stichprobengemeinden dieser Relation entspricht.*

Das Beispiel zeigt, dass in Brandenburg die Verwendung des Hochrechnungswegs 1 zu einer Untererfassung des Bettenangebotes in Ferienhäusern in Höhe von rund 10 % ($2,2 : 2,45 = 0,898$) im Vergleich zu Hochrechnungsweg 2 führen würde. Nach sorgfältiger Abwägung wurde für diese Untersuchung der Weg der Hochrechnung über die Übernachtungsanteile gewählt.

Diese Auswertung erfolgte für alle Gebietszuschnitts und Gemeindegruppen. Bevor die Hochrechnungen durchgeführt werden konnten, mussten in einzelnen Reisegebieten noch Nacherhebungen bzw. Datenbereinigungen erfolgen. Insbesondere dort, wo die Stichprobenauswahl zufällig atypische Orte getroffen hat, die bei unreflektierter Hochrechnung zu signifikanten Über-

oder Unterschätzungen der Realität geführt hätten, waren diese Nacharbeiten erforderlich. Teilweise wurden weitere „wichtige“ Gemeinden nacherhoben und damit die Datenbasis verbessert, um die Ergebnisse einer Teilgruppe nicht nur auf wenigen Ortsergebnissen fußen zu lassen. In Sonderfällen mussten, auf Basis des Erfahrungsschatzes der Gutachter beruhende, individuelle Anpassungen vorgenommen werden. Hier zeigt sich, wie wichtig eine umfassende Marktkennntnis ist, denn eine „sture Hochrechnung“ würde bei der hier zu lösenden Problemstellung nicht zur gewünschten Ergebnisqualität führen.

Schritt 5:

Auffüllen der Datenbank mit zahlreichen Hintergrundinformationen, Daten und Statistiken. Das bedeutet unter anderem die jeweilige Zuordnung der Übernachtungszahlen zu den Orten der Grundgesamtheit und denen der Stichprobe. Dieser Weg erwies sich bei allen Überlegungen als der plausibelste Weg, um eine sogenannte „touristische Relevanz“ zu ermitteln. Es kann auf diesem Wege festgestellt werden, welchen Anteil der Übernachtungen die jeweilige Stichprobe an der jeweiligen Gesamtheit hat. Da Übernachtungszahlen grundsätzlich für die touristische Attraktivität eines Ortes ein guter Indikator sind, kann dadurch festgestellt werden, wie touristisch relevant die Orte in der jeweiligen Stichprobe sind. Die Berücksichtigung der relativen Übernachtungsanteile für die Hochrechnung erwies sich als deutlich zuverlässiger als die einfache Hochrechnung anhand der Anteile der Orte.

Schritt 6:

Die Erkenntnisse aus den Schritten 4 und 5 liefern eine gute Ausgangslage zur Festlegung eines Hochrechnungsfaktors. Es ergeben sich dabei drei Konstellationen. In der jeweiligen Gegenüberstellung der Daten ergibt sich entweder, dass

- der Anteil der Gemeinden aus der Stichprobe an der Gesamtheit aller Orte der jeweiligen Gruppe **genau so groß** ist, wie der Anteil der Übernachtungen dieser Stichprobe an der Gesamtheit der Übernachtungen. Das heißt beispielsweise: Die Stichprobe enthält 25 % aller prädikatisierten Orte in einem Bundesland. Auf die Orte der Stichprobe entfallen zudem ebenfalls 25 % der Übernachtungen aller prädikatisierten Orte dieses Bundeslandes. Die touristische Relevanz und der Anteil der gezogenen Stichprobe entsprechen sich.
- der Anteil der Gemeinden aus der Stichprobe an der Gesamtheit aller Orte der jeweiligen Gruppen ist **größer** als der Anteil der dort stattfindenden Übernachtungen. Das heißt, in der Stichprobe wurden tendenziell zu kleine (übernachtungsschwache) Gemeinden ausgewählt. Durch Berücksichtigung des Übernachtungsanteils als Hochrechnungsfaktor kann dieses Manko ausgeglichen werden.
- Der Anteil der Gemeinden aus der Stichprobe an der Gesamtheit aller Orte der jeweiligen Gruppe ist **kleiner** als der Anteil der dort stattfindenden Übernachtungen. Das heißt, es sind tendenziell zu große (übernachtungsstarke) Gemeinden ausgewählt worden. Auch hier kann dieses Manko durch die Berücksichtigung des Übernachtungsanteils als Hochrechnungsfaktor ausgeglichen werden.

Die Hochrechnung der Stichprobe wurde aus den dargestellten Gründen mittels der Übernachtungsanteile durchgeführt. Lediglich für die Gruppe der sonstigen Gemeinden, in denen keine Übernachtungen in gewerblichen Betrieben von der amtlichen Statistik ausgewiesen werden, konnte der Hochrechnungsweg über die Übernachtungsanteile nicht angewendet werden, da dort keine Übernachtungen stattfinden. Für diese Gemeinden, wurden die in der Primärerhebung gefundenen Werte an privaten Ferienhausbetten über den Stichprobenanteil der Orte hochgerechnet.

- **Beispiel 3:** *In Sachsen finden sich unter den 394 sonstigen Gemeinden 136 Orte, für die die amtliche Statistik eine Übernachtungszahl in gewerblichen Beherbergungsbetrieben von null ausweist. Aus diesen 136 Gemeinden wurde eine Zufallsstichprobe von 5 Orten analysiert. Dort wurden insgesamt 66 Ferienhausbetten (= 13 pro Ort) gefunden. Dieser Wert wurde auf alle 136 Gemeinden dieser Gruppe übertragen.*

Festzuhalten bleibt allerdings, dass es sich, unabhängig vom letztlich gewählten Weg der Hochrechnung, bei den hier ermittelten Ergebnissen nur um eine Berechnung handeln kann, die nicht den Status einer Vollerhebung für sich in Anspruch nehmen kann.

Schritt 7:

Für jede der vier Gemeindegruppen wurde für jedes Bundesland ein spezifischer Wert der Kapazitätsauslastung zugrunde gelegt. Erst hierdurch war es möglich, den Übergang von einer Angebotserfassung auf die Nachfrageermittlung zu realisieren. Die jeweils zugrunde gelegten Bettenauslastungswerte für die Ferienhäuser und -wohnungen entstammen einerseits den langjährigen Erfahrungswerten des dwif aus zahlreichen Orts- und Regionalanalysen und andererseits den Angaben der amtlichen Statistik für die Bettenauslastung in gewerblichen Ferienhäusern. Dem Grundsatz kaufmännischer Vorsicht folgend wurden hierbei jeweils eher vorsichtige Annahmen für Auslastungswerte zugrunde gelegt.

Schritt 8:

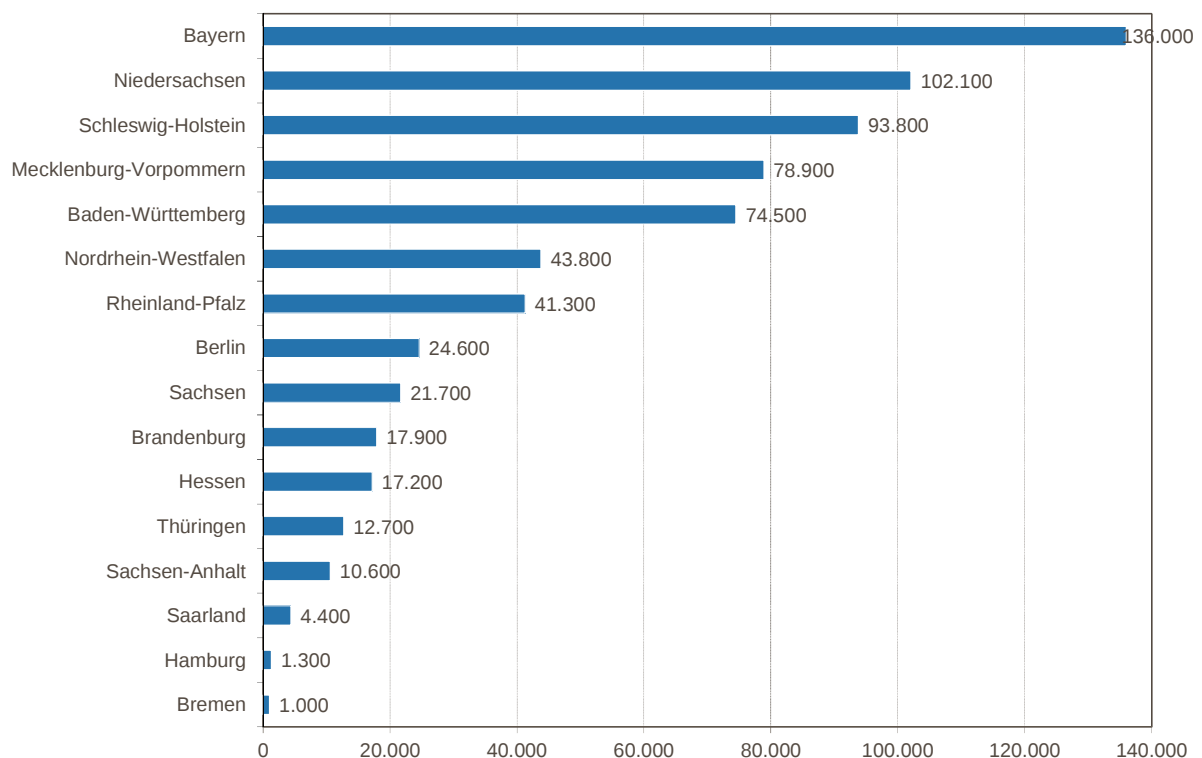
Die für die einzelnen Bundesländer ermittelten Werte wurden schließlich zu bundesweiten Werten zusammengefasst. Diese bildeten dann den Ausgangswert für die weiteren Berechnungen und Gegenüberstellungen mit Angebots- und Nachfragedaten anderer Beherbergungskategorien (z. B. gewerbliche Ferienhausangebote in Betrieben mit mehr als 10 Betten) sowie für die Quantifizierung der ökonomischen Bedeutung des Ferienhausmarktes in Deutschland.

1.2.2 Angebots und Nachfragevolumen

In den folgenden Tabellen werden die Ergebnisse der Hochrechnung auf Länderebene ausgewiesen.¹³ Insgesamt wurden über die Hochrechnung der Ergebnisse der Stichprobenuntersuchung rund 681.800 Betten im privaten Ferienhausmarkt in ganz Deutschland ermittelt. Hierin werden pro Jahr rund 71,4 Mio. Übernachtungen realisiert. Allein diese große Zahl an Übernachtungen, die bislang von der amtlichen Statistik weitgehend nicht erfasst blieb, verdeutlicht, dass der hier erstmals durchgeführte Versuch einer Quantifizierung längst überfällig war.

Die touristischen „Ferienhaus-Tops“ in Deutschland – die drei Küstenbundesländer sowie die beiden Alpenanrainer Bayern und Baden-Württemberg – verfügen zusammen über 70 % des Gesamtvolumens an Betten im privaten Ferienhausmarkt. (vgl. Abb. 2 und Tab. 2)

Abb. 2: Betten im privaten Ferienhausmarkt nach Bundesländern



Quelle: dwif 2015

¹³ Die Werte der erfassten Betten und der hochgerechneten Übernachtungszahlen werden auf volle Hundert gerundet dargestellt.

Tab. 2: Bettenangebot im privaten Ferienhausmarkt in Deutschland

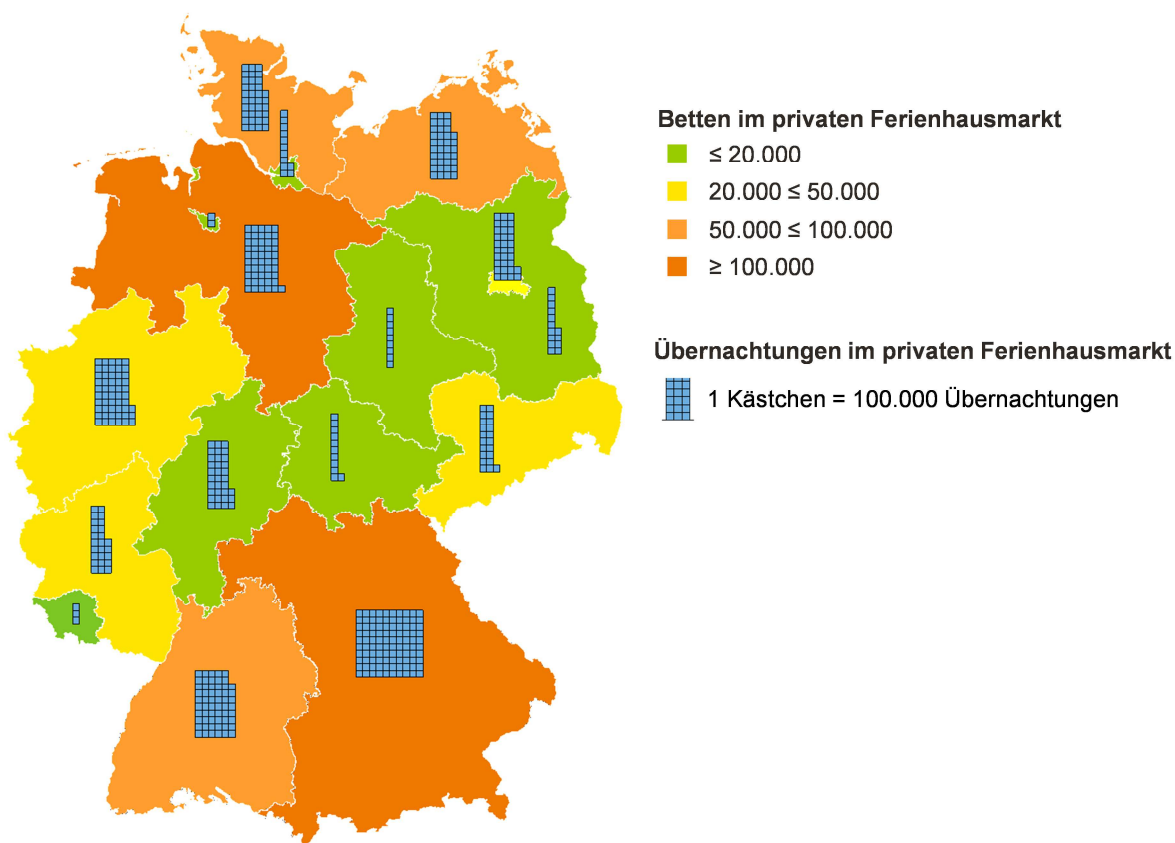
	Anzahl der Orte (Stichprobe)	Anzahl der Orte (Gesamt)	Betten im privaten Fe- riehausmarkt (Gezählt)	Betten je Ort (Relation Stich- probe)	Betten je Ort (Relation Hoch- rechnung)	Betten im privaten Feri- ehausmarkt (Hochrech- nung Gesamt)
Baden-Württemberg	141	1.101	18.897	134	68	74.500
Bayern	247	2.056	39.434	160	66	136.000
Berlin	1	1	24.600	24.600	-	24.600
Brandenburg	49	419	4.962	101	43	17.900
Bremen	2	2	1.000	500	-	1.000
Hamburg	1	1	1.300	1.300	-	1.300
Hessen	65	426	4.707	72	40	17.200
Mecklenburg-Vorpommern	70	780	13.601	194	101	78.900
Niedersachsen	76	420	27.740	365	243	102.100
Nordrhein-Westfalen	80	396	13.927	174	111	43.800
Rheinland-Pfalz	44	209	6.862	156	198	41.300
Saarland	52	52	4.400	85	-	4.400
Sachsen	57	438	6.503	114	50	21.700
Sachsen-Anhalt	27	222	3.462	128	48	10.600
Schleswig-Holstein	85	1.110	29.803	351	85	93.800
Thüringen	62	849	2.974	48	15	12.700
DEUTSCHLAND, GESAMT	1.059	8.426	172.872	172	81	681.800

Quelle: dwif 2015

Ein Fünftel aller Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt werden allein in Bayern getätigt. Zählt man Niedersachsen und Schleswig-Holstein noch hinzu, die hier volumenmäßig auf Platz 2 und 3 liegen, werden bereits knapp die Hälfte aller Übernachtungen in diesem Markt abgedeckt. Zum Vergleich: bei den gewerblichen Übernachtungen beträgt der Anteil dieser drei Bundesländer nur 36 %.

Zählt man Platz 4 (Baden-Württemberg) und Platz 5 (Mecklenburg-Vorpommern) noch hinzu steht ein Anteil von 72 % im privaten Ferienhausmarkt einem Anteil von 54 % bei den gewerblichen Übernachtungen entgegen. Ein eindeutiges Zeichen für die hohe Bedeutung des privaten Ferienhausmarktes in diesen fünf Bundesländern. (vgl. Karte 2 und Tab. 3)

Karte 2: Betten und Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt



Quelle: dwif 2015

Tab. 3: Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt in Deutschland

	Betten im privaten Ferienhausmarkt (Hochrechnung Gesamt) Gerundete Werte	Ø-Auslastung ¹⁴ (gerundet)	Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt (Hochrechnung)
Baden-Württemberg	74.500	30,0%	8.173.000
Bayern	136.000	29,0%	14.375.000
Berlin	24.600	40,1%	3.600.000
Brandenburg	17.900	24,3%	1.590.000
Bremen	1.000	30,6%	115.000
Hamburg	1.300	40,3%	190.000
Hessen	17.200	26,6%	1.667.000
Mecklenburg-Vorpommern	78.900	27,9%	8.040.000
Niedersachsen	102.100	28,9%	10.774.000
Nordrhein-Westfalen	43.800	27,5%	4.390.000
Rheinland-Pfalz	41.300	26,7%	4.025.000
Saarland	4.400	25,1%	400.000
Sachsen	21.700	27,4%	2.175.000
Sachsen-Anhalt	10.600	26,8%	1.040.000
Schleswig-Holstein	93.800	28,3%	9.680.000
Thüringen	12.700	24,9%	1.145.000
DEUTSCHLAND, GESAMT	681.800	28,7%	71.379.000

Quelle: dwif 2015

1.2.3 Ferienhausmarkt in Deutschland insgesamt

Insgesamt wurden im Ferienhausmarkt in Deutschland 2014 rund **103,2 Mio.** Übernachtungen getätigt, davon 31,8 Mio. im gewerblichen und 71,4 Mio. im nicht-gewerblichen Sektor. Der Anteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen in diesem Markt liegt somit bei knapp 70 %.

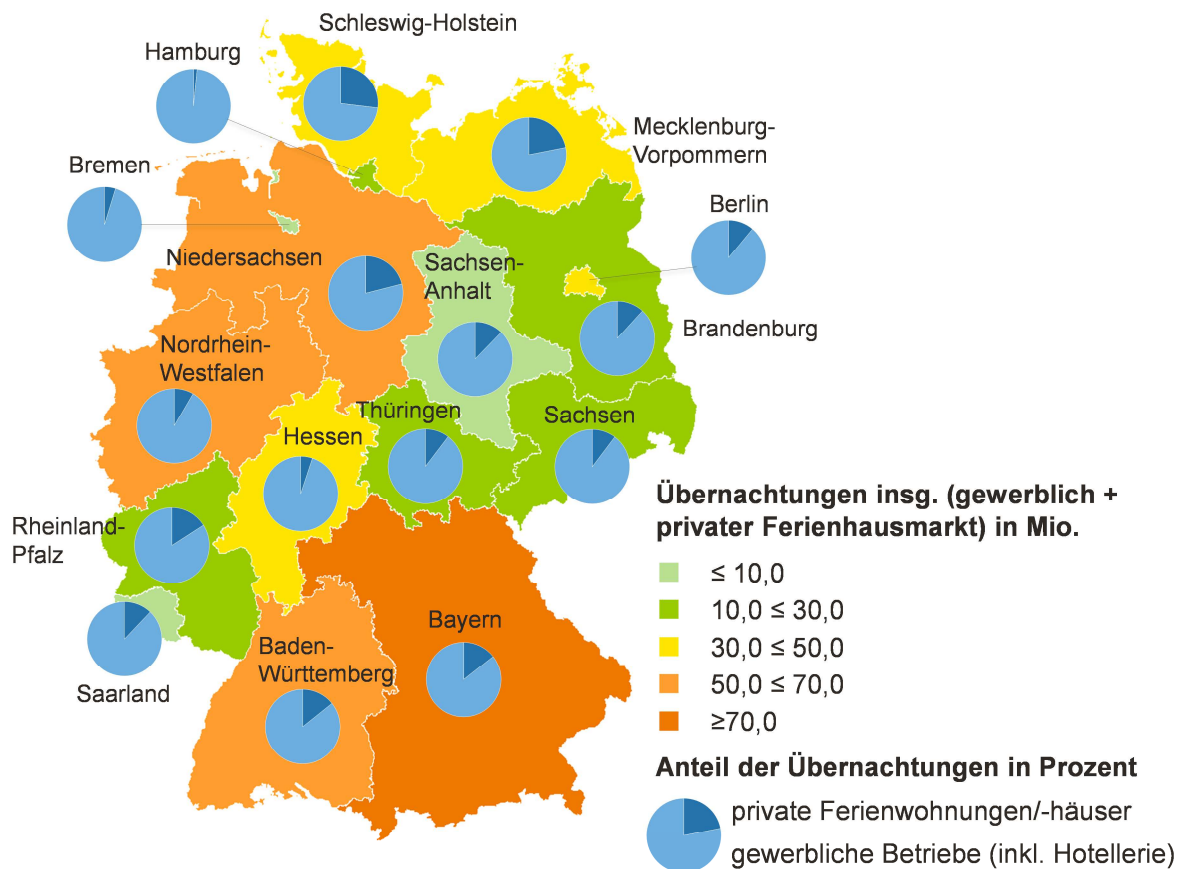
Auch der Marktanteil der Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt am deutschen touristischen Gesamtmarkt¹⁵ ist mit 14,4 % nicht unerheblich. Deutschlandweit gibt es hier allerdings starke Unterschiede: in den Küstenbundesländern Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein und

¹⁴ Die Auslastung errechnet sich Division der Übernachtungszahlen durch die Bettenzahlen geteilt durch 365

¹⁵ Gewerbliche Übernachtungen insgesamt zzgl. Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt.

Niedersachsen werden Werte von über 20 % erreicht, in den Stadtstaaten Hamburg und Bremen sowie in Bundesländern, die über viele touristisch bedeutsame Großstädte verfügen (wie Hessen oder Nordrhein-Westfalen) dagegen Werte von unter 10 %. Einen Sonderfall bildet Berlin, hier gibt es im Vergleich zu anderen Großstädten einen ausgeprägten privaten Ferienhausmarkt. (vgl. Karte 3, Tab. 4)

Karte 3: Übernachtungen nach Bundesländern in Mio. 2014 und Anteil der Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt an allen Übernachtungen in Prozent



Quelle: dwif 2015 und Statistische Landesämter 2015

Tab. 4: Übernachtungen im Ferienhausmarkt

	Übernachtungen in gewerblichen Betrieben ¹⁶ insgesamt 2014	Übernachtungen im gewerblichen Ferienhausmarkt ¹⁷ 2014	Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt	Relation privater zu gewerblicher Ferienhausmarkt	Marktanteil der ÜN im privaten Ferienhausmarkt an allen ¹⁸ ÜN (inkl. Ferienhausmarkt privat)
Baden-Württemberg	49.126.497	k. A.	8.173.000	k. A.	14,3%
Bayern	85.222.283	k. A.	14.375.000	k. A.	14,4%
Berlin	28.688.683	k. A.	3.600.000	k. A.	11,1%
Brandenburg	11.935.669	k. A.	1.590.000	k. A.	11,8%
Bremen	2.288.584	k. A.	115.000	k. A.	4,8%
Hamburg	12.008.154	215.449	190.000	0,88	1,6%
Hessen	31.180.120	k. A.	1.667.000	k. A.	5,1%
Mecklenburg-Vorpommern	28.722.978	4.664.271	8.040.000	1,72	21,9%
Niedersachsen	40.423.767	6.315.253	10.774.000	1,71	21,0%
Nordrhein-Westfalen	47.924.391	k. A.	4.390.000	k. A.	8,4%
Rheinland-Pfalz	21.138.139	701.644	4.025.000	5,74	16,0%
Saarland	2.898.336	8.865	400.000	45,12	12,1%
Sachsen	18.898.767	590.246	2.175.000	3,68	10,3%
Sachsen-Anhalt	7.433.263	263.855	1.040.000	3,91	12,3%
Schleswig-Holstein	26.347.370	6.420.823	9.680.000	1,51	26,9%
Thüringen	9.824.524	k. A.	1.145.000	k. A.	10,4%
DEUTSCHLAND, GESAMT	424.061.525	31.796.141	71.379.000	2,24	14,4%

Quelle: dwif 2015 und Statistische Landesämter 2015

¹⁶ Die gewerblichen Übernachtungen enthalten Übernachtungen in Betrieben der Hotellerie, Jugendherbergen und Hütten, Erholungs- und Ferienheimen, Schulungsheimen, Ferienhäusern/-wohnungen, Ferienzentren, Vorsorge- und Rehakliniken.

¹⁷ Quelle: Amtliche Beherbergungsstatistik der Bundesländer. Aufgrund von Geheimhaltungen in einzelnen Bundesländern nicht für alle Bundesländer verfügbar.

¹⁸ „Alle Übernachtungen“ bedeutet in diesem Zusammenhang die Zahl der gewerblichen Übernachtungen lt. amtlicher Statistik plus die Übernachtungen im privaten Ferienhausmarkt. Übernachtungen in weiteren Privatunterkünften sind hier nicht enthalten. Die gewerblichen Übernachtungen enthalten Übernachtungen in Betrieben der Hotellerie, Jugendherbergen und Hütten, Erholungs- und Ferienheimen, Schulungsheimen, Ferienhäusern/-wohnungen, Ferienzentren, Vorsorge- und Rehakliniken.

III. Wirtschaftliche Bedeutung des Ferienhausmarktes

1.1 Ausgaben und Umsätze durch die Gäste

Durch die Verknüpfung der **103.175.141** Übernachtungen im Ferienhausmarkt in Deutschland mit den entsprechenden Ausgaben der Gäste können nun die gesamten ökonomischen Effekte dieses Marktes ermittelt werden. Mit der anerkannten „original dwif-Methode“ erfolgte eine Berechnung der Umsätze, der daraus resultierenden Wertschöpfung und der damit verbundenen Beschäftigungseffekte sowie des dadurch generierten Steueraufkommens.

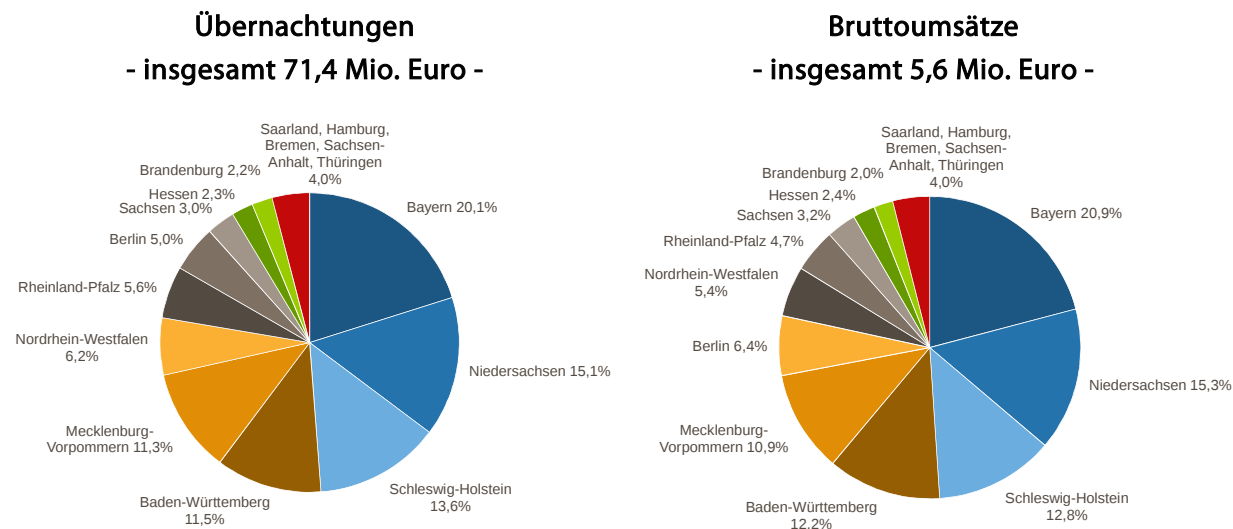
Für die Berechnungen (**Nachfragevolumen x Tagesausgaben pro Kopf**) wurden soweit möglich bundesländerspezifische Ausgabenwerte in Ansatz gebracht. Insgesamt ergibt sich dadurch folgendes Bild:

Tab. 5: Übernachtungen, Ausgaben und Umsätze im privaten Ferienhausmarkt

	Übernachtungen im <u>privaten</u> Ferienhausmarkt	Ausgaben pro Kopf und Tag ins- gesamt in Euro	Bruttoumsatz ins- gesamt in Mio. Euro
Baden-Württemberg	8.173.000	83,70	683,8
Bayern	14.375.000	81,80	1.176,2
Berlin	3.600.000	99,70	358,8
Brandenburg	1.590.000	72,10	114,6
Bremen	115.000	87,30	10,0
Hamburg	190.000	100,30	19,0
Hessen	1.667.000	80,10	133,5
Mecklenburg-Vorpommern	8.040.000	76,20	613,0
Niedersachsen	10.774.000	79,80	859,5
Nordrhein-Westfalen	4.390.000	68,80	302,2
Rheinland-Pfalz	4.025.000	65,40	263,1
Saarland	400.000	70,90	28,3
Sachsen	2.175.000	82,60	179,6
Sachsen-Anhalt	1.040.000	73,30	76,3
Schleswig-Holstein	9.680.000	74,30	719,2
Thüringen	1.145.000	77,80	89,1
DEUTSCHLAND, GESAMT	71.379.000	78,80	5.626,5

Quelle: dwif 2015

Abb. 3: Verteilung der Übernachtungen und Bruttoumsätze im privaten Ferienhausmarkt nach Bundesländern in Prozent



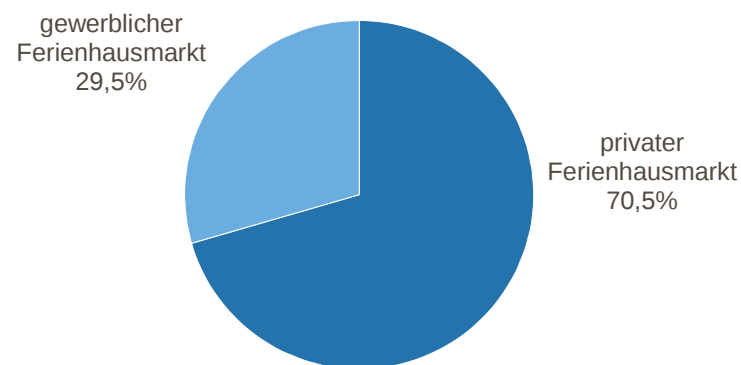
Quelle: dwif 2015

Tab. 6: Übernachtungen, Ausgaben und Umsätze im privaten und gewerblichen Ferienhausmarkt

	Übernachtungen	Ausgaben pro Kopf und Tag insgesamt in Euro	Bruttoumsatz insgesamt in Mio. Euro
Privater Ferienhausmarkt insgesamt	71.379.000	78,80	5.626,5
Gewerblicher Ferienhausmarkt insgesamt	31.796.141	74,00	2.352,9
Ferienhausmarkt insgesamt	103.175.141	77,30	7.979,4

Quelle: dwif 2015

Abb. 4: Verteilung der Umsätze im Ferienhausmarkt insgesamt in Prozent



Quelle: dwif 2015

Bei insgesamt **103.175.141** Übernachtungen im gewerblichen (amtliche Statistik) und privaten (Hochrechnung dwif) Ferienhausmarkt und **durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag von gerundet 77,- €** ergibt sich ein jährlicher Bruttoumsatz in Deutschland von insgesamt knapp **8 Milliarden Euro** (7.979.400.000 €).

In den 8 Milliarden Euro Umsatz sind nur die direkten Ausgaben der Touristen berücksichtigt. Allerdings werden hier alle Arten von Ausgaben zusammengefasst, also nicht nur jene für Unterkunft, sondern auch für Verpflegung, für Einkäufe und für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen aller Art (Kultur, Sport, Transport, Gesundheit, etc.).

Nach Abzug der Umsatz(Mehrwert)steuer in Höhe von rund 745,3 Mio. € ergibt sich ein **Nettoumsatz von 7.234,1 Mio. Euro**. Bei dieser Berechnung sind für die einzelnen Ausgabenarten unterschiedliche Umsatz-(Mehrwert)steuersätze zu berücksichtigen. Für das Erhebungsjahr 2014 wurde als normaler Steuersatz 19 % angesetzt, der ermäßigte Steuersatz liegt bei 7 % (z. B. Lebensmittel, Zeitungen, etc.) und zudem sind die Produkte und Leistungen einiger Anbieter (z.B. Privatvermieter, Theater) von der Steuer befreit. Berücksichtigt wurde auch, dass die Übernachtungen in gewerblichen Ferienhäusern mit 7 % besteuert werden, während Übernachtungen in privaten Ferienhäusern nicht der MwSt. unterliegen, da die Vermieter i. d. R. mit ihrem Einkommen aus Vermietung unterhalb der Bemessungsgrundlage bleiben.

1.2 Abstrahlungseffekte auf andere Wirtschaftszweige

Zumeist werden nur die Inhaber der Beherbergungsbetriebe zu den Profiteuren der Tourismusbranche gezählt. Mit Hilfe einer detaillierten Abfrage der Ausgabenstrukturen lassen sich aber die Geldströme im Detail nachvollziehen und die Gesamtheit der Profiteure ermitteln. Grundsätzlich ist zwischen drei Wirtschaftszweigen zu unterscheiden:

Gastgewerbe:

Hierzu zählen sowohl die Ausgaben für die Unterkunft als auch für die Verpflegung in der Gastronomie (z.B. Restaurant-/ Cafébesuch). Auch die Umsätze der Anbieter von Ferienhäusern wurden für die Zwecke dieser Untersuchung der Rubrik **Gastgewerbe** zugeordnet. Insgesamt entfallen auf diesen Bereich **rund 63,1 % der Umsätze**. Von diesem Gesamtumsatz in Höhe von **rund 5 Milliarden Euro** entfallen rund 3 Milliarden auf den eigentlichen Unterakunftssektor (Ferienhausmarkt) und 2 Milliarden Euro auf **Gastronomieumsätze**.

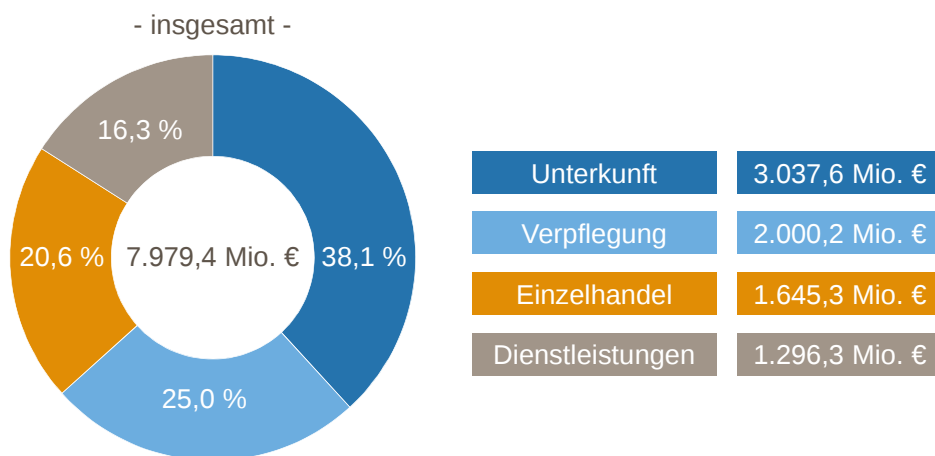
Einzelhandel:

Sowohl Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren werden hier berücksichtigt. Der **Einzelhandel** profitiert mit rund **20,6 %** an den Umsätzen der Ferienhausgäste.

Dienstleistungen:

Hierzu zählen Ausgaben für Unterhaltung / Freizeit / Sport (z. B. Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Museen, Erlebnisbäder, Sportveranstaltungen, Nutzungsgebühren), für lokale Transportmittel (z.B. ÖPNV, Taxi) sowie sonstige Dienstleistungen (z. B. Parkgebühren, Kosten für Dienstleistungen aller Art). Auf die Gesamtheit der Dienstleistungsanbieter entfallen rund **16,3 % der Umsätze**.

Von den Ferienhaustouristen profitieren also nicht nur die Beherbergungsbetriebe. Dies soll eine Zusammenschau des touristischen Gesamtmarktes verdeutlichen:

Abb. 5: Vom Ferienhausmarkt in Deutschland profitierende Branchen

Quelle: dwif 2015

Tab. 7: Bruttoumsätze nach Branchen und Segment (gewerblich vs. privat) in Mio. Euro

	Unterkunft	Verpflegung	Einkäufe	Sonstige Dienstleistungen	Umsätze insgesamt
Privater Ferienhausmarkt insgesamt	2.121,9	1.431,0	1.152,4	921,2	5.626,5
Gewerblicher Ferienhausmarkt insgesamt	915,7	569,2	492,9	375,1	2.352,9
Ferienhausmarkt insgesamt	3.037,6	2.000,2	1.645,3	1.296,3	7.979,4

Quelle: dwif 2015

1.3 Wertschöpfung

Wertschöpfung oder Einkommen ist gleichzusetzen mit

- den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und
- den Gewinnen der Unternehmer.

Neben den direkten Ausgaben der Touristen sind die für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft notwendigen Lieferungen von Vorleistungen einzubeziehen. Eine Differenzierung zwischen der 1. und der 2. Umsatzstufe soll die vielfältigen Verflechtungen verdeutlichen:

1. Umsatzstufe

Hierbei werden nur die ökonomischen Effekte durch die Ausgaben der Ferienhausgäste erfasst. Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im **Nettoumsatz** in Höhe von **7.234,1 Mio. €** wider. Die **Wertschöpfungsquote** benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird. Entsprechend der Strukturen ergibt sich ein Anteil von rund 37 %. Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa 10 % im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu weit über 70 % bei einer Tourist-Information. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das **direkte Einkommen** aus dem Ferienhaustourismus in Höhe von **2.652 Mio. €**.

Das direkte Einkommen in Höhe von 2.652 Mio. € resultiert aus den Ausgaben der Gäste und wird u.a. durch

- Bezahlung der Unterkunftsrechnung oder Verköstigung,
- Einkäufe beim Bäcker, Metzger und im Lebensmitteleinzelhandel bzw. für Zwischenmahlzeiten,
- Erwerb regionalspezifischer Produkte / Souvenirs oder sonstiger Waren,
- Kauf von Eintrittskarten für Theaterbesuche, Ausstellungen oder Sportveranstaltungen,
- Fahrscheine für den öffentlichen Personennahverkehr, Taxifahrten, etc. und
- die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote (z. B. Wellness-Anwendungen)

bewirkt.

2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von **4.582,1 Mio. €**. Diese Summe wird von den direkten Profiteuren für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben. Im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe ist von einer Wertschöpfungsquote von etwa 30 % auszugehen. Dies bedeutet, dass etwa 1.374,6 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten anfallen.

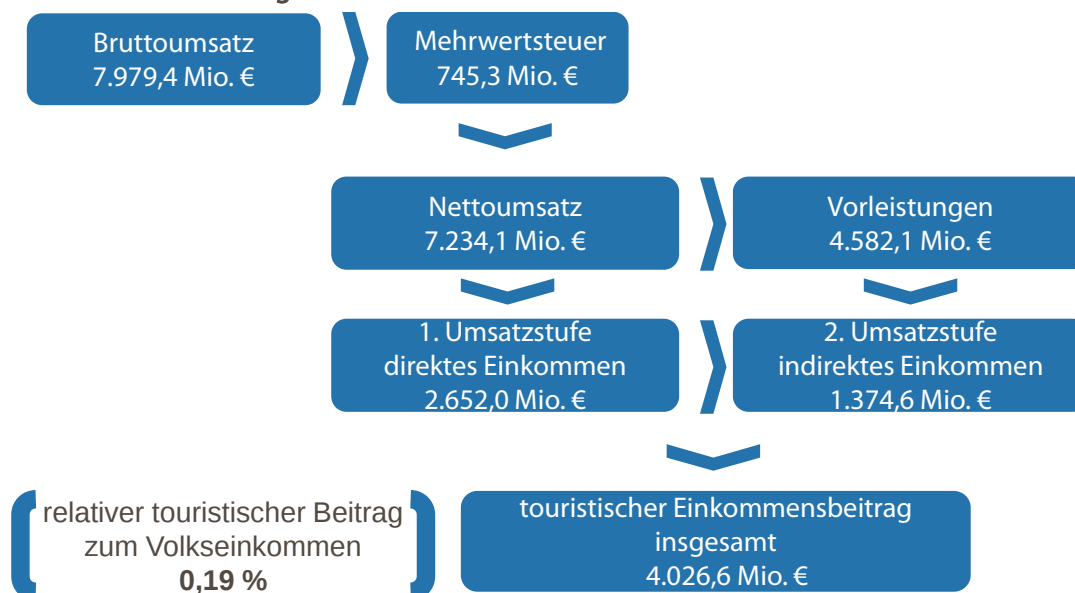
Das indirekte Einkommen in Höhe von 1.374,6 Mio. € resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird durch

- Zulieferungen (z. B. Lieferung des Metzgers an das Restaurant; Frühstücksbrötchen, Brot, Kuchen und Torten für die Gäste vom Bäcker; Stromlieferung des Energieerzeugers; Werbeprospektgestaltung durch die Agentur; Jahresabschluss durch den Steuerberater),
- Investitionen für den Bau und zur Substanzerhaltung (z.B. Wohnungsneubau; Handwerkerarbeiten zur Renovierung wie zum Beispiel Bodenleger, Dachdecker, Elektroinstallateure, Fensterbauer, Gebäudereiniger, Maler, Sanitär- und Heizungstechniker, Schornsteinfeger, Schreiner, Tischler, Textilreiniger, Zimmerer) und
- die Bereitstellung weiterer Dienstleistungen wie z.B. Kreditwesen und Versicherungen bewirkt.

Wirkungskette der 1. und 2. Umsatzstufe

Im Rahmen der 1. und 2. Umsatzstufe werden 4.026,6 Mio. € einkommenswirksam. Auf die 1. Umsatzstufe entfallen rund 66 %, auf die 2. Umsatzstufe etwa 34 %.

Abb. 6: Ableitung der direkten und indirekten Einkommenseffekte



Quelle: dwif 2015

1.4 Beschäftigungs- und Steuereffekte

Ein realistisches Einkommensäquivalent zur Darstellung der **Beschäftigungseffekte** lässt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages in Höhe von 4.026,6 Mio. € durch das durchschnittliche Volkseinkommen pro Kopf in Deutschland in Höhe von 26.800,- € ermitteln. Aus dieser Berechnung resultiert ein Äquivalent von rund **150.250 Personen**, die ihren Lebensunterhalt gemessen an diesem durchschnittlichen Volkseinkommen pro Kopf durch den Tourismus bestreiten können. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass beim Volkseinkommen pro Kopf auch zu versorgende Haushaltsmitglieder (Hausfrau, Kinder, etc.) als Bezugsgröße berücksichtigt werden. Dies hat zur Folge, dass das Einkommensäquivalent von 150.250 Personen nicht als Maßstab der aus dem Ferienhaustourismus resultierenden Beschäftigung Verwendung finden kann.

Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Beschäftigungseffekte ist zu berücksichtigen, dass viele Beschäftigte in Tourismusbetrieben

- nur anteilig vom Tourismus leben,
- einer Teilzeit- und Saisontätigkeit nachgehen,
- nur im Nebenerwerb beschäftigt sind und
- ein eher unterdurchschnittliches Einkommen beziehen.

Im Einzelhandel oder in der Gastronomie werden auch Einheimische bedient, nur selten lassen sich die Beschäftigten eines Unternehmens daher zu 100 % der Tourismusbranche zurechnen. Die exakte Zahl der Beschäftigten im Tourismus ist allerdings nicht bekannt.

Die **Steuerrelevanz** des Ferienhausmarktes beschränkt sich nicht nur auf die mit den Ausgaben der Gäste verbundene Umsatz(Mehrwert)steuer, die nach Abzug der enthaltenen Vorsteuer der Bundeskasse zukommt. Darüber hinaus dürfen auch die anteilige Lohn- und Einkommensteuer, die über die durch den Ferienhaustourismus erzielten Einkommen entsteht, nicht vernachlässigt werden.

Allein aus Mehrwertsteuer und Einkommensteuer resultieren ca. 732,2 Mio. € Steueraufkommen aus dem Ferienhaustourismus, welches zunächst dem Bund zufließt (Gemeinschaftssteuern) und infolge der Umverteilungsmechanismen den Ländern und Kommunen zukommt.

Tab. 8: Steueraufkommen aus dem Ferienhausmarkt

Steuerart	Steueraufkommen in Mio. €
Umsatzsteueraufkommen (unter Berücksichtigung der Vorsteuerabzüge)	208,7
Einkommensteueraufkommen	523,5
Steueraufkommen, GESAMT	732,2

Quelle: dwif 2015

IV. Fazit

Die nunmehr vorliegende Grundlagenuntersuchung zeigt die außergewöhnlich große Bedeutung des Ferienhausmarktes für den Deutschland-Tourismus. Wenn, wie bislang mangels Daten geschehen, mehr als 70 Mio. Übernachtungen (Gesamtmarktanteil = 14,4 %) bei Analysen und Aussagen zum Übernachtungstourismus in Deutschland außer Betracht bleiben, ist deren Aussagekraft als unvollständig zu bewerten. Allein diese erstmalige Bestandsaufnahme zeigt bereits, dass hier ein Marktsegment vorliegt, das eine kontinuierliche Beobachtung erfordert. Gerade die starke Konzentration des Ferienhausmarktes auf die Top-Destinationen im Deutschlandtourismus erfordert eine räumlich differenzierte Betrachtung. Selbst eine vergleichsweise große Stichprobe von mehr als 1.000 Untersuchungsgemeinden kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass für differenzierte einzelörtliche und regionale Bewertungen ggf. weitere empirische Untersuchungen erforderlich sind.

Allein die bundesweiten Ergebnisse sind jedoch bereits beeindruckend:

- Rund 681.000 Betten in privaten Ferienimmobilien wurden erstmals erfasst.
- Rund 71,4 Mio. Übernachtungen in privaten Ferienimmobilien sorgen zusammen mit
- rund 31,8 Mio. Übernachtungen in gewerblichen Ferienimmobilien für insgesamt
- rund 103,2 Mio. Übernachtungen in Ferienimmobilien.
- Dies entspricht einem Marktanteil der privaten und gewerblichen Ferienhausübernachtungen an allen Übernachtungen in Deutschland von rund 20,8 %.
- Jede fünfte touristische Übernachtung gegen Entgelt findet somit in einer Ferienhausimmobilie statt.
- Die Gesamtumsätze im Ferienhausmarkt in Deutschland liegen in Höhe von rund 8 Mrd. € pro Jahr. Hiervon profitieren nicht nur die Vermieter, sondern auch Gastronomie, Einzelhandel und viele weitere Dienstleistungsbranchen.
- Insgesamt resultieren aus den Umsätzen durch Ferienhausgäste Einkommen in Höhe von rund 4 Mrd. €, die
- rein rechnerisch rund 150.000 Personen ein durchschnittliches Volkseinkommen pro Kopf und Jahr sichern könnten.
- Allein an Umsatz- und Einkommensteuer fließen aus dem Ferienhausmarkt pro Jahr rund 730 Mio. € an den Fiskus.

Diese beeindruckende Bilanz unterstreicht, dass diese Untersuchung nur einen ersten, wenn-gleich vielversprechenden, Schritt darstellt, um die Bedeutung für den touristischen Gesamtmarkt besser verstehen, aber auch zielgerichteter bearbeiten zu können. Alle aktuellen Diskussionen über Steuerungsbedarfe dieses Segmentes in Städten, Gemeinden und Ferienorten sollten in Kenntnis der Ergebnisse dieser Studie geführt werden.

V. Datenblätter für die Bundesländer



Deutschland

2014

Zahl der Gemeinden

Orte gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
8.426	1.059



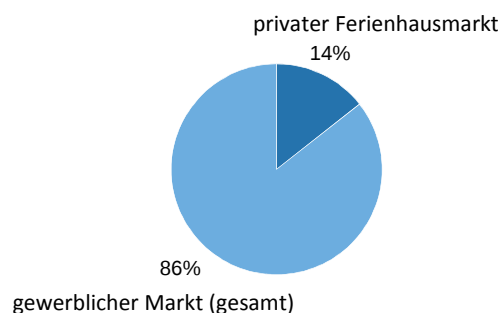
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
3.563.595	321.007	681.800

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
424.061.525	31.796.141	71.379.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen¹⁹



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
78,80	5.626,5	100,0 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistisches Bundesamt
 privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

¹⁹ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

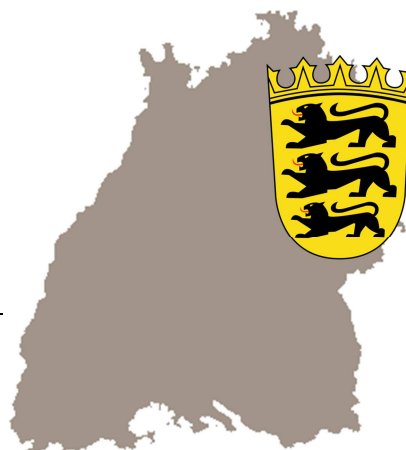
Baden-Württemberg

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
------------------------	----------------------------

1.101	141
-------	-----



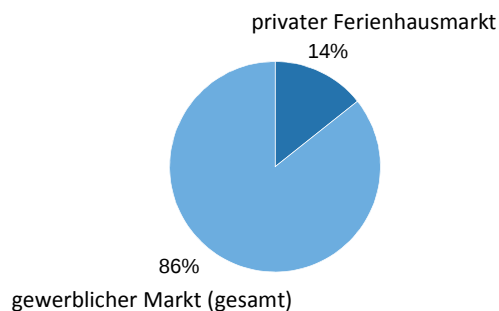
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
395.771	17.009 ²⁰	74.500

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
49.126.497	k. A.	8.173.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²¹



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
83,70	683,8	12,2 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

²⁰ Jahr 2013

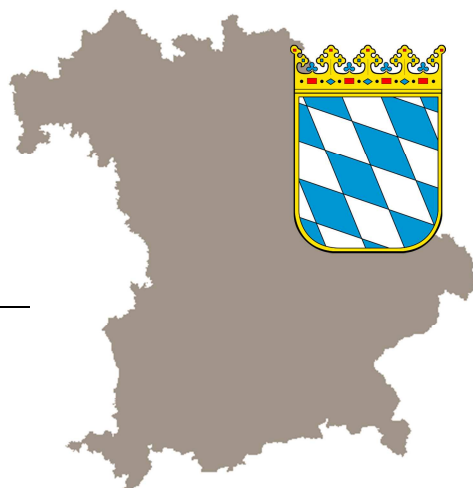
²¹ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Bayern

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
2.056	247



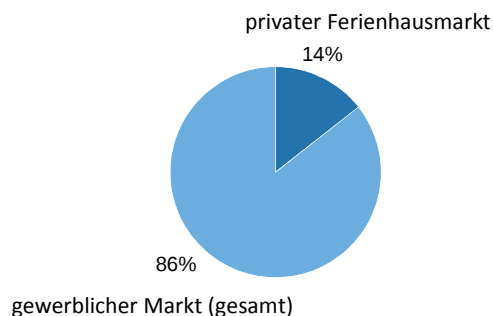
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
546.404	k. A.	136.000

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
85.222.283	k. A.	14.375.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²²



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
81,80	1.176,2	20,9 %

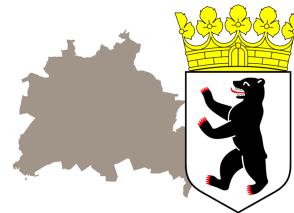
Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Bayerisches Landesamt für Statistik
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

²² Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Berlin

2014

Zahl der Gemeinden



Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
1	1

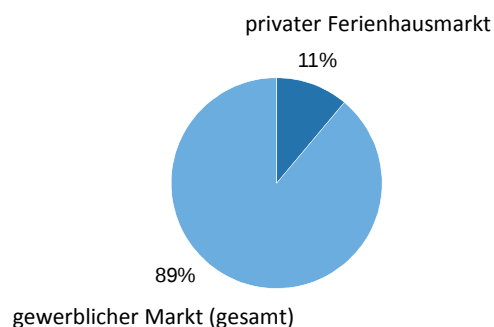
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
140.250	k. A.	24.600

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
28.688.683	k. A.	3.600.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²³



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
99,70	358,8	6,4 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg
 privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

²³ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Brandenburg

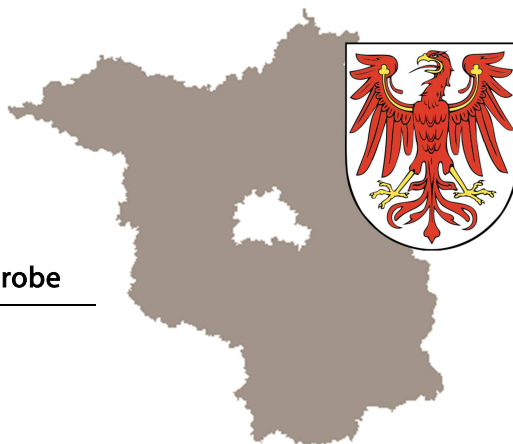
2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
------------------------	----------------------------

419

49



Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
----------------------	------------------------------	--------------------------

125.116

k. A.

17.900

Übernachtungen

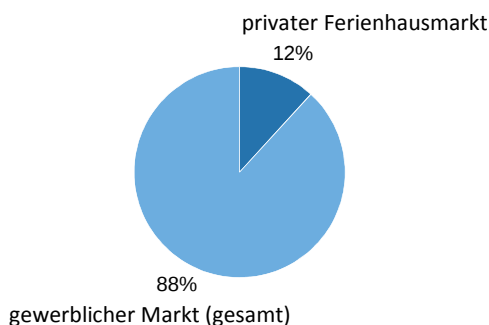
gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
----------------------	------------------------------	--------------------------

11.935.669

k. A.

1.590.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²⁴



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
-------------------------	---------------------------------	-----------------------

72,10

114,6

2,0 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

²⁴ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Bremen

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
------------------------	----------------------------

2

2



Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
----------------------	------------------------------	--------------------------

14.144

k. A.

1.000

Übernachtungen

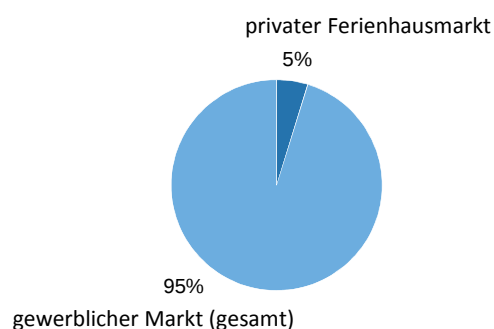
gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
----------------------	------------------------------	--------------------------

2.288.584

k. A.

115.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²⁵



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
-------------------------	---------------------------------	-----------------------

87,30

10,0

0,2 %

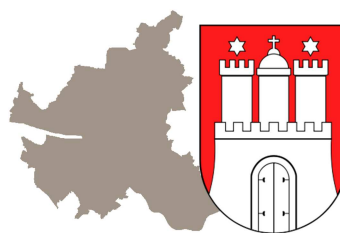
Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistisches Landesamt Bremen
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

²⁵ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Hamburg

2014

Zahl der Gemeinden



Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
------------------------	----------------------------

1

1

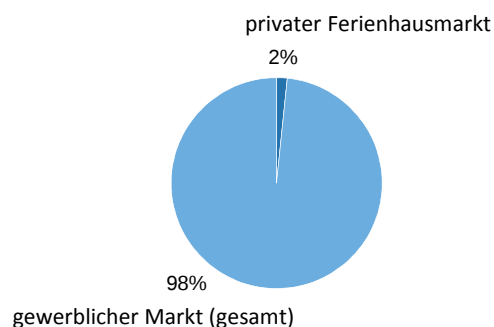
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
56.743	706	1.300

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
12.008.154	215.449	190.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²⁶



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
100,30	19,0	0,3 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistikamt Nord
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

²⁶ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Hessen

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
426	65



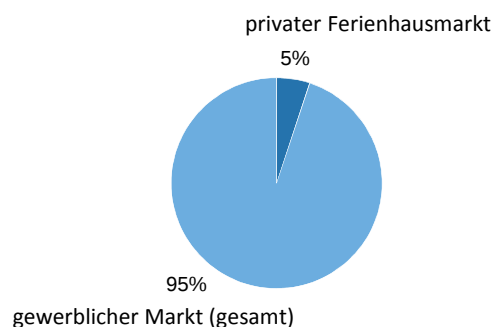
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
251.659	k. A.	17.200

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
31.180.120	k. A.	1.667.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²⁷



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
80,10	133,5	2,4 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Hessisches Statistisches Landesamt
 privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

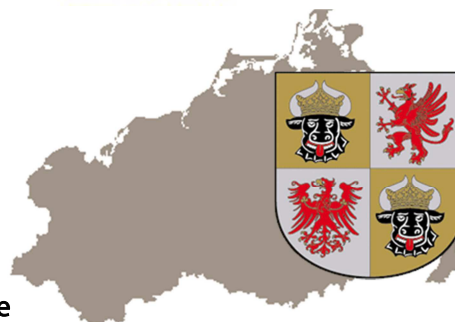
²⁷ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Mecklenburg-Vorpommern

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
780	70



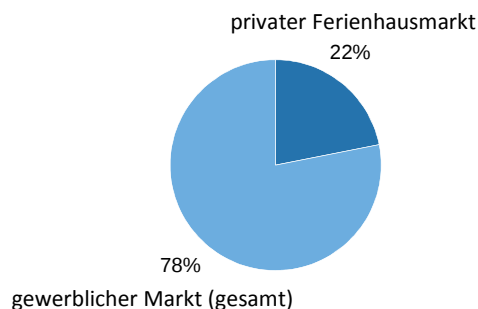
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
278.449	51.680	78.900

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
28.722.978	4.664.271	8.040.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²⁸



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
76,20	613,0	10,9 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

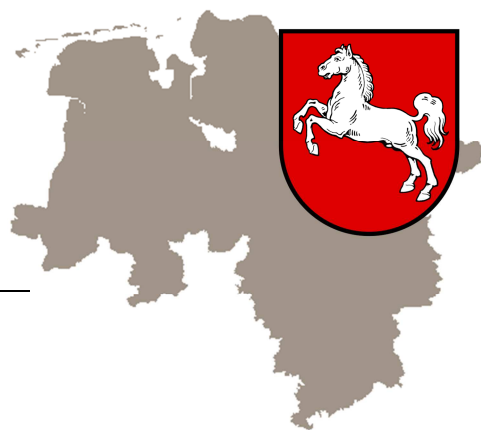
²⁸ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Niedersachsen

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
420	76



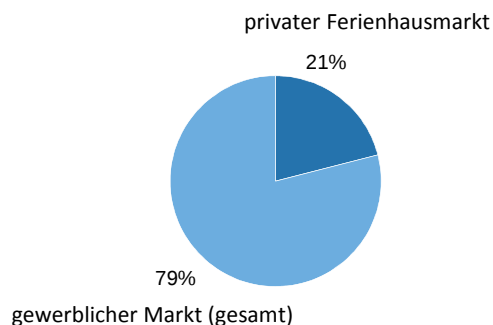
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
383.684	60.514	102.100

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
40.423.767	6.315.253	10.774.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen²⁹



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
79,80	859,5	15,3 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Landesamtes für Statistik Niedersachsen
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

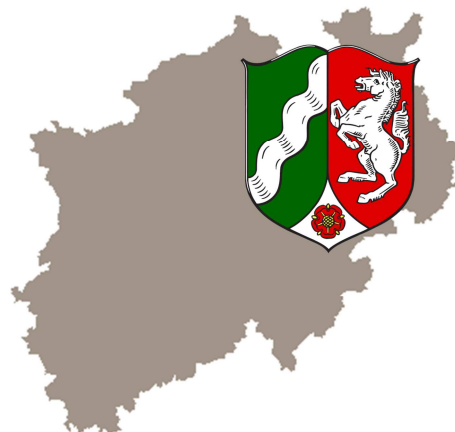
²⁹ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Nordrhein-Westfalen

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
396	80



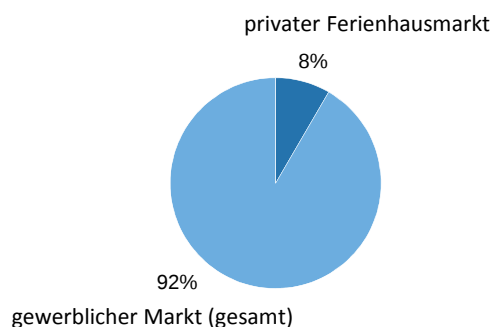
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
372.939	k. A.	43.800

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
47.924.391	k. A.	4.390.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen³⁰



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
68,80	302,2	5,4 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Information und Technik Nordrhein-Westfalen
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

³⁰ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Rheinland-Pfalz

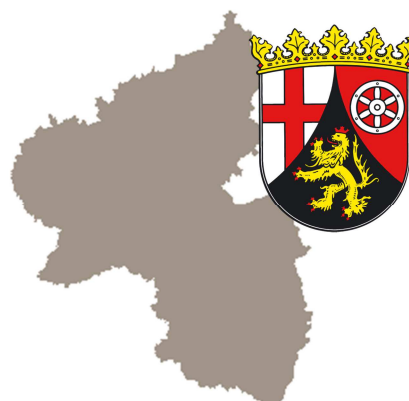
2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
------------------------	----------------------------

209

44



Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
----------------------	------------------------------	--------------------------

233.505

8.516

41.300

Übernachtungen

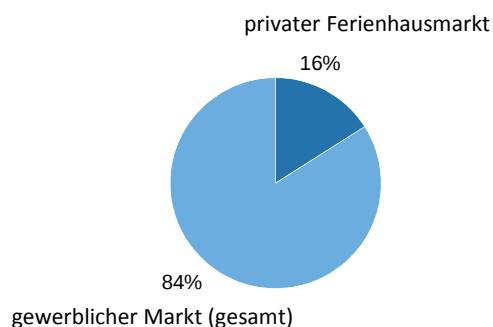
gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
----------------------	------------------------------	--------------------------

21.138.139

701.644

4.025.00

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen³¹



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
-------------------------	---------------------------------	-----------------------

65,40

263,1

4,7 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

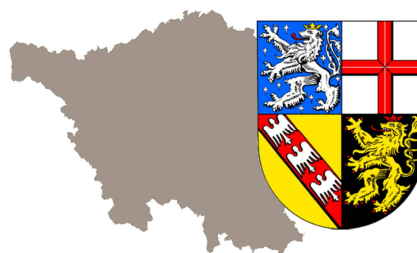
³¹ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Saarland

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
52	52



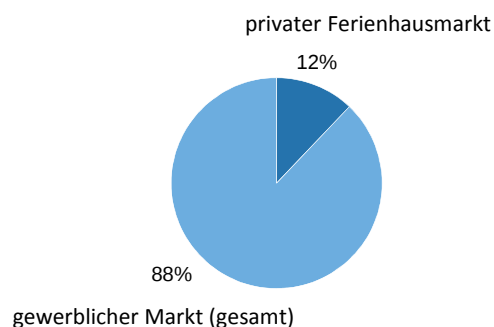
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
23.955	142	4.400

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
2.898.336	8.865	400.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen³²



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
70,90	28,3	0,5 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistisches Amt Saarland
 privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

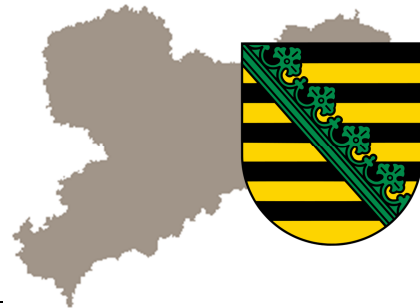
³² Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Sachsen

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
438	57



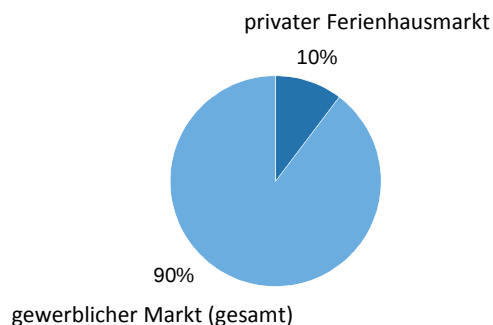
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
147.515	5.634	21.700

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
18.898.767	590.246	2.175.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen³³



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
82,60	179,6	3,2 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistische Landesamt des Freistaates Sachsen
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

³³ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Sachsen-Anhalt

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
222	27



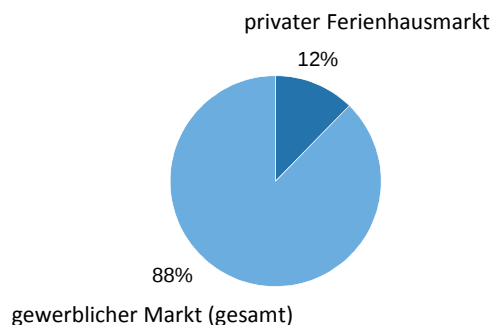
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
71.927	3.168	10.600

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
7.433.263	263.855	1.040.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen³⁴



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
73,30	76,3	1,4 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

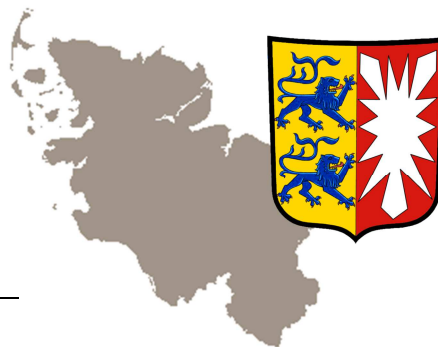
³⁴ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Schleswig-Holstein

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
1.110	85



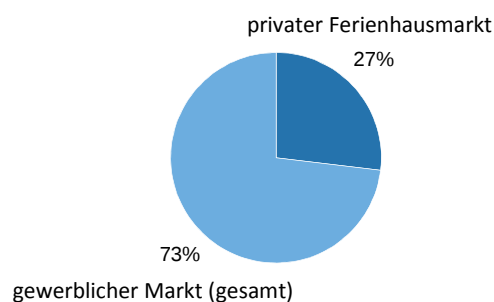
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
258.542	68.957 ³⁵	93.800

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
26.347.370	6.420.823	9.680.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen³⁶



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
74,30	719,2	12,8 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Statistikamt Nord
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

³⁵ 2013

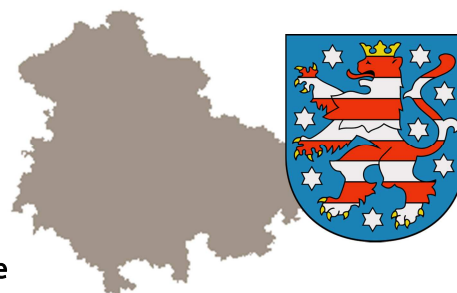
³⁶ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

Thüringen

2014

Zahl der Gemeinden

Orte Bundesland gesamt	Orte Bundesland Stichprobe
849	62



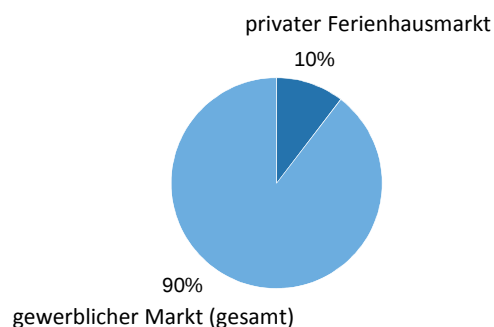
Betten

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
106.440	4.312	12.700

Übernachtungen

gewerblich insgesamt	gewerblicher Ferienhausmarkt	privater Ferienhausmarkt
9.824.524	k. A.	1.145.000

Marktanteil des privaten Ferienhausmarktes an allen Übernachtungen³⁷



Ausgaben und Bruttoumsätze

Pro Kopf und Tag in EUR	Bruttoumsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil an Deutschland
77,80	89,1	1,6 %

Quellen: gewerbliche Übernachtungen und Betten: Thüringer Landesamt für Statistik
privater Ferienhausmarkt und Ausgaben und Bruttoumsätze: dwif 2015

³⁷ Gewerblich + privater Ferienhausmarkt

VI. Anhang

1. Glossar

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.

Einkommensbeitrag des Tourismus

Der relative Beitrag des Tourismus zum 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.

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.

Privatquartiere

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

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

Verwandten-, Bekanntenbesucher (auch **VFR** = “visits of friends and relatives” oder Sofatourismus)
Die touristisch relevanten Übernachtungen in den Privatwohnungen der Einheimischen im Untersuchungsgebiet.

Volkseinkommen

Summe aller Erwerbs- und Vermögenseinkommen, die inländischen Haushalten letztlich zugeflossen sind. Es setzt sich zusammen aus dem empfangenen Arbeitnehmerentgelt und den Unternehmens- und Vermögenseinkommen. Das Volkseinkommen ist eine häufig genutzte Größe der Verteilungsrechnung.

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 Energie-erzeuger), Bereitstellung von Dienstleistungen (z. B. Prospekte der Werbeagentur, Kredite, Versicherungen) und Investitionen in die Substanzerhaltung (z. B. Neubau bzw. Renovierung durch Handwerker).

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 verwendete Wertschöpfungsquoten werden u. a. aus den Betriebsvergleichen für die Hotellerie und Gastronomie sowie weiteren Studien des dwif abgeleitet.

2. Stichprobengemeinden nach Bundesländern

Baden-Württemberg

Aichhalden	Dietingen	Ihringen	Neunkirchen, b Mosbach	Steinhausen an der Rottum
Aichtal	Dischingen	Immenstaad am Bodensee	Nordrach	Steinheim an der Murr
Aitern	Dornstetten	Karlsruhe	Oberhausen-Rheinhausen	Steißlingen
Albstadt, Stadt	Dürna	Kirchberg an der Jagst	Offenburg, Stadt	Sternenfels
Althütte	Eberstadt	Kirchzarten	Ostfildern, Stadt	Stödtlen
Altlußheim	Eggenstein-Leopoldshafen	Königsfeld im Schwarzwald	Östringen	Stühlingen
Ammerbuch	Ehingen (Donau)	Konstanz	Pfedelbach	Stuttgart
Asperg	Ellenberg, Württ	Korntal-Münchingen	Pfinztal	Sulzbach an der Murr
Aulendorf	Eningen unter Achalm	Krauchenwies	Radolfzell am Bodensee, Stadt	Tettnang
Bad Bellingen	Enzklosterle	Kuppenheim	Rastatt, Stadt	Trossingen
Bad Herrenalb	Eschelbronn	Lahr/Schwarzwald	Ratshausen	Ulm
Bad Liebenzell	Fellbach, Stadt	Langenargen	Ravensburg, Stadt	Villingendorf
Bad Peterstal-Griesbach	Fichtenberg, Württ	Langenau, Württ	Reichenau	Vogt
Bad Schönborn	Freiamt	Lauda-Königshofen	Renchen	Wangen im Allgäu
Bad Schussenried	Freiburg im Breisgau	Lichtenwald	Reute	Wangen, Kr Göppingen
Baden-Baden	Fridingen an der Donau	Linkenheim-Hochstetten	Riederich	Weidenstetten
Ballrechten-Dottingen	Fröhd	Loffenau	Rohrdorf, b Nagold	Weikersheim
Balzheim	Geislingen an der Steige, Stadt	Löffingen	Rosenberg, Württ	Weil am Rhein
Beilstein, Württ	Gosheim	Lörrach	Rottweil, Stadt	Weisenbach
Bernau im Schwarzwald	Hardheim	Mahlstetten	Schlierbach	Wertheim, Stadt
Biberach an der Riß	Hardthausen am Kocher	Malsch, Kr Karlsruhe	Schopfheim	Westerheim, Württ
Bietigheim-Bissingen	Heidelberg,	Marbach am Neckar	Schopfloch, Kr Freudenstadt	Winterlingen
Blumberg, Baden	Herbolzheim	Maulbronn	Schwaigern	Wittnau
Böblingen	Hessigheim	Mehrstetten	Schwetzingen	Wolfach
Bodman-Ludwigshafen	Hinterzarten	Metzingen	Seelbach, Schutter	Wüstenrot
Buchen (Odenwald)	Hockenheim, Stadt	Münsingen	Sinsheim	
Buchenbach	Hofstetten, Kinzigtal	Münster-tal/Schwarzwald	St. Georgen im Schwarzwald	
Bühl	Hohberg	Neckarwestheim	Staufen im Breisgau	
Bühlertann	Hohenstadt	Neuhausen auf den Fildern	Steinen, Kr Lörrach	

Bayern

Alfeld	Eichstätt, GKSt	Hopferau	Neuschönau	Schwarzenbach a. Wald
Altenmünster	Emmering	Hösbach, M	Neu-Ulm, GKSt	Seeg
Altmannstein, M	Ergoldsbach, M	Iggensbach	Niederviehbach	Seeshaupt
Ammerthal	Erlabrunn	Ihrlerstein	Nonnenhorn	Sengenthal
Ascha	Essenbach, M	Ismaning	Nordhalben, M	Sommerach
Aschaffenburg	Ettal	Karlskron	Nürnberg	Sonthofen, St
Aubstadt	Etzelwang	Karlstadt, St	Oberasbach, St	Stamsried, M
Auerbach	Eurasburg	Kempten (Allgäu)	Oberaudorf	Stein, St
Augsburg	Faulbach	Kienberg	Oberaurach	Stockstadt a.Main, M
Bad Abbach, M	Feucht, M	Kinding, M	Oberding	Sulzberg, M
Bad Bocklet, M	Floß, M	Kirchensittenbach	Oberstdorf, M	Sulzfeld
Bad Feilnbach	Frauenau	Kirchham	Obertraubling	Sulzthal, M
Bad Kissingen, GKSt	Fraunberg	Kirchseeon, M	Obing	Tapfheim
Bad Kohlgrub	Freilassing, St	Kolitzheim	Ochsenfurt, St	Thüngersheim
Bad Königshofen i.Grabfeld, St	Freising, GKSt	Königsberg i.Bay., St	Opfenbach	Thurmansbang
Bad Kötzing, St	Friedberg, St	Königsdorf	Otting	Tirschenreuth, St
Bad Neustadt a.d.Saale, St	Fürstenfeldbruck, GKSt	Konzell	Ottobeuren, M	Train
Bad Reichenhall	Fürstenzell, M	Kötz	Oy-Mittelberg	Trautskirchen
Bad Staffelstein, St	Gammelsdorf	Krumbach (Schwab- ben)	Parkstetten	Triefenstein, M
Bad Windsheim, St	Garching b.München, St	Langenmosen	Pfaffing	Uffenheim, St
Bad Wörishofen, St	Garmisch-Partenkirchen, M	Langensendelbach	Pfarrweisach	Untergriesbach, M
Balderschwang	Gaukönigshofen	Laudenbach	Pleinfeld, M	Unterschwaningen
Baudenbach, M	Geisenhausen, M	Leipheim, St	Pommelsbrunn	Unterthingau, M
Bayrischzell	Gemünden a.Main, St	Leonberg	Poppenricht	Veitshöchheim
Benediktbeuern	Geslau	Lichtenau, M	Pottenstein, St	Velburg, St
Berchtesgaden, M	Gilching	Lindenberg i.Allgäu, St	Prem	Viechtach, St
Bischofswiesen	Gnotzheim, M	Markt Bibart, M	Puchheim, St	Vogtareuth
Böbing	Gößweinstein, M	Marktoberdorf, St	Rain, St	Volkach, St
Bogen, St	Grafenau, St	Marktschellenberg, M	Rattenkirchen	Vorbach
Breitenbrunn	Grafenwöhr, St	Mauerstetten	Rattiszell	Vorra
Buch a.Wald	Grainau	Memmingen	Reischach	Waldkirchen, St
Burgberg i.Allgäu	Greifenberg	Miltenberg, St	Remlingen, M	Warmensteinach
Burghausen, St	Großmehring	Mistelgau	Rettenberg	Weigendorf
Bürgstadt, M	Großwallstadt	Mömbis, M	Rieden, M	Weilbach, M
Buttenheim, M	Grünwald	Mönchsroth	Röhrnbach, M	Weißensadt, St
Cham, St	Gstadt a.Chiemsee	Moorenweis	Röllbach	Wellheim, M
Coburg	Gundelfingen a.d.Donau, St	Mühlhof a.Inn, St	Ronsberg, M	Wertingen, St
Colmberg, M	Haibach	München	Rosenheim	Weyarn
Deining	Haibach	Neualbenreuth, M	Rothenburg ob der Tauber, GKSt	Wiesent
Denkendorf	Halblech	Neuburg a.d.Donau	Sauerlach	Wirsberg, M

Denklingen	Harburg (Schwaben), St	Neuburg a.Inn	Schalkham	Wonneberg
Dettelbach, St	Haßfurt, St	Neuching	Schaufling	Wörth a.Main, St
Dinkelsbühl, GKSt	Hausen	Neufahrn b.Freising	Schechen	Wörthsee
Ebersberg, St	Heimenkirch, M	Neukirchen-Balbini, M	Scheßlitz, St	Wurmannsquick, M
Eching	Heretsried	Neumarkt i.d.OPf., GKSt	Schlechting	Wurmsham
Eckersdorf	Hirschaid, M	Neunburg vorm Wald, St	Schnaittenbach, St	Würzburg
Edelsfeld	Hofheim i.UFr., St	Neunkirchen a.Brand	Schöfweg	Zirndorf, St
Egglham	Hofstetten	Neuötting, St	Schollbrunn	
Eglfing	Hohenburg, M	Neureichenau	Schönau a. Königssee	
Egweil	Hohenthann	Neuried	Schönthal	

Berlin

Berlin

Brandenburg

Bad Freienwalde (Oder)	Calau	Lübbenau/Spreewald	Petershagen/Eggersdorf	Walsleben, b Neuruppin
Bad Saarow	Elsterwerda	Lychen	Plessa	Wendisch Rietz
Beetzsee	Felixsee	Melchow	Potsdam, Kreisfreie Stadt	Wildau
Beiersdorf-Freudenberg	Fürstenberg/Havel	Michendorf	Rückersdorf, b Doberlug-Kirchhain	Wittstock/Dosse
Belzig	Großbeeren	Milower Land	Schöneiche bei Berlin	Wollin, b Brandenburg/Havel
Bernau bei Berlin	Halbe	Neiße-Malxetal	Schorfheide	Wusterhausen/Dosse
Brandenburg/Havel	Heideblick	Nuthe-Urstromtal	Schwielochsee	Wustermark
Breddin	Herzberg (Elster)	Oderberg	Strausberg	Zeuthen
Buckautal	Karstädt, Prignitz	Oranienburg	Teltow	Zossen
Buckow (Märkische Schweiz)	Lübben (Spreewald)	Perleberg	Vierlinden	

Bremen

Bremen

Bremerhaven

Hamburg

Hamburg

Hessen

Amöneburg	Darmstadt	Gießen	Langen (Hessen)	Rödermark
Angelburg	Diemelsee	Ginsheim-Gustavsburg	Laubach, Hess	Runkel
Bad Arolsen	Dillenburg	Groß-Zimmern	Limeshain	Rüsselsheim
Bad Soden am	Dreieich	Grünberg, Hess	Malsfeld	Schöneck

Taunus				
Bad Sooden-Allendorf	Echzell	Gudensberg	Mühltal	Steinau a.d.Straße
Bad Wildungen	Erlensee	Habichtswald	Münchhausen am Christenberg	Stockstadt am Rhein
Birstein	Felsberg	Hammersbach	Nidda	Waldeck, Hess
Brechen	Fischbachtal	Hessisch Lichtenau	Niederaula	Weilburg
Breuna	Frankfurt am Main	Hosenfeld	Niedernhausen	Wettenberg
Burghaun	Friedrichsdorf	Kassel	Obertshausen	Wetzlar
Bürstadt	Fulda	Kaufungen	Offenbach am Main, Kreisfreie Stadt	Wiesbaden
Butzbach	Geisenheim	Kelsterbach	Pohlheim	Willingshausen
Calden	Gelnhausen	Korbach	Rodenbach b Hanau	Zwingenberg (Bergstraße)

Mecklenburg-Vorpommern

Alt Sührkow	Bröbberow	Kletzin	Plau am See	Sukow-Levitzow
Altentreptow	Brüel	Rostock	Plüschow	Torgelow am See
Altkalen	Burow	Kühlungsborn	Pokrent	Trent
Bad Doberan	Carinerland	Lewitzrand	Priepert	Ueckermünde
Balow	Dabel	Löcknitz	Pripsleben	Userin
Barth	Ducherow	Lütow	Putbus	Veelböken
Bartow	Franzburg	Mirow	Raben Steinfeld	Verchen
Beggerow	Godendorf	Neu Kosenow	Rankwitz	Waren (Müritz)
Benitz	Göhren-Lebbin	Neu Poserin	Rechlin	Warin
Benz	Hohenkirchen	Neuenkirchen	Rövershagen	Wittenburg
Blankenhagen	Holldorf	Neukloster	Rubkow	Witzin
Blankensee	Insel Poel	Neustadt-Glewe	Schönfeld	Wolde
Born a. Darß	Ivenack	Pasewalk	Silz	Wustrow (Küste)
Bredenfelde	Kargow	Peenehagen	Strasburg	Wustrow (Seenplatte)

Niedersachsen

Am Dobrock, SG	Büddenstedt	Gleichen	Melle	Uchte, SG
Asse, SG	Burgdorf (Hannover)	Hambergen, SG	Munster	Uelsen, SG
Bad Harzburg	Burgwedel	Hameln	Neuenkirchen, Lüneburger Heide	Uslar
Bad Iburg	Celle	Hannover, Landeshauptstadt	Niedernwöhren, SG	Vechta
Bad Sachsa	Cuxhaven	Hasbergen	Nordenham	Verden (Aller)
Bardowick, SG	Dahlenburg, SG	Heemsen, SG	Nordholz	Walsrode
Barnstorf, SG	Delmenhorst	Helmstedt	Oldenburg	Wardenburg
Bassum	Diekhöfen	Isernhagen	Osnabrück	Wathlingen, SG
Belm	Diepholz	Juist	Osterode am Harz	Wedemark
Bersenbrück, SG	Dötlingen	Katlenburg-Lindau	Oyten	Weener
Boffzen, Samtgemeinde	Drochtersen	Langelsheim	Rosengarten, Kr Harburg	Werlte, SG
Börde Lamstedt, SG	Elze	Langeoog	Rotenburg (Wümme)	Worpswede
Borkum	Emmerthal	Lindhorst, SG	Sarstedt	
Bramsche	Ganderkesee	Lingen (Ems)	Scheeßel	

Braunlage, Stadt	Garrel	Marklohe, SG	Stade, Hansestadt	
Brome, SG	Gehrden, Han	Meinersen, SG	Thedinghausen, SG	

Nordrhein-Westfalen

Aachen	Brüggen, Niederrhein	Heinsberg (Rhld.)	Lippstadt	Rüthen
Ahlen	Büren	Herscheid	Lübbecke	Salzkotten
Alfter	Dahlem, b Kall	Hille	Lüdenscheid	Schmallenberg
Alpen	Delbrück	Hopsten	Medebach	Schöppingen
Alsdorf	Dinslaken	Horstmar	Metelen	Schwalmtal, Nieder- rhein
Bad Honnef	Düsseldorf, Kreisfreie Stadt	Höxter	Moers	Siegburg
Bad Lippspringe	Elsdorf	Jüchen	Münster, Kreisfreie Stadt	Soest
Bedburg-Hau	Engelskirchen	Kalletal	Netphen	Stolberg
Beelen	Ennepetal	Kamen	Neunkirchen- Seelscheid	Südlohn
Bergisch Gladbach	Erwitte	Kevelaer	Nieheim	Titz
Bergkamen	Espelkamp	Köln	Nordkirchen	Vettweiß
Bestwig	Everswinkel	Korschenbroich	Nörvenich	Vreden
Billerbeck	Finnentrop	Krefeld	Olpe	Wadersloh
Blankenheim, Ahr	Gladbeck	Lennestadt	Petershagen	Welter
Bönen	Hamminkeln	Leopoldshöhe	Recklinghausen	Willebadessen
Brakel	Heiligenhaus	Linnich	Rheda-Wiedenbrück	Winterberg

Rheinland-Pfalz

Altenglan, VG	Enkenbach- Alsenborn, VG	Lambsheim- Heßheim, VG	Rhein-Selz, VG	Thalfang am Erbes- kopf, VG
Bad Münster am Stein-Ebernburg, VG	Gebhardshain, VG	Landau-Land, VG	Rockenhausen, VG	Trier
Betzdorf, VG	Gerolstein, VG	Mainz	Römerberg- Dudenhofen VG	Wachenheim an der Weinstraße VG
Böhl-Iggelheim	Grafenschaft	Maxdorf VG	Rülzheim VG	Waldmohr VG
Boppard	Hagenbach, Ver- bandsgem.	Pirmasens	Schifferstadt	WaldseevVG
Budenheim VG	Höhr-Grenzhausen VG	Pudersbach VG	Schönenberg- Kübelberg, VG	Wallmerod VG
Dannstadt- Schauernheim VG	Kell am See VG	Rennerod VG	Speyer	Worms
Deidesheim VG	Koblenz, Kreisfreie Stadt	Rhein-Mosel, VG	Stromberg	Wörth am Rhein
Edenkoben VG	Lahnstein	Rhein-Nahe	Südeifel	

Saarland (Vollerhebung)

Beckingen	Heusweiler	Mettlach	Rehlingen-Siersburg	Sulzbach, Saar
Bexbach	Homburg	Nalbach	Riegelsberg	Tholey
Blieskastel	Illingen, Saar	Namorn	Saarbrücken	Überherrn
Bous	Kirkel	Neunkirchen, Saar	Saarlouis	Völklingen
Dillingen, Saar	Kleinblittersdorf	Nohfelden	Saarwellingen	Wadern
Ensdorf, Saar	Lebach	Nonnweiler	Schiffweiler	Wadgassen
Eppelborn	Losheim am See	Oberthal	Schmelz	Wallerfangen
Freisen	Mandelbachtal	Ottweiler	Schwalbach, Saar	Weiskirchen
Friedrichsthal, Saar	Marpingen	Perl	Spiesen-Elversberg	
Gersheim	Merchweiler	Püttlingen	St. Wendel	
Grossrosseln	Merzig	Quierschied	St. Ingbert	

Sachsen

Bad Brambach	Freiberg	Laußnitz	Oberwiesenthal	Schöneck/Vogtl.
Bad Gottleuba-Berggießhübel	Gablenz	Leipzig	Oschatz	Schwarzenberg/Erzgeb.
Bad Muskau	Geithain	Löbau	Pegau	Seiffhennersdorf
Bautzen	Gelenau/Erzgeb.	Lunzenau	Penig	Struppen
Bernsdorf	Glashütte	Machern	Plauen	Thermalbad Wiesbaden
Bischofswerda	Glauchau	Markkleeberg	Pulsnitz	Waldhufen
Crottendorf	Groß Düben	Meerane	Rackwitz	Weinböhla
Demitz-Thumitz	Grünhain-Beierfeld	Meißen	Radeberg	Wildenfels
Doberschau-Gaußig	Jahnsdorf/Erzgeb.	Mulda/Sa.	Ralbitz-Rosenthal	Zettlitz
Dresden	Klingenthal	Muldenhammer	Rosenbach/Vogtl.	
Falkenstein/Vogtl.	Kottmar	Narsdorf	Schkeuditz	
Frankenberg/Sa.	Langenbernsdorf	Neustadt i. Sa.	Schneeberg	

Sachsen-Anhalt

Annaburg	Gräfenhainichen	Loitsche-Heinrichsberg	Salzwedel	Wanzleben-Börde
Beetzendorf	Gutenborn	Magdeburg	Sommersdorf	Wefensleben
Dessau-Roßlau	Harbke	Naumburg (Saale)	Stendal	Zielitz
Eisleben	Harzgerode	Oschersleben (Bode), Stadt	Südharz	
Erxleben	Ilseburg (Harz)	Quedlinburg	Tangerhütte	
Gleina	Kelbra (Kyffhäuser)	Rohrberg	Thale	

Schleswig-Holstein

Ahrensböck	Großbarkau	Marnerdeich	Rantzau	Timmendorfer Strand
Ahrensburg	Gudendorf	Mielkendorf	Reinsbüttel	Todendorf
Bösdorf	Hagen	Mustin	Rellingen	Tönning
Brodersby	Hammoor	Norddeich	Ritzerau	Traventhal
Brodersdorf	Hasloh	Norddorf auf Am-	Sankt Peter-Ording	Tröndel

		rum		
Dahme	Heidmühlen	Norderstedt	Saustrup	Uetersen
Eckernförde	Hemme	Nortorf	Schackendorf	Uphusum
Eggebek	Hillgroven	Nützen	Schafstedt	Vollerwiek
Engelbrechtsche Wildnis	Hohenwestedt	Oldsum	Schlesen	Wallsbüll
Fargau-Pratjau	Hohwacht (Ostsee)	Ottendorf	Schülp b. Nortorf	Wangels
Flensburg	Itzehoe	Pellworm	Seedorf	Weddelbrook
Fuhlenhagen	Kiel,	Plön	Seestermühe	Wees
Garding	Klamp	Pohnsdorf	Stapelfeld	Wesselburenerkoog
Glückstadt	Kükels	Pommerby	Steinbergkirche	Westerdeichstrich
Grömitz	Leezen	Pronstorf	Süderdeich	Winnemark
Groß Nordende	List	Quickborn	Süsel	Woltersdorf
Groß Wittensee	Löptin	Ramhusen	Tetenbüll	Wyk auf Föhr

Thüringen

Altenburg	Buttlar	Heukewalde	Neuengönna	Sonneberg
Apolda	Eisenach	Judenbach	Niederbösa	Spröttau
Arenshausen	Erfurt	Kefferhausen	Nordhausen	Südeichsfeld
Bad Berka	Frömmstedt	Kleinwelsbach	Oberhof	Treffurt
Bad Colberg-Helldburg	Glasehausen	Königsee-Rottenbach	Oberkatz	Triptis
Bad Frankenhausen	Gneus	Langenleuba-Niederhain	Oettern	Veilsdorf
Bad Langensalza	Graitschen b. Bürgel	Lederhose	Oettersdorf	Wolfsburg-Unkeroda
Bad Liebenstein	Großenehrich, Stadt	Leinatal	Ottendorf	Wundersleben
Bad Salzungen	Gumperda	Luisenthal	Rohrbach	Wurzbach
Berlingerode	Hainichen	Marth	Römhild	Wutha-Farnroda
Bischofrod	Helmsdorf	Meiningen	Schleusegrund	
Bodelwitz	Herrmsdorf	Mühlhausen/Th.	Schleusingen	
Breitungen/Werra	Herrnschwende	Nesse-Apfelstädt	Schwaara	