

01.05.2017

Eine ganze Region gewinnt

Wertschöpfungsstudie zeigt: Übernachtungen im privaten Bereich von erheblicher Bedeutung

Der Tourismus im Moselland ist ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor für die Region, von dem insbesondere Gastgewerbe, Einzelhandel und Dienstleistungswirtschaft profitieren. Das belegt die aktuelle regionalökonomische Wertschöpfungsstudie der Industrie- und Handelskammern Koblenz und Trier sowie der Mosellandtouristik GmbH. Die Ergebnisse wurden im Rahmen des gemeinsam mit der Regionalinitiative Mosel durchgeführten 11. Moselkongresses in Kröv präsentiert.

Nach der offiziellen Begrüßung der Gäste durch Staatssekretär Andy Becht, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau in Rheinland-Pfalz, und Landrat Gregor Eibes, Vorsitzender der Regionalinitiative Mosel, präsentierte Dr. Manfred Zeiner, DWIF e.V. & Consulting, die neuesten Zahlen und Fakten aus der Wertschöpfungsstudie. Erstmals wurde darin auch die Zahl der Übernachtungen von Gästen im privaten Bereich, also bei Freunden, Bekannten und Verwandten, erfasst. Das Ergebnis: Mit 2,13 Millionen Übernachtungen kommt diesem bisher nicht erfassten Marktsegment eine erhebliche Bedeutung zu.

Region profitiert erheblich von Übernachtungen im privaten Bereich

Die Gesamtzahl der Übernachtungen gegen Entgelt in allen Unterkunftsformen beläuft sich laut Studie auf rund acht Millionen Übernachtungen. Die Zahl der Übernachtungen liegt damit um etwa 800 000 höher als in der amtlichen Statistik angegeben. Grund dafür ist die Erfassung aller Übernachtungen, auch über die in den berichtspflichtigen Betrieben hinaus. „Von mehr als zehn Millionen Übernachtungen insgesamt profitiert die regionale Wirtschaft an der Mosel erheblich. Auch die Gäste im privaten Bereich tragen selbstverständlich dazu bei“, betont Christian Dübner, Tourismusreferent der IHK Koblenz. Der Tourismus sorge insbesondere in der ländlichen strukturierten Region dafür, dass die Einwohner ein ausreichendes Einkommen erzielen können. Im selben Zug gewinnt die Region an Attraktivität, beispielsweise durch eine bessere Versorgung.

Garant für Einkommenssicherung

Rund 22 780 Personen können ein durchschnittliches Primäreinkommen, das laut Angaben des Statistischen Landesamts bei rund 26 000 Euro pro Jahr liegt, aus dem Tourismus erzielen. Dies entspricht einem relativen Anteil an der Einkommensentstehung in Höhe von rund 7,5 Prozent und zeigt, dass der Tourismus ein ganz wesentlicher Garant für die Einkommenssicherung beziehungsweise die Sicherung von Arbeitsplätzen in der Region ist. Durch den Tourismus im Moselland wird ein jährlicher Bruttoumsatz von etwa 1,26 Milliarden Euro erwirtschaftet. Davon entfallen 47 Prozent auf das Gastgewerbe mit den Beherbergungs- und Verpflegungsleistungen, 32 Prozent auf den Einzelhandel und 21 Prozent auf die allgemeinen Dienstleistungssegmente.

„Insbesondere die Weinwirtschaft hat für die Mosel eine besondere Bedeutung und auch das Zusammenwirken mit der Tourismuswirtschaft ist enorm wichtig. Viele Weinbaubetriebe haben sich in Richtung Gastronomie und Übernachtungsangebote entwickelt“, sagt Albrecht Ehses, Geschäftsführer International und Wein bei der IHK Trier. „Auch für den Tagestourismus spielt die Kulisse der Weinkulturlandschaft Mosel eine überaus bedeutende Rolle.“ Die Region könne jedes Jahr etwa 18 Millionen Tagesreisen verbuchen.

Zukunftsorientierte Weiterentwicklung

„Die Studie macht deutlich, welches enorme Potenzial der Tourismus im Moselland hat und wie hoch die tourismusbedingte regionalökonomische Wertschöpfung ist“, fasst Sabine Winkhaus-Robert, Geschäftsführerin der Mosellandtouristik GmbH, die Ergebnisse zusammen. „Diese Studie soll aber nicht nur eine Momentaufnahme darstellen, sondern einen Beitrag zur zukunftsorientierten Weiterentwicklung der Destinationen in enger Zusammenarbeit mit der Regionalinitiative Mosel liefern. Die dringlichsten Herausforderungen sind die Unternehmensnachfolge und die Fachkräftesicherung. Der hohe Anteil von Übernachtungen im privaten Bereich stellt ein theoretisches Zusatzvolumen an Übernachtungen für das Gastgewerbe dar, das es seitens der Branche zu erschließen gilt.“

Die Wertschöpfungsstudie wurde von der dwif-Consulting GmbH realisiert, ein Tochterunternehmen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München, das auf die Beratung touristischer Unternehmen und Regionen spezialisiert ist.