

Inhalt

▶ Editorial	3
▶ Tourismus in Bielefeld	4
▶ Die Untersuchung	5
▶ Die touristische Nachfrage	6
▶ Die Tagesausgaben	7
▶ Der touristische Umsatz	8
▶ Die Profiteure	9
▶ Der Einkommensbeitrag des Tourismus	10
▶ Die Beschäftigungs- und Steuereffekte	11
▶ Demographischer Wandel	12 + 13
▶ Daten und Fakten im Überblick	14
▶ Verwendete Datenquellen	15

Was ist Tourismus? Und was sind Touristen? Gibt es Touristen und Tourismus in Bielefeld?

Tourismus in Deutschland. Gemeinhin verstehen wir unter Tourismus den fotografierenden Japaner auf der Kölner Domplatte, die Wandertour im Bayerischen Wald oder die unvermeidliche Kurtaxe am Ostseestrand. Es wundert also nicht, dass dem Wirtschaftsfaktor Tourismus in Bielefeld und vergleichbaren Städten oftmals nur wenig Bedeutung beigemessen wird.

Tourismus ist aber weit mehr als die Erholungsreise in die Traumdestinationen oder Metropolen dieser Welt. Tourist in Bielefeld ist auch der Geschäftsreisende, der einen Kongress in der Stadt besucht. Der auswärtige Konzertbesucher ist genauso Tourist, wie der Liebhaber moderner Kunst in der Kunsthalle. Und wenn eine Paderborner Familie Alma und Max im Tierpark Olderdissen besuchen, sind diese genauso selbstverständlich Touristen wie die Freundinnen aus Osnabrück, die sich dringend ein neues Outfit zulegen müssen. Sie alle sind Touristen, zumeist Tagestouristen.

Gerade dem hohen Freizeit- und Erlebniswert Bielefelds ist es zu verdanken, dass weitaus mehr Touristen unsere Stadt besuchen als bislang angenommen.

Erstmals hat die Bielefeld Marketing GmbH – im Rahmen des Förderprojektes „Städtetourismus und demographischer Wandel“ des Landes NRW – eine umfassende Studie hierzu in Auftrag gegeben.

Die Ergebnisse überraschen. Eines vorweg: der Tourismus ist – noch stärker als wir es erwartet haben – ein bedeutender wirtschaftlicher Faktor für Bielefeld. Allein 21,4 Millionen Tagesbesucher zählt Bielefeld pro Jahr, das sind über 60.000 Menschen täglich. Hinzu kommen rund eine halbe Million Übernachtungen. Insgesamt sorgen diese Touristen für einen Bruttoumsatz von 627,17 Millionen Euro. Die detaillierten Ergebnisse der Untersuchung der dwif-Consulting GmbH sind auf den nachfolgenden Seiten nachzulesen.

Dennoch gibt es keinen Grund, sich auf diesen Erfolgen auszuruhen. Zum Erhalt und zur Steigerung der Attraktivität – und damit auch zur Sicherung vieler Arbeitsplätze – müssen alle am Stadtmarketing Beteiligten weiter engagiert an der Verbesserung des Produktes „Bielefeld“ arbeiten. Die Bielefeld Marketing GmbH stellt sich gerne dieser Aufgabe!


Hans-Rudolf Holtkamp
Geschäftsführer
Bielefeld Marketing GmbH


Eberhard David
Oberbürgermeister
Stadt Bielefeld

Tourismus in Bielefeld

Tourismus ist mehr als die klassische Urlaubsreise in die Traumdestinationen der Welt! Deutschland ist noch immer die mit Abstand beliebteste Reisedestination der Deutschen und besonders der Städte- und Kulturtourismus erfreut sich immer größerer Beliebtheit.

Ein Trend, der sich auch in den Übernachtungszahlen für Bielefeld widerspiegelt. Seit 1980, dem Gründungsjahr des Verkehrsvereins Bielefeld e. V., werden diese durch das Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW kontinuierlich erhoben.

Hierbei handelt es sich jedoch ausschließlich um Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit neun und mehr Betten. Übernachtungen in Privart Quartieren, im Campingsegment und im Bekanntschafts- und Verwandtschaftsverhältnis werden hier nicht berücksichtigt.

Zur Berechnung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für Bielefeld sind die Übernachtungszahlen jedoch nicht ausreichend. Gemessen am Gesamtvolumen stellen besonders die Tagestouristen einen nicht zu unterschätzenden und lebenswichtigen

touristischen Wirtschaftsfaktor einer jeden Stadt dar.

Die folgende Analyse der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für Bielefeld wurde unter Einbeziehung des Segmentes der Tagestouristen von der dwif-Consulting GmbH (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München) auf Basis der Datenlage von 2005 erstellt.

Abbildung 1: Übernachtungszahlen in Bielefeld 1980 – 2006

	Ankünfte	Veränder. z. Vorjahr	Übernachtungen	Veränder. z. Vorjahr
1980	127.339	-	265.369	-
1981	130.800	2,7 %	292.419	10,2 %
1982	136.536	4,4 %	302.441	3,4 %
1983	142.981	4,7 %	294.673	-2,6 %
1984	156.443	9,4 %	313.244	6,3 %
1985	160.356	2,5 %	299.076	-4,5 %
1986	157.204	-2,0 %	299.884	0,3 %
1987	169.613	7,9 %	320.275	6,8 %
1988	177.499	4,6 %	336.792	5,2 %

	Ankünfte	Veränder. z. Vorjahr	Übernachtungen	Veränder. z. Vorjahr
1989	184.298	3,8 %	362.092	7,5 %
1990	188.388	2,2 %	370.539	2,3 %
1991	208.559	10,7 %	415.827	12,2 %
1992	210.100	0,7 %	414.321	-0,4 %
1993	203.647	-3,1 %	388.838	-6,2 %
1994	212.324	4,3 %	401.421	3,2 %
1995	220.963	4,1 %	410.485	2,3 %
1996	232.245	5,1 %	415.704	1,3 %
1997	233.015	0,3 %	423.989	2,0 %

	Ankünfte	Veränder. z. Vorjahr	Übernachtungen	Veränder. z. Vorjahr
1998	226.049	-3,0 %	413.772	-2,4 %
1999	249.254	10,4 %	451.184	9,2 %
2000	279.968	12,3 %	504.169	11,7 %
2001	270.644	-3,3 %	511.137	1,4 %
2002	245.461	-9,3 %	460.127	-10,0 %
2003	248.290	1,2 %	453.967	-1,3 %
2004	255.642	2,8 %	476.009	4,6 %
2005	270.942	6,0 %	487.924	2,5 %
2006	280.693	3,6 %	498.598	2,2 %

Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW

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, z. B. in Form des Sparkassen-Tourismusbarometers, zur Verfügung.

In der vorliegenden Untersuchung stehen die touristischen Umsätze durch Tages- und Übernachtungsgäste in Bielefeld im Fokus des Interesses. 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 neun und mehr Betten
- In Privatquartieren mit weniger als neun Betten
- Auf Campingplätzen

Tagesgäste aus dem In- und Ausland

- Tagesausflügler
- Tagesgeschäftsreisende

Während bei den Übernachtungsgästen alle Reisemotive – ob privat oder geschäftlich – zur touristischen Nachfrage gezählt werden, müssen bei den Tagesgästen einige definitorische Einschränkungen vorgenommen werden.

Tagesausflüge beschreiben jedes Verlassen des Heimatortes mit dem keine Übernachtungen verbunden sind und welche

- nicht einer Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz oder zur Berufsausübung dienen

- nicht zum Zwecke einer Einkaufsfahrt mit dem Ziel der Deckung des täglichen Bedarfs vorgenommen werden (z. B. Lebensmitteleinkauf)
- keiner Regelmäßigkeit bzw. Routine unterliegen (z. B. Vereinsaktivitäten, Krankenhausbesuche, Arztbesuche oder etwa Behördengänge)

Der Tagesgeschäftsreiseverkehr umfasst alle Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben, die über den Arbeitsort hinausführen. Demgegenüber haben Fahrten innerhalb des Arbeitsortes oder zu wechselnden Arbeitsplätzen (z. B. Montage) keine touristische Relevanz.

Da eine Reihe weiterer touristisch relevanter Umsätze – allen voran die Verwandten- und Bekanntenbesuche – aufgrund von sehr aufwändigen Detailerhebungen nicht ermittelt werden konnten, handelt es sich bei der folgenden Ergebnisdarstellung um eine Mindestgröße der touristisch relevanten Umsätze in Bielefeld.

Die touristische Nachfrage

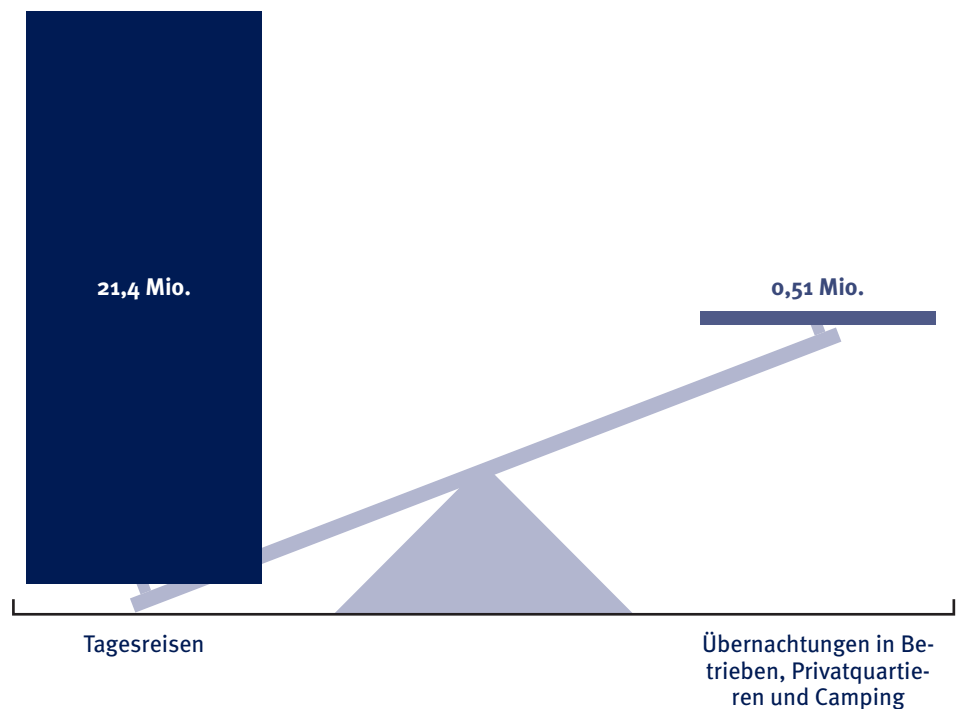
Durch repräsentative Haushaltsbefragungen zum Ausflugsverhalten der deutschen Bevölkerung – ergänzt um Plausibilitätskontrollen mit weiteren Statistiken – konnten für das Jahr 2005 insgesamt 21,91 Mio. touristische Aufenthaltstage in Bielefeld ermittelt werden. Damit empfängt Bielefeld durchschnittlich gut 60.000 Gäste pro Tag.

Der Tagestourismus nimmt für Bielefeld die bedeutendste wirtschaftliche Stellung ein (siehe Abb. 2). 97,7% der touristischen Aufenthaltstage entfallen auf diese Zielgruppe. Diesen 21,4 Mio. Tagesgästen stehen 0,51 Mio. Übernachtungen gegenüber.

Gerade für die Bielefelder Gastronomiebetriebe, die zahlreichen kulturellen Einrichtungen sowie für den Einzelhandel ist die Gruppe der Tagestouristen ein bedeutender Garant befriedigender Geschäftsergebnisse. Dennoch sind auch die 510.000 Übernachtungen in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben, den Privatquartieren und im Campingsegment ein wichtiger Baustein der touristischen Umsätze.

Abbildung 2: Das Gewicht der Tagestouristen in Bielefeld

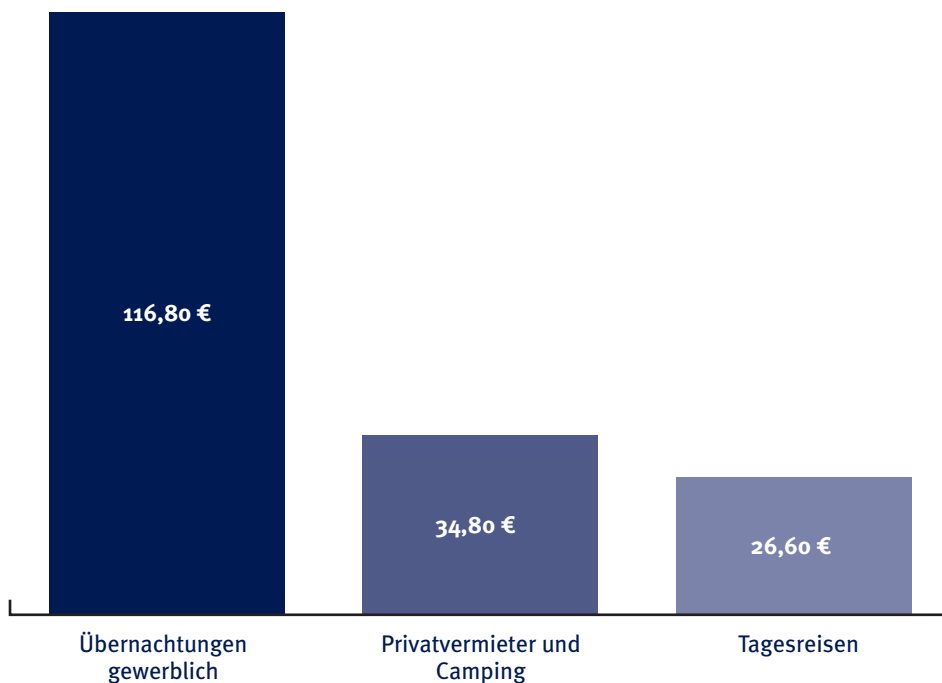
Gesamtzahl touristische Aufenthaltstage in 2005: 21,91 Mio.



Quelle: dwif sowie Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen

► Ø 60.000 Touristen pro Tag besuchen Bielefeld

Abbildung 3: Ø Tagesausgaben der Touristen in Bielefeld



Quelle: dwif 2006

Gewichtet man die Ausgaben der Touristen in Bielefeld pro Kopf und Tag entsprechend ihrer jeweiligen Marktsegmente, ergeben sich durchschnittliche Tagesausgaben von 28,60 €. Sinnvoller erscheint aber die in Abbildung 3 dargestellte Betrachtung der einzelnen Zielgruppen zu sein.

- Bei den Tagesausflüglern liegen die durchschnittlichen Ausgaben bei rund 26,60 €. Die tatsächliche Bandbreite hängt aber immer von den jeweiligen Besuchsmotiven ab. So dürfte die Bandbreite der Ausgaben von 0 € bis weit über 100 € liegen.
- Gäste in Privatquartieren und auf Campingplätzen geben im Mittel ca. 34,80 € pro Kopf und Tag aus.
- Verständlicherweise wird von den Gästen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit 116,80 € am meisten Geld ausgegeben.

► Ø 28,60 € gibt ein Tourist pro Tag in Bielefeld aus

Der touristische Umsatz

Aus der Verknüpfung der touristischen Aufenthaltstage mit den Tagesausgaben ergeben sich die in Abbildung 4 nach Marktsegmenten aufgeschlüsselten Bruttoumsätze.

Betrachtet man die Übernachtungsgäste, haben sich deren Umsatzanteile im Vergleich zu den Aufenthaltstagen deutlich erhöht. Aufgrund der höheren Tagesausgaben werden fast 10% der Umsätze von den Übernachtungsgästen bewirkt. Dementsprechend wichtig ist die weitere Pflege dieses Kundenstamms.

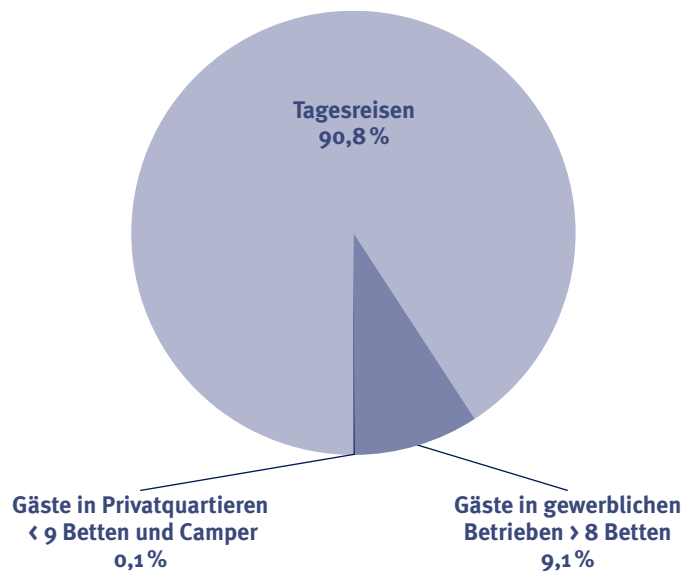
Trotzdem sind die Tagestouristen mit einem geleisteten Beitrag von gut 90% zum Bruttoumsatz der bestimmende touristische Wirtschaftsfaktor für Bielefeld (siehe Abb. 5).

Abbildung 4: Der Tourismusmarkt in Bielefeld im Überblick

Übernachtungen gewerblich	0,49 Mio.	x	116,80 €	=	57,23 Mio. €
Privatvermieter und Camping	0,02 Mio.	x	34,80 €	=	0,70 Mio. €
Tagesreisen	21,4 Mio.	x	26,60 €	=	569,24 Mio. €

Quelle: dwif 2006

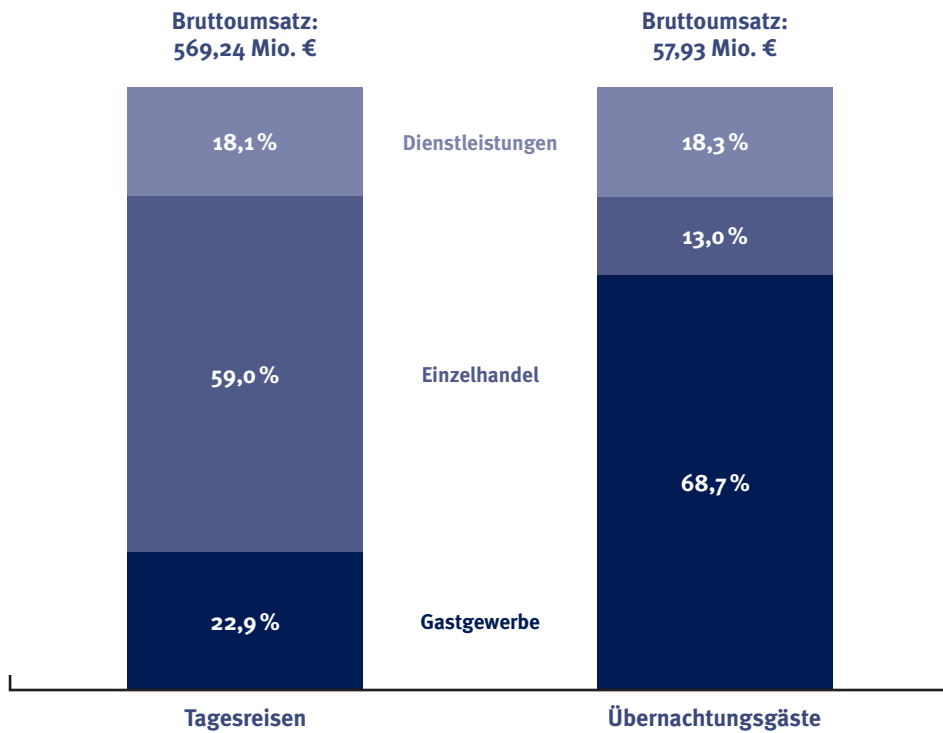
Abbildung 5: Touristische Umsätze in Bielefeld



Quelle: dwif 2006

► **627,17 Mio. € touristischer Bruttoumsatz in Bielefeld**

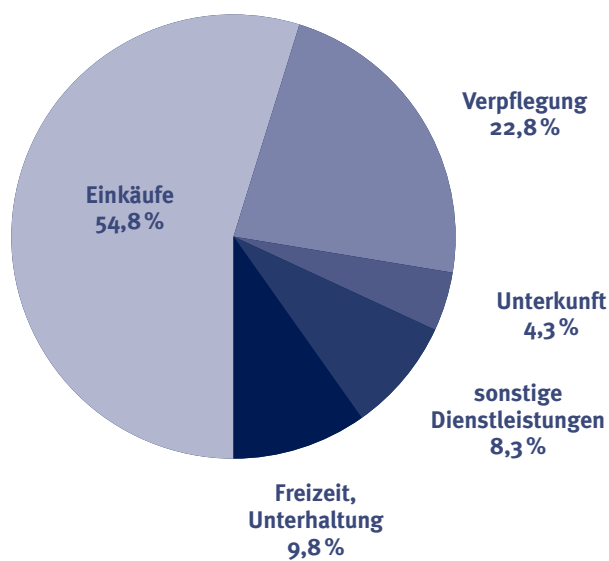
Abbildung 6: Vom Tourismus in Bielefeld profitierende Branchen



Quelle: dwif 2006

Abbildung 7: Vom Tourismus in Bielefeld profitierende Wirtschaftszweige

Gesamte Summe:
627,17 Mio. €



Quelle: dwif 2006

Untersucht man die Ausgabenstruktur der Touristen, wird in der Regel zwischen den drei Branchen Gastgewerbe, Einzelhandel und Dienstleistungen unterschieden.

Von besonderem Interesse ist hierbei das unterschiedliche Konsumverhalten von Tages- und Übernachtungsgästen (siehe Abb. 6). Während von den Tagesgästen in erster Linie der Einzelhandel profitiert, stellt sich die Situation bei den Übernachtungsgästen völlig anders dar. Aufgrund der für Unterkunft und Verpflegung anfallenden Kosten entfallen hier mehr als zwei Drittel der Ausgaben auf das Gastgewerbe.

Ein weiterer Grund für die unterschiedliche Ausgabenstruktur dürfte in den grundsätzlich verschiedenen Besuchsmotiven der beiden Gästetypen liegen. So liegt das Interesse der Tagesbesucher wohl vor allem im Bereich Shopping und der Wahrnehmung kultureller Angebote, während sich die Übernachtungsgäste hauptsächlich als Geschäftsreisende identifizieren lassen. Abbildung 7 betrachtet den Querschnitt aller direkten touristischen Ausgaben über die beiden Gästetypen hinweg und verdeutlicht die breite Fächerung der vom Tourismus profitierenden Wirtschaftszweige in Bielefeld.

Erfreulich in diesem Zusammenhang ist neben den hohen Umsätzen des Einzelhandels vor allem auch der hohe Umsatzanteil der Bielefelder Freizeit- und Unterhaltungsdienstleister.

Der Einkommensbeitrag des Tourismus

Was verdienen die Bielefelder Bürgerinnen und Bürger am Tourismus in ihrer Stadt? Ausgangspunkt für die Berechnung der touristischen Einkommenswirkungen, und damit der Beantwortung dieser Frage, ist der Nettoumsatz, der sich nach Abzug der unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze vom Bruttoumsatz ergibt.

Touristischer Nettoumsatz = 555,97 Mio. €

Dieser Betrag wird, wie aus der Abbildung 8 ersichtlich, 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.

1. Direktes Einkommen (Einkommenseffekte der 1. Umsatzstufe)

Direkte Einkommenswirkungen entstehen durch die unmittelbaren Ausgaben der Touristen bei den Sie bedienenden Unternehmen. Dazu lassen sich die Beherbergungsbetriebe, Einzelhändler und Restaurants aber auch Museen, Theater oder der öffentliche Verkehr zählen. Letztendlich wird aber nur ein Teil des Nettoumsatzes in Form von

Löhnen und Gehältern der Beschäftigten und Unternehmensgewinnen zu Einkommen. Der entsprechende branchenspezifische Anteilswert wird als Wertschöpfungsquote bezeichnet.

Direktes Einkommen

$\text{Nettoumsatz} \times \text{Wertschöpfungsquote} = 175,88 \text{ Mio. €}$

2. Indirektes Einkommen (Einkommenseffekte der 2. Umsatzstufe)

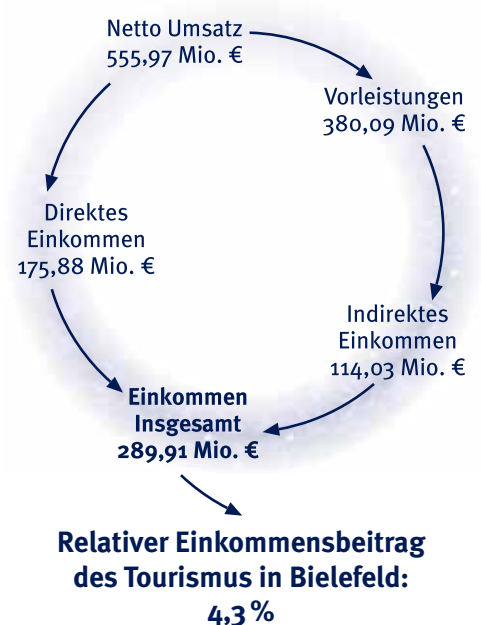
Der Anteil der nicht direkt ausgeschütteten Einkommen vom Nettoumsatz wird für den Bezug von Vorleistungen (Zulieferer, Inanspruchnahme von Dienstleistungen, Investitionen zur Substanzerhaltung) ausgegeben. Es entstehen neue Umsätze, aus denen sich die indirekten Einkommenswirkungen ermitteln lassen.

Indirektes Einkommen

$(\text{Nettoumsatz} - \text{direktes Einkommen}) \times \text{Wertschöpfungsquote} = 114,03 \text{ Mio. €}$

Betrachtet man das gesamte touristische Einkommen in Höhe von 289,91 Mio. € in Relation zur Gesamtsumme aller ausgeschütteten Löhne und Gehälter in Bielefeld, erhält man einen relativen Einkommensbeitrag des Tourismus in Höhe von 4,3 %.

Abbildung 8: Touristische Einkommenswirkung in Bielefeld



Quelle: dwif 2006

► **4,3 % aller Löhne und Gehälter in Bielefeld stammen aus dem Tourismus**

Die Beschäftigungs- und Steuereffekte

Das durchschnittliche Primäreinkommen eines Bielefelder Bürgers (inkl. Erwerbstätige, Arbeitslose, Kinder, Rentner, etc.) liegt bei 20.178,00 € pro Jahr.

Setzt man den gesamten touristisch relevanten Einkommensbeitrag von 289,91 Mio. € in Verhältnis zu dem durchschnittlichen Primäreinkommen, ergibt sich ein Äquivalent von rund 14.000 Menschen, die ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Einkommen durch den Tourismus bestreiten können. Auf die einzelnen Einwohner Bielefelds umgerechnet bedeutet dies ein Jahreseinkommen von 822,- € aus der Tourismuswirtschaft.

Nutznieser der touristischen Umsätze in Bielefeld sind aber nicht nur die Bürgerinnen und Bürger. In Form von Steuern und Abgaben profitiert auch die Haushaltssituation der Stadt Bielefeld.

Als touristisch relevante Steuereffekte bei den Städten und Gemeinden schlagen sich insbesondere die anteilige Lohn- und Einkommenssteuer sowie die Gewerbe- und Grundsteuer der im Tourismus agierenden Unternehmen nieder. Untersuchungen zeigen, dass 2% bis 3% des touristischen Nettoumsatzes (555,97 Mio. €) in Form dieser Steuern wieder an die Kommunen zurückfließen. Im Falle Bielefelds liegt der touristische Beitrag zum städtischen Steueraufkommen bei rund 13,9 Mio. €.



► **ca. 13,9 Mio. € der städtischen Steuereinnahmen resultieren aus dem Tourismus**

Demographischer Wandel

Die vorliegende Studie wurde vor dem Hintergrund fehlender Daten über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Bielefeld im Rahmen des Förderprojekts „Städtetourismus und demographischer Wandel“ des Landes NRW erstellt. Angemerkt sei aber, dass sich aus den Untersuchungsergebnissen keine Prognosen zu den touristischen Auswirkungen des demographischen Wandels in Bielefeld ableiten lassen. Gleichwohl ist die Studie ein wichtiger Baustein im Rahmen des Förderprojekts. Denn in ihrer Funktion als Grundlagenuntersuchung werden erstmals fundierte Aussagen zum wirtschaftlichen Stellenwert des Tourismus in Bielefeld vorgelegt.

Niemand bestreitet heute, dass der demographische Wandel auf den touristischen Märkten zu erheblichen Veränderungen führen wird. Wie jeder Markt ist auch der touristische durch die Beziehung von Angebot

und Nachfrage gekennzeichnet. Der zukünftige wirtschaftliche Stellenwert des Tourismus – auch in Bielefeld – wird demnach davon abhängen, inwieweit es gelingt, bedarfsgerechte Angebote für ältere Reisende zu schnüren. Dabei gilt es, folgende Problemlage zu berücksichtigen:

So handelt es sich z. B. bei der sogenannten Generation 50+ mitnichten um eine allein aufgrund ihres Alters homogene Zielgruppe. Untersuchungen zeigen vielmehr, dass die Interessen und Wertvorstellungen der älteren Reisenden genauso vielfältig sind wie in anderen Altersgruppen. Darüber hinaus ist auch die körperliche Fitness innerhalb der Zielgruppe sehr unterschiedlich zu bewerten und Mobilitätseinschränkungen können nicht konkret an einer Altersgrenze festgemacht werden. Um wenigstens tendenziell bestimmte Bedürfnisse und Verhaltensweisen zu definieren, ist es

daher notwendig die Zielgruppe 50+ vor allem hinsichtlich von individuellen Lebensstilen, Werten und Interessen und nicht zuletzt nach den finanziellen Möglichkeiten zu selektieren.

Grundsätzlich ist festzustellen, dass die Zielgruppe der 40- bis 59-jährigen mit zu den reisefreudigsten Altersgruppen gehört. Mit weiter steigendem Alter nimmt die Reisefreudigkeit zwar ab, da individuelle Verhaltensweisen und Lebensstile jedoch von einer gewissen Beharrlichkeit gekennzeichnet sind, verschiebt sich auch diese Grenze zunehmend nach oben.

Demographischer Wandel

Die Generation 50+ verfügt in der Regel über viel Zeit, Erfahrung und zumindest heutzutage über eine oftmals hohe Finanzkraft. Die Lebens- und Reiseerfahrung der Zielgruppe bewirkt eine differenzierte Betrachtungsweise touristischer Angebote und ein ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein. Dementsprechend sind die Ansprüche an Qualität und Service häufig überdurchschnittlich. Tendenziell sind Senioren im Urlaub aktiver als jüngere Zielgruppen. So spielen aktive Gesundheitsvorsorge und Bewegung eine übergeordnete Rolle bei den Reisemotiven. Zusätzlich besteht ein ausgeprägtes Interesse an Ausflügen sowie kulturellen Aktivitäten.

Betrachtet man diese Aussagen lässt sich eine Brücke zu den touristischen Potenzialen in Bielefeld schlagen. Diese wurden im Rahmen des Förderprojektes bereits durch einen Expertenworkshop sowie die Veran-

staltungsreihe „ExtraTour – Tourist in der eigenen Stadt“ analysiert. Nach den Erfahrungen der Tourismusexperten und Hoteliers in Bielefeld sind die Mehrheit der Übernachtungsgäste dem Segment der Geschäftsreisenden zuzuordnen. Im Rahmen der Veranstaltung ExtraTour wurden Bielefelder Bürger/innen zu kostenlosen Stadtführungen eingeladen. An einem weiteren Wochenende konnten Vertreter/innen unterschiedlicher demographischer Zielgruppen ein Urlaubswochenende inkl. Hotel und Taschengeld in ihrer Stadt verbringen. Bei der anschließenden Befragung wurde für Privatreisende besonders in der Verbindung zwischen großstädtischem Flair und der exponierten Lage direkt am Teutoburger Wald übereinstimmend ein großes touristisches Potential erkannt. Darüber hinaus besticht Bielefeld mit einem hochwertigen Kulturangebot, welches über die Stadtgrenzen hinaus Strahlkraft besitzt.

Natur und Kultur stehen in Bielefeld in einem – auch vor dem Hintergrund des demographischen Wandels – touristisch attraktiven Spannungsverhältnis. Durch eine noch intensivere Vermarktung dieses Potentials kann es in Zukunft gelingen, die Zahl der wirtschaftlich besonders lukrativen privaten Übernachtungsgäste in Bielefeld weiter zu steigern.

Der bestimmende touristische Wirtschaftsfaktor für Bielefeld ist jedoch im Segment der Tagestouristen zu suchen. Leider existieren zur Zeit noch keine Grundlagenuntersuchungen zu den Auswirkungen des demographischen Wandels auf diese Zielgruppe. Betrachtet man aber die Stärken wie Nähe zur Natur, hochwertiges Kulturangebot, vielfältige Einzelhandelsstruktur und die zentrale Lage in der Gesundheitsregion OWL, scheint Bielefeld auch in Zukunft für die Zielgruppe der Tagesausflügler gut gerüstet zu sein.



Daten und Fakten im Überblick

- ▶ **21,91 Mio.**..... touristische Aufenthaltstage
- ▶ **60.000** Touristen in Bielefeld pro Tag
- ▶ **28,60 €**..... durchschnittliche Tagesausgaben pro Gast
- ▶ **627,17 Mio. €**.... touristischer Bruttoumsatz
- ▶ **289,91 Mio. €**... Löhne, Gehälter und Gewinne aus dem Tourismus
- ▶ **822,00 €**..... Einkommen pro Jahr und Einwohner aus dem Tourismus
- ▶ **14.000**..... Menschen könnten ihren Lebensunterhalt vom Tourismus bestreiten
(bei durchschnittlichem Einkommen)
- ▶ **4,3 %**..... touristischer Anteil am gesamten Primäreinkommen
- ▶ **13,9 Mio. €** touristischer Beitrag zum städtischen Steueraufkommen

Insgesamt betrachtet muss der Tourismus in Bielefeld damit als ein wichtiger Wirtschaftszweig bezeichnet werden. Viele Unternehmen und Bielefelder Bürgerinnen und Bürger profitieren entweder direkt oder indirekt von dieser klassischen Querschnittsbranche.

Verwendete Datenquellen

Der vorliegenden Untersuchung des dwif zur Berechnung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Bielefeld liegen u.a. Daten aus verschiedenen aktuellen Grundlagenstudien und Erhebungen zugrunde. Alle Daten wurden entsprechend der spezifischen Situation in Bielefeld aufbereitet und gewichtet. Darüber hinaus wurden Hochrechnungen und Plausibilitätskontrollen durchgeführt, bei denen weitere Datenquellen und Erfahrungswerte herangezogen wurden.

- ▶ dwif (Hrsg.): Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Heft 50 und 51, München 2005 und 2006.
- ▶ dwif (Hrsg.): Hotelbetriebsvergleich, Sonderreihe Nr. 72, München 2004.
- ▶ DTV (Hrsg.): Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Deutschland, Bonn 2004
- ▶ DTV (Hrsg.): Grundlagenuntersuchung Städte- und Kulturtourismus in Deutschland, Kurzfassung, Köln 2006.
- ▶ dwif (Hrsg.): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, Schriftenreihe Heft 49, München 2002.
- ▶ dwif: verschiedene Datenbanken zu unterschiedlichen Fragestellungen.
- ▶ Amtlichen Statistiken des Statistischen Bundesamtes sowie des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen (Hrsg.): Beherbergungs-/Übernachtungsstatistik, Einwohnerstatistik sowie Umsatzsteuerstatistik, Wiesbaden und Düsseldorf, 2005 und 2006.
- ▶ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg.): Zusammenstellungen des Arbeitskreises Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder, Stuttgart 2005.
- ▶ Informationsmaterialien der Bielefeld Marketing GmbH (z.B. Besucherzahlen wichtiger Einrichtungen) sowie der entsprechende Internetauftritt (www.bielefeld.de).
- ▶ Unterkunftsverzeichnis des Verkehrsvereins Bielefeld e. V.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Bielefeld Marketing GmbH
Willy-Brandt-Platz 2

33602 Bielefeld

Tel. (05 21) 51 61 60

Fax (05 21) 51 61 63

info@bielefeld-marketing.de

www.bielefeld-marketing.de

www.bielefeld.de

Verantwortlich für den Inhalt:

Hans-Rudolf Holtkamp

Projektleitung:

Stephan Berg

Grafische Realisation:

ardventure, Bielefeld

Druck:

Druckerei Gieselmann

Fotonachweis:

ardventure, Bielefeld

Bielefeld Marketing

Marc Detering

Matthias Schrumpf

Die Studie wurde erstellt durch:

dwif-Consulting GmbH

Grundlagenuntersuchung,

Marktanalysen

Dr. Bernhard Harrer

Büro München

Sonnenstraße 27

80331 München

www.dwif.de

Die Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ ist eine Maßnahme im Rahmen des Förderprojekts „Städtetourismus und demographischer Wandel“ des Ministeriums für Städtebau, Wohnen, Kultur und Sport des Landes NRW.