

**Sparkassen-Tourismusbarometer
Schleswig-Holstein**

Jahresbericht 2017

Infothek zum Branchenthema

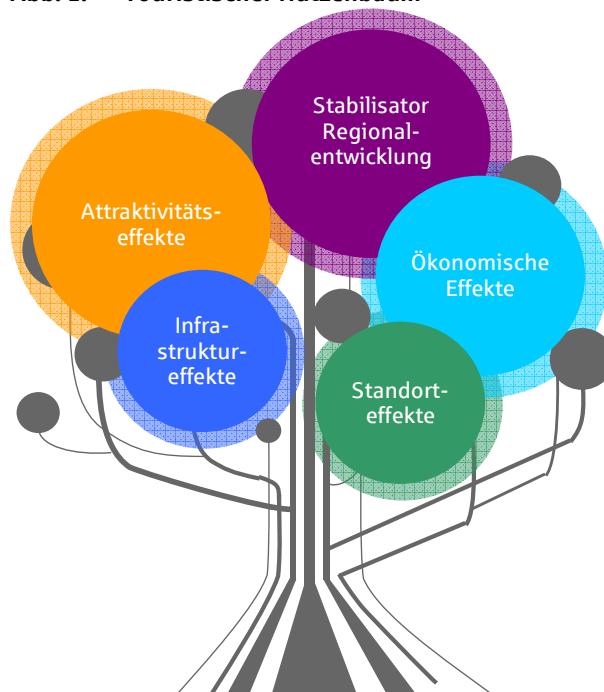
„Chancen des Schleswig-Holstein-Tourismus: Wachstumsziele neu gedacht“

Nutzenstiftung und Indikatoren

Nutzenstiftung durch den Tourismus in Schleswig-Holstein und Möglichkeiten der Messbarkeit

Dass sich Tourismus und Tourismuswachstum auf Regionen, Orte und ihre Entwicklung auswirken, liegt nahe. Im Vordergrund stehen vielfach die ökonomischen Effekte. So werden positive Wirkungen von Freizeit und Tourismus bisher üblicherweise über klassische quantitative Indikatoren wie Übernachtungs- und Besucherzahlen, Entwicklung der Angebotsstruktur mit Betten und nach Betriebskategorien oder über die Kennzahlen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus gemessen. Diese vorwiegend quantitativ-ökonomisch ausgerichteten Parameter bleiben zwar wichtig, reichen für eine zukunftsweisende Analyse und Bewertung des Tourismus aber nicht mehr aus. In zunehmend gesättigten Märkten wie der Freizeit- und Tourismusbranche geht es mittlerweile auch um qualitative Image-, Attraktivitäts- und Infrastruktureffekte sowie differenziertere Stabilisierungs- und Standorteffekte oder um das Potenzial zur Bildung regionaler Wirtschaftskreisläufe. Daher wird das konventionelle Kennzahlensystem, das stark auf Tourismus und Freizeit als abgegrenztem Sektor ausgerichtet ist, im Folgenden um einen integrierten Ansatz erweitert. Dieser erhebt angesichts der Vielfalt möglicher Wirkungen und begrenzter Datenverfügbarkeit keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Er soll jedoch dazu beitragen, den bisher eher deskriptiv erfassten Querschnittscharakter von Freizeit und Tourismus besser abzubilden. Erweiterter Ansatz bedeutet auch, dass sich Tourismusverantwortliche künftig Kennziffern zuwenden müssen, die bislang kaum in ihrem Fokus standen. Das erfordert bei den Akteuren selbst, aber auch bei Gremienmitgliedern und Politik ein Umdenken.

Abb. 1: Touristischer Nutzenbaum



Quelle: dwif 2017

Das Branchenthema geht also der Frage nach, ob und wie sich die erweiterte Nutzenstiftung durch Tourismus und der Erfolg „wertorientierter Maßnahmen“ messen lassen und wie sich diese in den Orten und Regionen konkret bemerkbar machen: Was haben touristische Orte, was andere Orte nicht haben? Welchen Nutzen schafft der Tourismus für Einwohner und Unternehmen? An welchen Stellschrauben können die Akteure ansetzen, um die Nutzstiftung zu erhöhen?

Für die vertiefte Untersuchung der einzelnen Wirkungsbereiche des touristischen „Nutzenbaumes“ identifizierte das dwif für Schleswig-Holstein insgesamt 24 Indikatoren, die auf Aussagekraft, Datenerhebungsmöglichkeiten beziehungsweise Datenverfügbarkeit und Signifikanz hin geprüft und bewertet wurden. Ein einfaches Ampelsystem gibt jeweils eine kompakte Übersicht über die Einschätzungen und damit erste Hinweise für die Akteure, welche Indikatoren sie selbst für die individuelle Messung vor Ort nutzen können. >> Tab. 1

Das erste Ampelsystem „Aussagekraft“ unterteilt sich in die Ausprägungen groß, mittel und gering. Es soll die Bedeutung beziehungsweise das Gewicht eines jeden Indikators auf der Suche nach geeigneten Kennziffern für die Messung von Wirkungen des Tourismus auf die Regionalentwicklung abbilden. Die Ausprägungen der Datenverfügbarkeit unterteilen sich je nach Zugang zu den Daten: Dieser reicht von öffentlich zugänglich, zum Beispiel amtliche Statistik, über statistische Sonderauswertungen bis zu Primärerhebungen, die entweder über eigene Recherchen oder Fremdstudien und sonstige Konzepte und Analysen beschafft werden müssen. Das dritte Ampelsystem widmet sich dem jeweiligen Raum, für den die Daten verfügbar sind: Die Bewertung erfolgt von der Gemeinde über den Landkreis bis hin zum Bundesland.

Tab. 1: Ampelsystem zur Bewertung der Indikatoren

Indikator	Bewertung	Aussagekraft/Bedeutung/Gewicht
		Groß
		Mittel
		Gering
Indikator	Bewertung	Datenverfügbarkeit
		Öffentlich zugängliche Daten/Statistiken
		Sonderauswertungen
		(eigene) Primärerhebungen
Indikator	Bewertung	Raumbezug
		Gemeinde
		Landkreis
		Bundesland

Quelle: dwif 2017

1 Ökonomische Effekte

Tab. 2: Mögliche Ausprägungen und Kennziffern der Wirkungsdimension „ökonomische Effekte“

Ausprägung	Indikatoren
Schaffung von Umsatz durch Tourismus	Nachfragevolumen, Ausgabenhöhe, Brutto- und Nettoumsatz
Einkommenswirkung des Tourismus	Wertschöpfung (1. und 2. Umsatzstufe), Beitrag zum Primäreinkommen
Profitierende Branchen	Umsatzverteilung
Schaffung von Arbeitsplätzen	Einkommensäquivalent
Fiskalische Effekte und Finanzierung (Kommunal-)Haushalte	Steueraufkommen, Steuereinnahmen, Einnahmen aus Kur- und Fremdenverkehrsbeiträgen, weitere Steuern (Grund- und Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer etc.)

Quelle: dwif 2017

Tab. 3: Bewertung der Indikatoren für die Wirkungsdimension „ökonomische Effekte“

Indikator	Aussagekraft	Verfügbarkeit	Raumbezug
Nachfrageintensität/-volumen Übernachtungen/Tagesreisen			
Ausgabenhöhe (inkl. Verteilung der Hotelkapazitäten)			
Bruttoumsatz und Wertschöpfung			
Einkommensbeitrag (Primäreinkommen)			
Umsatzverteilung			
Einkommensäquivalent (Beschäftigungseffekte)			
Steueraufkommen, Steuereinnahmen			
Einnahmen aus Kurbeiträgen und Fremdenverkehrsbeiträgen			

Quelle: dwif 2017

2 Stabilisator und Impulsgeber für die Regionalentwicklung

Tab. 4: Mögliche Ausprägungen und Kennziffern der Wirkungsdimension „Stabilisator“

Ausprägung	Indikatoren
Bewältigung der Folgen des demografischen Wandels	Bevölkerungsentwicklung, Beschäftigung Arbeitsort/Wohnort, Pendler
Vermeidung von Leerstand und Verfall	Anteil leerstehender Wohnungen
Erhalt von Betrieben/Unternehmen	Anzahl Betriebe einzelner Wirtschaftszweige
Schaffung von Einkommensalternativen (z. B. Landwirtschaft)	Zahl agrotouristischer Angebote
Schutz und Erhalt der Natur	Investitionen in den Naturschutz, qualitativ: beispielsweise Infozentren

Quelle: dwif 2017

Tab. 5: Bewertung der Indikatoren für die Wirkungsdimension „Stabilisator“

Indikator	Aussagekraft	Verfügbarkeit	Raumbezug
Bevölkerungsentwicklung	○ ○ ○	● ○ ○	● ● ●
Altersstruktur	○ ○ ○ ●	● ○ ○	● ● ●
Arbeitszentralität	● ○ ○ ○	● ○ ○ ○	● ● ●
Zahl leerstehender Wohnungen	○ ○ ○ ○	● ○ ○ ○	● ● ●
Gastgewerbe- und Einzelhandelsbesatz	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	● ● ●
Agrotouristische Angebote (Betriebe, Betten, Hofgastronomie)	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	● ● ●
Investitionen in den Naturschutz	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ●	● ● ●

Quelle: dwif 2017

3 Infrastruktureffekte

Tab. 6: Mögliche Ausprägungen und Indikatoren der Wirkungsdimension „Infrastruktureffekte“

Ausprägung	Indikatoren
Schaffung von zusätzlichem Freizeit-/Kultur-/Veranstaltungsangebot	Art und Zahl der Veranstaltungen
Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung	Einzelprojekte
Erhalt und Ausbau des ÖPNV-Angebotes	Verbindungen und Taktung des ÖPNV
Ausbau der Freizeitinfrastruktur	Einzelprojekte, Wegekilometer (Rad, Wandern)
Stützung der Sanierung öffentlicher/privater Gebäude sowie des öffentlichen Raumes	Einzelprojekte
Verbesserung der medizinischen Versorgung	Ärzte pro Einwohner

Quelle: dwif 2017

Tab. 7: Bewertung der Indikatoren für die Wirkungsdimension „Infrastruktureffekte“

Indikator	Aussagekraft	Verfügbarkeit	Raumbezug
Art und Zahl der Veranstaltungen	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ●	● ○ ○
Wegekilometer (Rad, Wandern)	○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ●	● ● ●
Verbindungen und Taktung des ÖPNV	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ●	● ○ ○
Ärzte pro Einwohner	● ○ ○ ○	○ ○ ○ ○	● ○ ○

Quelle: dwif 2017, Daten Internetrecherchen (Stand: März 2017)

4 Attraktivitätseffekte

Tab. 8: Mögliche Ausprägungen und Indikatoren der Wirkungsdimension „Attraktivitätseffekte“

Ausprägung	Indikatoren
Steigerung von Image/Bekanntheit	Qualitative Befragungen und Messinstrumente: z. B. Destination Brand, Brandmeyer Stadtmarken-Monitor, Glücksatlas
Schaffung/Stärkung regionaler Identität bzw. Selbstbewusstsein der Einwohner	
Pflege regionaler Werte und Traditionen	
Erhöhung Freizeitwert und Lebensqualität der Bevölkerung	
Wohnwertsteigerung	Miet-/Kaufpreise (Niveau/Entwicklung)

Quelle: dwif 2017

Tab. 9: Bewertung der Indikatoren für die Wirkungsdimension „Attraktivitätseffekte“

Indikator/Messinstrument (Auswahl)	Aussagekraft	Verfügbarkeit	Raumbezug
Image und Bekanntheit (DestinationBrand, BrandMARK, Brandmeyer)	● ○ ○	○ ○ ○	● ● ●
Glücksatlas	○ ○ ○	○ ○ ○	○ ○ ●
Miet-/Kaufpreise (Niveau und Entwicklung)	● ○ ○	● ○ ○	● ● ●

Quelle: dwif 2017

5 Standorteffekte

Tab. 10: Mögliche Ausprägungen und Kennziffern der Wirkungsdimension „Standorteffekte“

Ausprägung	Indikatoren
Ansiedlung von Betrieben und Branchen mit Beschäftigten mit Präferenz für hohen Freizeitwert	Qualitativ: Einzelbetrachtung
Ansiedlung tourismusnaher Branchen	Qualitativ: Einzelbetrachtung
Schaffung Beherbergungs- und Tagungskapazitäten (MICE)	Kapazitäten bei Beherbergung und Tagungsräumlichkeiten

Quelle: dwif 2017

Tab. 11: Bewertung der Indikatoren für die Wirkungsdimension „Standorteffekte“

Indikator/Messinstrument	Aussagekraft	Verfügbarkeit	Raumbezug
Einzelbetrachtung Betriebsansiedlung (qualitativ)	○ ○ ○	○ ○ ●	● ○ ○
Kapazitäten bei Beherbergung und Tagungsräumlichkeiten	● ○ ○	○ ○ ●	● ● ●

Quelle: dwif 2017