



Tourismusstudie 2018

Wirtschaftsfaktor für Bielefeld

 www.bielefeld-marketing.de



Inhalt

| | |
|-----------------------------|----|
| Editorial | 3 |
| Datenanalyse | 4 |
| Begriffsdefinition | 6 |
| Tourismus in Bielefeld 2018 | 8 |
| ▶ Touristische Nachfrage | 8 |
| ▶ Tagesausgaben | 12 |
| ▶ Touristischer Umsatz | 13 |
| ▶ Profiteure | 14 |
| ▶ Ökonomische Effekte | 16 |
| Zusammenfassung | 18 |
| Quellenverzeichnis | 19 |

Tourismus in Bielefeld?

Ja, den gibt es und zwar mehr als auf den ersten Blick vermutet wird!

Natürlich stellt man sich unter touristischen Hotspots eher Neuschwanstein, Venedig oder Berlin vor und tatsächlich ist es dort auch unübersehbar. Oftmals leiden diese Destinationen unter dem Phänomen „Overtourism“, also übervolle Plätze, überzogene Preise und genervte Bürger.

Dieses Problem hat Bielefeld nicht. Betrachten wir die Übernachtungen, so steigen zwar diese seit vielen Jahren kontinuierlich an, neue Hotels entstehen und Bielefeld positioniert sich als starker Tagungs- und Kongressstandort. Gesättigt oder „überlaufen“ wirkt Bielefeld aber nicht.

Erweitern wir unseren Blick auf die Tagesgäste und Besucher wird es richtig spannend. Längst geht es nämlich nur noch zu einem kleinen Teil um Übernachtungsgäste. Es geht vielmehr um die Frage, ob Bielefeld „einen Besuch“ wert ist. Kommen Menschen aus der Region in ihr Oberzentrum, gehen sie hier shoppen, ins Kino, Museum oder Theater? Lassen sie sich von Stadtfesten und Weihnachtsmarkt begeistern? Ist Bielefeld attraktiv für Gäste und damit auch für die eigenen Einwohner?

Dahinter stecken handfeste Interessen: Gelingt es uns, Kauf- und Wirtschaftskraft nach Bielefeld zu holen und auch zu halten? Schaffen und erhalten wir damit Arbeitsplätze – vom Hotelmitarbeiter bis zum Bäcker, vom Techniker bis zum Gastronomen? Wie viel von dieser Wertschöpfung bleibt in Bielefeld und welche Steuerein-

nahmen lassen sich direkt oder indirekt erzielen? Lohnen sich Investitionen in Tourismus, Attraktivität und Freizeitangebote? Ist das Potential ausgeschöpft oder ist noch „Luft nach oben“?

Die vorliegende Studie liefert erste konkrete Antworten. Sie zeigt auf, welche beachtlichen Effekte durch die unterschiedlichen Besuchergruppen in Bielefeld ausgelöst werden. Tourismus, also sowohl Übernachtungs- als auch Tagesgäste tragen einen ganz wesentlichen Teil zum Wohlstand Bielefelds bei, sowohl beim Umsatz, als auch bei den Beschäftigungszahlen und Steuereinnahmen.

Hier steckt aber eben auch viel Potential für die künftige Entwicklung der Stadt. Kluge und nachhaltige Investitionen in touristische Infrastruktur, städtische Aufenthaltsqualität, Freizeit- und Kulturangebote machen auch wirtschaftlich Sinn und tragen zugleich zur Attraktivität Bielefelds bei.

Hier hat Bielefeld enorme Chancen und nur geringe Risiken, denn Bielefeld wird auch künftig kein Venedig – und das ist gut so!



Martin Knabenreich
Geschäftsführer Bielefeld Marketing GmbH



Datenanalyse

dwif-Consulting GmbH

Die folgende Analyse der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für Bielefeld wurde auf Grundlage der dwif-Consulting GmbH (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München) erstellt.

Sowohl durch die Anbindung an die Universität München, als auch durch Mitgliedschaften vieler dwif-Experten in internationalen und nationalen Organisationen der Tourismusforschung ist die Arbeit des dwif durch einen engen Bezug zur Wissenschaft geprägt. Das dwif verfügt durch eigene Erhebungen über ein großes touristisches Basiswissen und stellt dieses der Branche zur Verfügung.

Untersuchungsgebiet Bielefeld

Die Deutschen sind nicht nur „Reiseweltmeister“, sondern Deutschland ist, gemessen an den Übernachtungszahlen, auch das beliebteste Reiseland in Europa. Gerade attraktive Großstädte tragen mit ihren zahlreichen touristischen Attraktionen, ihren hochkarätigen Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen sowie ihrer florierenden Wirtschaft maßgeblich dazu bei, dass Deutschland von den Deutschen und in aller Welt als Reiseziel so geschätzt wird. Auch Bielefeld profitiert von der touristischen Nachfrage in nicht unerheblichem Umfang.

Urban und trotzdem grün, Großstadt und dennoch überschaubar. Gerade diese Mischung macht Bielefeld zu einer besonders I(i)ebenswerten Großstadt. Mit 340.000 Einwohnern zählt Bielefeld zu den 20 größten Städten Deutschlands. Die Menschen wissen hier besonders die hohe Lebensqualität, die Vorteile eines starken Wirtschaftsstandorts sowie das Bildungs- und Wissenschaftsangebot zu schätzen. Diese Qualitäten machen Bielefeld zum Zentrum einer starken Re-

Den Ergebnissen und Berechnungen liegen die jeweils aktuellsten Daten aus verschiedenen Grundlagenstudien und Erhebungen des dwif zugrunde. Speziell für Bielefeld wurden folgende Segmente der Tourismusnachfrage detailliert analysiert.

Übernachtungsgäste aus dem In- und Ausland

- ▶ in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten
- ▶ in Privatquartieren mit weniger als zehn Betten
- ▶ auf Campingplätzen

Tagesgäste aus dem In- und Ausland

- ▶ Tagesausflügler
- ▶ Tagesgeschäftsreisende

gion: Ostwestfalen-Lippe. Dank der Lage mitten im Teutoburger Wald hat Bielefeld so viel Grün wie kaum eine andere deutsche Großstadt. Das Bielefelder Wahrzeichen, die Sparrenburg, thront über der Stadt und bietet einen fantastischen Panoramablick. Besuchermagneten sind nicht nur Museen wie die Kunsthalle Bielefeld mit überregional beachteten Ausstellungen, Bielefelds Kulturszene ist das ganze Jahr über auf Straßen und Plätzen, in Theatern, Ateliers und Galerien mit großartigen Veranstaltungen präsent.

Als Zentrum einer der wachstumsstärksten Wirtschaftsregionen in Deutschland ist Bielefeld auch als Ziel für Geschäftsreisen und Kongresse stark nachgefragt. Weltweit bekannte Unternehmen aus der Nahrungs- und Genussmittelindustrie, der Druck- und Bekleidungsindustrie sowie der Bauwirtschaft und des Maschinenbaus sind in Bielefeld ansässig. Namen wie Dr. Oetker oder Seidensticker seien stellvertretend genannt. Das Zentrum Ostwestfalens lockt zudem Tagesbesucher aus Nah und Fern in großer Zahl an.

Forschungsgrundlage

Der vorliegenden Untersuchung des dwif zur Berechnung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Bielefeld liegen Daten aus verschiedenen Quellen zugrunde.

Hintergrundinformationen aus zur Verfügung stehenden Unterlagen:

- ▶ Literaturrecherchen allgemeiner touristischer Publikationen
- ▶ Nutzung der amtlichen Statistik (z.B. Beherbergungsstatistik, Kapazitätserhebung, Umsatzsteuerstatistik, Einwohnerstatistik)
- ▶ Unterkunftsverzeichnisse, Prospekte, Websites
- ▶ Ergebnisse von Untersuchungen, Studien sowie weitere Zulieferungen des Auftraggebers
- ▶ sonstige Informationsmaterialien

Sonderauswertungen aus grundlegenden Forschungsarbeiten des dwif:

- ▶ Grundlagenstudien über die Tagesreisen der Deutschen und Sonderauswertungen des dwif-Tagesreisenmonitors
- ▶ Ausgabenstrukturuntersuchungen bei Übernachtungsgästen in Deutschland
- ▶ Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
- ▶ Betriebsvergleiche für Hotels und andere Betriebe des Gastgewerbes
- ▶ Untersuchung zum Städte- und Kulturtourismus in Deutschland
- ▶ Untersuchung zum Campingmarkt in Deutschland
- ▶ Sparkassen Tourismus-Barometer





Begriffsdefinition

Tourismus

Im Sinne der Welttourismusorganisation werden unter Tourismus alle Aktivitäten von Personen verstanden, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen, sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken (z.B. Kur) und sich nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten.

Als wichtigste Marktsegmente kristallisieren sich zwei wesentliche Nachfragegruppen mit ihren jeweiligen Untergruppen heraus. Die Segmente differenzieren sich durch den Anlass und die Dauer der Reise.

Dabei wird zwischen folgenden Gruppen unterschieden:

Tagestourismus

- ▶ Tagesausflüge
- ▶ Tagesgeschäftsreisen

Übernachtungstourismus

- ▶ Freizeit-/ Urlaubs-/ Kur-/ Wellnessreisen
- ▶ Geschäftsreisen

Tagestourismus

Tagesausflug

Verlassen des Wohnumfeldes

- ▶ *ohne Fahrt zu Arbeit/ Schule*
- ▶ *ohne Einkaufsfahrt für täglichen Bedarf*
- ▶ *ohne regelmäßige Routineaktivitäten*

Tagesgeschäftsreise

geschäftliche Aufgaben außerhalb der Arbeitsplatzgemeinde

- ▶ *ohne Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz*
- ▶ *ohne Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde*

Die Tagestouristen sind rein mengenmäßig betrachtet das mit Abstand wichtigste touristische Marktsegment in Deutschland. Zu den Tagesrei-

sen vom Wohnort liegen jedoch keinerlei statistische Erhebungen seitens der Ämter vor.

Das Wohnumfeld ist in der Regel mit der Gemeindegrenze gleichzusetzen. Bei Großstädten kann in Ausnahmefällen auch das Verlassen des jeweiligen Stadtbezirkes als Ausflug zählen, sofern dies von den Befragten als Ausflug empfunden wird und obigen Kriterien entspricht.

Der Tagesgeschäftsreiseverkehr umfasst alle Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben, die über den Arbeitsort hinausführen. Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde und zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz haben keine touristische Relevanz und bleiben daher unberücksichtigt.

Übernachtungstourismus

Gewerbliche Beherbergungsbetriebe

Betriebe mit ≥ 10 Betten

- ▶ *Hotels, Hotels garnis*
- ▶ *Gasthöfe, Pensionen, Hütten, Jugendherbergen*
- ▶ *Erholungs-/ Ferien-/ Schulungsheime*
- ▶ *Boardinghäuser*
- ▶ *gewerbliche Ferienwohnungen/ -häuser/ -zentren*
- ▶ *Vorsorge- und Reha-Einrichtungen*

Privatvermietung, Kleinbeherbergungsbetriebe

Betriebe mit < 10 Betten

- ▶ *Ferienwohnungen*
- ▶ *Privatzimmer*

Camping

- ▶ *Touristik- und Dauercamping*
- ▶ *Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen*

Bei der Übernachtungsnachfrage aus dem In- und Ausland wurden die drei Segmente gewerbliche Beherbergungsbetriebe (Betriebe mit ≥ 10 Betten), Privatvermietung/ Kleinbeherbergungsbetriebe (Betriebe mit < 10 Betten) und Camping berücksichtigt.

Die Übernachtungsgäste werden unabhängig von den zugrunde liegenden Reisemotiven erfasst, egal ob sie privat oder geschäftlich unterwegs sind. Bei den Beherbergungsstätten werden vom Top-Hotel über Schulungsheime, Jugendherbergen, Campingplätze bis zur Privatvermietung alle Betriebstypen erfasst.

Diese Abgrenzungen entsprechen den definitiven Vorgaben der Welttourismusorganisation und werden in Folge dessen auch den nachstehenden Berechnungen zu Grunde gelegt.

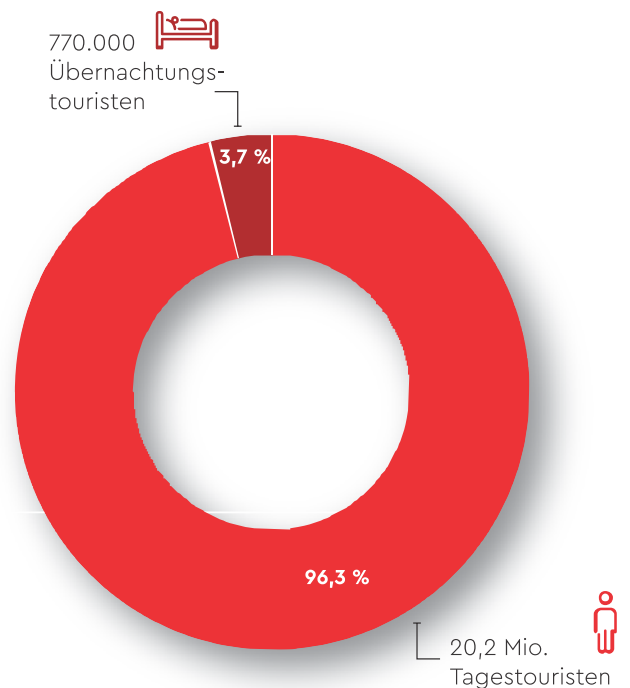
Tourismus in Bielefeld 2018

Touristische Nachfrage

Ø 57.500 Touristen pro Tag

Touristische Aufenthaltstage 2018

Insgesamt: 20,97 Mio.



Für das Jahr 2018 konnten in Bielefeld insgesamt rund 21 Mio. Aufenthaltstage ermittelt werden. Damit empfängt die Stadt Bielefeld durchschnittlich 57.500 Gäste pro Tag.

Mit 20,2 Mio. Aufenthalten entfallen rund 96,3 % der touristischen Aufenthaltstage auf Tagesbesucher und 3,7 % auf Übernachtungsgäste in gewerblichen Beherbergungsbetrieben.

Tagestourismus

Durch repräsentative Haushaltsbefragungen zum Ausflugsverhalten der deutschen Bevölkerung - ergänzt um Plausibilitätskontrollen mit weiteren Statistiken - konnten für das Jahr 2018 insgesamt 20,2 Mio. touristische Aufenthaltstage durch Tagesgäste verzeichnet werden. Auf den Tagestourismus sind somit rund 26-mal so viele Aufenthaltstage zurückzuführen als auf den Übernachtungstourismus. Das zeigt, wie stark die touristischen Angebote Bielefelds vom Tagestourismus abhängig sind.

Unter den Tagestouristen wird nach Tagesausflüglern und -geschäftreisenden unterschieden.

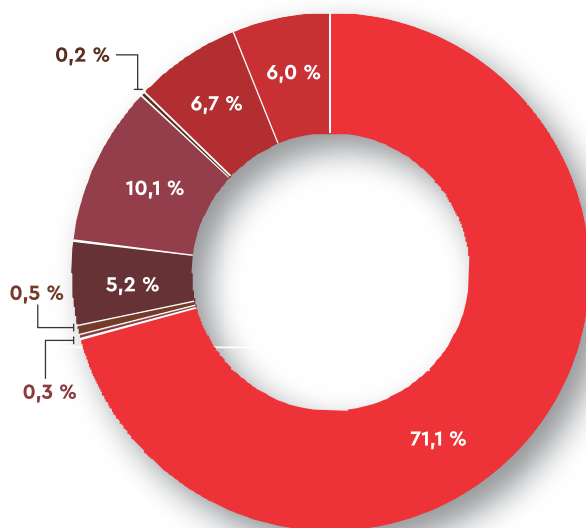
Tagesausflügler

- ▶ Shopping
- ▶ Restaurantbesuch
- ▶ Ausflugsfahrt
- ▶ Veranstaltungen
- ▶ Freizeitparks
- ▶ Aktiv
- ▶ Kultur
- ▶ Verwandten- und Bekanntenbesuche

Tagesgeschäftsreisen

- ▶ Kongresse, Messen
- ▶ Tagungen, Seminare, Schulungen
- ▶ Geschäfts- und Kundenkontakte

Übernachtungstourismus



Verteilung nach Unterkunftsart

- Hotel/ Hotel garni (71,1 %)
- Gasthöfe (0,3 %)
- Pensionen (0,5 %)
- Erholungs-, Ferien-, Schulungsräume (5,2 %)
- Ferienwohnungen/ -häuser/ -zentren (10,1 %)
- Vorsorge- und Reha-Kliniken (0,2 %)
- Touristik-, Dauercamping, Reisemobilisten (6,7 %)
- Privatvermietung (6,0 %)

Insgesamt fanden in Bielefeld 770.000 Übernachtungen in gewerblichen und privaten Beherbergungsbetrieben statt. Eine Differenzierung nach der Unterkunftsart verdeutlicht die spezifischen Schwerpunkte.

Entwicklung der touristischen Nachfrage im Übernachtungstourismus

Übernachtungstourismus in Bielefeld

Seit 2013 konnte Bielefeld erfreuliche Zuwächse bei der Zahl der Übernachtungen verzeichnen. Vor allem die ausländische Nachfrage konnte deutlich gesteigert werden. Die sogar noch stärker angestiegene Zahl der Ankünfte in Bielefeld zeigt, dass die grundsätzliche Anziehungskraft der Stadt gesteigert werden konnte, denn im Anstieg der Zahl der Ankünfte spiegeln sich die Destinationsentscheidungen der Gäste wider und nicht nur eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer.

Übernachtungstourismus nach Betriebsgröße

Die Gesamtzahl der Betten und Schlafgelegenheiten in Bielefeld konnte im Vergleichszeitraum gegenüber dem Jahr 2013 um rund 10 Prozent gesteigert werden. Der mit dieser Entwicklung einhergehende Anstieg der durchschnittlichen Betriebsgröße kann als willkommener Schritt zur Steigerung der Leistungsfähigkeit angesehen werden.

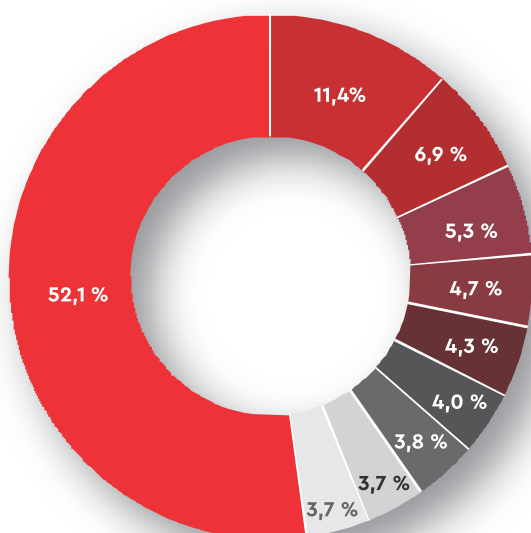
Übernachtungstourismus im nationalen Vergleich

Im regionalen Vergleich zum Teutoburger Wald und zu NRW schneidet die Nachfrageentwicklung Bielefelds sehr gut ab.

Internationale touristische Nachfrage

Die Zahl der Ausländerübernachtungen in Bielefeld ist um rund 23 Prozent gestiegen. Damit konnte Bielefeld mit dem Durchschnitt der deutschen Großstädte Schritt halten und sogar deutlich besser abschneiden als NRW. Die ausländische Nachfrage in Bielefeld setzt sich insgesamt aus einer großen Zahl von Quellmärkten zusammen. Den größten Einzelmarkt repräsentieren die Niederlande.

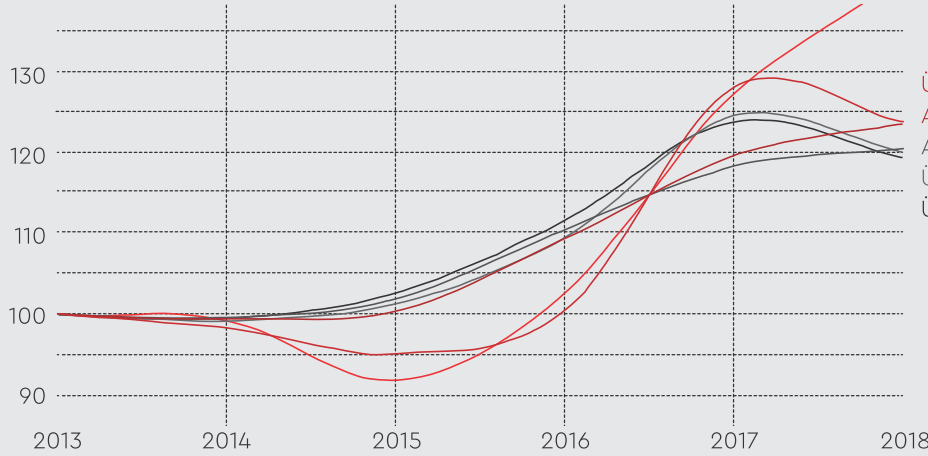
Das breite Nachfragespektrum ist vermutlich auf den florierenden Geschäftsreiseverkehr der lokalen Wirtschaft, das leistungsstarke Tagungs- und Kongresssegment und auch auf die vergleichsweise gute Verkehrsanbindung auf Straße und Schiene zurückzuführen.



Hauptherkunftsländer

- Niederlande (11,4 %)
- Vereinigtes Königreich (6,9 %)
- Spanien (5,3 %)
- Polen (4,7 %)
- USA (4,3 %)
- Frankreich (4,0 %)
- Schweiz (einschl. Liechtenstein) (3,8 %)
- China (3,7%)
- Arabische Golfstaaten (3,7 %)
- übriges Ausland (52,1 %)

Tourismus in Bielefeld in den letzten fünf Jahren (Index = 2013)



Ankünfte, Ausländer

Übernachtungen, Ausländer

Ankünfte gesamt

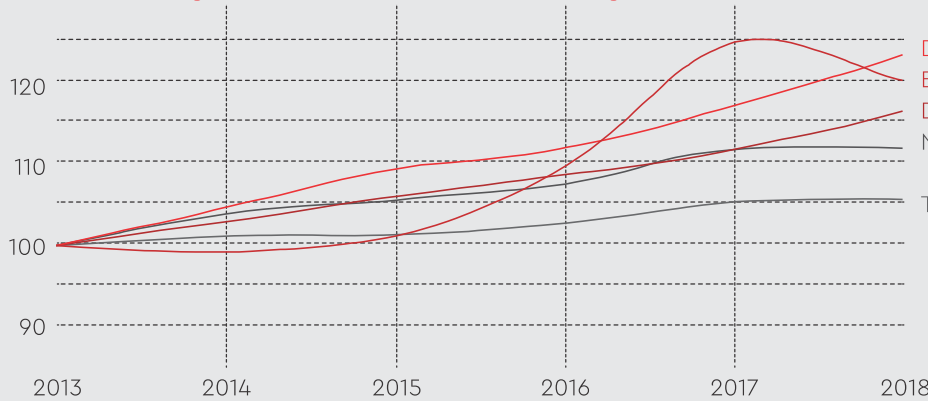
Ankünfte, Inländer

Übernachtungen gesamt

Übernachtungen, Inländer

Seit 2013 konnte Bielefeld erfreuliche Zuwächse bei der Zahl der Übernachtungen verzeichnen. Vor allem die ausländische Nachfrage konnte in diesem Zeitraum deutlich gesteigert werden. Die im Vergleichszeitraum sogar noch stärker angestiegene Zahl der Ankünfte zeigt, dass die grundsätzliche Anziehungskraft Bielefelds gesteigert werden konnte.

Übernachtungstourismus im nationalen Vergleich (Index = 2013)



Deutsche Großstädte (> 100.000 EW)

Bielefeld

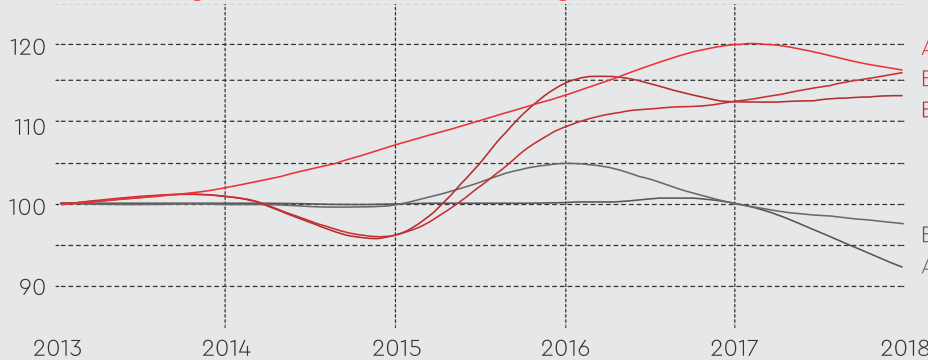
Deutschland

NRW

Teutoburger Wald

Im regionalen Vergleich zum Teutoburger Wald und zu Nordrhein-Westfalen schneidet die Nachfrageentwicklung Bielefelds sehr gut ab. Dennoch besteht hier noch Luft nach oben, wenn auch die Entwicklung dem Durchschnitt deutscher Großstädte entspricht.

Übernachtungstourismus nach Betriebsgröße (Index = 2013)



Auslastung

Betriebsgröße

Betten

Betriebe

Aufenthaltsdauer

Bemerkenswert ist der leichte Rückgang der Zahl der Beherbergungsbetriebe gegenüber 2013. Die Gesamtzahl der Betten und Schlafgelegenheiten konnte jedoch um 10 % gesteigert werden. Der mit dieser Entwicklung einhergehende Anstieg der durchschnittlichen Betriebsgröße kann als Steigerung der Leistungsfähigkeit gesehen werden.



Tagesausgaben

Tagestourismus

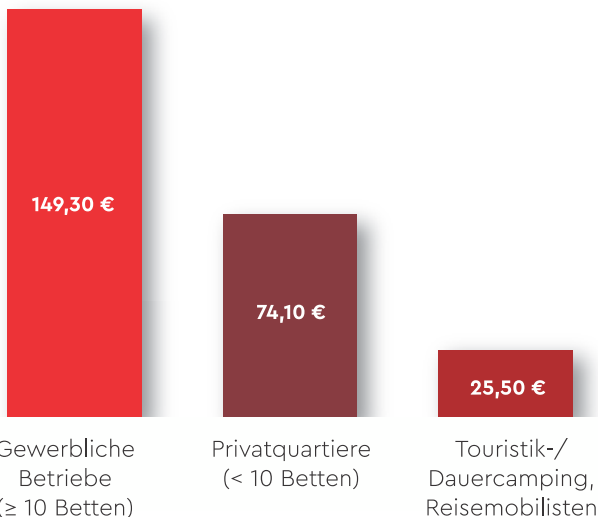
Ø 27,10 € pro Kopf und Tag

Bei den Tagesausflüglern liegen die durchschnittlichen Ausgaben bei rund 27,10 €. Die tatsächliche Bandbreite hängt aber immer von den jeweiligen Besuchsmotiven ab. So reicht die Bandbreite der Ausgaben von 0 € bis weit über 100 €.

Mit mehr als 95 % aller touristischen Aufenthaltstage nimmt der Tagestourismus für Bielefeld die bedeutendste wirtschaftliche Stellung ein. Gerade für die Bielefelder Gastronomiebetriebe, die zahlreichen kulturellen Einrichtungen sowie für den Einzelhandel ist die Gruppe der Tagestouristen ein bedeutender wirtschaftlicher Faktor.

Übernachtungstourismus

Ø 136,80 € pro Kopf und Tag



Bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsstätten ergeben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von rund 136,80 € pro Kopf und Tag. Dieser Wert weist starke Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten auf:

► Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten)

Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der gesamten Tagesausgaben von gut 70,- € bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis zu knapp 300,- € bei der Frequentierung anspruchsvollerer Betriebe.

► Privatquartiere (< 10 Betten)

In den Gasthöfen und Pensionen mit weniger als zehn Betten werden im Durchschnitt rund 90,- € bis 100,- € für Unterkunft, Verpflegung, Einkäufe und die Inanspruchnahme sonstiger Dienstleistungen während des Aufenthaltes in Bielefeld ausgegeben.

► Camping

Campinggäste inkl. Dauercamper rangieren mit durchschnittlichen Tagesausgaben von rund 25,- € am unteren Ende der Skala, wobei Touristcamper und Reisemobilisten fast doppelt so viel ausgeben wie Dauercamper.

Touristischer Umsatz

Bruttoumsatz

Insgesamt 652,7 Mio. €

| Marktsegment | Aufenthaltsstage | x | Ø-Tagesausgaben | = | Bruttoumsatz |
|--|-------------------|----------|-----------------|----------|---------------------|
| Tagesreisen | 20,2 Mio. | x | 27,10 € | = | 547,4 Mio. € |
| Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten) | 0,673 Mio. | x | 149,30 € | = | 100,6 Mio. € |
| Privatquartiere (< 10 Betten) | 0,046 Mio. | x | 74,10 € | = | 3,4 Mio. € |
| Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten | 0,051 Mio. | x | 25,50 € | = | 1,3 Mio. € |
| Gesamt | 20,97 Mio. | x | 31,- € | = | 652,7 Mio. € |

Erfasst werden alle Ausgaben der Touristen während ihres Aufenthaltes in den Zielgebieten. Neben der Ausgabenhöhe ist auch die strukturelle Verteilung nach profitierenden Branchen von Bedeutung (z.B. Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistungen), da sich je nach Wirtschaftszweig die Umsatz(Mehrwert)-steuersätze und Wertschöpfungsquoten unterscheiden.

Aus der Verknüpfung der touristischen Aufenthaltstage mit den Tagesausgaben ergeben sich die in der Tabelle nach Marktsegmenten aufgeschlüsselten Bruttoumsätze. Zur Verdeutlichung der Strukturen werden in der obigen Tabelle die jeweiligen Anteilswerte der touristischen Marktsegmente in Bezug auf die Aufenthaltstage und den Bruttoumsatz einander gegenübergestellt.

Die zentrale Rolle des Tagestourismus wird hieraus sowohl hinsichtlich der Aufenthaltstage (Marktanteil = 96,3 %) als auch hinsichtlich der Umsatzwirkung (Umsatzanteil = 83,9 %) deutlich. Die von der amtlichen Statistik erfassten gewerblichen Übernachtungen entsprechen lediglich rund 3,2 % aller Aufenthaltstage, generieren aber über 15 % des touristischen Umsatzes.

Diese Zahlen unterstreichen die Notwendigkeit einer gesamtheitlichen Betrachtung des Tourismusaufkommens in Bielefeld. Allein die Betrachtung der Übernachtungszahlen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben aus der amtlichen Statistik führt zur keiner verlässlichen und plausiblen Quantifizierung des Tourismus in der Stadt.

Aus Befragungen lässt sich ableiten, dass gerade während des Urlaubs oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten nur selten gespart wird. Die dargestellten Ausgaben der Gäste pro Kopf und Tag während ihres Aufenthaltes in Bielefeld geben nur eine absolute Mindestgröße an.

In den zusammengetragenen Daten nicht enthalten sind beispielsweise:

- ▶ Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet
- ▶ Ausgaben der Gäste für die Reisevor- und -nachbereitung
- ▶ Spezielle Marktsegmente, zu denen keine verlässlichen Datenquellen vorliegen
- ▶ Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen
- ▶ Freizeitverhalten der Bielefelder im eigenen Wohnumfeld

Profiteure

Profitierende Branchen

Untersucht man die Ausgabenstruktur der Touristen, wird in der Regel zwischen den folgenden drei Branchen unterschieden:

► Gastgewerbe

Mit einem Gewinn von 209,9 Mio. € entfällt ein Anteil von 32,2 % des touristischen Umsatzes auf das Gastgewerbe. Hierzu zählen alle Ausgaben, die von den Gästen für Schlafen, Essen und Trinken ausgegeben werden. Erfasst werden hier die Ausgaben für die Unterkunft (inkl. Frühstück, Halb- oder Vollpension) als auch für die Verpflegung in der Gastronomie. Auch Übernachtungen in Privatquartieren sowie auf Campingplätzen werden im Rahmen dieser Untersuchung unter der Rubrik Gastgewerbe subsummiert.

► Einzelhandel

Fast die Hälfte des touristischen Umsatzes kommt dem Einzelhandel zugute (48,5 %). Sowohl Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren werden hier berücksichtigt.

► Dienstleistungen

Hierzu zählen Ausgaben für Unterhaltung, Sport, Freizeit, Transportmittel sowie sonstige Dienstleistungen. Auch Kongress- und Tagungspauschalen der Geschäftsreisenden sind hierunter erfasst. Diese Branche profitiert zu 19,3 % am touristischen Umsatz.

Der Einzelhandel konnte insbesondere wegen der vielen Tagesgäste als Hauptprofiteur des Tourismus in Bielefeld identifiziert werden, aber auch das Gastgewerbe sowie sonstige Dienstleister profitieren vom Tourismus in erheblichem Maße.

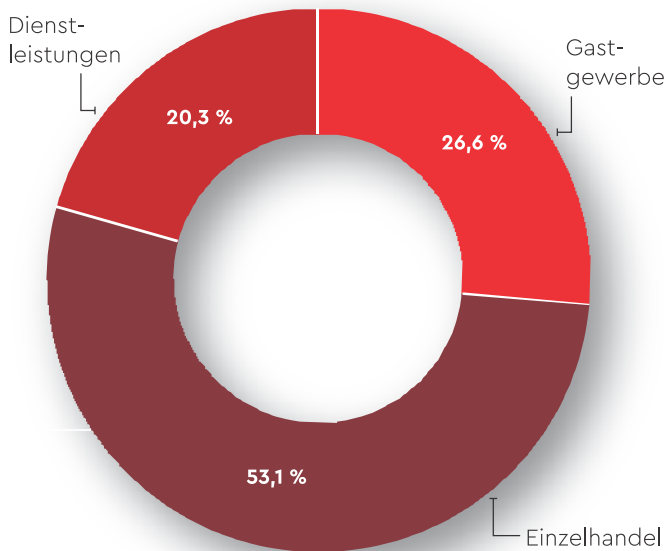
| Branche | Umsatz | Anteil |
|------------------|---------------------|--------|
| Gastgewerbe | 209,9 Mio. € | 32,2 % |
| Einzelhandel | 317,0 Mio. € | 48,5 % |
| Dienstleistungen | 125,8 Mio. € | 19,3 % |
| Gesamt | 652,7 Mio. € | |

Von besonderem Interesse ist hierbei das unterschiedliche Konsumverhalten von Tages- und Übernachtungsgästen. Während von den Tagesgästen in erster Linie der Einzelhandel profitiert, stellt sich die Situation bei den Übernachtungsgästen völlig anders dar. Wie in den nebenstehenden Grafiken verdeutlicht, geben Tagesgäste anteilig deutlich mehr Geld im Einzelhandel aus (53,1 %) als Übernachtungsgäste (24,8 %). Aufgrund der für die Unterkunft und Verpflegung anfallenden Kosten entfallen bei den Übernachtungstouristen fast zwei Drittel der Ausgaben auf das Gastgewerbe. Sonstige Dienstleister profitieren anteilig ebenfalls stärker von den Tagesgästen (20,3 %) als von den Übernachtungsgästen (14%).

Ein weiterer Grund für die unterschiedliche Ausgabenstruktur dürfte in den grundsätzlich verschiedenen Besuchsmotiven der beiden Gästetypen liegen. So liegt das Interesse der Tagesbesucher vor allem im Bereich Shopping und der Wahrnehmung kultureller Angebote, während sich die Übernachtungsgäste hauptsächlich als Geschäftsreisende identifizieren lassen.

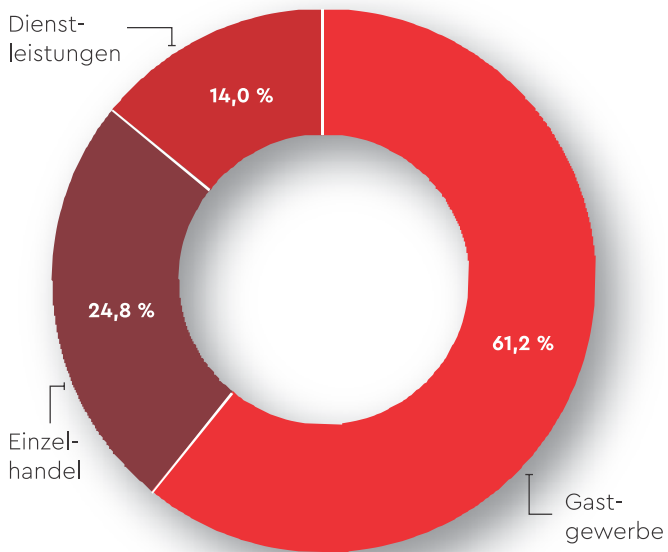
Tagestourismus

Insgesamt 547,4 Mio. €



Übernachtungstourismus

Insgesamt 105,3 Mio. €



Ökonomische Effekte

Einkommenseffekte

Grundlage für die Berechnung der touristischen Einkommenswirkungen ist der Nettoumsatz, der sich nach Abzug der unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze vom Bruttoumsatz ergibt.

Touristischer Nettoumsatz = 572 Mio. €

Dieser Betrag wird einer zweigeteilten Verwendung zugeführt. Zum einen in Form von Löhnen, Gehältern sowie Unternehmensgewinnen und zum anderen als Ausgaben für den allgemeinen Geschäftsbetrieb, womit neue Umsätze entstehen, aus denen wiederum Löhne, Gehälter und Gewinne resultieren.

Direktes Einkommen

(Einkommenseffekte der 1. Umsatzstufe)

Direkte Einkommenswirkungen entstehen durch die unmittelbaren Ausgaben der Touristen bei den bedienenden Unternehmen. Dazu lassen sich folgende Branchen zusammenfassen:

- ▶ *Gastronomie*
- ▶ *Beherbergung*
- ▶ *Kliniken/ Sanatorien*
- ▶ *Museen*
- ▶ *ÖPNV*
- ▶ *Eintrittsgebühren*
- ▶ *Thermen/ Bäder*
- ▶ *Stadtführungen*
- ▶ *Lebensmittelgeschäfte*
- ▶ *sonstiger Einzelhandel*

Nur ein Teil des Nettoumsatzes wird in Form von Löhnen und Gehältern der Beschäftigten und Unternehmensgewinnen zu Einkommen. Der entsprechende branchenspezifische Anteilswert wird als Wertschöpfungsquote bezeichnet.

Direktes Einkommen = 164,4 Mio. €
Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote

Indirektes Einkommen

(Einkommenseffekte der 2. Umsatzstufe)

Der Anteil der nicht direkt ausgeschütteten Einkommen vom Nettoumsatz wird für den Bezug von Vorleistungen ausgegeben. Diese Vorleistungen vor allem durch Zulieferungen und Investitionen zur Substanzerhaltung:

- ▶ *Bäckereien*
- ▶ *Werbeagenturen*
- ▶ *Steuerberater*
- ▶ *Energie*
- ▶ *Versicherungen*
- ▶ *Baugewerbe*
- ▶ *Banken/ Sparkassen*
- ▶ *Groß-/ Einzelhandel*
- ▶ *Brauereien*
- ▶ *Gärtnereien*

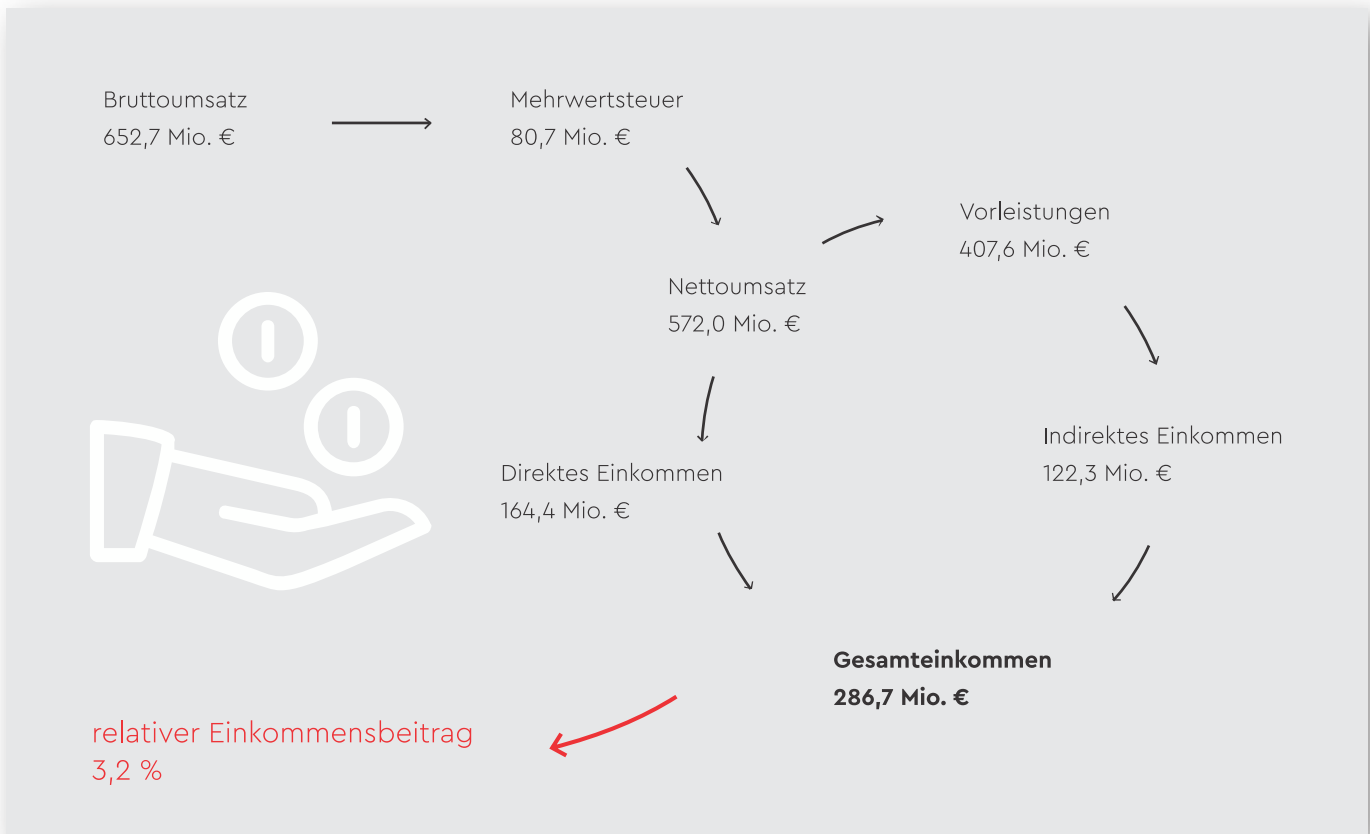
Es entstehen neue Umsätze, aus denen sich die indirekten Einkommenswirkungen ermitteln lassen.

Indirektes Einkommen = 122,3 Mio. €
(Nettoumsatz - direktes Einkommen)
x Wertschöpfungsquote

Einkommensbeitrag

Aus dem direkten Einkommen und dem indirekten Einkommen ergibt sich das gesamte touristische Einkommen von 286,7 Mio. €. Betrachtet man diese Summe in Relation zur Gesamtsumme aller ausgeschütteten Löhne und Gehälter, erhält man einen relativen Einkommensbeitrag des Tourismus in Höhe von 3,2 %. Somit werden 3,2 % aller Primäreinkommen aus dem Tourismus ausgeschüttet.

Relativer Einkommensbeitrag = 3,2 %
Primäreinkommen / touristisches Einkommen



Beschäftigungseffekte

Das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf liegt in Bielefeld bei 26.578,- €.

Setzt man den gesamten touristisch relevanten Einkommensbeitrag von 286,7 Mio. € in Verhältnis zu dem durchschnittlichen Primäreinkommen, ergibt sich ein Äquivalent von rund 10.790 Personen, die ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch den Tourismus bestreiten können.

Einkommensäquivalent = 10.790 Personen
touristischer Einkommensbeitrag /
Ø-Primäreinkommen pro Kopf

Steuereffekte

Nicht nur die Bürgerinnen und Bürger Bielefelds profitieren von den touristischen Umsätzen. In Form von Steuern und Abgaben profitiert auch die Haushaltssituation der Stadt Bielefeld.

Insgesamt beläuft sich das durch den Tourismus bedingte Steueraufkommen aus Einkommen- und Mehrwertsteuer (abzüglich Vorsteuer) für den Gemeinschaftssteuertopf vorsichtig gerechnet auf rund 59,9 Mio. €.

Mehrwert- und Einkommenssteuer = 59,9 Mio. €
Steueraufkommen aus dem Tourismus

Zusammenfassung

Wirtschaftliche Effekte

Einkommen bei direkten Profiteuren

- ▶ Gastgewerbe
- ▶ Lebensmitteleinzelhandel
- ▶ Eintritts- und Fahrkarten
- ▶ Stadtführungen, spezielle Dienstleister

Einkommen bei den Vorleistungslieferanten

- ▶ Zulieferer
- ▶ Investitionen zur Substanzerhaltung
- ▶ Bereitstellung von Dienstleistungen

Immaterielle Effekte

- ▶ Image
- ▶ Kundenbindung
- ▶ Bekanntheitsgrad
- ▶ Wohnwert

Steueraufkommen

- ▶ Mehrwertsteuer
- ▶ Lohn-/ Einkommenssteuer
- ▶ Gewerbe-/ Grundsteuer

Beschäftigungseffekte

- ▶ direktes Einkommen
- ▶ indirektes Einkommen

Investitionen in die Infrastruktur

- ▶ Neuinvestitionen
- ▶ Instandhaltung

Zahlen im Überblick

20,97 Mio. touristische Aufenthaltstage

- ▶ 20,2 Mio. Tagesgäste
- ▶ 770.000 Übernachtungen

57.500 Touristen in Bielefeld pro Tag

31,- € Tagesausgaben pro Gast

- ▶ Tagesgäste: 27,10 €
- ▶ Übernachtungsgäste: 138,20 €

652,7 Mio. € touristischer Bruttoumsatz

- ▶ Gastgewerbe: 209,9 Mio. €
- ▶ Einzelhandel: 317 Mio. €
- ▶ Dienstleistungen: 125,8 Mio. €

572 Mio. € touristischer Nettoumsatz

286,7 Mio. € Einkommen aus dem Tourismus

- ▶ direktes Einkommen: 164,4 Mio. €
- ▶ indirektes Einkommen: 122,3 Mio. €

10.790 Personen, die ihren Lebensunterhalt vom Tourismus bestreiten könnten

Ø-Einkommen: 26.578,- €

3,2 % touristischer Anteil am Primäreinkommen

59,9 Mio. € Steueraufkommen durch Tourismus

Quellenverzeichnis

IT.NRW – Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen, diverse Statistiken, Düsseldorf 2019.

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

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 80, München 2016.

dwif (Hrsg.): Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Thüringen, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 81, München 2018.

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

dwif (Hrsg.): Hotelbetriebsvergleich Deutschland, in: dwif-Sonderreihe, Nr. 79, München 2018.

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

dwif (Hrsg.): Tagesreisenmonitor, München, seit Mitte 2016 fortlaufende Studie.

Bielefeld Marketing GmbH: Auskünfte, Datenmaterial und Statistiken, Bielefeld 2019.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, Fachserie 6, Reihe 7.1, Wiesbaden 2018.

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, Statistische Ämter der Länder (Hrsg.): Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 2000 bis 2013, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2016.

Westfälisch-Lippischer Sparkassen- und Giroverband (Hrsg.): Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe, Berlin 2013ff.

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



IMPRESSUM

Herausgeber
Bielefeld Marketing GmbH
Verkehrsverein Bielefeld e.V.

Verantwortlich
Martin Knabenreich

Projektleitung
Gabriela Lamm

Grafik Design
Marlene Kleinschmidt

Titelfoto
deteringdesign GmbH

Fotos
Bielefeld Marketing GmbH,
deteringdesign GmbH,
Sarah Jonek, Gerald Paetzer,
Patrick Piecha, Dirk Topel

Die Studie wurde erstellt durch:

dwif-Consulting GmbH
Sonnenstraße 27
80331 München
www.dwif.de

