



ÖKONOMISCHE EFFEKTE DURCH DIE STADTHALLE SCHWEINFURT

Auftraggeber: Kolping-Stiftung Schweinfurt

München, 17. April 2026

Inhalt

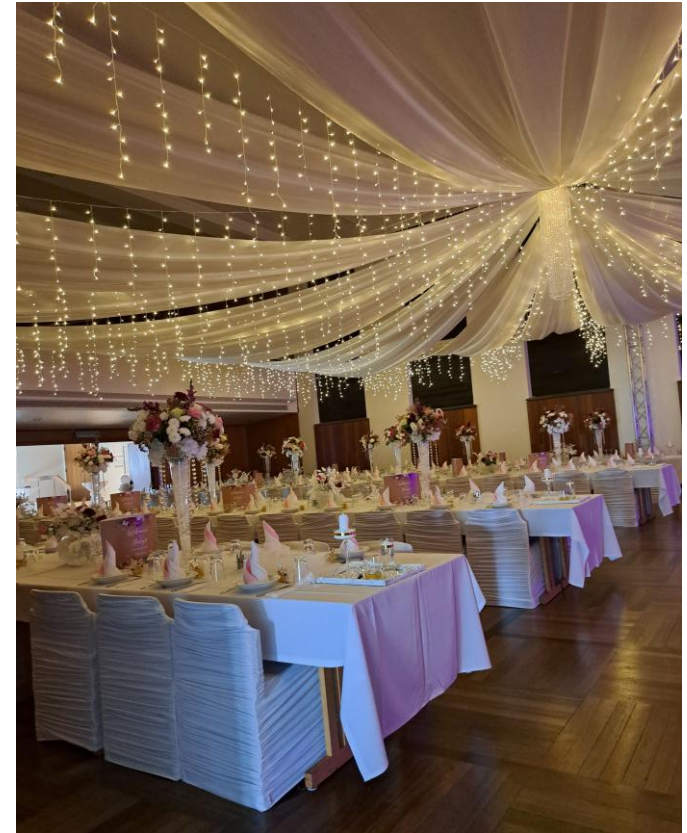
ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE	3	DEFINITIONEN UND METHODIK	32
WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE DURCH DIE STADTHALLE SCHWEINFURT	5	Definition und Quantifizierung Übernachtungstourismus	33
Effekte durch den fortlaufenden Betrieb der Stadthalle Schweinfurt	7	Ausgabeverhalten der Gäste	35
Effekte durch die Ausgaben der Besucher*innen außerhalb der Stadthalle	12	Berechnungsweg	36
Kumulierte Gesamteffekte durch die Ausgaben innerhalb & außerhalb der Stadthalle	20	GLOSSAR UND QUELLEN	43
FAZIT	27		
IMMATERIELLE EFFEKTE DURCH DIE STADTHALLE	29		

Ausgangssituation

Die Stadthalle Schweinfurt gilt als Gemeinschaftsort, kultureller Magnet und wichtiger Veranstaltungsstandort für die Stadt und die Region. Sie wird für ein breites Spektrum an Formaten genutzt, darunter Konzerte, Tagungen, Seminare, Kongresse, Bälle, Vorträge, Messen, Produktpräsentationen und private Feierlichkeiten. Im Jahr 2025 wurden rund 60 Veranstaltungen in der Stadthalle Schweinfurt durchgeführt. Seit 2018 wird die Stadthalle von der Kolping-Schweinfurt-Service GmbH betrieben, nachdem die Stadt Schweinfurt einen neuen Träger für den traditionsreichen Veranstaltungsort suchte.

Im Jahr 2025 besuchten rund 31.700 Menschen die Stadthalle Schweinfurt. Davon sind etwa 29.000 Besuche dem touristischen oder freizeitbezogenen Bereich zuzuordnen. Damit unterstreicht die Stadthalle ihre Bedeutung nicht nur als kultureller Treffpunkt, sondern auch als frequenzbringender Standort mit Ausstrahlung über die Stadtgrenzen hinaus.

Die Kolping-Schweinfurt-Service GmbH hat die dwif-Consulting GmbH beauftragt, eine umfassende Analyse der ökonomischen Auswirkungen der Stadthalle Schweinfurt zu erstellen, in der die Umsatz-, Einkommens- und Wertschöpfungseffekte herausgestellt werden sowie Arbeitsplatz- und Steuereffekte ermittelt werden.



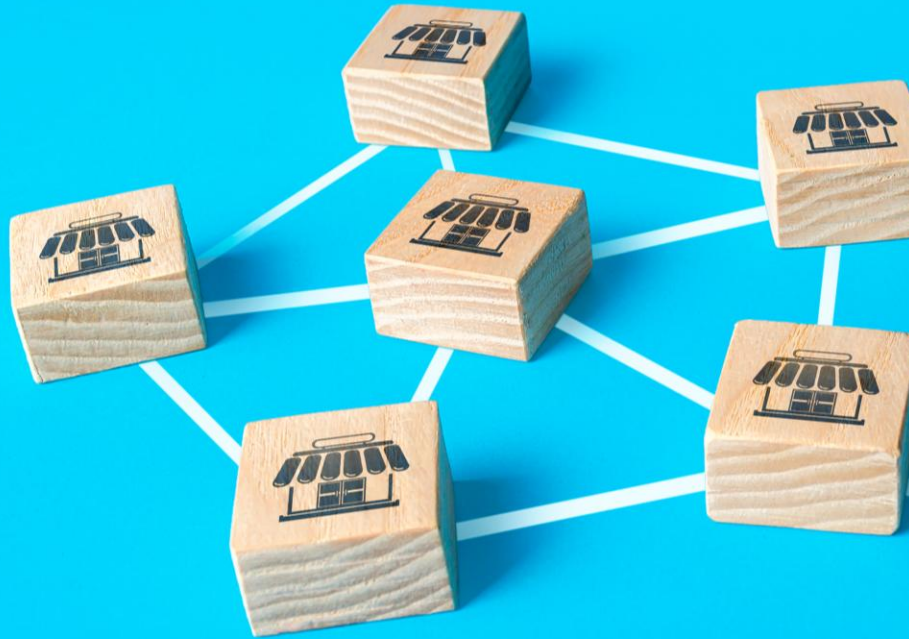
Zielsetzung und Vorgehensweise



Für die Stadthalle Schweinfurt sollen die Umsatz-, Einkommens- und Arbeitsplatzeffekte ermittelt werden.

Dabei muss zwischen zwei Effekten unterschieden werden:

- Zum einen entstehen direkt durch den fortlaufenden Betrieb der Stadthalle in Schweinfurt Umsatz-, Einkommens- und Arbeitsplatzeffekte. Diese werden auf Basis der Jahresabschlüsse und der Gewinn- und Verlustrechnungen abgeleitet.
- Zum anderen tätigen die Besucher der Stadthalle auch außerhalb dieser Ausgaben. Hierfür wird die Besucherstruktur auf Basis von Abstimmungen mit dem Auftraggeber und die Ausgabenwerte der Gäste durch Spezialauswertungen der dwif-internen Grundlagenstudien berechnet.



Die Stadthalle
erzeugt
Wertschöpfungseffekte nicht nur
durch den
Betrieb, sondern
auch durch die
Ausgaben der Gäste
außerhalb der
Einrichtung.

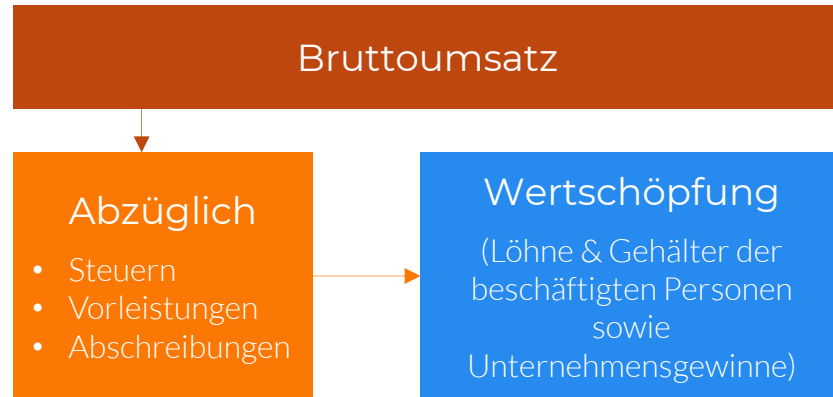
Bruttoumsatz | Wertschöpfung

Die Wertschöpfung ist die zentrale betriebs- und volkswirtschaftliche Kennzahl, weil sie den tatsächlich geschaffenen ökonomischen Mehrwert zeigt – also was ein Unternehmen oder eine Volkswirtschaft nach Abzug aller Vorleistungen und Kosten effektiv erwirtschaftet.

Entsprechend wird in den Studien des dwif neben der Darstellung des Bruttoumsatzes und den Ausgaben vor Ort – ganz im Sinne der Vorgaben der Bilanzerstellung und volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Bundes und der Länder – stets auch der Betrag ermittelt, welcher nach Abzug aller Kosten übrig bleibt: die Wertschöpfung. Im Sinne der in dieser Untersuchung durchgeführten Berechnungen definieren wir die Wertschöpfung als Nettowertschöpfung. Diese ist gleichzusetzen mit den Löhnen und Gehältern der in den relevanten Betrieben beschäftigten Personen und den Gewinnen der relevanten Unternehmen.

Die Wertschöpfungsquote ist hierbei der Anteil des Nettoumsatzes in Prozent, der direkt zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen – also zu Einkommen bzw. (Netto-) Wertschöpfung – wird.

Zur einfacheren Lesbarkeit werden die Werte gerundet. Hierbei sind Rundungsdifferenzen möglich.





EFFEKTE DURCH DEN BETRIEB DER STADTHALLE SCHWEINFURT

Umsätze und Wertschöpfungsquote

BETRIEB/GESELLSCHAFT	UMSATZERLÖSE & SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE	MISCHSTEUERSATZ ¹	NETTOUMSATZ
Kolping-Schweinfurt-Service GmbH	Umsatzerlöse: 235.000 €	9,8%	214.000 €

WERTSCHÖPFUNGSQUOTE 60,4%

¹ Gerundete Werte – Mischsteuersatz beruht auf Gewichtung der Umsätze mit entsprechenden Steuersätzen (z. B. Umsatz aus Verpachtung und Vermarktung vorwiegend 19%, etc.). Der Mischsteuersatz von 9,8% resultiert somit aus unterschiedlichen Gewichtungen.

Ableitung des direkten und indirekten Einkommens aus dem Tourismus



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

Beschäftigungseffekte durch den fortlaufenden Betrieb



DIREKT BESCHÄFTIGTE AUS PERSONALSTELLENPLAN
&
BEZIEHER EINES
Ø-PRIMÄREINKOMMENS (INDIREKTE EFFEKTE)

2 VOLLZEITÄQUIVALENTE (DIREKT
ANGESTELLT)

1 PERSONEN (INDIREKT)

Σ 3 PERSONEN

INDIREKTES EINKOMMEN AUS DEM FORTLAUFENDEN BETRIEB
25.000 €

Ø-PRIMÄREINKOMMEN PRO KOPF
30.490,- €¹

Die Beschäftigungseffekte werden durch die vorliegenden konkreten Mitarbeiterzahlen der Stadthalle Schweinfurt sowie durch eine Hilfsrechnung bezogen auf die indirekt zurechenbaren Effekte ermittelt.

In der Stadthalle Schweinfurt sind rund 2 VZÄ² angestellt. Zusätzlich kann durch den indirekten Einkommensbeitrag von rund 25.000 € ein Äquivalent von 1 Person durch die Lieferungen von Waren und Dienstleistungen beschäftigt werden.

- 1 Wert für die kreisfreie Stadt Schweinfurt 2023, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2023, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Fellbach 2026.
- 2 Vollzeitäquivalente



Das dwif hat bereits zahlreiche Studien zur Berechnung von ökonomischen Effekten durch Freizeitbetriebe und Veranstaltungen durchgeführt. Unter anderem wurden hierfür die **IST-Zahlen aus den Lieferantensaldenlisten geographisch verortet**. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass **ein Großteil der Vorleistungen aus der jeweiligen Region** stammen.

Aufgrund der vorhandenen Angebotsstruktur in Schweinfurt (z. B. hoher Anteil von Saalvermietungen, Gastronomiedienstleistungen etc.) verorten wir den **Anteil der aus Schweinfurt und Umgebung erbrachten Vorleistungen tendenziell im mittleren bis oberen Feld der Bandbreite von 50-80%**.

DWIF-ERFAHRUNGSWERT: RUND 50-80% DER VORLEISTUNGS-UMSÄTZE VERBLEIBEN INNERHALB DER REGION



EFFEKTE DURCH AUSGABEN DER GÄSTE DER STADTHALLE SCHWEINFURT

Gästezahlen und Gästestruktur (gerundete Werte)

VERANSTALTUNGSGÄSTE

31.750

Gäste haben Stadthalle Schweinfurt 2025 besucht, davon 29.000 im touristischen/freizeitlichen Kontext.

Weitere rund 2.750 Personen haben die Stadthalle im Rahmen weiterer, nicht touristischen/freizeitlichen Formate z. B. für Prüfungsleistungen oder Vereidigungen besucht.

GÄSTETYP	ANTEIL ¹	PERSONEN
Übernachtungsgäste	8,0 %	2.320
Tagesgäste	76,0 %	19.430
Einheimische	25,0 %	7.250
GESAMT		29.000

¹ Die Gästestruktur wurde über die Veranstaltungsstruktur 2025 sowie zusätzliche Einschätzungen der Kolping-Schweinfurt-Service GmbH ermittelt.

Quelle: dwif 2026, Zulieferungen Kolping-Schweinfurt-Service GmbH

Prämissen für die Berechnungen der Gesamteffekte der Ausstellung

DURCHSCHNITTLLICHE TAGESAUSGABEN

Grundlage für die Berechnungen bilden die Aufenthaltstage. Die Gesamtaufenthaltstage (29.000) werden unterteilt in Aufenthaltstage der Übernachtungsgäste (2.320), Aufenthaltstage von Tagesgästen (19.430) und Aufenthaltstage von Stadtbewohner*innen (7.250). Die im Rahmen der Quantifizierung ermittelten Ausgabenwerte stellen die Gesamtausgaben pro Tag und Besucher*in dar. Zur Ermittlung der Effekte außerhalb der Stadthalle Schweinfurt wurden die Ausgabenwerte innerhalb um die getätigten Ausgaben in der Stadt für weitere Aktivitäten, Übernachtungen etc. erweitert.

BERECHNUNG DER AUSGABENWERTE

Die ermittelten Ausgabenwerte stellen die Gesamtausgaben pro Tag und Besucher*in dar. Die angegebenen Werte

beinhalten alle Ausgaben der Gäste der Stadthalle, welche während des Aufenthalts anfallen (Unterkunft, Einzelhandel u.v.m.). Die dargestellten Ausgaben sind sowohl ortspezifisch (Stadt Schweinfurt) als auch motivspezifisch (Veranstaltungsbesuch) ermittelt worden.

Neben der spezifischen Verteilung der Übernachtungen nach Betriebstyp ist die regionalspezifische Preisentwicklung ein wichtiger Bestandteil der Ermittlung der von Übernachtungsgästen getätigten Ausgaben. Das Ausgabeverhalten der Tagesgäste erfordert ebenfalls umfangreiche Primärerhebungen.

Neben der ortspezifischen Quantifizierung der Ausgaben erfolgen zusätzlich motivspezifische Auswertungen und Untersuchungen zum Ausgabeverhalten von Tages- und Übernachtungsgästen mit Besuchsmotiv „Besuch von Veranstaltungen“.

Zusätzlich¹ zu den
Tagesausgaben pro
Person kommen die
Ausgaben für die
Veranstaltungstickets.

18,00 €² werden dafür
durchschnittlich
zusätzlich pro Gast
ausgegeben.

¹Aus betriebswirtschaftlicher Sicht zählen die Ticketausgaben nicht zu den internen Effekten. Ebenso zählen die Veranstaltungstickets nicht zu den Ausgaben außerhalb der Stadthalle, da der Ticketkauf in der Regel vor dem Besuch getätigt wird und die Erlöse daraus zu größten Teilen außerhalb Schweinfurts wirksam werden.

² Durschnitt der zahlungspflichtigen & kostenfreien Veranstaltungen. Betrachtet man lediglich kostenpflichtigen Veranstaltungen liegen die Ausgaben bei rund 29,00 €.



Umsätze außerhalb der Stadthalle nach Besuchergruppen

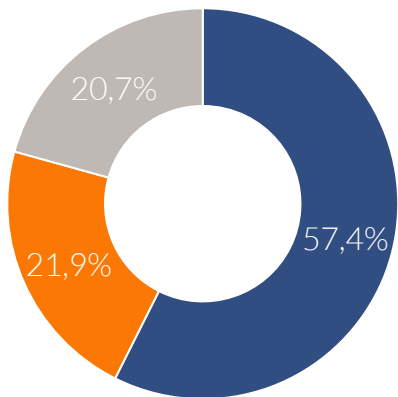
MARKTSEGMENT	BESUCHER*INNEN	x	Ø-TAGES-AUSGABEN ¹	=	BRUTTO-UMSATZ ²
 Übernachtungsgäste ³	2.320	x	150, ⁵⁰ €	=	349.000 €
 Tagesreisende	19.430	x	37, ⁶⁰ €	=	730.000 €
 Stadtbewohner*innen	7.250	x	21, ²⁰ €	=	153.000 €
GESAMT	29.000				1.232.000 €

¹ Um die Ausgaben „innerhalb der Stadthalle“ bereinigte Werte. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.

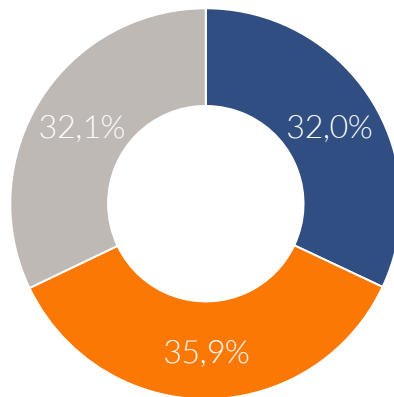
² gerundete Werte

³ Übernachtungsgäste in gewerblichen Betrieben und in Privatquartieren. Übernachtungen bei Bekannten und Verwandten (VFR) sind hierbei nicht berücksichtigt.

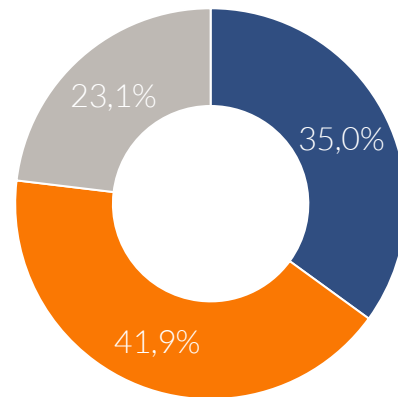
Direkte Profiteure von den Ausgaben der Besucher*innen



Übernachtungsgäste
349.000 €

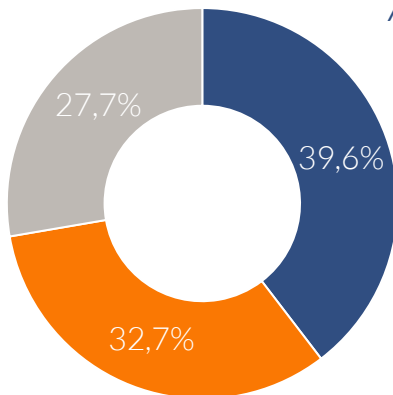


Tagesreisende
730.000 €



Einheimische
153.000 €

GESAMT
1.232.000 €



Gastgewerbe 488.000 €

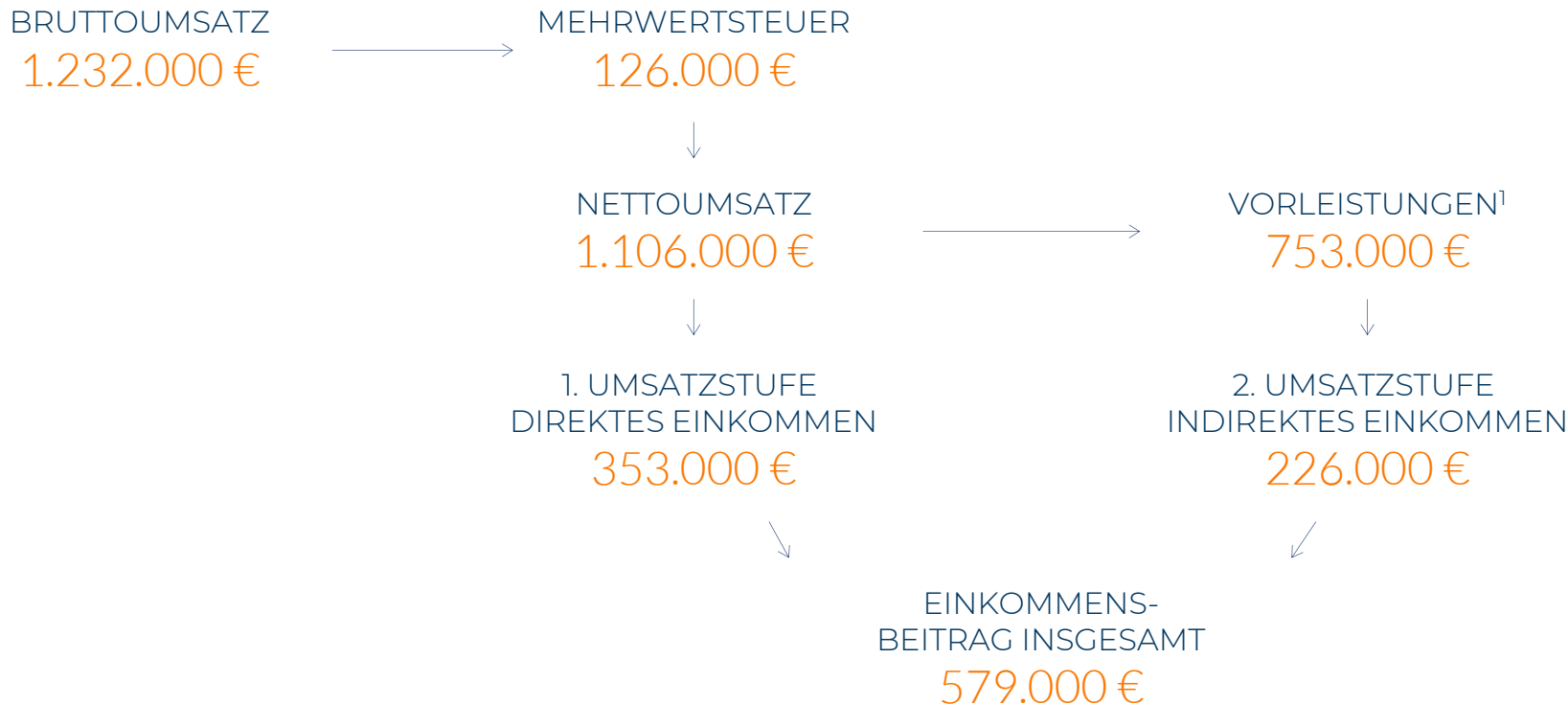


Einzelhandel 403.000 €



Dienstleistungen 342.000 €

Wertschöpfungseffekte durch die Ausgaben der Besucher*innen



¹ Woher die Vorleistungen bezogen wurden, konnte durch die Auswertung der Lieferantensaldenlisten ermittelt werden.

Beschäftigungseffekte durch die Ausgaben der Besucher*innen



BEZIEHER*INNEN EINES
Ø-PRIMÄREINKOMMENS

19 PERSONEN

EINKOMMEN
579.000 €

Ø-PRIMÄREINKOMMEN PRO KOPF
30.490,- €¹

Der Einkommensbeitrag von 579.000 € entspricht einem Äquivalent von rund 19 Personen, die durch die Ausgaben der Besucher*innen außerhalb der Stadthalle ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 30.490,- €) pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch die Effekte der Stadthalle Schweinfurt tatsächlich beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig von Ausgaben in Tourismus und Freizeit leben (Verkäufer*innen im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Touristen etc.).

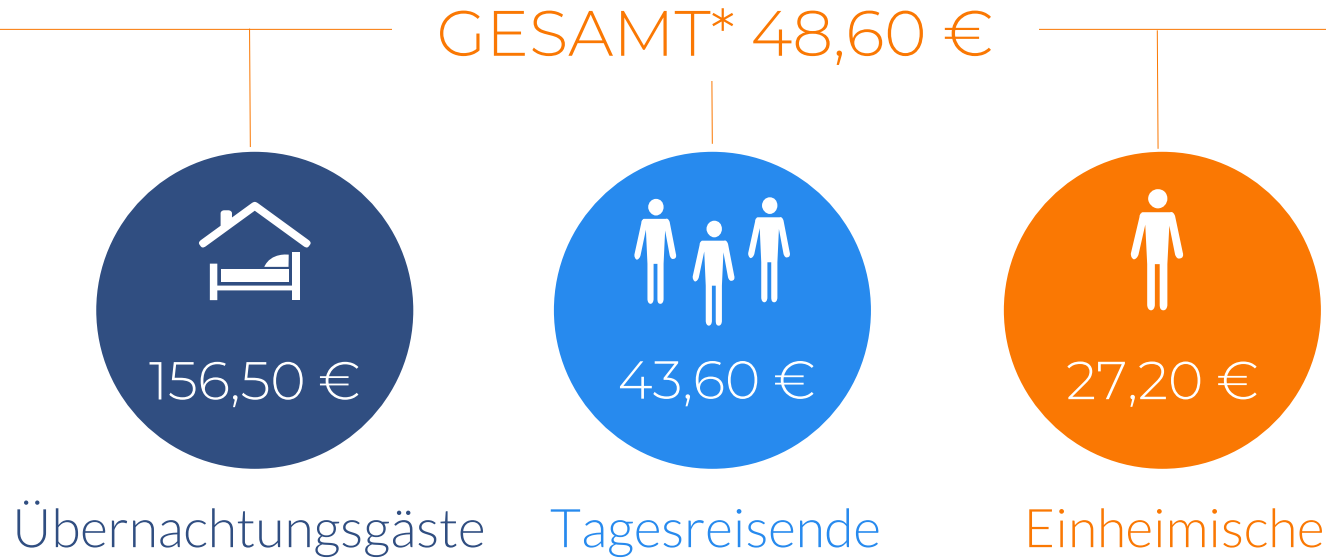
¹ Wert für die kreisfreie Stadt Schweinfurt 2023, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2023, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Fellbach 2026.



KUMULIERTE GESAMTEFFEKTE INNERHALB UND AUßERHALB DER STADTHALLE SCHWEINFURT

Gesamtausgaben pro Besucher der Stadthalle Schweinfurt

Durchschnittliche Ausgaben pro Tag in und außerhalb der Stadthalle Schweinfurt

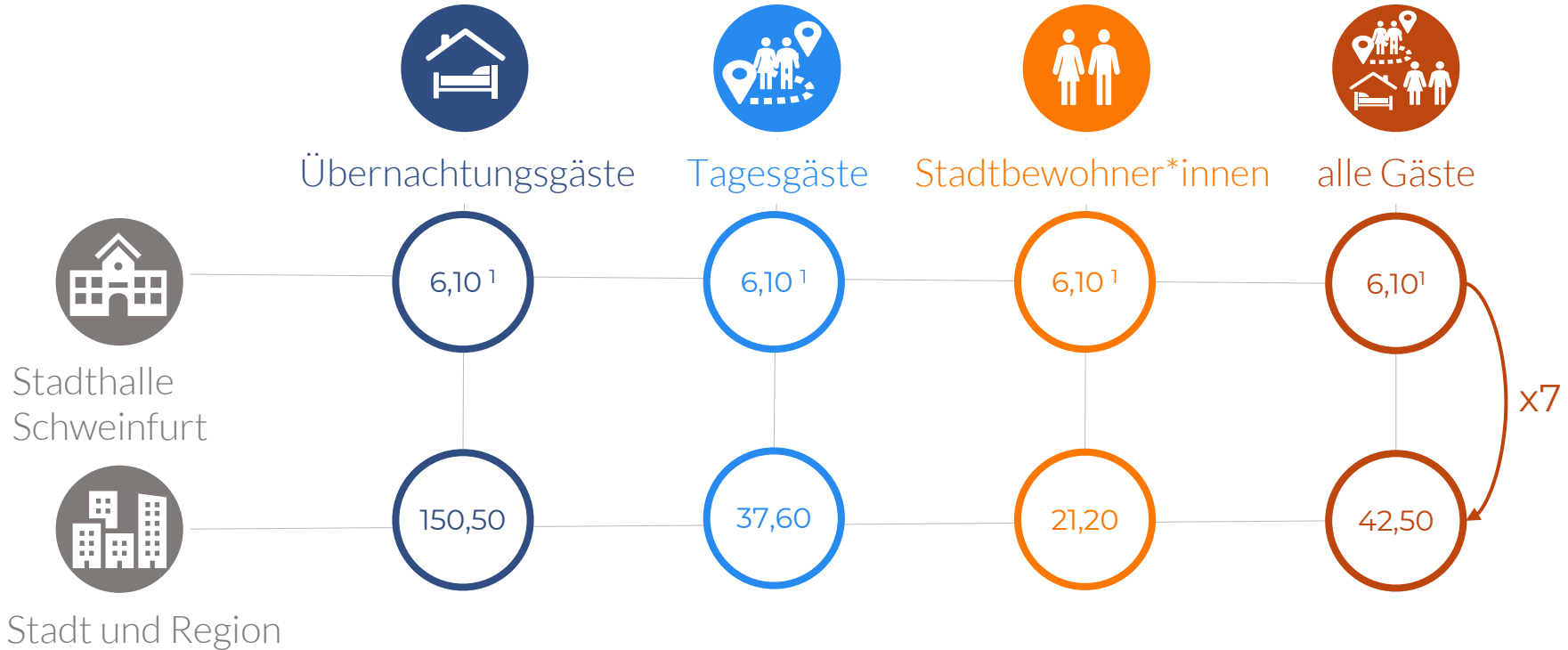


**gewichtete durchschnittliche Ausgaben pro Besucher unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Gäste (Übernachtungsgäste und Tagesreisende)*

Quelle: dwif 2026

Die Stadthalle bewirkt Multiplikatoreffekte

Durchschnittliche Brutto-Ausgaben pro Tag inner¹- und außerhalb der Stadthalle in Euro



1.232.000 € Umsatz
außerhalb der
Stadthalle:
Für jeden Euro, der
innerhalb der
Stadthalle
ausgegeben wird,
werden außerhalb
7,00 € zusätzlich
ausgegeben.



Kumulierte Beschäftigungseffekte durch die Besucher*innen



DIREKT BESCHÄFTIGTE AUS PERSONALSTELLENPLAN
&
BEZIEHER*INNEN EINES
Ø-PRIMÄREINKOMMENS (DIREKTE & INDIREKTE EFFEKTE)

3 PERSONEN (FORTLAUFENDER BETRIEB)

19 PERSONEN (AUßERHALB)

Σ 22 PERSONEN

EINKOMMEN INSGESAMT
733.000 €

Ø-PRIMÄREINKOMMEN PRO KOPF
30.490,- €¹

Für die Gesamtbetrachtung werden die Beschäftigungseffekte, die durch die Ausgaben **innerhalb und außerhalb** entstehen, kumuliert.

Die vorliegenden Mitarbeiter*innenzahlen der Stadthalle sowie die durch die innerhalb der Stadthalle getätigten Ausgaben ermittelten Beschäftigten betragen zusammen rund 3 Personen. Der durch die außerhalb der Stadthalle getätigten Ausgaben ermittelte Einkommensbeitrag entspricht einem Äquivalent von rund 19 Personen.

In der Summe könnten 22 Personen durch die die Stadthalle Schweinfurt beschäftigt werden, davon 19 durch Lieferungen von Waren und Dienstleistungen, die ein durchschnittliches Primäreinkommen (=30.490,- €) pro Kopf und Jahr beziehen, und 3 Personen, die direkt bei der Stadthalle Schweinfurt angestellt sind.

¹ Wert für die kreisfreie Stadt Schweinfurt 2023, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2023, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Fellbach 2026.

22 Personen*

Ein Großteil der
Arbeitsplatzeffekte
entstehen durch die
Ausgaben außerhalb
der Stadthalle!

**Mitarbeiter*innen und Bezieher*innen eines Primäreinkommens*

Quelle: dwif 2021



Bild: Freepik

Gesamteffekte durch die Stadthalle Schweinfurt

	Innerhalb	Außerhalb	Gesamt
Bruttoumsatz	235.000	1.232.000	1.467.000
Nettoumsatz	214.000	1.106.000	1.320.000
Vorleistungen	84.000	753.000	837.000
Anteil der Vorleistungen, die in der Region verbleiben	rund 50-80% der Vorleistungen verbleiben innerhalb der Region		
Gewichteter durchschnittlicher Ausgabenwert pro Person und Tag	6,10 €	42,50 €	48,60 €
Direkte und indirekte Einkommen (kumuliert)	154.000 €	579.000 €	733.000 €
Mitarbeiter*innen und Bezieher*innen eines Primäreinkommens	3	19	22



FAZIT

Welche Effekte bewirkt die Stadthalle Schweinfurt?

KEY FACTS AUF EINEN BLICK



Die Stadthalle Schweinfurt zählte 2025 rund **31.750 Besuche**, davon ca. **29.000 Besuche im Freizeit-Kontext**, die auf **2.320 Übernachtungsgäste**, **19.430 Tagesgäste** und **7.250 einheimische Gäste** entfallen.



Pro Besuchstag geben die **Übernachtungsgäste** insgesamt **156,50 €** (brutto) aus, die **Tagesgäste** **43,60 €** und die **einheimischen Gäste** aus Schweinfurt im Schnitt **27,20 €**.



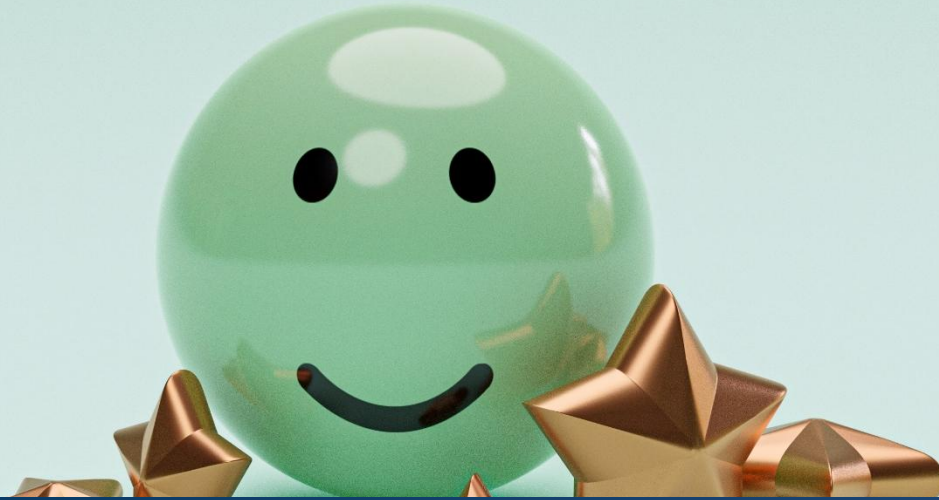
Über alle Zielgruppen hinweg betragen die **Gesamtausgaben pro Besuch** rund **6,10 €**. Für jeden Euro, der durch den Besuch der Stadthalle umgesetzt wird, werden **außerhalb rund 7,00 € zusätzlich** ausgegeben. Daraus folgt, dass ein großer Anteil der Effekte bei Betrieben und Lieferanten außerhalb der Stadthalle entstehen.



Der aus dem fortlaufenden Betrieb der Stadthalle resultierende **Bruttoumsatz** beträgt **235.000 €** und der aus den Ausgaben der Stadthallen-Gäste resultierende **Bruttoumsatz** beträgt rund **1.232.000 €**.

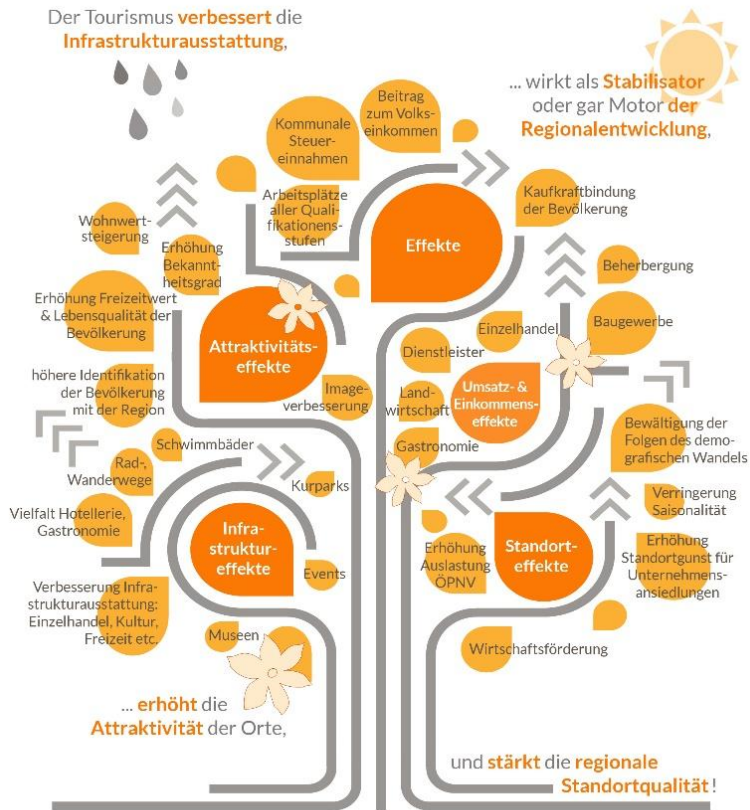


Die durch die vorliegenden Mitarbeiter*innenzahlen der Stadthalle sowie die innerhalb der Stadthalle getätigten Ausgaben ermittelten Beschäftigten liegt bei 2 Vollzeitäquivalenten und 1 Einkommensäquivalent. Das Einkommensäquivalent durch die Ausgaben der Stadthallen-Gäste beträgt 19 Personen. **Insgesamt können durch die Stadthalle Schweinfurt 22 Personen ein durchschnittliches Primäreinkommen beziehen.**



IMMATERIELLE EFFEKTE DURCH DIE STADTHALLE SCHWEINFURT

Die Stadthalle trägt zur Verbesserung der Standortqualität bei



Neben den quantifizierbaren Zahlen zu den regionalökonomischen Effekten gibt es eine ganze Reihe **immaterieller Faktoren**, die sich positiv auf die Stadt Schweinfurt und die Region auswirken. Kultur- und Freizeitstätten stellen gleichzeitig auch touristische Destinationen dar. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistung oder Zuliefernde wie regionale Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt **kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht von touristischen Einrichtungen** profitiert. Neben den monetären Effekten trägt die **Stadthalle Schweinfurt** als Teil der Angebotsinfrastruktur zur **Verbesserung der Standortqualität** bei:

- Durch die vorhandene Angebotsstruktur steigt der (kulturelle und wissenschaftliche) Freizeitwert Schweinfurts und die Lebensqualität der Einwohner*innen.
- Der Stadthalle Schweinfurt trägt damit wesentlich zur Imagebildung und zum Marketing der Stadt bei.
- Als Leuchtturm-Einrichtung kann die Stadthalle zudem zu einer höheren Identifikation der Bevölkerung mit der Stadt beitragen.
- Darüber kann der zu einer Erhöhung der Standortgunst für weitere, eng verflochtene Unternehmen beitragen.
- Touristische und kulturelle Einrichtungen sorgen zudem punktuell für eine bessere Auslastung der ÖPNV-Angebote.

Immaterielle Effekte von Freizeit- und Kulturveranstaltungen



Attraktivitätseffekte:
Steigerung Freizeitwert &
Lebensqualität für
Einwohner*innen



Identifikation mit der
Region, Imageeffekte &
Steigerung der
Bekanntheit



Positionierungskriterium
& höhere Wahrnehmung
der Region/des Orts im
touristischen Kontext



Ansiedlung von Fach-
kräften, da Freizeit-
angebot Kriterium bei
Wahl des Wohnsitzes ist



Vernetzungseffekte von
Unternehmen durch
Umsatzverflechtungen
und Querverbindungen



Cross-Innovationen durch
Zusammenarbeit
mehrerer Stakeholder
verschiedener Branchen



DEFINITIONEN UND METHODIK

Definition Tourismus

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) werden unter Tourismus

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



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

TAGESAUSFLUG

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

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

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

TAGESGESCHÄFTSREISE

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

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

Ausgabeverhalten der Gäste

AUSGABEN ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

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

Dabei wird eine Differenzierung nach Preiskategorien für die genutzten Unterkunftsformen vorgenommen. Hierbei nutzen wir verschiedene Datenbanken und Ergebnisse aus eigenen Grundlagenuntersuchungen.

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

Folgende Aspekte sind in der vorliegenden Untersuchung nicht berücksichtigt:

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

AUSGABEN TAGESGÄSTE/EINHEIMISCHE

Eine unreflektierte Übernahme veröffentlichter Ausgabenwerte für übergeordnete Regionen würde zu falschen Ergebnissen führen. Ausgangspunkte für die individuellen Berechnungen von uns für das Zielgebiet sind u. a.:

- dwif-Tagesreisenmonitor: Exklusive und kontinuierliche Primärerhebung von uns zum Tagestourismus in Deutschland seit 2016
- ortsspezifische Analysen der relevanten Freizeitangebote (z. B. Eintrittspreise, Fahrpreise)
- Plausibilitätstests u. a. anhand von Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik

BERECHNUNGSWEG DER EINKOMMENSEFFEKTE DURCH DIE AUSGABEN DER BESUCHER*INNEN INNERHALB DER STADTHALLE SCHWEINFURT



Berechnungsweg für die Effekte innerhalb der Stadthalle Schweinfurt

1

BRUTTOUMSÄTZE (INKL. MWST.): $\text{NETTOUMSATZ} \times \text{MISCHSTEUERSATZ} = \text{BRUTTOUMSATZ}$

Basierend auf den zugelieferten Nettoumsätzen werden mit Hilfe eines Mischsteuersatzes die Bruttoumsätze ermittelt. Im Mischsteuersatz werden die unterschiedlichen, je nach Umsatzart anzuwendenden, Mehrwertsteuersätze berücksichtigt.

2

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ERSTEN UMSATZSTUFE (EW 1):

$\text{NETTOUMSATZ} \times \text{WERTSCHÖPFUNGSQUOTE} = \text{EW 1}$

Die Wertschöpfungsquote gibt den Anteil des Nettoumsatzes an, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen – also zu Einkommen – wird (= direkter Einkommenseffekt). Der verbleibende Rest wird von den profitierenden Unternehmen für Vorleistungen aufgewendet. Für die Berechnung verwenden wir die Daten aus dem Jahresabschluss oder (bei geplanten Projekten) aus dem Business Plan.

3

VORLEISTUNGEN:

$\text{NETTOUMSATZ} - \text{EW 1} = \text{VORLEISTUNGEN}$

Die zweite Umsatzstufe umfasst die Umsätze mit den Vorleistungslieferanten sowie die Abschreibungen. Diese stellen aus Sicht der ökonomischen Effekte periodenfremde Vorleistungen dar. Da die Anfangsinvestitionen bereits unter den einmaligen Effekten berücksichtigt sind, werden die Abschreibungen von den Vorleistungszahlungen abgezogen.

Berechnungsweg für die Effekte innerhalb der Stadthalle Schweinfurt

4

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ZWEITEN UMSATZSTUFE (EW 2):

$(\text{NETTOUMSATZ} - \text{EW 1}) \times \text{WERTSCHÖPFUNGSQUOTE} = \text{EW 2}$

Die Einkommenswirkungen der Vorleistungslieferanten (Nettoumsatz – EW 1) werden mit Hilfe von individuellen, branchenspezifischen Wertschöpfungsquoten ermittelt (= indirekte Einkommenseffekte). Damit wird der Teil der Vorleistungen dargestellt, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Der verbleibende Rest wird von den profitierenden Unternehmen für Vorleistungen aufgewendet.

5

EINKOMMENSBEITRAG: $(\text{EW 1} + \text{EW 2})$:

Die Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen werden summiert.

BESCHÄFTIGUNGSWIRKUNG:

$(\text{EW 1} + \text{EW 2}) : \text{PRIMÄREINKOMMEN PRO KOPF} = \text{EINKOMMENSÄQUIVALENT}$

6

Durch Division des nominalen Einkommensbeitrages durch das von der amtlichen Statistik für das Untersuchungsgebiet ausgewiesene „durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf und Jahr“ lässt sich die Anzahl der Personen (= Einkommensäquivalent) errechnen, die – zusätzlich zu den Angestellten der Stadthalle Schweinfurt – durch die Besucher*innen der Stadthalle in Schweinfurt ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten. Die tatsächliche Zahl der anteilig oder voll von den Effekten abhängigen Arbeitsplätze ist in der Regel wegen hoher Anteile von Saison- und Teilzeitbeschäftigten deutlich höher, kann jedoch nur über aufwendige Primärerhebungen ermittelt werden.

BERECHNUNGSWEG DER EINKOMMENSEFFEKTE DURCH DIE AUSGABEN DER BESUCHER*INNEN AUßERHALB DER STADTHALLE SCHWEINFURT



Berechnungsweg für die Effekte außerhalb der Stadthalle Schweinfurt

1

BRUTTOUMSÄTZE (INKL. MWST.): $NACHFRAGEUMFANG \times TAGESAUSGABEN = BRUTTOUMSATZ$

Die Umsätze werden differenziert nach Besuchergruppen (Übernachtungsgäste, Einheimische, Tagesgäste etc.) sowie profitierenden Branchen (Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister) dargestellt.

NETTOUMSÄTZE (EXKL. MWST.):

$BRUTTOUMSATZ - MEHRWERTSTEUER = NETTOUMSATZ$

2

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

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ERSTEN UMSATZSTUFE (EW 1):

$NETTOUMSATZ \times WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 1$

3

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

4

EINKOMMENSWIRKUNGEN DER ZWEITEN UMSATZSTUFE (EW 2):

$(\text{NETTOUMSATZ} - \text{EW 1}) \times \text{WERTSCHÖPFUNGSQUOTE} = \text{EW 2}$

Bei der zweiten Umsatzstufe werden alle Einkommenswirkungen bei den Vorleistungslieferanten (Nettoumsatz – EW 1) dargestellt, die zur Aufrechterhaltung der Dienstleistungsqualität benötigt werden (= indirekte Einkommenseffekte).

Hierunter fallen u. a.

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

5

EINKOMMENSBEITRAG: $(\text{EW 1} + \text{EW 2})$:

Die Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen werden summiert.

Berechnungsweg für die Effekte außerhalb Stadthalle Schweinfurt

6

BESCHÄFTIGUNGSWIRKUNG:

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

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

7

STEUEREFFEKTE AUS DEN UMSÄTZEN

Das aus den Effekten der Stadthalle resultierende Steueraufkommen setzt sich in erster Linie aus Umsatz- (= MwSt.) und Einkommensteuer zusammen. Beide sind als Gemeinschaftssteuern an den Fiskus abzuführen. Sie fließen über den Länder- und kommunalen Finanzausgleich anteilig Bund, Ländern und Kommunen zu. Hinzu kommen kommunale Steuern (z. B. Gewerbe- und Grundsteuer). Ohne aufwendige Primärerhebungen sind die den einzelnen Gebietskörperschaften zufließenden Steuereinnahmen jedoch nicht im Detail zu ermitteln.



GLOSSAR UND QUELLEN

AUFENTHALTSTAG

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

AUSGABENSTRUKTUR

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

BRUTTOUMSATZ

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

DIENTSTLEISTUNGEN, SONSTIGE

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

EINKOMMENSEFFEKTE, DIREKT

Lassen sich aus der Ausgabenstruktur der Gäste ableiten. Nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz ergibt sich der Nettoumsatz für die einzelnen Ausgabearten. Aus der Multiplikation des Nettoumsatzes der einzelnen Branchen mit den jeweiligen Wertschöpfungsquoten dieser Branchen ergeben sich die direkten Einkommenseffekte. Dies entspricht der Wertschöpfung auf der ersten Umsatzstufe.

EINKOMMENSEFFEKTE, INDIRECT

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 Gaststätten-gewerbe. In der vorliegenden Studie ist die Definition jedoch nicht deckungsgleich zur Umsatzsteuerstatistik (WZ-Code 55/56), da dort beispielsweise jene Ausgaben nicht erfasst werden, die von Gästen für Übernachtungen in privaten Ferienwohnungen/Quartieren, Sanatorien oder beim Dauercamping getätigt werden.

Diese sind entweder anderen WZ-Codes zugeordnet oder überhaupt nicht umsatzsteuerlich erfasst, da sie unterhalb der Steuerfreigrenze bleiben. Bei den Gastronomieumsätzen gibt es ebenso Abweichungen, da Umsätze von Gästen auch in Kiosken oder in Restaurants von Kaufhäusern, bei Bäckereien, Metzgereien, Tankstellen oder anderen Einzelhandelsgeschäften mit Gastronomieeinheiten getätigt werden. Seitens der Gäste werden diese als „Ausgaben für Verzehr von Speisen und Getränken“ betitelt und sind hier somit in den ausgewiesenen Werten der Gastronomie enthalten. Seitens der Umsatzsteuerstatistik werden diese aber in anderen Wirtschaftszweigen und nicht unter Gastgewerbe verbucht (z.B. gewisse Dienstleistungen bei WZ 86 Gesundheitsleistungen).

MISCHSTEUERSATZ

Beruhet auf der Gewichtung der Umsätze mit jeweils fixen Steuersätzen (z. B. Umsatz aus Gastronomie (Speisen) = 7%, Umsatz aus Gastronomie (Getränke) = 19%, Umsatz Verpachtung und Vermarktung = 19%, etc.).

NETTOUMSATZ

Ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz.

PRIMÄREINKOMMEN

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

TAGESAUSGABEN

Gesamtsumme der pro Person und Tag je Aufenthaltstag getätigten Ausgaben.

TAGESREISEN

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

UMSATZSTEUER (MEHRWERTSTEUER)

Steuer auf den Austausch von Leistungen. Belastet wird dabei der von den Unternehmen erwirtschaftete Mehrwert. Der Endverbraucher hat die Mehrwertsteuer in voller Höhe zu tragen. Je nach Ausgabenart gelten unterschiedliche Mehrwertsteuersätze.

Neben dem vollen Mehrwertsteuersatz (19 %), gibt es den ermäßigten Steuersatz (7 % u. a. für Beherbergungsleistungen, Lebensmittel, ÖPNV, Seilbahnen, Zeitungen) sowie eine Steuerbefreiung (0 % u. a. für Heilbehandlungen, Jugendherbergen, viele Privatquartiere, Mieten, Reha-Einrichtungen).

VORLEISTUNGEN

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

WERTSCHÖPFUNG (AUCH EINKOMMEN)

Im Sinne der in dieser Untersuchung durchgeführten Berechnungen gleichzusetzen mit den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und den Gewinnen der relevanten Unternehmen. Die Wertschöpfungsquote ist hierbei der Anteil des Nettoumsatzes in Prozent, der direkt zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen – also zu Einkommen – wird. Die Wertschöpfungsquoten basieren z. B. auf Betriebsvergleichen für unterschiedliche Branchen (z. B. dwif-Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie), amtlichen Statistiken, in denen Kostenstrukturen für verschiedene Wirtschaftszweige ausgewiesen werden, sowie Detailerhebungen für ausgewählte Verkehrsleistungen bzw. Infrastruktureinrichtungen, die u. a. auch aus Studien von uns abgeleitet werden.

Datenquellen

Wir recherchieren **alle extern verfügbaren Daten**, die für die Erstellung der Studie hilfreich sind. Dies umfasst u. a.:

- Sonderauswertungen (z. B. aus der amtlichen Beherbergungs- und Umsatzsteuerstatistik)
- Gemeindestatistiken (z. B. Bevölkerungs- und Haushaltszahlen)
- Daten aus den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Länder
- Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken der Auftraggeber*innen / Projektpartner*innen (z. B. Kataloge, Broschüren, Statistiken, Gästezahlen, Einschätzungen der Expert*innen vor Ort) sowie Gespräche mit sonstigen Leistungsträger*innen und Interessensvertreter*innen
- vorhandene Gutachten, Entwicklungskonzepte sowie weitere relevante Analysen
- Internetrecherchen

Wichtige Daten für die Berechnungen werden unseren **internen Datenbanken und Studien** entnommen:

- Untersuchungen zu den Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland
- Studien zu den Tagesreisen der Deutschen
- Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie
- Exklusive Datenbanken aller Hotelbetriebe in Deutschland (u. a. Kapazitäten, Preisstrukturen, Kettenhotellerie)
- Analysen zum Camping- und Privatquartiermarkt in Deutschland
- Segmentspezifische Untersuchungen
(z. B. Städtetourismus, Kulturtourismus, Radtourismus, Wandertourismus, Jugendherbergstourismus)

Quellenverzeichnis

dwif-interne Studien und Datenbanken

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

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 86, München 2022.

dwif (Hrsg.): Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 und 2024.

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

dwif (Hrsg.): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (ERV/DZT), München, , laufende Untersuchung und Erhebungen seit 2006.

dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, in: dwif-Schriftenreihe, Nr. 55, München 2013.

Quelle: dwif 2026

extern verfügbare Daten

Kolping-Schweinfurt-Service GmbH: Auskünfte, Datenmaterial, Bilder, Schweinfurt 2025.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2026.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2023, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Fellbach 2025.

World Tourism Organization (UN Tourism, bis 2024 UNWTO): Technical Manual No. 2, Collection of Tourism Expenditure Statistics, 1995.

AUFTRAGGEBER

Kolping-Schweinfurt-Service GmbH
Friedrich-Ebert-Str. 20
97421 Schweinfurt

PROJEKTBEARBEITUNG DWIF

Diana Pinnow, Senior Consultant Ökonomische Analysen
Moritz Sporer, Geschäftsführer und Geschäftsbereichsleiter
Ökonomische Analysen
Veronika Kraus, Junior Consultant Infrastrukturentwicklung &
Betriebsberatung

Berlin/München, 2026



WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten © 2026 dwif.

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