



Bild: indeland.GmbH/HHVISON

**dwif**  
WEGWEISEND IM TOURISMUS

## ENDBERICHT

# TOURISTISCHE UND ÖKONOMISCHE EFFEKTE DURCH DEN INDESEE

Auftraggeber: Entwicklungsgesellschaft  
indeland GmbH

München, 26.12.2025

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Gefördert durch:

Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen



RHEINISCHES  
REVIER

# INHALTSVERZEICHNIS

1. AUSGANGSLAGE UND ZIELSTELLUNG	3
2. BENCHMARKANALYSE	7
3. EINZUGSGEBIETSANALYSE	20
4. FACHGESPRÄCHE	38
5. QUALITATIVE EFFEKTE	46
6. ÖKONOMISCHE EFFEKTE	55
6A. DIE ENTWICKLUNGSSCHRITTE	56
6B. NACHFRAGEENTWICKLUNG	60
6C. UMSATZKENNZAHLEN & WERTSCHÖPFUNG	71
ANHANG	
GLOSSAR	
QUELLEN	

# 1. Ausgangslage & Zielsetzung



# Ausgangslage & Zielsetzung

## Ausgangslage

Mit der Beendigung der Braunkohlegewinnung im Tagebau Inden 2029 und der ab 2030 geplanten Flutung zum Indesee steht das indeland vor einem **tiefgreifenden Strukturwandel**. Der bis Mitte der 2050er Jahre entstehende See soll sich langfristig zu einem **zentralen Freizeit-, Erholungs- und Wirtschaftsstandort** entwickeln und einen Beitrag zur Sicherung von Arbeitsplätzen, Wertschöpfung und Lebensqualität in den Gesellschafterkommunen leisten. Dafür wurden mit dem Masterplan indeland und dem Rahmenplan Indesee 2.0 räumliche Leitbilder, Nutzungen und erste Projekte für den Indesee und seine Umgebung konkretisiert.

Vor diesem Hintergrund stellt sich für die beteiligten Kommunen die Frage, welche **ökonomische Bedeutung der Indesee** in den verschiedenen Entwicklungsphasen (u. a. 2040 und 2060) tatsächlich entfalten kann.

## Zielsetzung

Um geplante Investitionen besser bewerten, Prioritäten setzen und geeignete Teilhabemodelle diskutieren zu können, beauftragte die Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH das dwif mit der vorliegenden Studie.

Die Untersuchung verfolgt insbesondere folgende **Ziele**:

- ✓ Abschätzung der touristischen **Nachfragepotenziale**
- ✓ Durchführung einer **Benchmarkanalyse** mit ähnlichen Projekten
- ✓ Einbindung der Einschätzungen regionaler Akteur\*innen
- ✓ Ermittlung der zu erwartenden **ökonomischen Effekte**

## Hinweis

Innerhalb der berechneten Zahlen und Prozentwerte kann es rundungsbedingte Differenzen geben.

# Vorgehensweise

Am 11. Februar 2025 fand ein **digitales Kick-Off-Gespräch** mit Vertretern der Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH statt. Bei diesem wurden die konkreten Projektschritte und der Zeitplan besprochen. Zudem wurden bestehende Studien und Daten übergeben.

Im zweiten Schritt **sichtete** das dwif die **vorliegenden Unterlagen** und erstellte eine **Einzugsgebietsanalyse** zur Bestimmung des aktuellen Basis-Nachfragepotenzials auf Basis der Einwohner- und Übernachtungszahlen in der Region.

Darauf folgten gezielte **weitere Recherchen** durch das dwif. Gemeinsam mit dem Auftraggeber wurden **Beispiele von bisher umgesetzten Seen** (Benchmarks) ausgewählt und verfügbare Rahmendaten dazu recherchiert.

Im Rahmen von **Fachgesprächen** holten wir gleichermaßen Einschätzungen von regionalen Akteur\*innen als auch von Fachexpert\*innen (Benchmarks) für die weitere Bearbeitung und

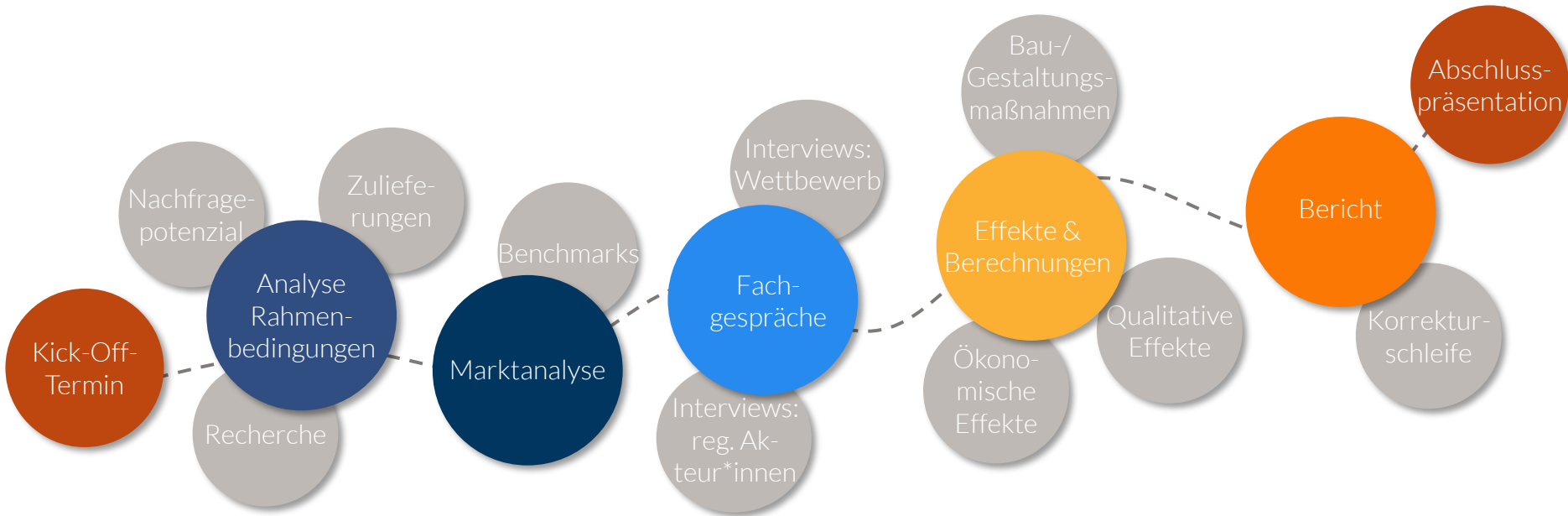
Einschätzung der potenziellen Effekte ein.

Alle vorangegangenen Analysen flossen schlussendlich in die konkrete Berechnung der zu erwartenden **ökonomischen Effekten** durch den Indesee. Als Basis dienen hierzu die bereits vorhandenen Ist-Stands-Berechnungen für das indeland. Entsprechend der geplanten (touristischen) Projekte erfolgten **Szenario-Berechnungen** zu den ökonomischen Effekten im Jahr 2040 und im Jahr 2060.

Diese beiden Jahre wurden bewusst gewählt, da sie **zwei relevante Entwicklungsstände** abbilden, die an relevante planungs- und förderpolitische Zeithorizonte anknüpfen. 2040 bildet dabei die erste Dekade nach Beginn der Befüllung ab und markiert damit einen frühen, aber bereits aussagekräftigen Wirkungszeitpunkt. Außerdem enden 2038 die bisherigen Förderperioden im Rheinischen Revier, sodass daran die weitere Entwicklung anschließt. Das Jahr 2060 wurde angesetzt, um die Effekte einige Jahre nach vollständiger Befüllung in einer stabilisierten Betriebsphase abzuschätzen.

# Projektverlauf & Zielstellung

Ziel: Ermittlung der touristischen & ökonomischen Effekte der Entwicklung des Indesees



Analyse & Erhebungen  
Feb. 25 – Sep. 2025

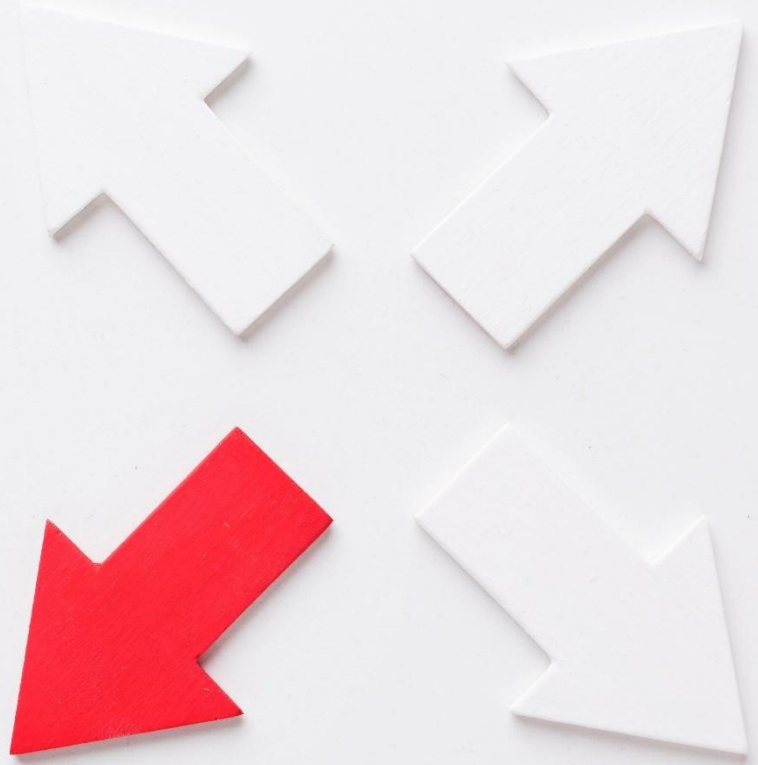
Laufender Austausch

Effekte & Berechnungen  
Sep. – Nov. 2025

Laufender Austausch

Dokumentation  
Dez. 2025

## 2. Benchmark- analyse



## 2. Benchmarkanalyse für den Indesee

Diese **angebotsseitige Marktanalyse** hat zum Ziel, anhand von Benchmarkstandorten mit vergleichbaren Nutzungskonversionen Ableitungen und Empfehlungen für die zukünftige Entwicklung des Indesees zu treffen.

Bei den **Benchmarks** handelt es sich um **künstlich geschaffene Seenlandschaften** in Europa, die entweder hinsichtlich ihrer geografischen Lage, Bevölkerungsdichte und/oder Größe des Sees eine gewisse Vergleichbarkeit mit dem entstehenden Indesee aufweisen oder durch eine besonders hohe Datenverfügbarkeit und Transparenz eine detaillierte Analyse ermöglichen.

Im nachfolgenden Analysefokus stehen dabei die Anbindung, Entwicklungsphasen sowie die damit verbundenen Investitionskosten, die Angebotsstruktur und die Verwaltungsmodelle der untersuchten Standorte. Alle Schwerpunkte werden nachfolgend im Detail analysiert.

Für die **nachfolgende Analyse wurden folgende acht Seen** ausgewählt:

- ✓ Goitzsche See im Leipziger Neuseenland (Deutschland)
- ✓ Großer Brombachsee im Fränkischen Seenland (Deutschland)
- ✓ Cottbuser Ostsee im Lausitzer Seenland (Deutschland)
- ✓ Geiseltalsee im Mitteldeutschen Seenland (Deutschland)
- ✓ Xantener Nord & Südsee (Deutschland)
- ✓ Veluwemeer (Niederlande)
- ✓ Eau d'Heure Lakes in der Wallonie (Belgien)
- ✓ Lac du Salague (Frankreich)



Für jeden Benchmark findet sich zudem jeweils ein Factsheet zur Übersicht im Anhang.

## 2.1 Anbindung

Die Anbindung der Seen an den Bus- und Schienenverkehr (ÖPNV) sowie an das Straßennetz durch Bundesstraßen und Autobahnen ist essenziell, damit die Seen für die touristische Nachfrage zugänglich ist. Im **Benchmark-Vergleich schneidet der Indesee bereits jetzt gut ab:**

### ÖPNV-ANBINDUNG

Die nächstgelegenen Bushaltestellen der Vergleichsseen sind bereits in 1 bis 11 Gehminuten erreichbar. Während die Bahnhöfe am Brombachsee und Geiseltalsee auch fußläufig innerhalb von 20 Minuten erreicht werden können, erfordert der Zugang zu den Bahnhöfen der übrigen Seen eine Busfahrt von 7 bis 20 Minuten.

Eine Ausnahme bildet der Cottbuser Ostsee, deren nächstgelegener Bahnhof nur eingeschränkt per Bus erreichbar ist und eine Gehstrecke voraussetzt.



Es ist jedoch anzumerken, dass sich der Cottbuser Ostsee noch in der Entwicklungsphase befindet und im Zuge dieser Planungen eine Verbesserung der ÖPNV-Anbindung vorgesehen ist. Der Lac du Salague wurde aufgrund seiner ausschließlichen Erreichbarkeit per Individualverkehr nicht in die ÖPNV-Bewertung einbezogen.

Für den zukünftigen Indesee ergibt sich aktuell folgendes Bild: Die aktuell nächstgelegene **Bushaltestelle des Tagebaus auf Seite Schophovens liegt mit einer Gehzeit von 5 Minuten im Bereich der Vergleichsseen** und damit **unter ihrem Durchschnitt von 6,5 Minuten**. Auch der Bahnhof Huchem-Stammeln ist mit einer Fahrzeit von 12 Minuten gleichermaßen gut wie die Bahnhöfe der Benchmarkstandorte zugänglich.

## 2.1 Anbindung



Allerdings bestehen derzeit keine direkten Busverbindungen zu den Bahnhöfen Krauthausen und Selgersdorf, die aktuell nur fußläufig in 30 Minuten zu erreichen sind. Darüber hinaus sind auf der gegenüberliegenden Seite des Sees bei Inden und Langerwehe noch keine Bushaltestellen am zukünftigen See vorhanden.

So befindet sich der **Bahnhof Langerwehe** aktuell in Entwicklung als zentralen Verkehrsknotenpunkt zum Indesee und soll **mittelfristig fertiggestellt** werden. Als Tor zum indeland rückt er die Anbindung des Kernorts an touristische Ziele am Indesee, im gesamten indeland sowie die südlich angrenzende Eifel in den Fokus. Zudem ist auch eine neue Bahnstation in Inden/Altdorf geplant, um die regionale Erreichbarkeit weiter zu verbessern.

Quelle: dwif 2025, \*Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH

Ergänzend ist zu berücksichtigen, dass die EwiG\* ab 2026 mit dem zweiten Teil des Mobilitätskonzeptes startet, in dem gemeinde- bzw. stadtspezifische Empfehlungen für nachhaltige Mobilität der Zukunft zur Optimierung der regionalen Verbindungen im indeland initiiert werden sollen. Diese betreffen alle Verkehrsträger – u.a. auch Radfahrende über den Radstern - und können perspektivisch die Erreichbarkeit zusätzlich unterstützen.

### INDIVIDUALVERKEHR

Im Individualverkehr sind die Vergleichsseen durchschnittlich 5 Minuten (0,2 bis 11,4 km) von einer Bundesstraße und 20 Minuten (3,6 bis 36,6 km) von einer Autobahn entfernt.

Der zukünftige Indesee ist hier bereits gut aufgestellt: Die Bundesstraße B264 ist innerhalb von 13 Minuten erreichbar, die B56 sogar in nur 4 Minuten. Auch die Autobahn A4 ist in 8 Minuten erreichbar und damit **besser angebunden als die meisten Vergleichsseen**.

## 2.2 Entwicklungsphasen

Die Entwicklung eines Bergbaufolgesees hin zu einem attraktiven Freizeit- und Tourismusgebiet erfolgt in mehreren Phasen, die jeweils spezifische Maßnahmen und Investitionen erfordern. Für eine vergleichende Gegenüberstellung haben wir diese Entwicklungsstufen in **drei Hauptphasen** eingeteilt: die Zeit vor der Flutung, die Flutungsphase selbst und die anschließende Entwicklung nach der Flutung.<sup>1</sup> Mit dem Begriff „Flutung“ ist damit im Folgenden sowohl die klassische aktive Flutung eines Tagebaurestlochs (z. B. Goitzsche See) als auch das Aufstauen von Stauseen (z. B. Lac du Salagou) oder die natürliche Grundwasserfüllung nach Kiesabbau (Xantener Nord-/Südsee) gemeint.

**Vor der Flutung** werden bereits umfassende Planungen durchgeführt, um die spätere Nutzung des Gebiets zu sichern. Dazu gehören erste Bau- und Sanierungsarbeiten,

das Erarbeiten von Entwicklungs-, Infrastruktur- und Tourismuskonzepten und die Errichtung erster Aussichtspunkte. Im Vergleich sind am Indesee in dieser Phase schon konkrete Umsetzungen geplant: Neben Aussichtspunkten soll auch ein Besucher- und Informationszentrum (Infozentrum indeland) eröffnet sowie Fahrradwege errichtet werden.



*Quelle: dwif 2025; <sup>1</sup> Das Veluwemeer wurde für diese dreiteilige Entwicklungssystematik ausgeschlossen, da es im Gegensatz zu den anderen betrachteten Seen nicht durch eine gezielte Flutung entstanden ist, sondern als Randmeer während eines Landgewinnungsprozesses bestehen blieb und anschließend touristisch weiterentwickelt wurde.*

## 2.2 Entwicklungsphasen

**Während der Flutungsphase** stehen die Entwicklung weiterer Konzepte sowie technische Maßnahmen zur Wassereinleitung und Ufergestaltung im Mittelpunkt. Stellenweise können – wie am Beispiel der Xantener Nord-/Südsee – bereits einzelne Abschnitte des Sees stückweise eröffnet werden. Gleichzeitig werden erste touristische Planungen angestoßen, um die touristische Erschließung vorzubereiten.

Am **Beispiel des Cottbuser Ostsees** – dessen Informationslage besonders transparent dokumentiert ist – ist hier der Planungsbeginn des Ostseerundwegs oder die Vorbereitung der öffentlichen Erschließung zu nennen. Außerdem zeigt sich hier, dass die Entwicklung eines Bergbaufolgesees auch partizipative und kreative Elemente umfassen kann. Durch Ideenwettbewerbe, Ausstellungen und Kunstprojekte wurde dort eine transparente Informationslage geschaffen, die es den

Menschen ermöglichte, sich mit der Entwicklung des Sees auseinanderzusetzen und den Wandel mitzugestalten.

Auch beim Indesee stehen in dieser Phase die Wassereinleitung und Ufergestaltung im Mittelpunkt. Während der voraussichtlich rund 25 Jahre andauernden Flutungsphase sollen entlang des Sees Naherholungsgebiete mit Strandzonen, Gastronomie und Sportmöglichkeiten entstehen.

Zudem sind die Entwicklungen der Marina und die Förderung des Wassersportgewerbes zentrale Elemente. Da sich die Landschaft kontinuierlich verändern wird, spielt die Zwischennutzung, beispielsweise über **temporäre Freizeitangebote und mobile Gastronomiekonzepte, eine wichtige Rolle** in dieser Phase. Im gesamten Prozess kamen auch hier bereits zahlreiche Beteiligungsformate zum Einsatz – darunter Dialogreihen, Workshops, Umfragen und digitale Sprechstunden. Auch künftig sind weitere Formate fortlaufend geplant.

## 2.2 Entwicklungsphasen

**Nach Abschluss der Flutung** und mit den ersten Freigaben für die touristische Nutzung beginnt der weitere Ausbau der touristischen Infrastruktur. Wesentliche Investitionen fließen in den Bau von Unterkünften, Gastronomie und Freizeiteinrichtungen wie Wassersportanlagen oder kulturellen Einrichtungen. Ebenso werden Mobilitätskonzepte für Besucher umgesetzt. Dazu gehören unter anderem der Ausbau von Parkplätzen sowie die Einrichtung eines umfassenden Beschilderungs- und Orientierungssystems. Zusätzlich werden erste Events im Rahmen einer Einweihung veranstaltet, um die touristische Nutzung zu beleben und die Region als neues Freizeit- und Erholungsziel zu etablieren.

Nach Abschluss der Flutung **wird sich auch der Indesee** als **etabliertes Naherholungsziel mit touristischem Potenzial** entwickelt haben, das u. a. Wassersport in den Fokus setzt. Infrastrukturelemente wie Parkplätze, Beschilderung, Rund- und Radwege sowie Gastronomie werden bereits vorhanden sein.

Quelle: dwif 2025

Freizeitachsen sollen zentrale Anlaufpunkte für Aktivitäten und Erholung von überörtlicher Bedeutung bieten.

Mit der vollständigen Befüllung des Indesee steht daher vor allem der Ausbau dieses Angebots im Vordergrund, der vor allem von privaten Investitionen geprägt sein wird. Darüber hinaus sollen sich ruhige Dörfer am See wie der Ortsteil Schophoven mit attraktiven Wohnlagen sowie mehrere Promenaden mit vielfältigem Gastronomieangebot zunehmend etablieren.

Während Bergbaufolgeseen aktiv durch das Hinzufügen von Wasser geschaffen werden, entstand das Veluwemeer als Teil des Zuiderzee-Projekts, bei dem Wasser entzogen wurde, um neue Landflächen zu gewinnen. Der See blieb dabei als Randgewässer bestehen und hatte somit nicht die typische Entwicklungsabfolge eines Bergbaufolgesees. Daher ist eine direkte Vergleichbarkeit mit den anderen Seen in diesem Fall nicht gegeben.

# Visualisierung der Entwicklungsphasen

2045



2060



Quelle: Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH, Rahmenplan 2.0. Der Vergleich veranschaulicht wie sich Inden/Altdorf (bis in die Jahre 2045 und 2060) verändern könnten

## 2.3 Investitionskosten

Die **Vergleichbarkeit der Investitionskosten** ist aufgrund verschiedener Faktoren kaum gewährleistet.

- 1) Einerseits sind die Kosten oft nur für ausgewählte Maßnahmen einsehbar, nicht jedoch für das Gesamtprojekt, wobei diese Maßnahmen wiederum zusätzlich je nach See unterschiedlich ausfallen.
- 2) Andererseits erschwert auch die Inflation die Vergleichbarkeit der verschiedenen Kostenstellen.



Daher lässt sich auch nur schwer sagen, welche Kosten in welcher Phase anfallen. Insgesamt ist jedoch festzustellen, dass die finanziellen Aufwendungen stark variieren.

Bezugnehmend auf die drei Entwicklungsstufen lässt sich festhalten: Während die frühen Planungsphasen vor allem durch konzeptionelle Kosten geprägt sind, steigen die Investitionen mit der Flutung aufgrund der Umsetzung größerer Infrastrukturprojekte deutlich an.

Insbesondere große Hotel- und Freizeitprojekte erfordern erhebliche Mittel, tragen jedoch entscheidend zur wirtschaftlichen Bedeutung und touristischen Attraktivität der Region bei.

Auf Basis der verfügbaren Gesamtinvestitionskosten des Cottbuser Ostsees und des Geiseltalsees kann insgesamt mit rund 300 bis 500 Millionen Euro gerechnet werden. Einige detaillierte Entwicklungsmaßnahmen und Kostenstellen sind in den Factsheets der einzelnen Seen (siehe Anhang) weiter aufbereitet.

## 2.4 Angebotsstruktur

Die **Angebotsstrukturen der Vergleichsseen** sind breit gefächert, doch es gibt zentrale Komponenten, die (nahezu) überall zu finden sind und an denen sich der Indesee orientieren kann.

Die zusammenfassende Übersicht dieser Angebotsbausteine – unterteilt nach ihrer Einnahmewirkung – ist in der Tabelle auf der nächsten Folie dargestellt. Insgesamt basiert das Angebot der Vergleichsseen auf einer grundlegenden **öffentlichen** sowie **touristischen Infrastruktur**.

Zudem spielt die **Infrastruktur am Wasser** eine zentrale Rolle, welche unter anderem Strände mit Bootsverleih oder ähnlichen Angeboten sowie Häfen mit Schifffahrtsangeboten und Liegeplätzen für Boote umfasst. An Seen mit ausreichender Wassertiefe (meist ab 40 m) besteht zudem die Möglichkeit zum Tauchen.

Abseits des Wassers bieten die Seen eine **vielfältige Freizeitinfrastruktur, u. a.:**

- ✓ mit Spiel- und Sportplätzen, (Mini-)Golfanlagen
- ✓ Aussichtspunkten
- ✓ aktionsorientierten Freizeitaktivitäten wie Lasertag
- ✓ Veranstaltungen wie Festivals oder Sommerfeste

Im Durchschnitt sind etwa **40 Freizeit- oder touristische Betriebe** innerhalb von 30 Minuten fußläufig vom See aus erreichbar.

Insgesamt können **Wasseraktivitäten als Hauptbesuchsanlass** der Vergleichsseen identifiziert werden. Während einige Seen bei Seglern oder Kitesurfern besonders beliebt sind, ziehen andere, beispielsweise durch Superlative wie die modernste Wakeboardanlage Ostdeutschlands, Aufmerksamkeit auf sich, womit ein spezifisches Publikum angesprochen wird. Ähnlich wie beim Indesee geplant, zeigt sich zudem, dass viele Seen ihre Angebote gezielt diversifizieren, indem sie **verschiedene Nutzungszonen** schaffen.

# Wesentliche Angebotsbausteine der Vergleichsseen

Angebot	Mit EW*	Ohne EW
<b>Öffentliche Infrastruktur</b>		
Parkmöglichkeiten	X	
Wander- & Radwegenetz		X
<b>Touristische Infrastruktur</b>		
Unterkünfte (Campingplätze, Wohnmobilstellplätze, Ferienhäuser & -wohnungen)	X	
Verpflegung (Restaurant, Café etc.)	X	
Veranstaltungs- oder Seminarräume	X	
Informationszentrum		X
<b>Infrastruktur am Wasser/Strand</b>		
Strand	beides möglich**	
Verleih: Boote, SUPs etc.	X	
Surf- & Segelmöglichkeiten/-schulen/-vereine	X	

Angebot	Mit EW	Ohne EW
Tauchmöglichkeit	X	
Schifffahrt	X	
Angelplätze	X	
Hafen (Liegeplätze für Boote etc.)	X	
Besonderheiten (z. B. schwimmende Unterkünfte, Restaurants etc.)	X	
<b>Weitere Freizeitinfrastruktur/Sonstiges</b>		
Spielplätze		X
Sportplätze (Tennis, Volleyball, Boule etc.)	beides möglich**	
(Mini-)Golfanlagen, Fußballgolf	X	
Aussichtspunkte/-türme		X
Erlebnisorte: Rodelbahn, Bogenschießen	X	
Events z. B. Festivals	beides möglich**	

\* EW = Einkommenswirkung, \*\*Das Angebotelement kann (in Teilen) sowohl mit als auch ohne Einnahmewirkung ausgestaltet werden.

Quelle: dwif 2025, eigene Recherchen

## 2.5 Verwaltungsstruktur

Die **Verwaltungsstrukturen** der Vergleichsseen sind sehr unterschiedlich und reichen von zentralen privatwirtschaftlichen oder öffentlichen Koordinierungsstellen bis hin zu Tourismusverbänden einer Region. Bei den zentralen Koordinierungsstellen handelt es sich um Verwaltungen, die explizit für die (touristische) Weiterentwicklung des Sees zuständig sind. Dazu gehören Aufgaben der Bauleitplanung, der touristischen Infrastrukturentwicklung und Umsetzung touristischer Angebote sowie der strategischen Vermarktung des Sees.

Bei den Seen mit einer solchen zentralen Koordinierungsstelle übernehmen die folgenden Einrichtungen die genannten Aufgaben:

- Goitzsche See: Blausee GmbH
- Große Brombachsee: Zweckverband Brombachsee (KöR)
- Geiseltalsee: GeiseltalSee Tourismus e.V.

- Cottbuser Ostsee: Ostseemanagement der Stadt
- Cottbus/Chósebusz in interkommunale Zusammenarbeit mit den Gemeinden Teichland, Wiesengrund und Neuhausen/Spree
- Xantener Nord-/Südsee: Freizeitzentrum Xanten GmbH (FZX)

Im Vergleich dazu fallen die anderen Seen in den **Zuständigkeitsbereich regionaler Tourismusverbände**, die eine größere Region verwalten, in welcher der See ein Teilgebiet darstellt.

Darunter fallen das Veluwemeer innerhalb des Tourismusverbands „Tourismus Veluwe Arnhem Nimwegen“, die Eau d’Heure Lakes innerhalb der Region „Wallonie Belgique Tourisme“ und der Lac du Salagou, dessen Gebiet durch das „Syndicat Mixte Grand Site Salagou“ verwaltet wird.

# Fazit: Benchmarkanalyse

- Überdurchschnittlich gute Erreichbarkeit schafft eine gute Zugänglichkeit der touristischen Nachfrage und kann durch einen gezielten Ausbau von ÖPNV-Haltestellen weiter verbessert werden.
- Mehrstufige Entwicklung erfordert konsequente Investitionen in allen Phasen, um nicht nur nach der Flutung, sondern bereits im gesamten Entwicklungsverlauf fortlaufend Effekte für die Region sicherzustellen.
- Infrastruktur am Wasser als Hauptbesuchsanlass maßgeblich für zukünftige Nachfrage, die durch ausreichende Beherbergungsangebote und Komplementärangebote zu begleiten ist.

# 3. Einzugsgebietsanalyse



Bild: freepik

# 3.1 Nachfrageseitige Marktanalyse für den Indesee

## EINZUGSGEBIET UM DEN INDEMANN

In diesem Baustein beschäftigen wir uns mit den Nachfragepotenzialen für den künftigen Indesee. Dazu führen wir nachfolgend eine Einzugsbereichsanalyse durch, worin wir das Gesamtmarktvolumen der Bevölkerung und der Übernachtungsgäste ermitteln.

Die **Karte auf der nächsten Folie visualisiert das Einzugsgebiet um den Standort Indemann<sup>2</sup>** des Tagebaus Inden – künftige Indesee – im Kreis Düren. Es ist unterteilt in vier Entfernungszonen (1-30, 31-60, 61-90 sowie 90-120 Minuten einfache PKW-Fahrzeit).

Insgesamt ist auf der Karte eine Ballung von Großstädten<sup>3</sup> nordwestlich vom Standort an Rhein und Ruhr – und hier vor allem in der dritten Zone (61-90 Minuten) – erkennbar. Das direkte Umfeld (bis 30 Minuten) ist jedoch vorwiegend ländlich geprägt. Dort gibt es eine Großstadt (Aachen). In der zweiten Zone (31-60 Minuten) steigt die Anzahl der

Großstädte entlang der Rheinschiene im Osten sowie mit Maastricht in den Niederlanden und mit Lüttich in Belgien bereits auf acht an.

## DISTANZEN IM AUSFLUGSVERHALTEN

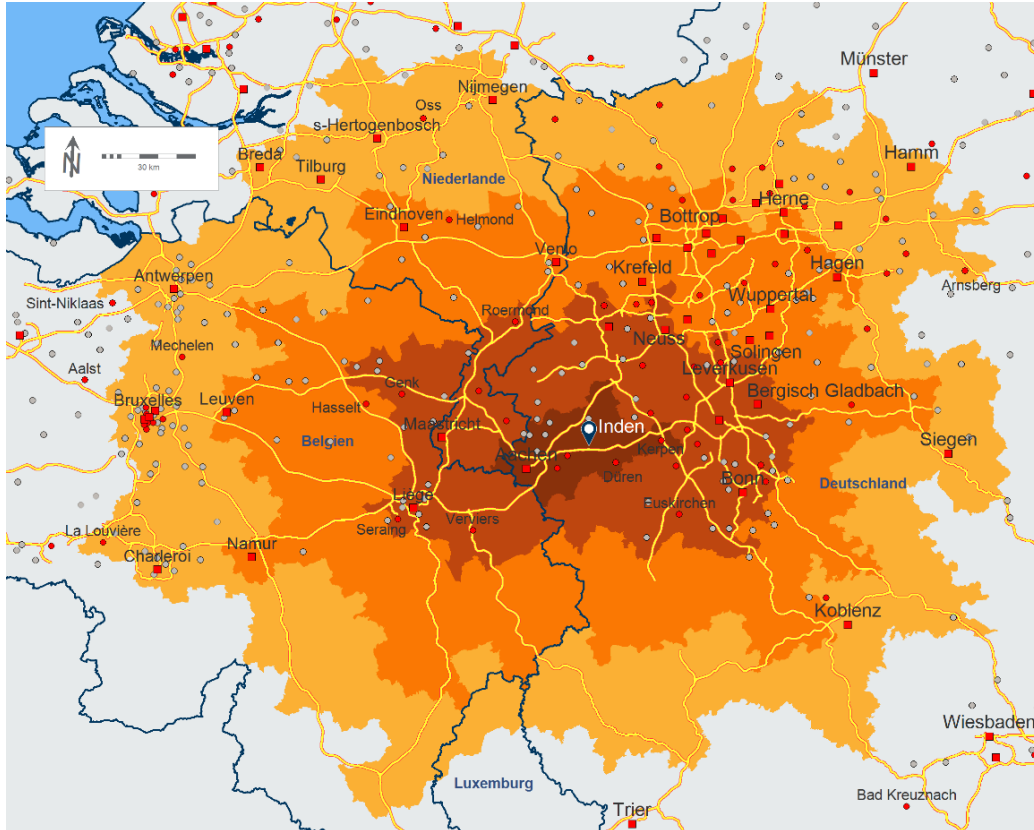
Grundsätzlich gilt: Je weiter die Entfernungszone vom Standort entfernt ist, desto strahlkräftiger muss das touristische Angebot sein, damit aus diesen Bereichen Nachfrage erschlossen werden kann.

Die **Mobilitätsbereitschaft** ist bei der Bevölkerung und den Übernachtungsgästen im Hinblick auf die Überwindung von Distanzen unterschiedlich. Vor allem Urlauber\*innen überwinden eher selten weiter entfernte Distanzen von ihrem Urlaubsort.

Die Nachfrageerschließung aus den letzten beiden Entfernungszonen ist daher deutlich anspruchsvoller als im direkten Marktumfeld.

Quelle: dwif 2025;<sup>2</sup> Adresse: Zum Indemann 1, 52459 Inden, <sup>3</sup> Als Großstadt wird eine Stadt ab >100.000 Einwohner\*innen bezeichnet.

# Einzugsbereich Inden – bis 120 min Fahrtzeit



## STANDORT



### Einzugsbereiche

- bis 30 min
- bis 60 min
- bis 90 min
- bis 120 min

einfache PKW-Fahrtzeit  
bei normalen Verkehrs-  
verhältnissen

### Städte mit ...

- über 100.000 Einwohner\*innen
- 50.000-100.000 Einwohner\*innen
- 20.000 bis unter 50.000 Einwohner\*innen

### Grenzen

- Staaten




### Verkehr

- Autobahn

# Gesamtmarktvolumen im Marktumfeld - Standort Indesee im Kreis Düren

Im Folgenden wird das Gesamtmarktvolumen der Teilmärkte (Bevölkerung und Tourist\*innen) definiert und beleuchtet:

- ✓ Insgesamt leben im deutschen, niederländischen und belgischen Marktumfeld bis 120 Minuten rund **27 Mio. Menschen**.
- ✓ Zudem gibt es jährlich mind. **20 Mio. gewerbliche Gästeankünfte** allein in den deutschen Teilen des Einzugsgebiets.
- ✓ Hinzu kommen Übernachtungen weiterer Übernachtungsgäste des grauen Marktes sowie die Übernachtungen in den Gemeinden der Niederlande und Belgiens.

	 Einwohner*innen	 Kaufkraft Summe in Mio. Euro	 Gewerbliche Ankünfte*
bis 30 min	813.000	21.000	766.000
31 - 60 min	5.939.000	164.000	6.706.000
61 - 90 min	8.906.000	241.000	7.941.000
91 - 120 min	11.402.000	300.000	4.537.000
<b>Gesamt</b>	<b>27.060.000</b>	<b>726.000</b>	<b>19.950.000</b>

Anmerkung: gerundete Werte, ohne Luxembourg, \*ohne Niederlande & Belgien; Quelle: dwif 2025, Einzugsbereichsanalyse

## 3.2 Einwohner\*innen im Marktumfeld

Insgesamt leben im Einzugsbereich rund **27 Mio. Einwohner\*innen**. Diese verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Entfernungszonen:

Im nahen Umfeld **bis 30 Minuten** wohnen knapp 813 Tsd. Menschen. Mit etwa einem Drittel davon stellt die Stadt **Aachen** den größten Quellmarkt für die einheimische Nachfrage innerhalb der nahen Entfernungszone dar. Bereits das nahe Umfeld erstreckt sich über zwei Gemeinden in den Niederlanden, die jedoch aufgrund ihrer geringen Bevölkerungszahl (zusammen rd. 20.600 EW) nicht sehr bedeutsam für Nachfragepotenzialerschließungen sind.

Im weiteren Marktumfeld von **31 bis 60 Minuten** Entfernung beläuft sich das (deutsche, niederländische und belgische) Bevölkerungsvolumen auf etwa **5,9 Mio.** Die bevölkerungsstärksten Städte in dieser Zone sind im deutschen Teil **Köln** (ca. 1.087 Tsd. EW) und **Bonn** (ca. 336 Tsd. EW). Im belgischen Teil dieser Zone sind **Liege** (ca. 196 Tsd. EW)

sowie **Lüttich** (187 Tsd. EW) und im niederländischen Teil **Maastricht** (ca. 123 Tsd. EW) zu nennen.

In der Entfernungszone drei (**61 bis 90 Minuten**) liegt die Bevölkerungszahl bei rund **8,9 Mio.** Ebenfalls werden hier weitere Teile der Niederlande und Belgiens einbezogen. Im deutschen Teil befinden sich 14 Städte mit über 100 Tsd. Einwohner\*innen, vornehmlich im Ballungsraum Rhein-Ruhr. Die größten Städte sind hierbei **Düsseldorf**, **Essen** und **Duisburg** mit jeweils über **500 Tsd. Einwohner\*innen**. Im belgischen und niederländischen Teil sind es jeweils zwei Großstädte (NL: Eindhoven und Venlo; BE: Namur, Leuven).

Im vierten Einzugsbereich (**91 bis 120 Minuten**) leben mit ca. **11,4 Mio. Einwohner\*innen**<sup>4</sup> die meisten Menschen. In der gesamten vierten Entfernungszone liegen 15 Städte mit über 100 Tsd. Einwohner\*innen. Mit über **500 Tsd. Einwohner\*innen** ist hier im deutschen Teil **Dortmund** und im belgischen Teil **Antwerpen** zu nennen.

## 3.3 Übernachtungsgäste im Marktumfeld

Das Volumen der Übernachtungsgäste beläuft sich im deutschen Teil des Einzugsbereichs **bis 120 Minuten** insgesamt auf **rund 20 Mio. gewerbliche Ankünfte**.<sup>5</sup>

Im nahen Umfeld **bis 30 Minuten**, welches durch die Stadt Aachen und ihren Landkreis bestimmt wird, gibt es jährlich **rund 766 Tsd.** gewerblichen Gästeankünfte.

In der zweiten Entfernungzone (**31 bis 60 Minuten**) werden jährlich rund **6,7 Mio. gewerbliche Gästeankünfte** verzeichnet. In dieser Zone entfallen allein **3,8 Mio. gewerbliche Ankünfte** auf die Stadt **Köln**. Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,7 Tagen werden sich die Übernachtungsgäste aus der Rheinstadt jedoch nur eingeschränkt für einen Besuch am künftigen Indesee erschließen lassen. Denn wie eingangs bereits erwähnt, überwinden Urlauber\*innen (Übernachtungsgäste) eher

selten weit entfernte Distanzen von ihrem Urlaubsort. Für den Bade- und Naherholungsbetrieb am künftigen Indesee ist eine Nachfragepotenzialerschließung von **Übernachtungsgästen** aus der Zone drei vermindert und aus Zone vier vereinzelt zu erwarten. Der Vollständigkeit halber werden diese nachfolgend ebenfalls beschrieben:

In der Entfernungzone drei (**61 bis 90 Minuten**) liegt die Zahl der gewerblichen Gästeankünfte in Deutschland bei **etwa 7,9 Mio. pro Jahr**. Diese sind vorwiegend auf die Großstädte **Düsseldorf, Essen, Bochum** und **Duisburg** zurückzuführen.

Die vierte Entfernungzone (**91 bis 120 Minuten**) vereint **4,5 Mio.** Gästeankünften. Die nachfragestärksten Destinationen sind hierbei Dortmund und Koblenz.

*Quelle: dwif 2025; <sup>5</sup> Insgesamt ist davon auszugehen, dass das übernachtungstouristische Nachfragevolumen unterzeichnet ist. Das hat folgende Gründe: 1. Für den nicht-gewerblichen Markt (z. B. Betriebe mit weniger als 10 Betten und Sofatourist\*innen) werden seitens des Statistischen Landesamtes keine Daten erfasst. 2. Wegen der Geheimhaltungspflicht des Statistischen Landesamtes ist das Nachfragevolumen in einzelnen Gemeinden des Einzugsbereichs nicht ausgewiesen. 3. Für die im Ausland liegenden Bereiche des Einzugsbereichs liegen keine flächendeckenden gemeindegrenzen Ankunfts- und Übernachtungsdaten vor. 4. Es ist anzumerken, dass auch die Eifel als Sekundärmarkt relevantes Potenzial darstellt, da diese Gäste den Indesee als ergänzenden Ausflugsraum nutzen können und mit der Rurtalbahn und Bördebahn bereits gute ÖPNV-Anbindungen für den ländlichen Raum gegeben sind.*

# 3.4 Nachfragestrukturdaten von Tages- und Übernachtungsgästen



## DATENQUELLEN

Für die Bestimmung der Nachfragestruktur und die Berechnung des theoretischen Nachfragepotenzials ziehen wir die **dwif-Grundlagenstudien** zum Reiseverhalten von Tages- und Übernachtungsgästen heran. Für die vorliegende Studie haben wir Sonderauswertungen dieser Daten vorgenommen.



## TAGESGÄSTE

Die Tagesreisen haben sich als bedeutender Wirtschaftszweig in der Bundesrepublik etabliert und stellen eine **tragende Säule für die deutsche Tourismuswirtschaft** dar. Über ein deutschlandweites Online-Panel erheben wir im Rahmen des dwif-Tagesreisenmonitors kontinuierlich Marktdaten. Für die Auswertung der Nachfragestrukturdaten von Tagesausflügler\*innen wurde folgender **Gebietsfilter** gewählt: „**Seeregionen insgesamt und Ländliche Räume**<sup>6</sup> in Deutschland“.



## ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

Der **Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus** ist eine deutschlandweite Gästebefragung. Übernachtungsgäste (Urlauber\*innen und Geschäftsreisende) aus dem In- und Ausland werden zu ihrem Aufenthalt in gewerblichen Übernachtungsbetrieben und Privatquartieren befragt. Für die Auswertung im Rahmen der Studie zum Indesee wurde bei den **Urlaubsreisenden der Filter „Seeregionen und keine Großstädte“** gesetzt.

## 3.4.1 Tagesgäste



**Hauptreiseanlass:** Der häufigste Grund für einen Tagesausflug ist der Besuch von Verwandten (31,2 %). Die Ausübung einer speziellen Aktivität (wie z. B. Sport) geben 24,5 % der Befragten als Hauptreiseanlass an, gefolgt von Spazierfahrten (15,9 %). Demnach sind soziale Kontakte und Erholung die wichtigsten Reiseanlässe bei den Tagesausflügler\*innen der Seeregionen sowie des ländlichen Raums.

**Aktivitäten:** In der Regel kombinieren Tagesgäste gerne mehrere Aktivitäten bei einem Ausflug. Damit generieren sie an mehreren Punkten einer Stadt bzw. Gemeinde Wertschöpfung zugunsten zahlreicher Akteur\*innen. Neben dem Besuch von Verwandten/Bekanntem (33,4 %) zählen zu den häufigsten weiteren Aktivitäten:

- Restaurant-/Cafébesuche (28,1 %)
- Erholungs-/Spazierfahrt (20,5 %)
- Parks/Gärten (13,2 %)

- Wandern/Bergsteigen (11,8 %)
- Shopping/Schaufensterbummeln (7,5 %) sowie
- Besuch von Burgen, Schlössern, Kirchen, Denkmälern (7,5 %).

Vergleicht man diese Aktivitäten mit ausschließlich jenen Tagesgästen der ländlichen Räume in NRW, zeigt sich größtenteils die gleiche Rangfolge. Lediglich der Besuch von Burgen, Schlössern, Kirchen und Denkmälern fällt mit 3,8 % auf Platz 12 zurück.

Bezogen auf den Indesee ist die Aktivität **Baden/Schwimmen/Sonnenbaden an offenen Gewässern** besonders relevant. In der Sonderauswertung der Tagesreisen in Seeregionen und im ländlichen Raum (Deutschland) liegt dieser Wert bei **6,5 %**. Zur Einordnung: Betrachtet man dem gegenüber die Aktivitätsquote von Tagesgästen in ländlichen Räumen in NRW liegt der Wert gerade mal bei 3,7 %.

## 3.4.1 Tagesgäste



Insofern ist davon auszugehen, dass mit Schaffung von Angebot – also dem Indesee – der Wert (von 3,7 %) ansteigt und sich deutlich erhöhen könnte.

Interessant sind auch die soziodemografischen Merkmale der Tagesgäste in den Seeregionen und im ländlichen Raum, die nachfolgend beschrieben werden:

**Altersstruktur:** Die Altersstruktur der Tagesgäste zeigt insgesamt ein ausgewogenes Bild: Etwa ein Viertel der Befragten ist 60 Jahre und älter. Demgegenüber steht ein Anteil von Menschen unter 30 Jahren von rund 21 %. Auch die dazwischen liegenden Altersgruppen bewegen sich mit Anteilen zwischen 17 % und 18 % auf einem vergleichbaren Niveau.

Im Vergleich zu den Tagesgästen in den ländlichen Räumen zeigt sich ein nahezu identisches Bild. Insgesamt ist das Altersprofil lediglich minimal älter. So liegt der Anteil der über 60-Jährigen bei rund 28 % und jener der unter 30-Jährigen bei etwa 19 %.

**Reisebegleitung:** Über die Hälfte reist mit dem/der Partner\*in (51,8 %) und 22 % reisen allein. Kinder unter 14 Jahre sind zu 20 % als Reisebegleitung vertreten. Auch Freunde, Bekannte sowie Arbeitskolleg\*innen machen mit etwa 17 % einen wichtigen Anteil aus. Dieser Anteil liegt rund 3,9 Prozentpunkte über dem Wert in den ländlichen Räumen NRWs und stellt damit den größten Unterschied zwischen beiden Gebieten dar.

## 3.4.1 Tagesgäste



**Einkommensklassen:** 21,7 % der Befragten verdienen zwischen 3.000 und 4.000 Euro und 23,2 % verdienen darüber hinaus. Rund 30 % der Tagesgäste verdient zwischen 2.000 und 3.000 Euro und rund ein Viertel gehört zu den Einkommensklassen darunter.

Insgesamt zeigt sich eine **ausgeglichene Einkommensstruktur** der Tagesgäste von Seeregionen und ländlichen Räumen in Deutschland. Im ländlichen Raum verschiebt sich das Bild leicht in Richtung der höheren Einkommensklassen. Hier verfügt fast die Hälfte der Tagesgäste über 3.000 Euro und mehr.

**Distanzen im Ausflugsreiseverkehr:** 52,3 % der Tagesausflügler\*innen überwinden Distanzen von maximal 25 km, 22,9 % überwinden zwischen 25,1 km bis 50 km und 12,3 % nehmen Entfernungen zwischen 50,1 km bis 75,0 km vom Wohnort auf sich. Die Tagesgäste der ländlichen Räume zeigen ein nahezu identisches Bild.

**Modal Split:** Nahezu 82 % nutzen den motorisierten Individualverkehr (Auto, Motorrad). Öffentliche Verkehrsmittel (ÖPNV) spielen mit 6,9 % im Vergleich dazu eine geringe Rolle. Fahrräder machen 6,7 % aus. Auch im ländlichen Raum dominiert der motorisierte Individualverkehr (81 %). ÖPNV (7,4 %) und Fahrräder (9,5 %) weisen sogar höhere Werte aus.

# Tagesgäste in Deutschland: Seeregion & Ländliche Räume – Teil 1



## Tagesgäste – Wer sie sind...

### Altersstruktur (%)

70+ Jahre

5,2

60 bis 69 Jahre

21,0

50 bis 59 Jahre

18,2

40 bis 49 Jahre

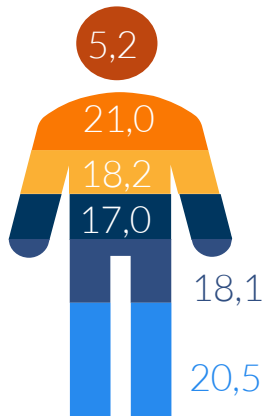
17,0

30 bis 39 Jahre

18,1

< 30 Jahre

20,5



### Reisebegleitung



1. mit Partner\*in  
(51,8%)

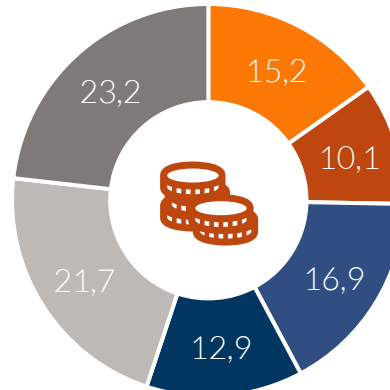


2. alleine  
(22,0%)



3. Kinder unter 14  
(20,0%)

### Einkommensklassen (%)



unter 1.500 €

1.500 bis unter 2.000 €

2.000 bis unter 2.500 €

2.500 bis unter 3.000 €

3.000 bis unter 4.000 €

4.000 € und mehr

### Distanzen

Bis 25 km

52,3%

25,1 – 50 km

22,9%

50,1 – 75 km

12,3%

### Verkehrsmittel



81,8%



6,9%

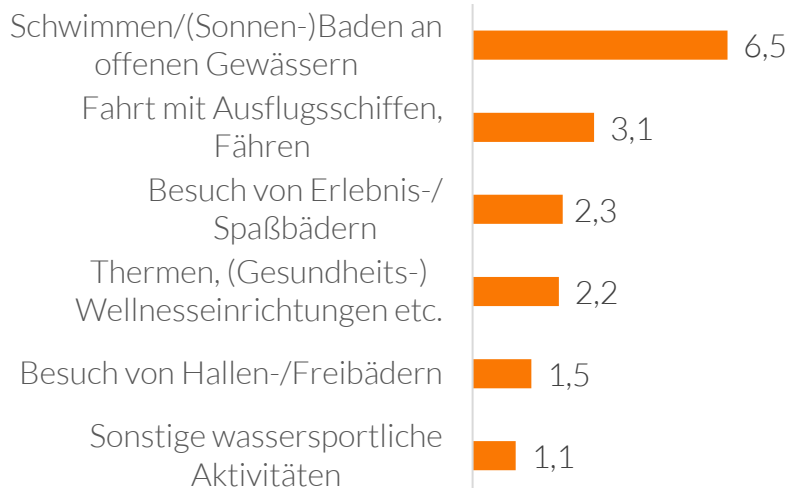


6,7%

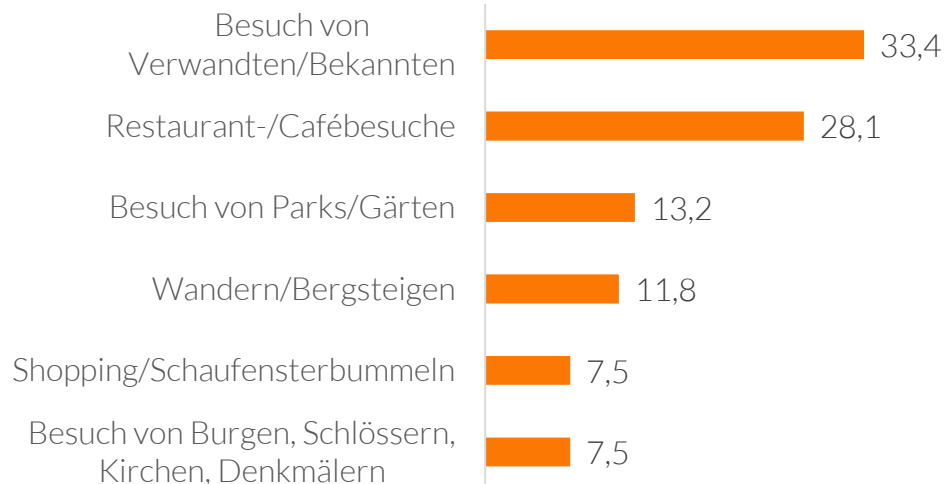


## ... und was sie machen

### Wasseraktivitäten (%)



### Aktivitäten (%)



## 3.4.2 Übernachtungsgäste



**Aktivitäten:** Auch Übernachtungsgäste kombinieren in der Regel gerne mehrere Aktivitäten während einer Reise. Damit generieren sie an mehreren Punkten einer Stadt bzw. Gemeinde Wertschöpfung zugunsten zahlreicher Akteur\*innen. Zu den beliebtesten Aktivitäten der Übernachtungsgäste zählen:

- Restaurant-/Cafébesuche (64,8 %)
- Spazieren gehen/flanieren, bummeln (56,2 %)
- Entspannen, nichts tun (50,2 %)
- Ausflüge außerhalb des Urlaubsortes (44,2 %)
- Radfahren (41,0 %)
- Typische Speisen/Getränke genießen (40,6 %)
- Naturziele besuchen (40,3 %)

Darüber hinaus sind für den Indesee **Aktivitäten am Wasser** besonders relevant. Die Sonderauswertung der Nachfragestrukturdaten von Übernachtungsgästen zeigt hierbei folgendes Bild:

- Ausflugsfahrten mit dem Schiff (35,2 %)
- Baden in Seen/Meer (22,1 %)

- Wassersport (Surfen, Segeln, Kanufahren etc.) (18,0 %)
- Schwimmen (Sport) (15,0 %)
- Thermen besuchen (14,3 %)
- Erlebnisbäder besuchen (4,1 %)

Bei einer weiteren Sonderauswertung des Qualitätsmonitors, welche ländliche Regionen im Gesamten umfasst, ändern sich die Aktivitätsquoten der wasserbezogenen Aktivitäten nur geringfügig.

Dafür liegt die Aktivitätsquote für den Besuch von Erlebnisbädern mit rund 14 % deutlich höher. Auch das Baden in Seen oder im Meer ist mit 23,7 % etwas stärker vertreten als in den Seeregionen selbst. Diese Aktivitätsquoten schaffen **Orientierung für die Nachfragepotenzialerschließung von Übernachtungsgästen.**

## 3.4.2 Übernachtungsgäste



Die nachfolgende Analyse der soziodemografischen Merkmale der Übernachtungsgäste in Seeregionen (ohne Großstädte) liefert weitere interessante Erkenntnisse:

**Altersstruktur:** Über die Hälfte der Übernachtungsgäste ist zwischen 40 bis 59 Jahre (63,4 %) alt. Demgegenüber stehen die Altersgruppen unter 30 Jahren, die nur 1,9 % ausmachen. Die dazwischen liegende Altersspanne sowie die Gäste ab 60 Jahren haben einen Anteil zwischen 10 % und 13 %. Damit stellen Erwachsene des mittleren Alters den größten Anteil der Übernachtungsgäste. Im Vergleich zu den Übernachtungsgästen ländlicher Regionen sind in den Seeregionen ältere Altersgruppen überrepräsentiert. So liegt in ländlichen Räumen der Anteil der über 70-Jährigen lediglich bei 5 %, während unter 30-Jährige 11,7 % ausmachen.

**Reisebegleitung:** 34,9 % reisen mit dem/der Partner\*in, 29,9 % alleine und 15,7 % mit Freunden, Bekannten oder Kolleg\*innen. Jene 18,8 % die mit der Familie verreisen, sind zum Großteil mit Kindern unter 6 Jahren unterwegs (11,8 %). Im Vergleich zu Übernachtungsgästen im ländlichen Raum sind Alleinreisende deutlich häufiger in Seeregionen vertreten (vgl. 4,7 % in ländlichen Räumen), während der Anteil von Familien in ländlichen Räumen höher ist (38,7 %).

## 3.4.2 Übernachtungsgäste



### Einkommensklassen:

- ✓ 33,9 % der Übernachtungsgäste haben ein monatliches Nettoeinkommen zwischen 3.000 und 5.000 Euro.
- ✓ Dahinter folgen 30,4 %, die zwischen 5.000 und 7.000 Euro verdienen.
- ✓ 28,3 % verfügen über 1.200 bis 3.000 Euro.

Insgesamt sind die **Übernachtungsgäste der Seeregionen damit einkommensstärker als die Gäste der ländlichen Räume**. Diese Einkommensverteilung deutet darauf hin, dass die Mehrheit der Übernachtungsgäste der Seeregionen zur oberen Mittelschicht gehört.

### Anreisetransportmittel:

Übernachtungsgäste in Seeregionen reisen primär mit dem motorisierten Individualverkehr an.

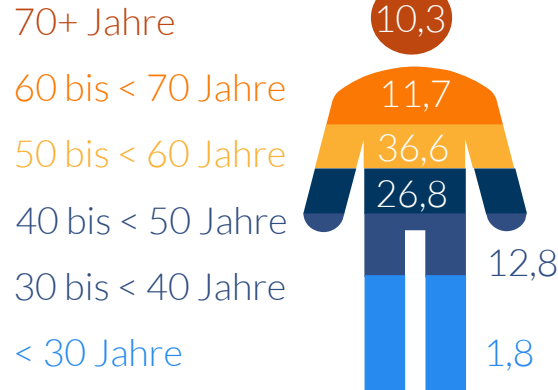
Hier sind das PKW (65,0 %) und der Wohnwagen/das Wohnmobil (14,7%) besonders beliebt. Damit wird zugleich das **Potenzial des Campingtourismus** deutlich: Insbesondere Wohnmobile können – bei entsprechender Stellplatz- und Serviceinfrastruktur – vergleichsweise schnell sichtbaren Erfolge erbringen.

Die Bahn wird von 17,8 % genutzt und spielt damit eine höhere Rolle für Übernachtungsgäste in Seeregionen als jene im ländlichen Raum (vgl. 7,4 %). Für den Indesee ist dies ein wichtiger Ansatzpunkt: Die angestrebte Entwicklungsstrategie misst **nachhaltiger Mobilität eine hohe Bedeutung** bei - entsprechend bietet der Schienenverkehr ein konkretes Potenzial, die Anreise umweltfreundlich zu gestalten und zusätzliche Zielgruppen zu erschließen.

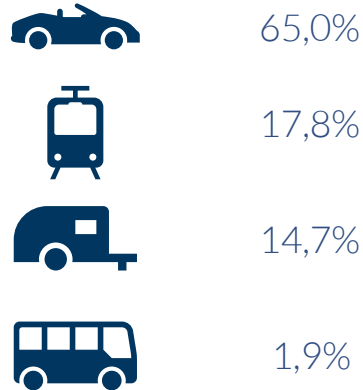


## Übernachtungsgäste – Wer sie sind...

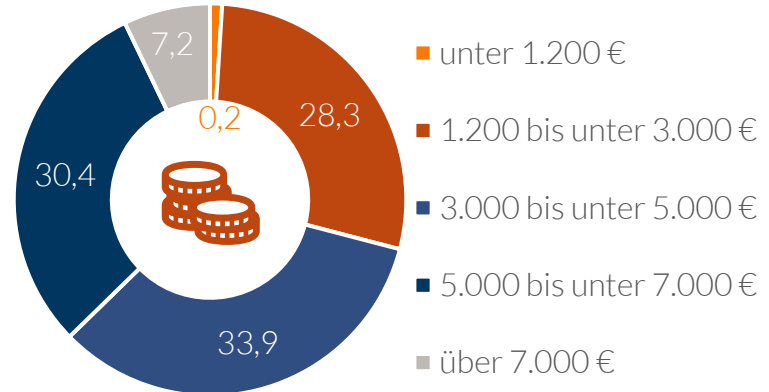
### Altersstruktur (%)



### Anreise-Verkehrsmittel



### Einkommensklassen (%)



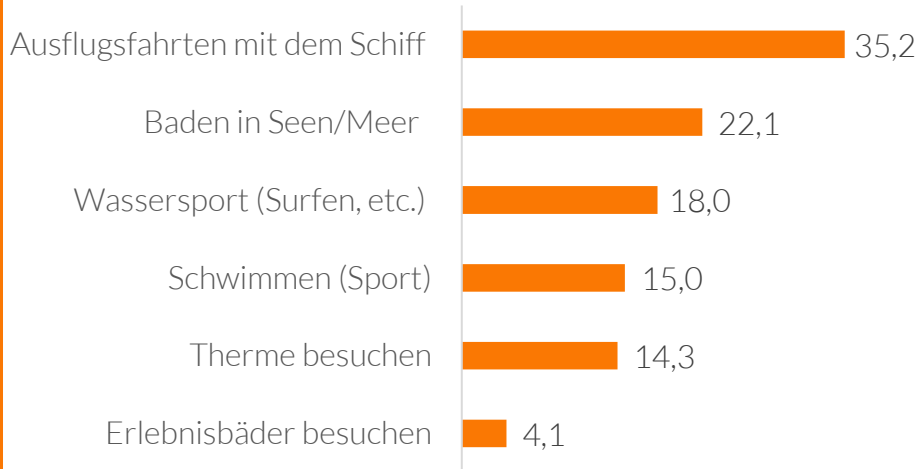
### Reisebegleitung



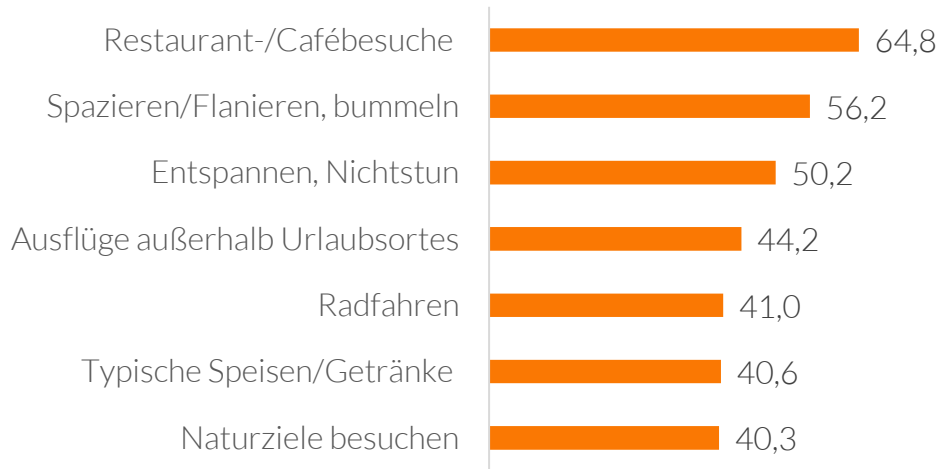


## ... und was sie machen

### Wasseraktivitäten (%)



### Aktivitäten (%)



# Fazit: Einzugsgebietsanalyse

- Insgesamt leben im Einzugsbereich (bis 120 min einfache PKW-Fahrzeit) rund **27 Mio. Einwohner\*innen**, die den aktuellen Status quo des theoretischen Nachfragepotenzials für Tagesreisen abbilden.
- Allein in den deutschen Teilen des Einzugsgebiets gibt es bereits mind. **20 Mio. gewerbliche Gästeankünfte** jährlich, die den aktuellen Status quo des theoretischen Nachfragepotenzials für Übernachtungsreisen abbilden.
- Das **grundsätzliche Basisnachfragepotenzial** ist für die touristische Entwicklung als **überdurchschnittlich positiv zu bewerten**. Gerade im hoch relevanten Bereich bis 60 Minuten Fahrzeit besteht ein sehr hohes Nachfragepotenzial.
- Sowohl Tages- als auch Übernachtungsgäste in Deutschland von Seeregionen und ländlichen Räumen kombinieren gerne mehrere Aktivitäten auf einer Reise. Damit generieren sie **an mehreren Punkten** einer Stadt bzw. Gemeinde **Wertschöpfung zugunsten zahlreicher Akteur\*innen**.

# 4. Fachgespräche



# Übersicht der geführten Fachgespräche

Institution	Gesprächspartner*innen	Gesprächsdatum
indeland Tourismus e. V.	Sabine Spohrer	01.09.2025
Gemeinde Aldenhoven	Michael Reichert	21.08.2025
Gemeinde Inden	Regina Dechering	08.08.2025
Gemeinde Inden	Yvonne Doderer	08.08.2025
Gemeinde Langerwehe	Sven Cramer & Martina Mielke	07.08.2025
Stadt Linnich	Patricia Eschweiler	17.09.2025
Gemeinde Niederzier	Cornelia Neunzig & Jonas Hamacher	27.08.2025
Stadt Eschweiler	Annika Fischer	03.09.2025
Stadt Jülich	Julia Huneke	27.08.2025
Kreis Düren	Sophia Eckerle	21.08.2025
Zweckverband Landfolge Garzweiler	Andreas Bräuer	04.09.2025
Neuland Hambach GmbH	Boris Linden	20.08.2025
Zweckverband Goitzsche See Tourismus	Tina Kretschmer	09.09.2025

# Allgemeine Beurteilung des Indesee-Projekts & IST-Zustand

Die Fachgespräche zeichnen insgesamt ein **sehr positives Bild** des Projekts Indesee. Der See gilt als **Schlüsselprojekt des Strukturwandels**, der im Zuge des Ausstiegs aus dem Bergbau neue Perspektiven eröffnet und innerhalb der Freizeit- und Tourismusentwicklung der Region **überregionale Strahlkraft** verleiht, die **Lebensqualität steigert** und **neue Nachfrage** auslöst.

Zugleich besteht das Bewusstsein, dass der Indesee mit dem Wegfall zahlreicher Arbeitsplätze durch den Ausstieg aus dem Bergbau den Strukturwandel nicht allein tragen kann, jedoch als zentraler Motor dient, um weitere Wirtschaftssektoren anzuziehen und so den Aufbau eines breiteren, zukunftsfähigen wirtschaftlichen Portfolios für die Region zu ermöglichen.

## DIE IST-SITUATION DER REGION

Aktuell befindet sich die Region mitten im Übergang eines aktiven Tagebaus hin zu einer attraktiven Naherholungs- und Tourismusdestination. Wirtschaft und Arbeitsmarkt

sind stellenweise noch eng mit der Braunkohle und seinen Kraftwerken verflochten – ein deutlicher Rückgang auf Basis des Strukturwandels ist dennoch sichtbar.

Tourismus spielt in den meisten Kommunen bislang nur eine untergeordnete Rolle. So ist die Region **keiner etablierten Tourismusregion zugeordnet**, viele Orte definieren sich primär über Industrie, Gewerbe, Forschung oder Wohnen.

Das touristische Angebot ist kleinteilig und räumlich verstreut. Ein zusammenhängendes, stark profiliertes Destinationsangebot gibt es bisher nicht. Es **dominieren Tages- und Naherholungsbesuche** aus der näheren Umgebung – etwa zum Wandern, Radfahren oder für Naturerlebnisse. Für klassische Übernachtungsreisen scheitert es bisher an fehlenden Angebotsbündeln und einer begrenzten touristischen Infrastruktur. Insgesamt wird die Ausgangslage daher als **„noch nicht touristisch etabliert, aber mit klar erkennbarem Potenzial“** beschrieben, in die das Projekt Indesee eine Richtung bringt.

# SOLL-Zustand - Zu erwartende Effekte des Indesees

In der angestrebten Soll-Situation soll der Indesee den heutigen, stark tagesorientierten Ausflugsverkehr Schritt für Schritt in einen deutlich stärkeren **Urlaubs- und Aufenthaltscharakter** überführen.

Mit dem Entstehen des Sees, neuer Uferbereiche und einer ausgebauten Infrastruktur wird eine klare **Zunahme der touristischen Nachfrage erwartet** – zunächst bei Tages- und Naherholungsgästen, perspektivisch auch durch mehr Übernachtungen. Seeanrainer rechnen mit spürbaren direkten Effekten in Form zusätzlicher Umsätze, Steuereinnahmen und Arbeitsplätze in Hotellerie, Gastronomie, Freizeitwirtschaft und Dienstleistungen. Kommunen der „zweiten Reihe“ erwarten eher indirekte Effekte über mehr Besuchs- und Einkaufsanlässe sowie eine stärkere Belegung und Belebung ihrer Ortskerne.

**Tourismus wird dabei als standortgebundene, nicht verlagerbare Querschnittsbranche verstanden**, welche die regionale Wertschöpfungskette insgesamt stärkt:

Quelle: dwif 2025, Fachgespräche August/September 2025

Zusätzliche Gewerbesteuereinnahmen, Impulse für Innenstädte, eine steigende Nachfrage nach Wohn- und Gewerbeflächen sowie eine verbesserte Wahrnehmung der Region als attraktiver Lebens- und Arbeitsort. Langfristig soll der Indesee zudem die **Ansiedlung weiterer Wirtschaftszweige begünstigen** und so einen wesentlichen Beitrag zum Strukturwandel leisten.

Das **größte Besuchspotenzial** wird nicht einer einzelnen Maßnahme, sondern der **Gesamtheit der künftigen Seenlandschaft** zugeschrieben: Dem Zusammenspiel von Wasser- und Naturerlebnis, gestalteten Uferzonen, Freizeit- und Sportangeboten sowie einer guten Erreichbarkeit.

Projekte wie Marina und Wassersportangebote, Strand- und Badebereiche, Besucher- und Informationszentren zum Strukturwandel und der RadStern Indesee wirken in diesem Verständnis als Bausteine eines Gesamtprodukts „Indesee“, das die Region als neue Erholungs- und Erlebnisdestination profiliert.

# Zielgruppen des Indesees

In den Fachgesprächen wird deutlich, dass **kein spezifischer Zielgruppenfokus** gewünscht oder beabsichtigt ist, sondern eine **breite, generationsübergreifende Ansprache**.

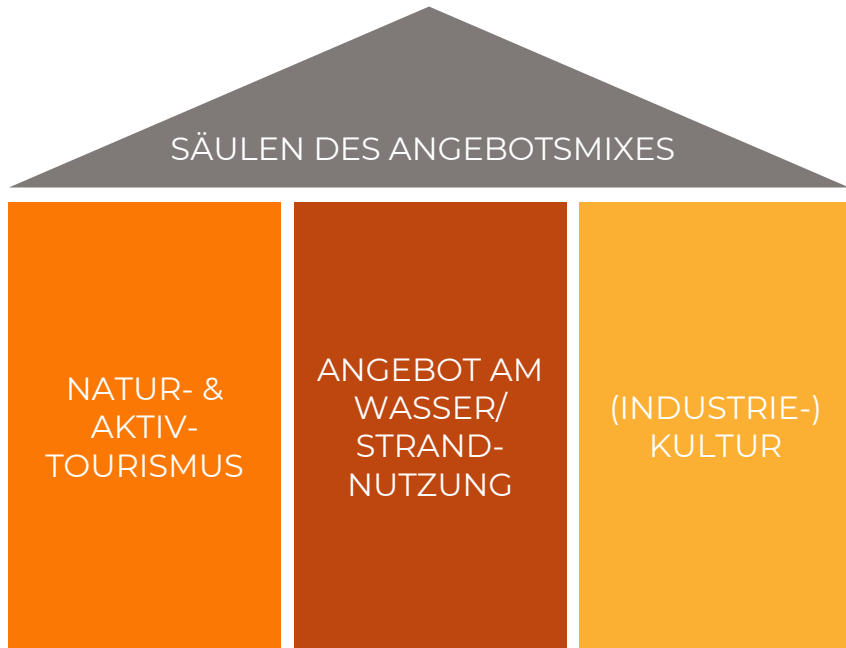
Während aktuell vor allem Best Ager und Familien mit Kindern die zentralen Gästegruppen darstellen, soll dieser Fokus mit dem Indesee erweitert werden.

Neben diesen beiden Gruppen werden explizit auch Naturinteressierte und Aktivurlauber\*innen (Radfahrende und Wandernde) sowie Wassersportaffine genannt. Auch eine zunehmende Nachfrage durch Geschäftsreisende, Firmenausflüge und Schulklassen mit Interesse am Strukturwandel wird erwartet.

Zugleich wurde angemerkt, dass sich das **touristische Angebot noch im Aufbau** befindet, sodass sich präzisere Zielgruppen erst mit der weiteren Entwicklung herauskristallisieren werden. Stellenweise wurde erwähnt, dass primär mit Gästen aus der Umgebung, vor allem aus dem **Städtedreieck Aachen/Köln/Düsseldorf**, gerechnet wird.



# Zukünftiger Angebotsmix des Indesees



Auf Basis der breiten Zielgruppen soll auch der Angebotsmix sowie dessen **Vermarktung bewusst vielfältig, zugänglich und niedrigschwellig** gestaltet werden. In den Fachgesprächen wird deutlich, dass die **Wasser-/Strandnutzung** in ihrer Angebotsbreite – z. B. mit Badebereichen, Fahrgastschiffahrt, Besucherzentrum und ausgewählten Wassersportangeboten – im Zentrum steht, insgesamt jedoch kein Fokus auf einzelne Elemente gesetzt wird.

Gleichzeitig besteht ein starker Bezug zum **Natur- und Aktivtourismus** durch Rad- sowie Wanderwege und ihre Verknüpfung an bestehende Attraktionen wie die Goltsteinkuppe, Sophienhöhe oder den Brückenkopfpark. Naturnahe Erholungsräume, Aussichtspunkte und Lernorte zu Natur- und Klimathemen sollen Erholung und Umweltbildung verbinden. **(Industrie-)kulturangebote** sollen an die Geschichte des Tagebaus erinnern. Für eine sinnvolle Angebotsverteilung wird eine **Zonierung** erwartet, mit aktivitätsorientierten Angeboten im Südwesten und eher auf Erholung und Naturerlebnis ausgerichteten Bereichen im Norden.

# Zwischennutzung & angestrebter Angebotsmix der Seenlandschaft

## ZWISCHENNUTZUNG DER SEENLANDSCHAFT

In den Fachgesprächen wird Zwischennutzung als wichtiger Baustein der Entwicklung des Indesees beschrieben. Ziel ist, den **Wandel vom aktiven Tagebau hin zur Seenlandschaft über zweieinhalb Dekaden schrittweise erlebbar zu machen**, die Bevölkerung mitzunehmen, Akzeptanz zu schaffen und frühzeitig sichtbare Besuchsansätze zu schaffen.

Genannt werden vor allem Rad- und Wanderangebote – wie der RadStern Indesee, der schon während der Befüllungsphase als erlebbares Wegenetz dienen soll – und geführte Touren durch die künftigen Seeräume. Ergänzend werden Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit, Aussichtspunkte, Sichtachsen sowie kontrollierte frühzeitige Zugänge zum Wasser betont, um jeden Fortschritt am See sichtbar zu machen.

Die IGA<sup>7</sup> 2037 wird in diesem Kontext als großer Impuls für das gesamte Rheinische Revier gesehen, der am Tagebau Garzweiler zusätzliche Aufmerksamkeit auf den Wandel lenkt und ihn in ein überregionales Schaufenster einbettet.

Quelle: dwif 2025, Fachgespräche August/September 2025; <sup>7</sup> Internationale Gartenausstellung, <sup>8</sup> Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept

## TOURISMUSAKZEPTANZ & BÜRGERBETEILIGUNG

Eine 2022 durchgeführte Bevölkerungsbefragung zeigt ein positives Bild. Rund 79% der Bevölkerung sehen darin eine sehr große oder große Chance für eine attraktive Gestaltung der Region. Wie bei größeren Vorhaben üblich gibt es auch kritische Stimmen um Umwelt, Kosten oder die Begleitung innerhalb des Strukturwandels gibt. Zusätzlich wurde stellenweise die Sorge geäußert, die eigene Kommune könnte am Ende außen vor bleiben und zu wenig profitieren. In diesem Kontext ist anzumerken, dass die **Identifikation der Bevölkerung** mit dem Indeland in den Städten und Gemeinden unterschiedlich stark ausgeprägt ist. Besonders hoch ist sie in der unmittelbaren Nähe des Tagebaus, wo Strukturwandelprojekte bereits konkret erlebbar werden, wie z.B. in Inden, wo die Bevölkerung in die Planungen der Gemeinde und der EwiG eng eingebunden wurde. Dies verdeutlicht, dass Strukturwandelprojekte in allen Kommunen konsequent mit intensiver Bürgerbeteiligung entwickelt und umgesetzt werden müssen. Auch vor dem Hintergrund des absehbaren Wegfalls von Arbeitsplätzen in der Braunkohleindustrie gilt es, die Bevölkerung mitzunehmen. Aktuell erfolgt die **Beteiligung vorwiegend über Formate des indelands/indeland-Tourismus** und teils auch über kommunale Prozesse wie ISEK<sup>8</sup>.

# Fazit Fachgespräche

- Der Indesee wird als **Schlüsselprojekt** gesehen, das die heute noch wenig touristisch etablierte, stark tagesausflugsorientierte Region schrittweise in eine profilierte Erholungs- und Erlebnisdestination mit überregionaler Strahlkraft überführt – mit **positiven Effekten auf Image, Lebensqualität und Standortattraktivität**.
- Ziel wäre es, möglichst viele Zielgruppen durch den Angebotsmix im Gesamten – ohne einseitige Schwerpunktsetzung – anzusprechen, weswegen das Zusammenspiel dieser Angebote essenziell ist.
- Temporäre Angebote, RadStern, geführte Touren, (inter-)national ausstrahlende Projekte wie die IGA 2037 und **sichtbare Baufortschritte machen den Wandel erlebbar**, stärken qualitativ die Identifikation und Akzeptanz der Bevölkerung und schaffen quantitativ frühe Besuchsanlässe und damit bereits Wertschöpfung für die Region.

# 5. Qualitative Effekte





# 5.1 Tourismus als wichtiger Eckpfeiler des Strukturwandels

## Von der Industrie zur Dienstleistung

Speziell für Regionen im tiefgreifenden Strukturwandel kann der **Tourismus eine zentrale Rolle als Transformationsmotor** einnehmen. Er eröffnet die Möglichkeit, **neue Narrative** zu etablieren: Aus dem lange als „Problemraum“ wahrgenommenen Industrieviertel wird ein „spannender Zukunftsraum“, in dem Industriekultur, Landschaftswandel, erneuerbare Energien, Kulturangebote und Kreativwirtschaft zu einem neuen, positiven Gesamtbild zusammenspielen und weiche Standortfaktoren stärken und damit zu einer für Fachkräfte und Arbeitgeber attraktive Region werden.

Dieser **Perspektivwechsel wirkt nach innen wie nach außen**: Er stärkt das Selbstbild der Bevölkerung und verbessert gleichzeitig die externe Wahrnehmung der Region bei Gästen, Fachkräften und Investoren.

## Folgende konkreten Wirkungen

- ✓ Darüber hinaus schafft der Tourismus **anschlussfähige Beschäftigungsperspektiven**. Viele in der Industrie erworbene Kompetenzen – etwa im Handwerk, in Technik, Logistik, Organisation oder im Sicherheitsmanagement – lassen sich gut in touristische Wertschöpfungsketten übertragen.
- ✓ Ökonomisch wirkt Tourismus als wichtiges Element zur **Diversifizierung der regionalen Wirtschaftsstruktur**. Er etabliert ein zusätzliches Standbein, das konjunkturelle Schwankungen und Krisen in anderen Branchen abfedern kann.
- ✓ Der Tourismus bietet die **Chance**, bereits **vorhandene materielle und räumliche Ressourcen produktiv zu nutzen**. Ehemalige Industriebauten, stillgelegte Bahntrassen, Tagebaue, Halden, Werkssiedlungen und umgestaltete Landschaften können touristisch neu interpretiert und genutzt werden – etwa als Themenrouten, Museen und Besucherzentren, Kultur- und Veranstaltungsorte oder als attraktive Rad- und Wanderwege.

# 5.2 Positive Imagewirkung und Identitätsbildung

## Image, Attraktivität & Anziehungskraft

Durch Tourismus können in einer Region eine ganze Reihe positiver Imageeffekte entstehen:

- ✓ **Bekanntheitssteigerung:** Die Region wird insgesamt sichtbarer und „taucht auf der Landkarte“ auf.
- ✓ **Modernes, attraktives Profil:** Ein gutes Angebot (Gastronomie, Kultur, Events, Outdoor) vermittelt ein Bild von Lebendigkeit, Offenheit und Lebensqualität – auch für Fachkräfte und Unternehmen interessant.
- ✓ **Stärkung regionaler Identität:** Wenn Gäste regionale Produkte, Traditionen und Kultur schätzen, stärkt das oft auch den Stolz der Einheimischen auf ihre Region.
- ✓ **Vertrauensaufbau:** Gute Bewertungen, wiederkehrende Gäste und eine professionelle Servicekultur erzeugen das Image einer verlässlichen und sicheren Destination.
- ✓ **Positionierung als nachhaltige/verantwortungsvolle Region:** Investitionen in ÖPNV, Radwege, Umwelt- und Klimaschutz können das Image als nachhaltige Destination steigern.

## Soziale Effekte und Identität

Tourismus entfaltet neben ökonomischen auch wichtige soziale Effekte und kann wesentlich zur **Stärkung der regionalen Identität** beitragen. Indem Geschichte, Kultur, Landschaft und Alltagsleben der Bevölkerung touristisch sichtbar und erlebbar gemacht werden, entsteht bei vielen Bewohner\*innen ein neuer Stolz auf die eigene Region.

Wo Einheimische als Gastgeber\*innen, Kulturakteure oder Produzent\*innen regionaler Produkte aktiv eingebunden sind, fördern touristische Aktivitäten zudem **Begegnung, Dialog und gegenseitiges Verständnis** – sowohl innerhalb der Bevölkerung als auch zwischen Gästen und Einheimischen.

Auf diese Weise kann **Tourismus soziale Kohäsion unterstützen**, Engagement für den gemeinsamen Lebensraum stärken und dazu beitragen, dass sich die Region als **„Wir-Ort“ mit eigenem Profil** und wiedererkennbarer Identität entwickelt.

## 5.3 Sicherung von Infrastruktur und Steigerung der Lebensqualität

Tourismus leistet einen **wichtigen Beitrag** zur Sicherung von **Infrastruktur und Daseinsvorsorge** in einer Region.

Durch die **zusätzliche Nachfrage der Gäste** werden **Angebote** wie ÖPNV, Gastronomie, Einzelhandel, Freizeit- und Kultureinrichtungen **besser ausgelastet und wirtschaftlich stabilisiert** – gerade in ländlichen Räumen oft eine Voraussetzung dafür, dass sie überhaupt erhalten bleiben.

Touristische Nachfrage kann Investitionen in Wege, Plätze, Rad- und Wanderinfrastruktur, Beschilderung oder digitale Angebote anstoßen, von denen die **lokale Bevölkerung** gleichermaßen **profitiert**.

Auf diese Weise wirkt der Tourismus als **wichtiger Baustein** für die **Lebensqualität** vor Ort und stärkt die Attraktivität der Region als Wohn- und Arbeitsstandort.



Visualisierung Goldsteinkuppe  
2055, Füllstand 100%



## 5.4 Hebelwirkungen durch Investitionen in den Tourismus

**Tourismus hat das Potenzial**, erhebliche **Investitionen** in einer Region wie dem **indeland anzustoßen** und zu bündeln. Auf der privaten Seite führt eine wachsende Nachfrage nach touristischen Angeboten zu Investitionen in Beherbergung, Gastronomie, Freizeit- und Kulturangebote, aber auch in ergänzende Dienstleistungen wie Mobilität, Handel oder Dienstleistungen rund um Veranstaltungen. Solche Investitionen wirken oft als sichtbare Signale für Aufbruch und Vertrauen in die Zukunftsfähigkeit der Region und können weitere Akteure motivieren, eigene Projekte anzustoßen.

Gleichzeitig **verstärkt der Tourismus die Hebelwirkung öffentlicher Investitionen**. Maßnahmen zur Verbesserung von öffentlichem Raum, Verkehrsanbindung, Rad- und Wanderinfrastruktur, Ortsbildgestaltung oder Kultur- und Freizeiteinrichtungen dienen häufig der lokalen Bevölkerung, profitieren aber in besonderem Maße von der zusätzlichen Nutzung durch Gäste.

Damit **erhöhen touristische Potenziale die Wirtschaftlichkeit und Legitimation solcher Vorhaben**.

Umgekehrt steigert eine gezielte öffentliche Anschubfinanzierung – etwa über Förderprogramme – die Attraktivität für privatwirtschaftliche Anschlussinvestitionen.

Erfolgreiche **Leuchtturmprojekte** wie sie im indeland angedacht sind, werden zudem weitere Folgeinvestitionen anstoßen – etwa wenn rund um die Lucherberger Lagune zusätzliche gastronomische Betriebe, Dienstleister oder Freizeitangebote entstehen. Das bereits bestehende Freizeitzentrum Indemann veranschaulicht auch jetzt schon diese positiven Effekte. So trägt Tourismus dazu bei, **Investitionsdynamik auszulösen und Kapital in die Region zu ziehen**, das auch der lokalen Bevölkerung zugutekommt.

Voraussetzung für eine positive Hebelwirkung ist jedoch, dass Investitionen strategisch ausgerichtet sind und auf klaren Entwicklungszielen beruhen. Dies ist im indeland durch die entwickelten Masterpläne der Fall.

# 5.5 Höhere Vernetzung der Akteure und Steigerung der Innovationskraft



**Tourismus** fungiert in vielen Regionen als **wichtiges Innovationsfeld**, in dem neue Angebote, Dienstleistungen und Kooperationsformen entwickelt und erprobt werden.

## Vernetzung

Die Branche verbindet unterschiedliche Sektoren – von Beherbergung und Gastronomie über Mobilität und Kultur bis hin zu Sport, Gesundheit, Landwirtschaft und Kreativwirtschaft.

## Innovative (Produkt-)Entwicklung

Dadurch entstehen vielfältige Anknüpfungspunkte für innovative Produkte und Dienstleistungen – etwa in den Bereichen Natur- und Kulturerlebnis, Gesundheitstourismus, Veranstaltungsformate oder regionale Produkte.

## Profilschärfung

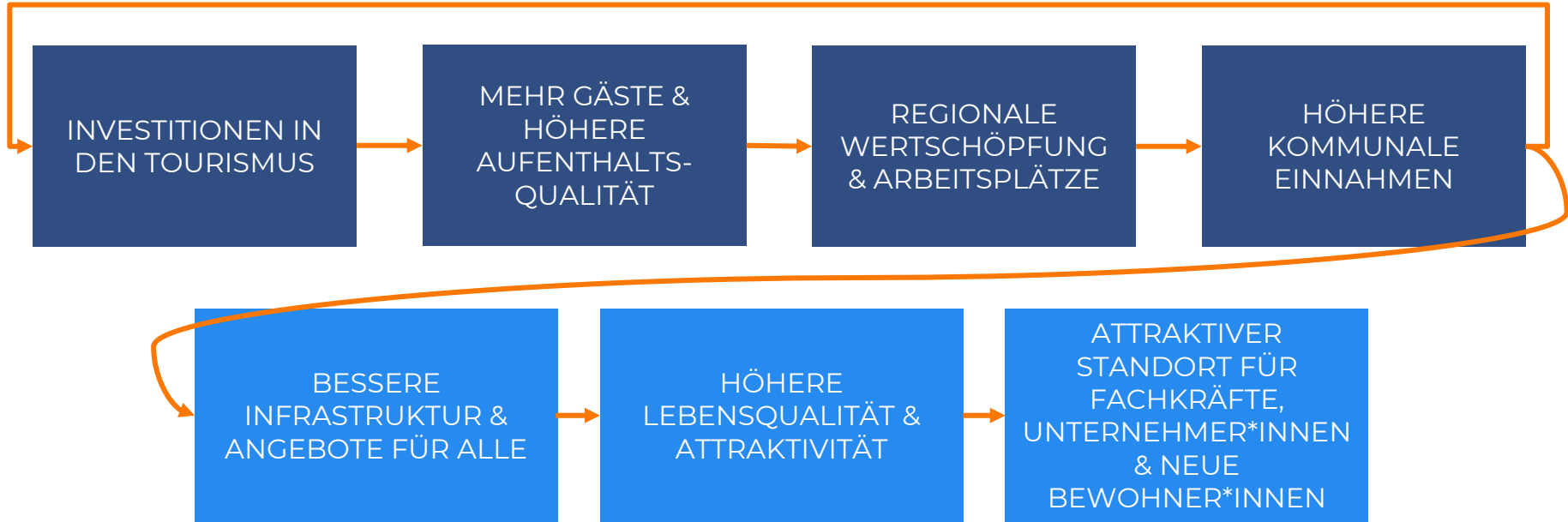
Touristische Innovationsprozesse tragen damit dazu bei, das Profil einer Region zu schärfen und neue Zielgruppen anzusprechen.

## Gründungen im Klein- und Mittelstand

Gleichzeitig eröffnet der Tourismus attraktive Rahmenbedingungen für Gründungen und kleinteilige unternehmerische Aktivitäten. Neue Unterkunfts-konzepte, spezialisierte Reise- und Erlebnisangebote, Anbieter von Outdoor- und Freizeitaktivitäten, regionale Manufakturen, Guide-Services oder Mobilitätslösungen entstehen häufig im Umfeld wachsender touristischer Nachfrage.

Dies stärkt insbesondere kleine und mittlere Unternehmen vor Ort und bietet Chancen für unternehmerisch orientierte Akteure, die regionale Besonderheiten aufgreifen und in marktfähige Angebote übersetzen.

# 5.6 Wirkungskette des Tourismus für die regionale Entwicklung

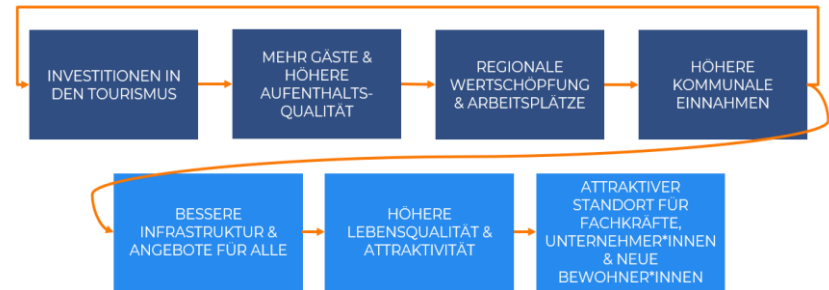


Touristische Investitionen stoßen eine Kette von Wirtschafts-, Infrastruktur- & Standorteffekten an, welche die Region insgesamt stärken.

# Fazit: Qualitative Effekte

- Neben den nachfolgend berechneten ökonomischen Effekten gibt es zahlreiche weitere qualitative Effekte.
- Der Tourismus führt zu einem positiven Image und einer höheren Außenwirkung. Nach innen wirkt er imagebildend und stärkt die regionale Identität.
- Er steigert die Lebensqualität in der Region, wovon alle Branchen profitieren.
- Der Tourismus ermöglicht anschlussfähige Beschäftigungsperspektiven und bietet Chancen zur Etablierung von KMU's.
- Zudem ist insbesondere die Hebelwirkung von (öffentlichen) Investitionen positiv hervorzuheben.

- Insgesamt wird durch den Tourismus eine Kette von Wirtschafts-, Infrastruktur- und Standorteffekten angestoßen.



Touristische Investitionen stoßen eine Kette von Wirtschafts-, Infrastruktur- & Standorteffekten an, die die Region insgesamt stärken.

# 6. Ökonomische Effekte

6A Die Entwicklungsschritte von der alle Kommunen profitieren



# 6. Ökonomische Effekte

## 6A Die Entwicklungsschritte



# Vom industriellen Herzschlag zur blauen Oase: die Transformation des indelands (I)

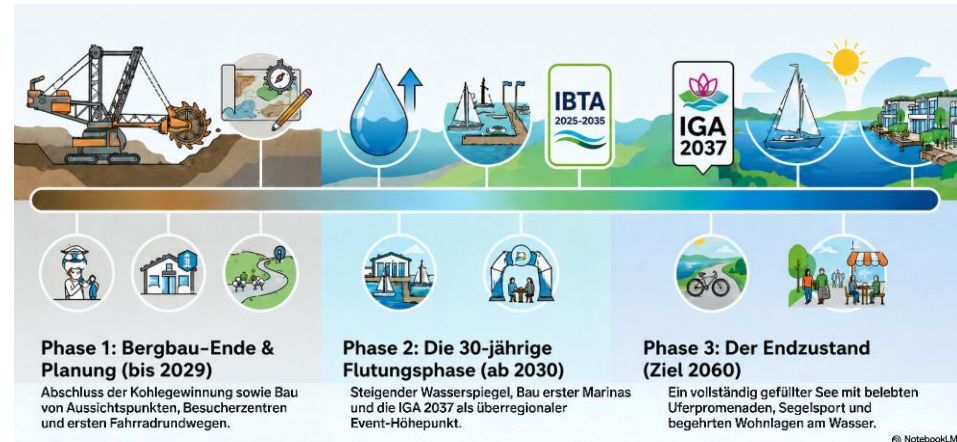
Die breiten und positiven Wirkungen durch den Tourismus wurden bereits aufgezeigt. Bevor nachfolgend die harten Zahlen, Daten, Fakten ermittelt und dargestellt werden, ist es zielführend **vorab einen Blick auf die einzelnen Entwicklungsstufen im Rahmen der Tourismusedwicklung** zu werfen.

## Die Vision als Fundament und Entwicklungsbasis

Heute befindet sich das **indeland in einer Zeit des Umbruchs**. Während der Tagebau Inden bis 2029 offiziell die Braunkohlegewinnung beendet, wird bereits der **Grundstein für eine neue Ära gelegt**. In dieser Phase „vor der Flutung“ erfolgen auf Basis der umfangreichen Planungen der Bau und die Realisierung erster Projekte. Erste Fahrradrundwege, Aussichtspunkte und das neue Infozentrum indeland am Indemann machen den beginnenden Wandel für die Menschen schon heute greifbar. Es ist der Abschied von der Industrie hin zu einem neuen Verständnis von Lebensqualität und Tourismus, der die regionale Identität stärken soll.

Quelle: dwif 2025

Aus Sicht der **Tourismusedwicklung befinden wir uns zwischen der Pionier- und Beteiligungs-/ Erschließungsphase**. In dieser gibt es kaum bis weniger externe Investoren, da die Risiken noch zu groß und die Nachfrage noch zu unsicher ist. An diesem Punkt sind ausgearbeitete Visionen, Anschubfinanzierungen durch Fördermittel, erste Leuchtturmprojekte und der Anschub von Projekten wichtig.



© NotebookLM

# Vom industriellen Herzschlag zur blauen Oase: die Transformation des indelands (II)

## Das Erwachen der Seenlandschaft als Chance für alle Kommunen

Mit dem Jahr 2030 beginnt eine faszinierende, rund 25 Jahre andauernde Flutungsphase. **Der Indesee ist in dieser Zeit kein fertiges Produkt, sondern ein langfristiger und dialogorientierter Prozess.** Durch intelligente Zwischennutzungen und wichtigen Projekte wie den „RadStern Indesee“, mobile Gastronomie und Aussichtsplattformen wird der wachsende See schrittweise erlebbar.

Neben der Internationalen Technologie- und Bauausstellung Rheinisches Revier 2025 markiert als besonderes Highlight die Internationale Gartenausstellung (IGA) 2037, die als „Schaufenster des Wandels“ überregionale Strahlkraft entfaltet und zu weiteren Investitionen führt. Die **touristische Nachfrage steigt kontinuierlich an**, während erste Marinas und Wassersportangebote entstehen. Aus **Perspektive der Tourismusedwicklung befinden wir uns dann zwischen der Beteiligungs-/Erschließungs- und der Wachstums-/Entwicklungsphase.**

Sowohl regionale als auch externe Investoren (z. B. Hotelketten, Fonds) investieren zunehmend in das indeland. **Alle Kommunen im indeland spüren den Aufbruch und die Modernisierung.** Die Bevölkerungszahl wächst aufgrund (neuer) Wohnräume, die Anzahl der Tagesreisenden nimmt zu und vor allem wächst das Segment der Übernachtungsgäste in allen Kommunen, da sich gleichermaßen große wie auch kleine Beherbergungsbetriebe in der Region aufgrund der positiven Zukunftsperspektiven ansiedeln.

**Für die jeweiligen Kommunen ist dies eine sehr chancenreiche Phase.** Durch **aktive Projektentwicklungen** werden **alle Kommunen** – auch nicht direkt an den See angrenzende – **von den touristischen Möglichkeiten profitieren.** Das kann durch die gezielte Entwicklung von attraktiven Leuchtturmprojekten oder aber auch durch den Fokus auf spezifische Segmente (z. B. Tagung und Seminargäste), sowie die Bereitstellung entsprechender Flächen und die Verknüpfung von weiteren touristischen Angeboten erfolgen.

# Vom industriellen Herzschlag zur blauen Oase: die Transformation des indelands (III)

## Die Ankunft am Ziel – Das indeland als touristisches Highlight in Deutschland

Im Jahr 2060 ist die Vision Wirklichkeit geworden: Ein etabliertes Naherholungsziel mit 100 % Füllstand prägt die Region. Wo einst Bagger standen, finden sich nun besonders attraktive Wohnlagen am Wasser, belebte Promenaden und ein vielfältiges Gastronomieangebot.

Der Indesee ist zum zentralen Wirtschaftsmotor gereift: Zwischen 2040 und 2060 wird weiterhin Zuzug und damit Bevölkerungswachstum stattfinden. Die Region ist nun touristisch sehr attraktiv und zahlreiche regionale Akteure sehen die Wirkungen des Tourismus und entwickeln eigene Ideen. Das reicht von kleinen Ferienwohnungsanbietern über Radverleihe über die Gastronomie bis hin zu zahlreichen weiteren Dienstleistungen wie Gästeführungen etc. Zudem werden in allen Kommunen weitere Beherbergungskapazitäten und touristische Angebote etabliert.

Aus Sicht der Tourismusedwicklung werden in dieser Phase weiterhin regionale und externe Investoren aktiv. Zunehmend mehr Einheimische entdecken den Wert des Tourismus und werden entsprechende Angebote entwickeln und realisieren. Die Region wird flächendeckend nochmals deutlich touristisch attraktiver.

Die touristische Wertschöpfung steigt weiterhin in allen Kommunen sowohl durch Ausgaben der Tages- als auch Übernachtungsgäste.

Am Ende dieser Phase (2060) befindet sich die Region in der Konsolidierungsphase. Das bedeutet viele Bettenkapazitäten, eine stärkere Standardisierung der Angebote und vor allem einen hohen Bekanntheitsgrad, mit einer Wertschöpfung, die das Niveau etablierter Urlaubsregionen Deutschlands erreicht.

Quelle: dwif 2025

# 6. Ökonomische Effekte

## 6B Nachfrageentwicklung



# Methodik zu den nachfolgenden Berechnungen

In der nachfolgenden Nachfrageprognose für den Indesee werden nach einheitlicher Systematik alle indeland-Kommunen sowie Eschweiler einzeln modelliert. Hierfür werden die Einwohner\*innenzahl, die gewerblichen Übernachtungen sowie Tagesreisen einzeln für 2040 und 2060 entsprechend der in den Folien 56-58 geschilderten Entwicklungen ausgewiesen. Ausgangspunkt sind in allen Fällen die jeweiligen bereits vorliegenden Kennzahlen aus 2023. Abweichend von veröffentlichten, extrapolierten Daten der letzten Jahre wird im Durchschnitt für das indeland ein Bevölkerungszuwachs von rund 10 % angenommen, um das regionale Transformationsgeschehen zu berücksichtigen.

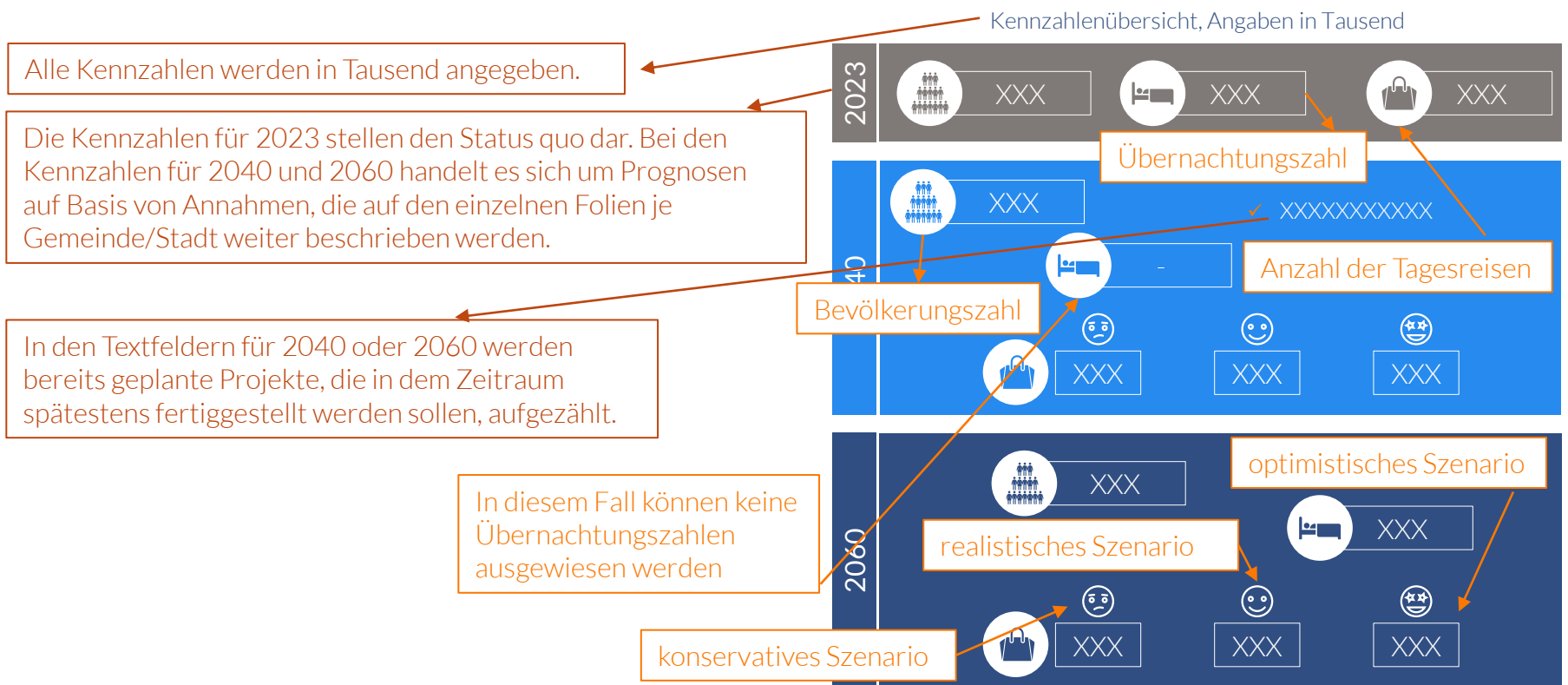
Die **zukünftige Bevölkerungszahl** wird aus der geplanten Wohnbauentwicklung (zusätzliche Wohneinheiten und typische Haushaltsgrößen) sowie aus der geplanten Arbeitsplatzentwicklung (bereits geplante Gewerbegebiete) abgeleitet.

Das **Übernachtungsvolumen** umfasst sowohl gewerbliche Übernachtungen als auch Übernachtungen der Privatvermietern sowie des Campingsegments. Das Volumen ergibt sich aus den Bestandszahlen 2023 und den bis dahin hinzukommenden Beherbergungskapazitäten auf Basis plausibler Annahmen zu Auslastung und Zimmerbelegung. Sind keine weiteren Beherbergungskapazitäten geplant, werden die prognostizierten Einwohner\*innenzahlen sowie die Übernachtungsintensitäten herangezogen.

Das **Tagesreiseaufkommen** wird aus der prognostizierten Bevölkerungszahl und unterschiedlichen Tagesreiseintensitäten in drei Szenarien (konservativ, mittel, optimistisch) berechnet, um eine Bandbreite möglicher Entwicklungen abzubilden.

Die weiteren genauen Annahmen werden nachfolgend für die jeweiligen Kommunen separat beschrieben.

# Leseschlüssel zu den Kennzahlenübersichten je Gemeinde/Stadt



Alle Kennzahlen werden in Tausend angegeben.

Die Kennzahlen für 2023 stellen den Status quo dar. Bei den Kennzahlen für 2040 und 2060 handelt es sich um Prognosen auf Basis von Annahmen, die auf den einzelnen Folien je Gemeinde/Stadt weiter beschrieben werden.

In den Textfeldern für 2040 oder 2060 werden bereits geplante Projekte, die in dem Zeitraum spätestens fertiggestellt werden sollen, aufgezählt.

In diesem Fall können keine Übernachtungszahlen ausgewiesen werden

konservatives Szenario

realistisches Szenario

optimistisches Szenario

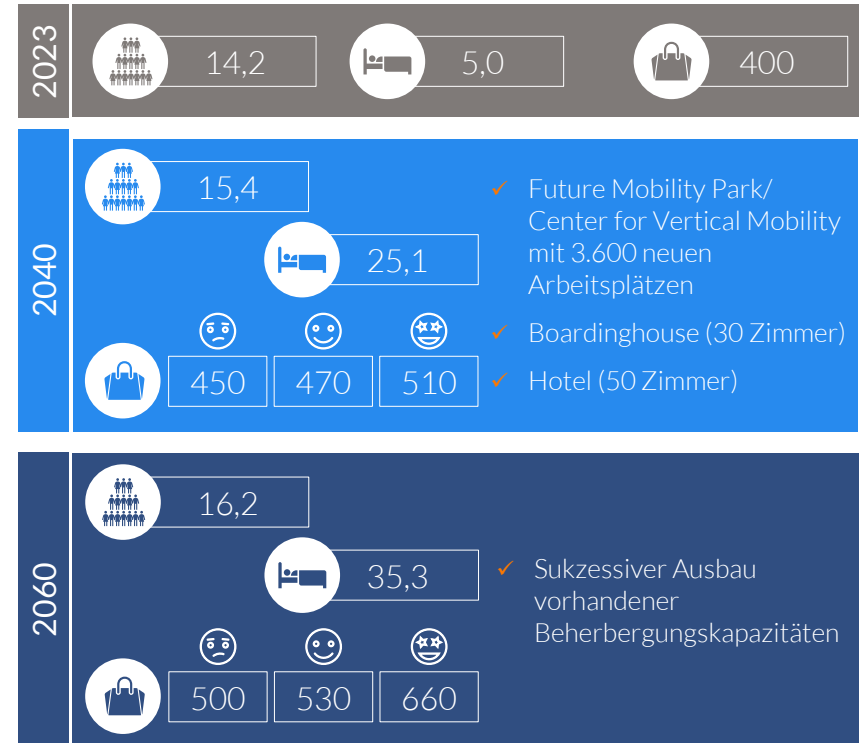
# Nachfrageentwicklung: Aldenhoven

Für die zukünftige **Einwohner\*innenzahlen** in Aldenhoven wird bis 2040 eine Steigerung von 8 % und bis 2060 von 5 % angenommen. Daraus ergeben sich rund 15.400 Einwohner\*innen im Jahr 2040 und etwa 16.200 im Jahr 2060.

Für die **Entwicklung der Übernachtungen** wird – neben der aktuellen Bestandskennzahl – bei den hinzukommenden Beherbergungskapazitäten bis 2040 bzw. 2060 mit einer Auslastung von rund 40 – 60 % und einer Zimmerbelegung von 1,2 – 1,5 Personen gerechnet. Für die Privatvermietung wird eine Übernachtungsintensität von 0,4 – 0,6 % angenommen. Hieraus resultieren insgesamt ca. 25.100 Übernachtungen 2040 und rund 35.300 Übernachtungen 2060.

Für die drei Szenarien des **Tagesreisaufkommens** werden Intensitäten zwischen 29 und 41 angenommen. Innerhalb des realistischen Szenarios liegen die Tagesreisen 2040 somit bei 470.000 und 2060 bei 530.000.

Kennzahlenübersicht, Angaben in Tausend



# Nachfrageentwicklung: Inden

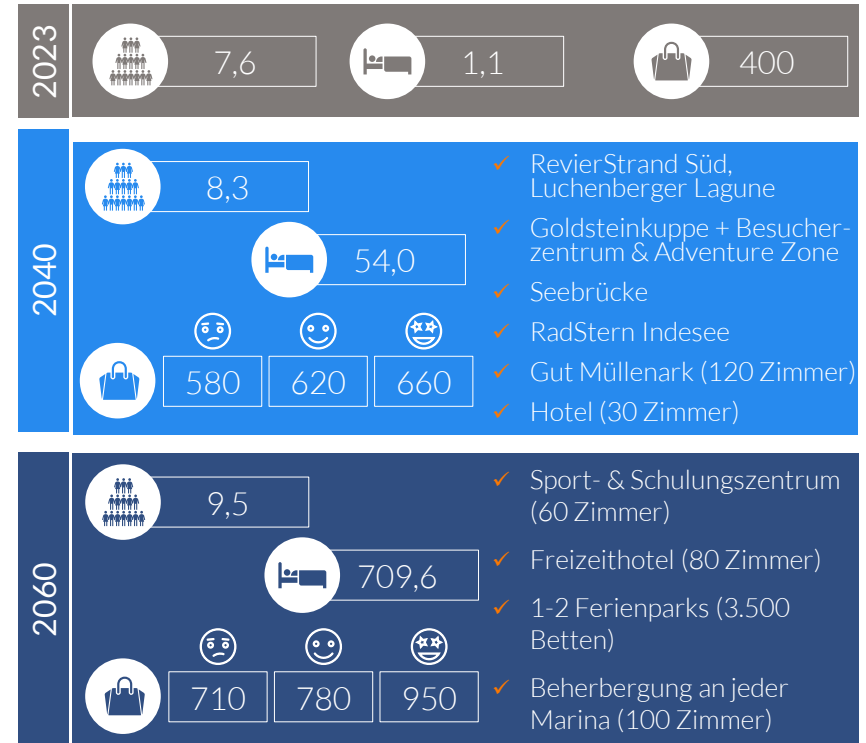
In der Gemeinde Inden wird für die zukünftige **Einwohner\*innen-zahlen** angenommen, dass bis 2040 rund 300 und bis 2060 insgesamt 500 Wohneinheiten entstehen, die im Mittel von 2,4 Personen bewohnt werden. Daraus ergeben sich rund 8.300 Einwohner\*innen im Jahr 2040 und etwa 9.500 im Jahr 2060.

Für die **Entwicklung der Übernachtungen** wird – neben der aktuellen Bestandskennzahl – bei den hinzukommenden Beherbergungskapazitäten bis 2040 bzw. 2060 mit einer Auslastung von rund 45 – 60 % und einer Zimmerbelegung von 1,5 – 2 Personen gerechnet. Im Campingsegment wird eine Übernachtungsintensität von 0,2 und bei der Privatvermietung von 0,5 – 0,9 angenommen. Es resultieren ca. 54.000 Übernachtungen 2040 und rund 709.600 für 2060.

Für die drei Szenarien des **Tagesreiseaufkommens** werden Intensitäten zwischen 70 und 100 angenommen. Innerhalb des realistischen Szenarios liegen die Tagesreisen 2040 somit bei 620.000 und 2060 bei 780.000.

Quelle: dwif 2025

Kennzahlenübersicht, Angaben in Tausend



# Nachfrageentwicklung: Jülich

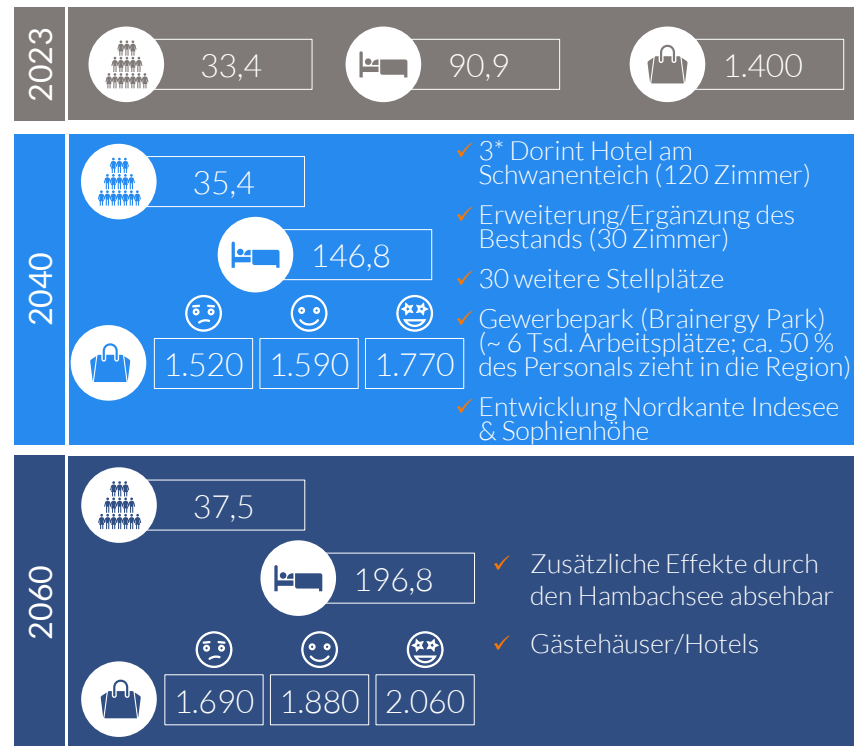
Für die zukünftige **Einwohner\*innenzahlen** in Jülich wird sowohl bis 2040 als auch 2060 eine Steigerung von 6 % angenommen. Dieser stärkere Zuwachs beruht auf einer Fachkräfteansiedlung durch den Gewerbepark. Es wird mit rund 35.400 Einwohner\*innen im Jahr 2040 und etwa 37.500 im Jahr 2060 gerechnet.

Für die **Entwicklung der Übernachtungen** wird bei den hinzukommenden Beherbergungskapazitäten bis 2040 bzw. 2060 mit einer Auslastung von rund 55 -70 % und Zimmerbelegung von 1,2 – 1,7 Personen gerechnet. Zudem werden 180 Betriebstage für die weiteren 30 Stellplätze im Campingsegment und eine Übernachtungsintensität zwischen 0,5 – 0,8 für die Privatvermietung angenommen. Hieraus resultieren ca. 146.800 Übernachtungen 2040 und rund 196.800 Übernachtungen 2060.

Für die drei Szenarien des **Tagesreiseaufkommens** werden Intensitäten zwischen 43 und 55 angenommen. Innerhalb des realistischen Szenarios liegen die Tagesreisen 2040 somit bei 1.590.000 und 2060 bei 1.880.000.

Quelle: dwif 2025

Kennzahlenübersicht, Angaben in Tausend



# Nachfrageentwicklung: Langerwehe

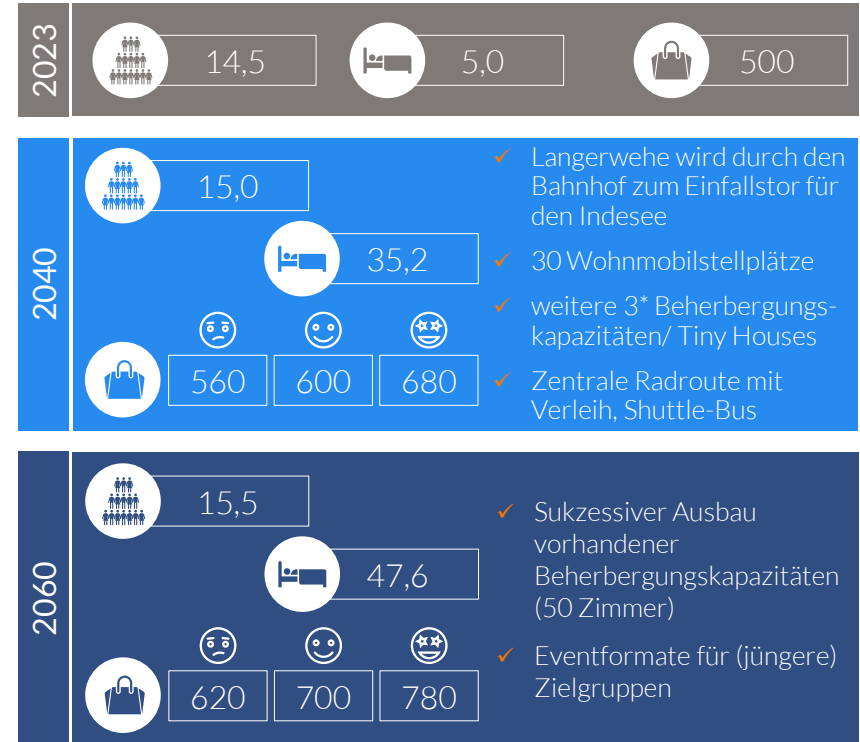
Für die zukünftige **Einwohner\*innenzahlen** in Langerwehe wird 2040 eine Steigerung von 4 % und 2060 von 3 % angenommen. Daraus ergeben sich rund 15.000 Einwohner\*innen im Jahr 2040 und etwa 15.500 im Jahr 2060.

Für die **Entwicklung der Übernachtungen** wird – neben der aktuellen Bestandskennzahl – bei den hinzukommenden Beherbergungskapazitäten bis 2040 bzw. 2060 mit einer Auslastung von rund 40 – 50 % und Zimmerbelegung von 1,5- 1,7 Personen gerechnet. Zudem werden 175 Belegungstage für die 30 Stellplätze und für die Privatvermietung eine Übernachtungsintensität von 0,2 angenommen. Hieraus resultieren ca. 35.200 Übernachtungen 2040 und rund 47.600 Übernachtungen 2060.

Für die drei Szenarien des **Tagesreiseaufkommens** werden Intensitäten zwischen 37 und 50 angenommen. Innerhalb des realistischen Szenarios liegen die Tagesreisen 2040 somit bei 600.000 und 2060 bei 700.000.

Quelle: dwif 2025

Kennzahlenübersicht, Angaben in Tausend



# Nachfrageentwicklung: Linnich

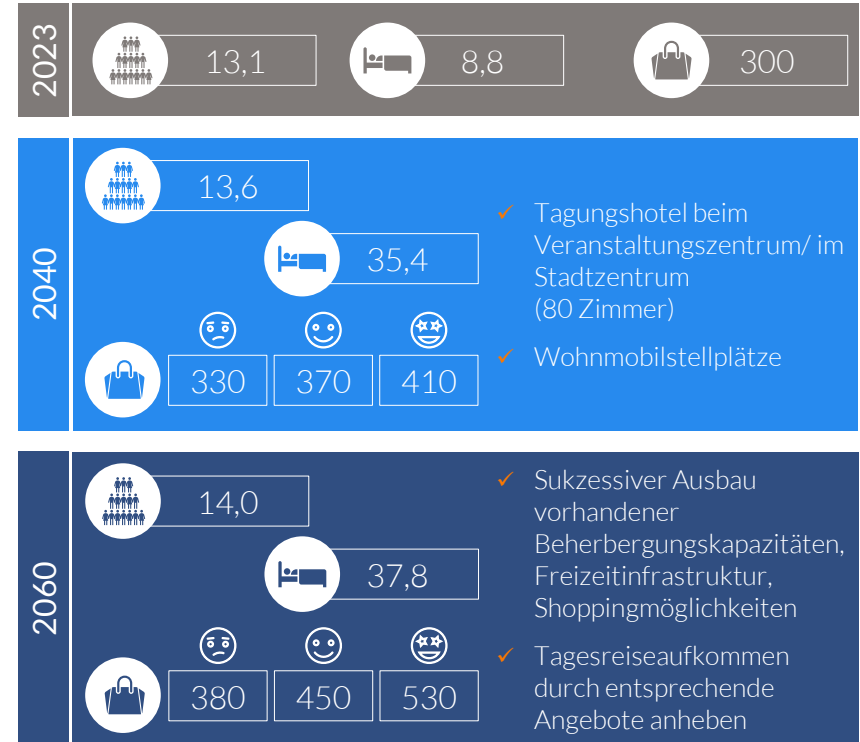
Für die zukünftige **Einwohner\*innenzahlen** in Linnich wird 2040 eine Steigerung von 4 % und 2060 von 3 % angenommen. Daraus ergeben sich rund 13.600 Einwohner\*innen im Jahr 2040 und etwa 14.000 im Jahr 2060.

Für die **Entwicklung der Übernachtungen** wird, neben der aktuellen Bestandskennzahl, bei den hinzukommenden Beherbergungskapazitäten bis 2040 bzw. 2060 mit einer Auslastung von rund 60 % und einer Zimmerbelegung von 1,2 Personen gerechnet. Zudem werden 175 Belegungstage für die 30 Stellplätze und für die Privatvermietung eine Übernachtungsintensität zwischen 0,2 – 0,3 angenommen. Hieraus resultieren ca. 35.400 Übernachtungen 2040 und rund 37.800 Übernachtungen 2060.

Für die drei Szenarien des **Tagesreiseaufkommens** werden Intensitäten zwischen 24 und 38 angenommen. Innerhalb des realistischen Szenarios liegen die Tagesreisen 2040 somit bei 370.000 und 2060 bei 450.000.

Quelle: dwif 2025

Kennzahlenübersicht, Angaben in Tausend



# Nachfrageentwicklung: Niederzier

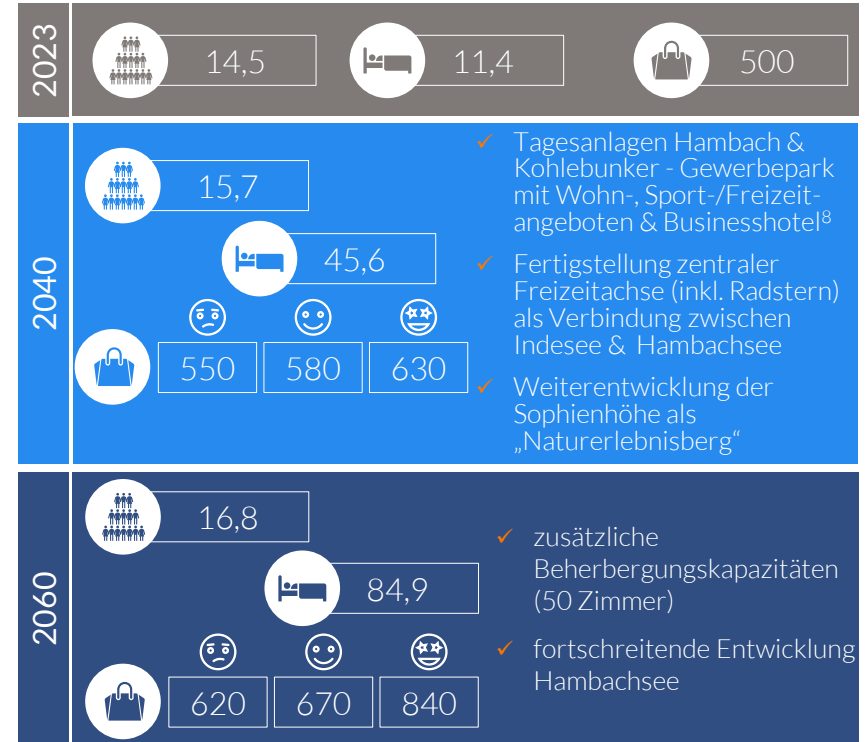
In der Gemeinde Niederzier sollen bis zu 5-6 Tausend Arbeitsplätze in einem Gewerbepark in Hambach entstehen. Für die zukünftige **Einwohner\*innenzahlen** wird daher eine Steigerung von 8 % (2040) und 7 % (2060) angenommen. Daraus ergeben sich rund 15.700 Einwohner\*innen im Jahr 2040 und etwa 16.800 im Jahr 2060.

Für die **Entwicklung der Übernachtungen** wird, neben der aktuellen Bestandskennzahl, bei den hinzukommenden Beherbergungskapazitäten bis 2040 bzw. 2060 mit einer Auslastung von 40 – 70 % und einer Zimmerbelegung von 1,3 - 1,8 Personen gerechnet. Im Campingsegment wird eine Übernachtungsintensität von 0,1 und bei der Privatvermietung von 0,1 – 0,3 angenommen. Hieraus resultieren ca. 45.600 Übernachtungen 2040 und rund 84.900 Übernachtungen im Jahr 2060.

Für die drei Szenarien des **Tagesreiseaufkommens** werden Intensitäten zwischen 35 und 50 angenommen. Innerhalb des realistischen Szenarios liegen die Tagesreisen 2040 somit bei 580.000 und 2060 bei 670.000.

Quelle: dwif 2025, <sup>8</sup>~ 6.000 Arbeitsplätze; ca. 50 % des Personals zieht in die Region

Kennzahlenübersicht, Angaben in Tausend



# Nachfrageentwicklung: Eschweiler

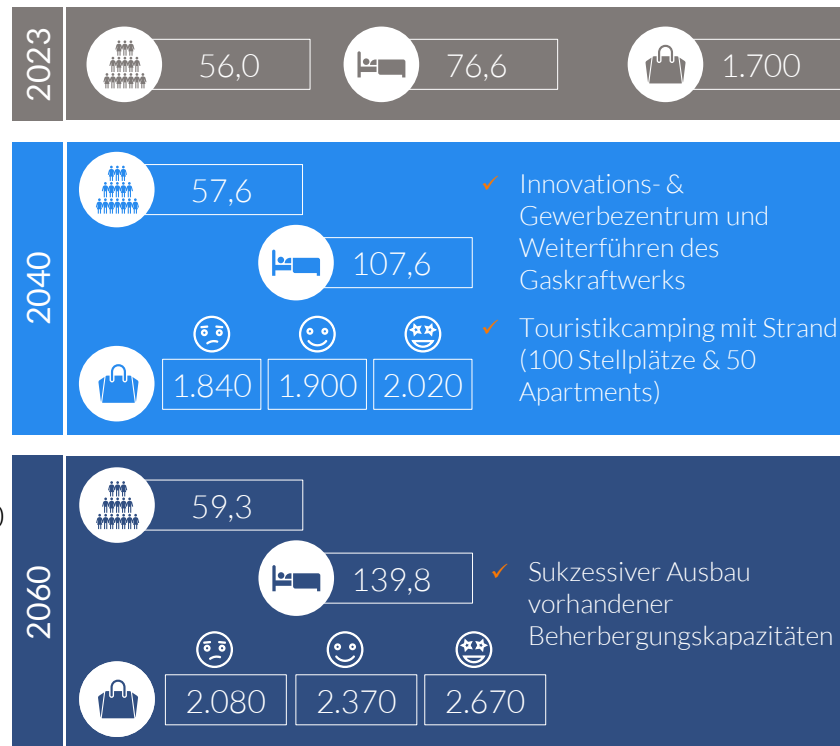
In der Gemeinde Eschweiler sollen Arbeitsplätze durch große Gewerbeflächen entstehen sowie das Gaskraftwerk weitergeführt werden. Für die zukünftige **Einwohner\*innenzahlen** wird sowohl bis 2040 als auch 2060 eine Steigerung von 3 % angenommen. Daraus ergeben sich rund 57.600 Einwohner\*innen im Jahr 2040 und etwa 59.300 im Jahr 2060.

Für die **Entwicklung der Übernachtungen** ist ein Touristikcamping mit Strand bis 2060 vorgesehen. Für die Berechnung wird daher mit der prognostizierten Einwohner\*innenzahl für 2040 bzw. 2060 sowie einer Übernachtungsintensität von 1,3 gerechnet. Für die Privatvermietung und das Campingsegment wird eine Übernachtungsintensität von 0,2 – 0,4 angenommen. Hieraus resultieren ca. 107.600 Übernachtungen 2040 und rund 139.800 Übernachtungen 2060.

Für die drei Szenarien des **Tagesreiseaufkommens** werden Intensitäten zwischen 32 und 45 angenommen. Innerhalb des realistischen Szenarios liegen die Tagesreisen 2040 somit bei 1.900.000 und 2060 bei 2.370.000.

Quelle: dwif 2025

Kennzahlenübersicht, Angaben in Tausend

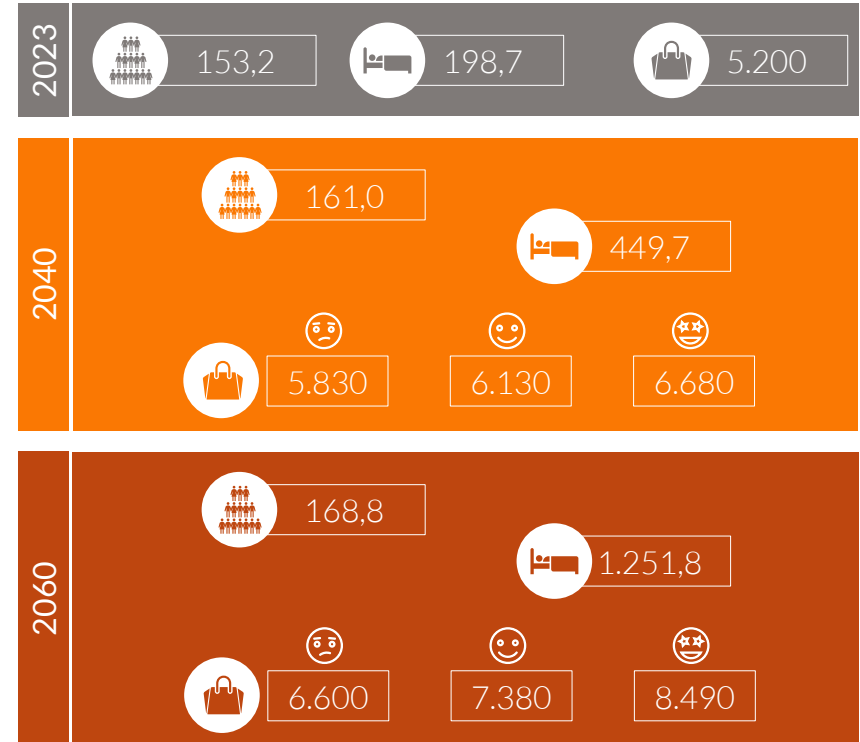


# Nachfrageentwicklung: indeland-Kommunen

Auf Basis der vorangegangenen Annahmen für die einzelnen Gemeinden können nun alle indeland-Kommunen gemeinsam betrachtet werden. Daraus resultieren folgende Prognosen:

- ✓ Für die zukünftige **Einwohner\*innenzahlen** ergeben sich rund 161.000 Einwohner\*innen im Jahr 2040 und etwa 168.800 im Jahr 2060.
- ✓ Für die **Entwicklung der Übernachtungen** resultieren im Jahr 2040 etwa 449.700 Übernachtungen und im Jahr 2060 rund 1.251.800 Übernachtungen.
- ✓ Das **Tagesreiseaufkommen** kann 2040 zwischen 5,8 und rund 6,7 Millionen liegen. Im Jahr 2060 sind zwischen 6,6 und rund 8,5 Millionen Tagesreisen möglich.





Kennzahlenübersicht, Angaben in Tausend



# 6. Ökonomische Effekte:

6C: Umsatzkennzahlen &  
Wertschöpfung

# Touristische Umsätze nach Marktsegmenten für das Inland 2040 & 2060

MARKTSEGMENT	SZENARIO 2040			SZENARIO 2060		
	AUFENTHALTSTAGE	Ø-TAGES-AUSGABEN IN €	BRUTTO-UMSATZ €	AUFENTHALTSTAGE	Ø-TAGES-AUSGABEN IN €	BRUTTO-UMSATZ €
 Camping & Reisemobile	45 Tsd.	$\times 62,^{20}$	= 2,8 Mio.	48 Tsd.	$\times 68,^{80}$	= 3,3 Mio.
 Privatquartiere (< 10 Betten)	52 Tsd.	$\times 84,^{60}$	= 4,4 Mio.	83 Tsd.	$\times 90,^{40}$	= 7,5 Mio.
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) <sup>4</sup>	353 Tsd.	$\times 149,^{90}$	= 52,9 Mio.	1.119 Tsd.	$\times 163,^{30}$	= 182,7 Mio.
 Tagesreisen	5.830 – 6.680 Tsd.	$\times 25,^{10}$	= 146,3 – 167,3 Mio.	6.600 – 8.490 Tsd.	$\times 26,^{80}$	= 175,1 – 226,8 Mio.
<b>GESAMT</b>	<b>6.280 – 7.130 TSD.</b>		<b>206 – 228 MIO.</b>	<b>7.852 – 9.742 TSD.</b>		<b>371 – 421 MIO.</b>

Quelle: dwif 2025

# Kennziffern für das Inland im Zeitvergleich

	2023	2040	2060	Entwicklung 2040 ggü. 2023	Entwicklung 2060 ggü. 2023
Übernachtungen in Betrieben	199 Tsd.	450 Tsd.	1.250 Tsd.	+ 126 %	+ 528 %
Tagesreisen	5.200 Tsd.	5.830 – 6.680 Tsd.	6.600 – 8.490 Tsd.	+ 12 bis 28 %	+ 27 bis 63 %
Bruttoumsätze Übernachtungen	24.200 Tsd. €	60.100 Tsd. €	193.500 Tsd. €	+ 148 %	+ 698 %
Bruttoumsätze Tagestourismus	124.000 Tsd. €	146.300 – 167.300 Tsd. €	177.000 – 226.800 Tsd. €	+ 18 bis 35 %	+ 43 bis 83 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	65.600 Tsd. €	101.300 – 109.500 Tsd. €	213.600 – 233.000 Tsd. €	+ 54 bis 67 %	+ 225 bis 255 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	53.700 Tsd. €	67.000 – 75.100 Tsd. €	94.900 – 114.400 Tsd. €	+ 25 bis 40 %	+ 77 bis 113 %
Bruttoumsätze Dienstleistungen	28.900 Tsd. €	38.300 – 42.800 Tsd. €	62.100 – 73.100 Tsd. €	+ 33 bis 48 %	+ 115 bis 153 %
Bruttoumsätze Gesamt	148.200 Tsd. €	206.400 – 227.600 Tsd. €	370.500 – 420.500 Tsd. €	+ 39 bis 53 %	+ 150 bis 183 %
Nettoumsatz	130.000 Tsd. €	166.700 – 184.800 Tsd. €	327.900 – 371.400 Tsd. €	+ 28 bis 42 %	+ 152 bis 185 %
Vorleistungen	89.100 Tsd. €	113.800 – 126.200 Tsd. €	220.600 – 250.500 Tsd. €	+ 27 bis 42 %	+ 147 bis 181 %
Touristische Wertschöpfung	67.600 Tsd. €	87.000 – 96.500 Tsd. €	173.600 – 196.100 Tsd. €	+ 29 bis 42 %	+ 157 bis 190 %
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	1,7 %	2,0 – 2,2 %	3,8 – 4,3 %	+ 18 bis 29 %	+ 124 bis 153 %
Einkommensäquivalent (in Personen)	2.580	3.247 – 3.602	6.481 – 7.321	+ 26 bis 39 %	+ 151 bis 184 %

Quelle: dwif 2025

# GESAMTÜBERBLICK FÜR DAS INDELAND



BRUTTO-  
UMSATZ

148 MIO. € → 206 - 228 MIO. € → 371 - 421 MIO. €

WERT-  
SCHÖPFUNG

68 MIO. € → 87 - 97 MIO. € → 174 - 196 MIO. €

# Steueraufkommen aus dem Tourismus



## Mehrwertsteuer und Einkommensteuer

2040: ca. 22,4 – 24,5 Mio. €  
2060: ca. 34,5 – 39,2 Mio. €



Grundsteuer  
Gewerbsteuer  
Zweitwohnungssteuer  
Kurtaxe (Gast)  
Tourismusabgabe (Gewerbe)

Allein aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer resultieren 2040 ca. 22,4 – 24,5 Mio. € und 2060 ca. 34,5 – 39,2 Mio. € Steueraufkommen aus dem Tourismus, das jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt. Der Tourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast) und Tourismusabgabe (Gewerbe), zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen, deren Quantifizierung jedoch nur über individuelle Erhebungen möglich ist und hier für die Zukunft in 2040 und 2060 gar nicht bestimmt werden können.

Die den Gemeinden des Inlandes zufließenden touristisch bedingten **Steuereinnahmen** lassen sich nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln. Untersuchungen von uns zeigen, dass den Kommunen durchschnittlich Steuereinnahmen aus dem Tourismus in einer Größenordnung **zwischen einem und weit mehr als drei Prozent der dort realisierten touristischen Nettoumsätze** zufließen.

Anhang

# Glossar

## 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.

## BOOTSTOURISMUS

Touristik- und Saisonliegeplätze für Segel-, Motoryachten und Hausboote.

## BRUTTOUMSATZ

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

## CAMPINGTOURISMUS

Touristikcamper und Dauercamper auf Campingplätzen. Übernachtungen auf Bedarfscampingplätzen bei Festivals und Events.

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

## DIENSTLEISTUNGEN, SONSTIGE

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

## EINKOMMENSBEITRAG DES TOURISMUS

Der relative Beitrag des Tourismus zum Primär- bzw. Volkseinkommen wird wie folgt ermittelt: Addition der touristischen Wertschöpfung der ersten und zweiten Umsatzstufe (= absoluter Einkommensbeitrag des Tourismus) und dessen Division durch das Primär- bzw. Volkseinkommen vor Ort (siehe Berechnungsweg). Der Begriff Wertschöpfung wird synonym zum Einkommen verwendet.

## EINZELHANDEL

Bei Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus wird der Einzelhandel in Lebensmitteleinzelhandel und sonstigen Einzelhandel unterteilt.

## FREIZEITWOHNSITZE

Häuser oder Wohnungen, die nur zu Freizeit Zwecken genutzt werden (Urlaube und Wochenendreisen).

## GASTGEWERBE

Oberbegriff für das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe. In der vorliegenden Studie ist die Definition jedoch nicht deckungsgleich zur Umsatzsteuerstatistik (WZ-Code 55/56), da dort beispielsweise jene Ausgaben nicht erfasst werden, die von Gästen für Übernachtungen in privaten Ferienwohnungen/Quartieren, Sanatorien oder beim Dauercamping getätigt werden. Diese sind entweder anderen WZ-Codes zugeordnet oder überhaupt nicht umsatzsteuerlich erfasst, da sie unterhalb der Steuerfreigrenze bleiben. Bei den Gastronomieumsätzen gibt es ebenso Abweichungen, da Umsätze von Gästen auch in Kiosken oder in Restaurants von Kaufhäusern, bei Bäckereien, Metzgereien, Tankstellen oder anderen Einzelhandelsgeschäften mit Gastronomieeinheiten getätigt werden. Seitens der Gäste werden diese als „Ausgaben für Verzehr von Speisen und Getränken“ betitelt und sind hier somit in den ausgewiesenen Werten

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

## GEWERBLICHE BEHERBERGUNGSBETRIEBE

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

## NETTOUMSATZ

Ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz.

## PRIMÄREINKOMMEN

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

## PRIVATQUARTIERE

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

## TAGESAUSGABEN

Gesamtsumme der pro Person und Tag je Aufenthaltstag getätigten Ausgaben.

## TAGESREISEN

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

## ÜBERNACHTUNGSREISEN

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

## UMSATZSTEUER (MEHRWERTSTEUER)

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

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

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

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

## VOLKSEINKOMMEN

Das Volkseinkommen ergibt sich aus dem Primäreinkommen der privaten Haushalte (siehe im Glossar: Primäreinkommen). Zum Primäreinkommen der privaten Haushalte werden die Primäreinkommen von Kapitalgesellschaften und Staat addiert (=Primäreinkommen der gesamten Volkswirtschaft) und Produktions- und Importabgaben sowie Abschreibungen abgezogen und Subventionen hinzugerechnet.

Quelle: dwif 2025

Es spiegelt das verfügbare Einkommen der Gesamtwirtschaft nach der staatlichen Umverteilung wider. Das Volkseinkommen wird nur auf Länderebene ausgewiesen. In Sonderfällen wird für Studien zum dwif-Wirtschaftsfaktor Tourismus für Bundesländer auf das Volkseinkommen anstelle des Primäreinkommens zurückgegriffen, da es die Gesamtwirtschaft umfangreicher umfasst.

## 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 (SYNONYM 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.

## WERTSCHÖPFUNG, DIREKT

Lässt 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 aus der ersten Umsatzstufe.

## WERTSCHÖPFUNG, INDIREKT

Ergibt sich aus der Multiplikation der Vorleistungen mit der Wertschöpfungsquote der zweiten Umsatzstufe.

Berechnungsweg

# Berechnungsweg

1

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

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

2

**NETTOUMSÄTZE (EXKL. MWST.):**

**BRUTTOUMSATZ – MEHRWERTSTEUER = NETTOUMSATZ**

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

3

**WERTSCHÖPFUNGSWIRKUNGEN DER ERSTEN UMSATZSTUFE (EW 1):**

**NETTOUMSATZ x WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 1**

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

4

WERTSCHÖPFUNGSWIRKUNGEN DER ZWEITEN UMSATZSTUFE (EW 2):  
(NETTOUMSATZ – EW 1) x WERTSCHÖPFUNGSQUOTE = EW 2

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

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

TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG:(EW 1 + EW 2) :  
VOLKSEINKOMMEN (VE) = TOURISMUSBEITRAG ZUM VE IN %

Die Summe der touristischen Wertschöpfung aus den beiden Umsatzstufen wird durch das gesamte Volkseinkommen vor Ort geteilt. Daraus lässt sich der relative Beitrag des Tourismus zum Gesamteinkommen im Untersuchungsgebiet ableiten.

6

## BESCHÄFTIGUNGSWIRKUNG:

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

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

7

## STEUEREFFEKTE AUS DEN TOURISTISCHEN UMSÄTZEN

Das aus dem Tourismus resultierende Steueraufkommen setzt sich in erster Linie aus Umsatz- (um die Vorsteuer bereinigte Mehrwertsteuer) und Einkommensteuer (Eingangssteuersatz) 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) und Abgaben, welche die Gäste (z. B. Kurtaxe) oder die Unternehmen am Ort (z. B. Fremdenverkehrsabgabe) zu tragen haben. Ohne aufwendige Primärerhebungen sind die den einzelnen Gebietskörperschaften zufließenden Steuereinnahmen jedoch nicht im Detail zu ermitteln.

Quellen

# Datenquellen Wirtschaftsfaktor Tourismus

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)
- Exklusive Datenbanken aller Touristik- und Dauercampingbetriebe sowie Reisemobilstellplätze in Deutschland (u. a. Kapazitäten, Preisstrukturen, Ausstattung)
- Analysen zum Camping- und Privatquartiermarkt in Deutschland
- Segmentspezifische Untersuchungen  
(z. B. Städtetourismus, Kulturtourismus, Radtourismus, Wandertourismus, Jugendherbergstourismus)

## dwif-interne Studien und Datenbanken

**dwif (Hrsg.):** Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, in: dwif-Schriftenreihe, Heft 53, München 2010. Interne Aktualisierung auf Basis Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (ERV/DZT), München, laufende Untersuchung und Erhebungen seit 2006.

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

**dwif (Hrsg.):** Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Mecklenburg-Vorpommern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 85, München 2020.

**dwif (Hrsg.):** Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Thüringen, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 81, München 2017.

**dwif (Hrsg.):** Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor, München 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 und 2025.

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

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

**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.

# Quellenverzeichnis

## extern verfügbare Daten

**Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH:** Auskünfte und Datenmaterial, Düren 2025.

**Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen:** Statistische Berichte (G IV 1), Düsseldorf 2025.

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.):** Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2025.

**Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.):** Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 1995 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Fellbach 2024.

**Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.):** Arbeitnehmerentgelt, Bruttolöhne und -gehälter in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 2000 bis 2022, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 2, Fellbach 2024.

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

# Impressum & Förderung

Diese Studie wurde im Auftrag der Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH erstellt.

## Auftraggeber:

Entwicklungsgesellschaft indeland GmbH  
Bismarckstraße 16  
52351 Düren

## Bearbeitung:

Heiko Rainer  
dwif-Consulting GmbH  
Sonnenstraße 27  
80331 München

## Stand:

Dezember 2025



## Förderhinweis:

Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und das Land Nordrhein-Westfalen im Rahmen des STARK-Programms aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Gefördert durch:

Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen

