I. ERWEITERUNGSMODULE

ANALYSE-TOOLS

1. Steuereinnahmen durch den Tourismus im kommunalen Haushalt

Im Wirtschaftsfaktor Tourismus wird das Steueraufkommen aus Mehrwertsteuer + Einkommensteuer für den Ort/für die Gemeinde ausgewiesen. Die Verteilung des tourismusbedingten Steueraufkommens unterliegt – wie jede Gemeinschaftssteuer – den einschlägigen Regelungen der Steuerverteilung und des Bund-Länder-Finanzausgleichs. Der Tourismus erzeugt u. a. durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast) und Tourismusabgabe (Gewerbe) zusätzliches Steueraufkommen bzw. weitere Gebühren- und Beitragseinnahmen. Die Quantifizierung dieser Steuereffekte ist das Ziel dieses individuellen Bausteins. Im Ergebnis erhalten Sie die Summe aller touristisch bedingten Steuereinnahmen im kommunalen Haushalt.

Die Basis für die Ermittlung der touristisch bedingten Steuereinnahmen bilden immer der Wirtschaftsfaktor Tourismus für das Bezugsjahr sowie die Steuerkennzahlen aus dem Haushaltsplan des betreffenden Jahres.

Hierfür benötigen wir die Erträge und Aufwendungen (Soll-Zahlen) aller touristisch relevanten Steuerarten aus dem betreffenden Haushaltsplan (inkl. Nachtragshaushalte). Selbstverständlich werden alle zur Verfügung gestellten Daten und Unterlagen streng vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.

2. Branchenvergleich: Ökonomische Bedeutung des Tourismus im Vergleich zu anderen Wirtschaftsabschnitten

Ziel des Moduls ist es die ökonomische Bedeutung des Tourismus mit anderen Branchen vor Ort zu vergleichen.

Basis für den Vergleich im Tourismus generierten Umsätze zu anderen Branchen ist die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Landesamtes. Hierfür werden exemplarisch Wirtschaftsbranchen ausgewählt und mit dem Tourismus verglichen, um eine Orientierung über die Bedeutung des Tourismus vor Ort zu bekommen. Welche Branchen verglichen werden können ist abhängig der Zulieferung des statistischen Landesamtes und der jeweiligen Datenschutzbestimmungen. So kann es sein, dass für gewissen Branchen keine Daten zur Verfügung gestellt werden (können), da – ähnlichen wie in der amtlichen Beherbergungsstatistik – zu wenig Betriebe dort erfasst sind.

Die Darstellung des Branchenvergleiches erfolgt in einem externen Bericht mit ausführlichen Methodischen Erläuterungen und Interpretationen der Daten.

TOURISMUS ALS NACHFRAGESEITIG DEFINIERTE QUERSCHNITTSBRANCHE

Die Tourismuswirtschaft ist im Unterschied zu anderen bekannten Branchen wie dem Maschinenbau, der Automobilindustrie oder der Chemieindustrie kein Wirtschaftszweig im Sinne der amtlichen Wirtschaftszweigsystematik des Statistischen Bundesamtes (WZ 2008). Die Wirtschaftszweige der WZ 2008 sind angebotsorientiert gegliedert, das heißt sie orientieren sich an den Produkten, die die einzelnen Branchen anbieten.

Die wesentliche Herausforderung bei der Ermittlung der Wertschöpfungs- und Beschäftigungswirkung des Tourismus besteht in der nachfrageseitigen Abgrenzung der Tourismuswirtschaft. Alle Güter und Dienstleistungen, die von Touristen nachgefragt werden, sind „touristisch". Dies gilt unabhängig davon, welcher (amtlich definierte) Wirtschaftszweig diese Güter und Dienstleistungen herstellt. Eine Vielzahl touristischer Leistungen wird von unterschiedlichen Branchen produziert. Tourismus ist somit eine Querschnittsbranche, die die von Touristen nachgefragten Teile vieler verschiedener, angebotsseitig definierter Branchen umfasst.

Da die Umsatzsteuerstatistik 2024 erst Anfang 2026 erscheinen wird, kann dieser Baustein mit jeweils nur mit der aktuellen vorliegenden Statistik angefertigt werden (aktuell 2023).

3. Repräsentative Haushaltsbefragung: Übernachtungen in den Privathaushalten der Einheimischen (VFR)

Die in den Privatwohnungen der Einheimischen übernachtenden Verwandten- und Bekanntenbesucher*innen werden vielfach in den Untersuchungen außen vorgelassen. Eine vergleichbare Untersuchung für die Metropolregion Rhein-Neckar hat erst kürzlich ergeben, dass dort sogar mehr Übernachtungen über den privaten Besucherverkehr erzielt werden als in gewerblichen Betrieben. Vor allem für die Gastronomie, den Einzelhandel und für Dienstleister im Freizeit- und Kultursektor stellen diese Besucher*innen wichtige Umsatzbringer dar.

Verwandten- und Bekanntenbesucher*innen (VFR = „visits of friends and relatives" oder „Sofatourismus")

Bei den Verwandten-/ Bekanntenbesucher*innen handelt es sich um Gäste, die in den Privatwohnungen von Freund*innen oder Verwandten in der Regel unentgeltlich übernachten. Sie stellen jedoch ein außerordentlich großes Marktsegment dar, das häufig zu Unrecht außer Acht gelassen wird.

Wir empfehlen, die hierzu erforderliche Befragung von 300 repräsentativ ausgewählten Privathaushalten im Untersuchungsgebiet (echte Zufallsstichprobe) durchzuführen, um eine

vollständige Erfassung der touristischen Nachfrage zu erhalten. Diese Stichprobe reicht nach unseren Erfahrungen aus, um verlässliche Daten für dieses Marktsegment zu ermitteln. Diese kostengünstige Marktforschung liefert eine wichtige Ergänzung der Datenbasis. Die Befragung der Haushalte erfolgt am Wohnort und wird in der Regel hybrid (telefonisch & online) durchgeführt.

Eine Hochrechnung des Besuchervolumens mittels Übertragung von Kennzahlen auf Teilräume oder einzelne Orte des Untersuchungsgebietes kann hingegen keine belastbaren Ergebnisse liefern. Die Unterschiede von Ort zu Ort sind dafür viel zu groß.

Erweiterung: Tourismusbewusstsein und Tourismusakzeptanz

Eine erfolgreiche Destination braucht nicht nur zufriedene Gäste, die sich auf Ihrer Reise willkommen fühlen, sondern auch Einheimische, die sich in ihrer Heimat wohl fühlen. Gleichzeitig profitieren die Bewohner*innen tourismusstarker Destinationen von einer gestärkten Wirtschaft sowie freizeittouristischen Angeboten, die sie selbst nutzen können und die Lebensqualität in der Destination verbessern. Da die Einwohner*innen einen großen Einfluss auf das Erlebnis der Tourist*innen vor Ort haben können, ist es wichtig, das Tourismusbewusstsein der Bevölkerung zu schärfen. Werden jedoch die Grenzen der Tragfähigkeit einer Destination durch kontinuierliches Wachstum des Tourismus erreicht, können Konflikte entstehen, die die Zufriedenheit und Akzeptanz der Bevölkerung gefährden. Mit der Bevölkerungsbefragung zur Tourismusakzeptanz können Sie das Stimmungsbild der Einwohner*innen in Ihrer Destination einholen, positive wie negative Auswirkungen des Tourismus identifizieren, und gemeinsam in eine Maßnahmenfindung einsteigen.

Das Deutsche Institut für Tourismusforschung entwickelte in Zusammenarbeit mit dem NIT im Rahmen eines Forschungsprojektes (2017-2020) eine Methode zur Messung der Tourismusakzeptanz auf Basis des Saldenkonzepts: den sogenannten Tourismusakzeptanz-Saldo, kurz TAS genannt (Schmücker & Eisenstein 2021; Eisenstein & Schmücker 2021a, 2021b). Seit 2023 führen wir die TAS-Erhebung in Kooperation mit ihnen gemeinsam durch. Durch die standardisierte Messung ist ein umfassendes Benchmarking mit vergleichbaren Regionen (egal ob Bundesland, Reisegebiet, Stadt oder Gemeinde) sowie ein kontinuierlicher Zeitvergleich möglich.

Befragungsinhalte:

- Tourismusakzeptanzsaldo (TAS)
- Tourismusbewusstsein, Bedeutung des Tourismus
- Einstellung zur weiteren Entwicklung des Tourismus
- Identifikation positiver und negativer Effekte
- Maßnahmenvorschläge aus Sicht der Bevölkerung
- Soziodemografie

Die Durchführung der Befragung übernimmt das Full-Service-Institut der Markt- und Meinungsforschung Info GmbH. Für die Messung der Tourismusakzeptanz der ortsansässigen,

deutschsprachigen Bevölkerung wird ein hybrides Befragungsinstrument eingesetzt. Hierbei werden jeweils ca. 50% der insgesamt 400 Interviews telefonisch durchgeführt und weitere 50% über eine Online-Befragung realisiert. Diese Methodik ermöglicht, sonst schwer erreichbare Bevölkerungsgruppen zu integrieren (beispielsweise die Bevölkerung ab 74 Jahren, welche in Online-Befragungen aufgrund mangelnder Internetnutzung selten Berücksichtigung findet) und damit zu gewährleisten, dass auch für kleinere Regionszuschnitte repräsentative Aussagen möglich sind. Die Ergebnisse der Tourismusakzeptanzstudie sind repräsentativ für die jeweils ortsansässige, deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 16 Jahre (Quotierungsmerkmale: Herkunft, Alter, Geschlecht, Schulbildung, Haushaltsgröße).

4. Gästezufriedenheit vor Ort: TrustYou-Daten

Gäste einer Destination oder einer touristischen Einrichtung äußern ihre Zufriedenheit in vielfältiger Art und Weise. Bewertungs- und Vergleichsportale gewinnen dabei im Tourismus bzw. mit Blick auf das Beherbergungsgewerbe zunehmend an Relevanz.

TRUSTYOU-DATEN IM ÜBERBLICK

Einen aggregierten Überblick über die abgegebenen Gästebewertungen zu den (Hotel-) Unterkünften liefert TrustYou in Form des sogenannten TrustScores: Die Metasuchmaschine TrustYou wertet alle Beurteilungen von Nutzern zu Unterkünften in Deutschland auf den relevanten Online-Portalen aus. Mithilfe statistischer Verfahren ergibt sich der TrustScore als Zusammen-fassung aller Bewertungen und bildet die Online-Reputation von Unterkunftsbetrieben auf einer Skala von 0 (negativste Ausprägung) bis 100 Punkten (positivste Ausprägung) ab.

Das Ergebnis gibt Aufschluss über Handlungsbedarf und Verbesserungspotenzial in einzelnen Bereichen des Beherbergungsmarktes und kann als Frühindikator auf Reinvestitionsbedarfe hinweisen. So sind zum Beispiel Daten für die Kategorien, Zimmer, Service, Preis und Essen & Trinken verfügbar. Für eine bessere Einordnung Wertes bereiten wir zudem die entsprechenden Werte Bundesländer sowie weiteren Destinationen auf.
Ob eine Auswertung für Ihre Gebietseinheit möglich ist, muss individuell anhand der Fallzahlen geprüft werden.

5. Ökonomischer Faktencheck für Freizeiteinrichtungen, Veranstaltungen oder touristische Teilsegmente

Die Untersuchung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus beleuchtet ganzheitlich die touristische Nachfrage und die daraus resultierenden ökonomischen Effekte vor Ort auf volkswirtschaftlicher Basis.

Was aber bringen geplante oder existierende

- Freizeitangebote und -attraktionen, wie Thermen, Freizeitparks, Museen;
- Routen & Themen, wie Wander- und Radwege, Naturparke;
- Events, wie Weihnachtsmärkte, Festivals, Themenveranstaltungen;
- Teilsegmente, wie der Geschäfts- oder MICE-Tourismus?

Wir definieren die ökonomische Bedeutung Ihres Freizeitangebotes oder touristischen Teilsegmente.

Zur Darstellung der ökonomischen Effekte müssen die Nachfrage sowie die Ausgaben der Gäste quantifiziert werden. Dies kann über Besucherstatistiken, Zählungen, Primärerhebungen oder die Auswertung von Sekundärdaten erfolgen. Die hieraus gewonnenen Kennzahlen sind geeignet, Wirkungen in Form von pragmatischen, ökonomischen Kennziffern bereitzustellen.

Ausgehend von den Besucherzahlen, berechnen wir die ökonomischen Auswirkungen in Form von

- Umsätzen inkl. Darstellung der profitierenden Branchen,
- Effekten auf Einkommen auf der ersten und zweiten Umsatzstufe (Umwegrentabilität),
- Auswirkungen auf das Einkommensäquivalent (Beschäftigungseffekt),
- Konsequenzen für das Steueraufkommen.

Je nach Datengrundlage und Untersuchungsgegenstand unterscheidet sich die erforderliche Untersuchungsmethodik von der Auswertung bereits vorhandener Statistiken und Datenbanken bis hin zu umfangreichen Primärerhebungen, wie Besucherbefragungen vor Ort, so dass der Projektumfang stark variiert und individuell kalkuliert werden muss.

KOMMUNIKATION-TOOLS

6. Ergebnisflyer

Immer beliebter wird bei unseren Kund*innen die Aufbereitung als Ergebnisflyer, der in prägnanter und allgemein verständlicher Form die wichtigsten Ergebnisse darstellt. Auf Wunsch kümmern wir uns deshalb um die Umsetzung und erstellen für Sie einen entsprechenden Flyer-Entwurf. Die dafür in der nachfolgenden Kalkulation aufgerufenen Kosten beziehen sich auf die inhaltliche Ausgestaltung und verstehen sich ohne Grafik-, Druck- und Agenturkosten.

Ist eine optische Gestaltung auf Basis Ihres Corporate Designs gewünscht, liefern wir Ihnen bzw. Ihrer Grafikagentur die Textbausteine und Diagramme an zu. Alternativ ist eine druckfertige Gestaltung des Ergebnisflyers im dwif-Design inkl. Druck in der von Ihnen gewünschten Auflage ebenfalls möglich. Die grafische Aufbereitung und der eigentliche Druck können bei Bedarf von uns jederzeit kalkuliert werden, sind in der nachfolgenden Kostenkalkulation jedoch nicht enthalten.

7. Infografik

Noch kompakter ist die Aufbereitung der zentralen Ergebnisse in Form einer Infografik. Wir bieten hierzu eine gestaltete Infografik-Vorlage, die wir auf Basis Ihrer Analysewerte zum Wirtschaftsfaktor Tourismus anpassen. Die Grafik ist unserer Erfahrung nach perfekt dazu geeignet, die zentralen Fakten kurz und prägnant der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen, eigene Geschäftsberichte und ähnliches damit anzureichern oder auf der eigenen Website eine attraktive Illustration einzubinden.

8. Ergebnispräsentation

Durch eine professionell vorbereitete und durchgeführte Präsentation der Untersuchungsergebnisse durch uns vor Ort lässt sich erfahrungsgemäß eine besonders hohe Öffentlichkeitswirkung und Akzeptanz der Ergebnisse erzielen.

Hierfür erstellen wir eine attraktive Ergebnispräsentation, stellen die Erkenntnisse bei Ihnen vor Ort vor und stehen auf Wunsch auch für eine Diskussion der Analysen und / oder für begleitende Pressekonferenzen zur Verfügung. Ihre Aufgabe wäre es dabei, den Kreis der Einzuladenden festzulegen und sich um etwaige Rahmenbedingungen (z. B. Raummiete, Catering, Technik) zu kümmern.

II. KOSTEN

Die angegebenen Kosten sind nachhaltig kalkuliert. Sie sichern die Arbeitsplätze und eine faire Bezahlung unserer Mitarbeiter*innen. Darüber hinaus gewährleisten sie eine verantwortungsvolle Auswahl von Zulieferfirmen und Verbrauchsmaterialien.

Erweiterungsmodule	Kosten
Erweiterungsmodul 1	
Steuereinnahmen durch den Tourismus im kommunalen Haushalt	2.500, - €
Erweiterungsmodul 2	
Branchenvergleich	2.000, - €
Erweiterungsmodul 3	
Repräsentative Haushaltsbefragung: VFR in (n=300)	4.500, - €
Erweiterung der repräsentativen Haushaltsbefragung (Tourismusakzeptanz)	auf Anfrage
Erweiterungsmodul 4	
Sonderauswertung und Aufbereitung der TrustYou-Daten	700, - €
Erweiterungsmodul 5	
Ökonomischer Faktencheck für Freizeiteinrichtungen, Events oder Teilsegmente	auf Anfrage
Erweiterungsmodul 6	
Textversion Ergebnisflyer	2.300, - €
Erweiterungsmodul 7	
Infografik	600, - €
Erweiterungsmodul 8	
Ergebnispräsentation vor Ort	1.600, - €
Ergebnispräsentation im virtuellen Rahmen	950, - €

Hinzuzufügen ist die gesetzliche MwSt.