



**dwif**  
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Studie der dwif-Consulting GmbH

# ÖKONOMISCHE EFFEKTE DER ROUTE DER INDUSTRIEKULTUR

Im Auftrag des Regionalverbandes Ruhr



# ÖKONOMISCHE EFFEKTE DER ROUTE DER INDUSTRIEKULTUR

STUDIE DER DWIF-CONSULTING GMBH

## Auftraggeber:

Regionalverband Ruhr  
Referat Industriekultur  
Referatsleitung Ulrich Heckmann  
Kronprinzenstraße 35  
45128 Essen  
heckmann@rvr.ruhr  
Tel. +49 (0) 201 2069-608



## Auftragnehmer:

dwif-Consulting GmbH  
Sonnenstr. 27,  
80331 München  
info@dwif.de  
Tel. +49(0)89 / 237 028 9-0



Projektbearbeitung/Ansprechpartner:

Dr. Manfred Zeiner  
Moritz Sporer  
Matthias Hörr

München/Essen, im September 2018

## INHALT

---

I.	AUSGANGSSITUATION & AUFGABENSTELLUNG.....	- 4 -
II.	METHODIK.....	- 6 -
1.	Telefonische Expertengespräche.....	- 6 -
2.	Berechnungsweg der ökonomischen Effekte.....	- 6 -
2.1	Datenquellen und Berechnungsgrundlagen.....	- 6 -
2.2	Berechnungsweg der ökonomischen Effekte.....	- 7 -
III.	ERGEBNISSE.....	- 9 -
1.	Besucherstruktur.....	- 9 -
2.	Ökonomische Effekte durch die Besucher der Ankerpunkte der Route der Industriekultur.....	- 11 -
IV.	EMPFEHLUNGEN ZUR EINHEITLICHEN DATENERFASSUNG.....	- 19 -
1.	Daten – auch in Tourismus und Freizeit das A und O.....	- 19 -
2.	Die richtige Datenauswahl treffen.....	- 19 -
3.	Die Gäste kennenlernen: Durchführung von Besucherbefragungen.....	- 22 -
V.	SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	- 24 -
VI.	ANHANG.....	- 26 -

### INTERNER GEBRAUCH UND BILDQUELLEN

Zur Veranschaulichung von guten Beispielen und Vorbildern werden im Bericht Fotos und Abbildungen verwendet, für die dem dwif keine Rechte zur allgemeinen Veröffentlichung vorliegen. Deshalb ist dieser Teil des Berichts ausdrücklich nur für den internen Gebrauch bestimmt. Mit Ausnahme der Fotos und Abbildungen, für die der Auftraggeber selbst oder das dwif über Bildrechte verfügen, dürfen diese nicht weitergegeben oder öffentlich publiziert werden. Die Fundstellen im Internet sind jeweils unter den Fotos und Abbildungen im Bericht vermerkt.,

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

---

Abb. 1: Übersicht Route der Industriekultur .....	- 4 -
Abb. 2: Verteilung der Besucherzahlen.....	- 11 -
Abb. 3: Umsätze nach Besuchergruppen .....	- 12 -
Abb. 4: Aufenthaltstage und Umsätze im Vergleich.....	- 12 -
Abb. 5: Direkte Profiteure der Ausgaben der Besucher .....	- 14 -
Abb. 6: Ableitung des direkten und indirekten Einkommens aus den Ausgaben der Besucher .....	- 16 -
Abb. 7: Der „Nutzenbaum“ als zentrales Wirkungsmodell von Freizeit und Tourismus	- 24 -

## I. AUSGANGSSITUATION & AUFGABENSTELLUNG

Die Route der Industriekultur wurde 1999 als Projekt des Regionalverbands Ruhr (RVR) ins Leben gerufen und fasst zahlreiche Industriedenkmäler des Ruhrgebietes als Netzwerk zusammen. Als lebendiges Industriedenkmal verkörpert die Route der Industriekultur den strukturellen Wandel des Ruhrgebietes und macht somit die Vergangenheit der Region als industrielles Zentrum Deutschlands für Einheimische und Gäste erlebbar.

Die Highlights und gleichzeitig auch den Kern der Route der Industriekultur bilden die 25 so genannten Ankerpunkte. Sie repräsentieren die Vielfalt der industriekulturellen Geschichte und sind Standorte mit besonderer historischer Bedeutung und herausragender touristischer Attraktivität. Unter den Ankerpunkten sind zahlreiche technikgeschichtliche Museen, Zechen, Veranstaltungs- und Ausstellungsorte und öffentliche Anlagen. Höhepunkt und Standort des zentralen Besucherzentrums der Route der Industriekultur ist das UNESCO-Welterbe Zeche Zollverein.

Abb. 1: Übersicht Route der Industriekultur



Quelle: dwif 2018, leicht verändert nach Regionalverband Ruhr

Die Route der Industriekultur ist ein voller touristischer Erfolg. Seit der Eröffnung der Route haben sich die Besucherzahlen in den 25 Ankerpunkten von knapp 2,4 Millionen auf über 7 Millionen im Jahr 2017 in etwa verdreifacht. Diese Zahlen machen deutlich, dass die Route der Industriekultur neben ihrer Bedeutung zum Erhalt des kulturellen Erbes der Metropole Ruhr auch starke ökonomische Effekte erzielt.

Um diese ökonomische Bedeutung der Ankerpunkte der Route der Industriekultur zu untersuchen und infolge dessen beziffern zu können, wurde die dwif-Consulting GmbH durch den Regionalverband Ruhr mit den notwendigen Erhebungen und Berechnungen beauftragt.

Die Ergebnisse zeigen: Die Route der Industriekultur ist nicht nur ein kultureller und touristischer Erfolg, sondern löst auch beachtliche Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Steuereffekte im Ruhrgebiet aus und trägt somit einen wertvollen Teil zu einem erfolgreichen Strukturwandel in der Region bei.

## II. METHODIK

### 1. Telefonische Expertengespräche

Ziel des Projektes ist die Ermittlung der ökonomischen Bedeutung der 25 Ankerpunkte durch die Ausgaben aller Besucher der Ankerpunkte vor Ort inkl. der Ausgaben rund um den Besuch der Ankerpunkte am selben Tag. Diesen Angaben liegen umfangreiche Primär- und Sekundäranalysen zugrunde. Basis und Ausgangspunkt für die Berechnungen sind telefonische Expertengespräche, die mit Vertretern der Ankerpunkte zwischen dem 9. März und dem 27. Juli 2018 geführt wurden. Grundlage für diese Expertengespräche ist ein Gesprächsleitfaden, der im Wesentlichen die folgenden Fragenkomplexe enthält (der vollständige Leitfaden befindet sich im Anhang 1 des Berichtes):

- Eintrittspreise
- Besucherzahlen
- Besucherstruktur
- Führungen
- Veranstaltungen
- Vermietung / Verpachtung
- Erlöse durch Ticketverkäufe
- Sonstige Umsätze

Die auf diese Weise ermittelten Zahlen und Daten bilden das Mengengerüst für die darauffolgenden Berechnungen. Sie stellen die Basis für die Berechnung der Ausgaben der Besucher und die daraus resultierenden ökonomischen Effekte dar. Dieses Gerüst, ergänzt um diverse Grundlagenstudien, bildet die Grundlage für die Berechnung der Umsatz-, Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte.

### 2. Berechnungsweg der ökonomischen Effekte

Den Berechnungen liegt ein bewährtes Verfahren zugrunde, welches sich in die nachfolgend aufgeführten sieben Schritte gliedert. Im Anhang 3 befindet sich ein Glossar, in dem die verwendeten Fachbegriffe erläutert werden.

#### 2.1 Datenquellen und Berechnungsgrundlagen

Neben den durch die Expertengespräche erhobenen Daten verfügt das dwif zur Ermittlung des Ausgabeverhaltens der Gäste über umfangreiche Zahlen und Daten, die sich aus diversen Grundlagenstudien speisen. Hierbei sind vor allem folgende Quellen zu nennen:

- Untersuchungen zu den Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland
- dwif-Tagesreisemonitor: Exklusive Erhebungen zu den Tagesreisen der Deutschen
- Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie
- Analysen zum Camping- und Privatvermietermarkt in Deutschland
- Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus
- Untersuchungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Nordrhein-Westfalen

Zahlreiche Plausibilitätstests gewährleisten die Zuverlässigkeit der herausgearbeiteten Resultate.

Detaillierte Erläuterungen zu den verwendeten Studien und Quellen befinden sich im Anhang 2.

## 2.2 Berechnungsweg der ökonomischen Effekte

Den Berechnungen liegt ein bewährtes Verfahren zugrunde, welches sich in die nachfolgend aufgeführten sieben Schritte gliedert. Im Anhang 2 befindet sich ein Glossar, in dem die verwendeten Fachbegriffe erläutert werden.

<b>1</b>	<p><b>Bruttoumsätze (inkl. MwSt.):</b></p> <p><b>Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz</b></p> <p>Die Umsätze werden differenziert nach Marktsegmenten (Übernachtungsgäste, Tagesbesucher, Einheimische etc.) sowie profitierenden Branchen (Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister) dargestellt.</p>
<b>2</b>	<p><b>Nettoumsätze (exkl. MwSt.):</b></p> <p><b>Bruttoumsatz – Mehrwertsteuer = Nettoumsatz</b></p> <p>Hierbei werden unterschiedliche Mehrwertsteuersätze berücksichtigt. Umsätze von Privatvermietern 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 Ausgaben ergeben sich folglich ganz orts- oder regionspezifische Abzüge vom Bruttoumsatz.</p>
<b>3</b>	<p><b>Einkommenswirkungen der ersten Umsatzstufe (EW 1):</b></p> <p><b>Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote = EW 1</b></p> <p>Die Wertschöpfungsquote gibt den Anteil des Nettoumsatzes an, welcher unmittelbar zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen – also zu Einkommen – wird (= direkter Einkommenseffekt). Der verbleibende Rest wird von den profitierenden Unternehmen für Vorleistungen aufgewendet. Für die Berechnung verwendet das dwif individuelle, branchenspezifische Wertschöpfungsquoten.</p>

**Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe (EW 2):**  
**(Nettoumsatz – EW 1) x Wertschöpfungsquote = EW 2**

**4**

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

Hierunter fallen u. a.

- die Zulieferung von Waren (z.B. Brötchen vom Bäcker, 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 Handwerker).

**Beschäftigungswirkung: (EW 1 + EW 2):**

**Primäreinkommen pro Kopf = Einkommensäquivalent**

**5**

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

**Steuereffekte aus den Umsätzen der Besucher**

**6**

Das aus den Ausgaben der Besucher resultierende Steueraufkommen setzt sich in erster Linie aus Umsatz- (= MwSt.) und Einkommensteuer 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. Ohne aufwendige Primärerhebungen sind die den einzelnen Gebietskörperschaften zufließenden Steuereinnahmen jedoch nicht im Detail zu ermitteln.

Die auf Basis dieser Berechnungsschritte ermittelten Ergebnisse werden im folgenden Kapitel erläutert.

## III. ERGEBNISSE

### 1. Besucherstruktur

Die Grundlage zur Berechnung der ökonomischen Effekte der Route der Industriekultur bilden die Besucherzahlen der Ankerpunkte. Diese wurden im Rahmen der geführten Expertengespräche für jeden Ankerpunkt erhoben. Auf diese Weise ergeben sich für das Jahr 2017 insgesamt rund 7,26 Millionen Besucher, die sich wie folgt auf die einzelnen Ankerpunkte verteilen<sup>1</sup>:

Tab. 1: Besucherzahlen in den Ankerpunkten

Ankerpunkt	Besucherzahlen 2017
Aquarius-Wassermuseum, Mülheim an der Ruhr	33.481
Chemiepark, Marl	9.500
DASA Arbeitswelt Ausstellung, Dortmund	209.203
Deutsches Bergbaumuseum, Bochum	139.700
Eisenbahnmuseum, Bochum	65.306
Freilichtmuseum, Hagen	137.137
Gasometer, Oberhausen	607.175
Henrichshütte, Hattingen	121.303
Hohenhof, Hagen	3.616
Innenhafen, Duisburg	1.000.000
Jahrhunderthalle, Bochum	201.640
Kokerei Hansa, Dortmund	173.000
Landschaftspark Duisburg-Nord, Duisburg	1.233.609
Lindenbrauerei, Unna	120.000
Maximilianpark, Hamm	440.000
Museum der Deutschen Binnenschifffahrt, Duisburg	30.913
Nordsternpark, Gelsenkirchen	450.000

<sup>1</sup> Die Besucherzahlen verstehen sich inklusive der Besucher eintrittsfrei zugänglicher Flächen. Bei öffentlich zugänglichen Arealen ohne die Möglichkeit der von Besucherzählungen wurden Schätzwerte erhoben.

Schiffshebewerk Henrichenburg, Waltrop	94.436
Umspannwerk, Recklinghausen	28.164
UNESCO-Welterbe Zeche Zollverein, Essen	1.500.000
Villa Hügel, Essen	97.408
Zeche Ewald, Herten	200.000
Zeche Nachtigall, Witten	39.092
Zeche Zollern, Dortmund	116.515
Zinkfabrik Altenberg, Oberhausen	204.322
<b>Summe</b>	<b>7.255.520</b>

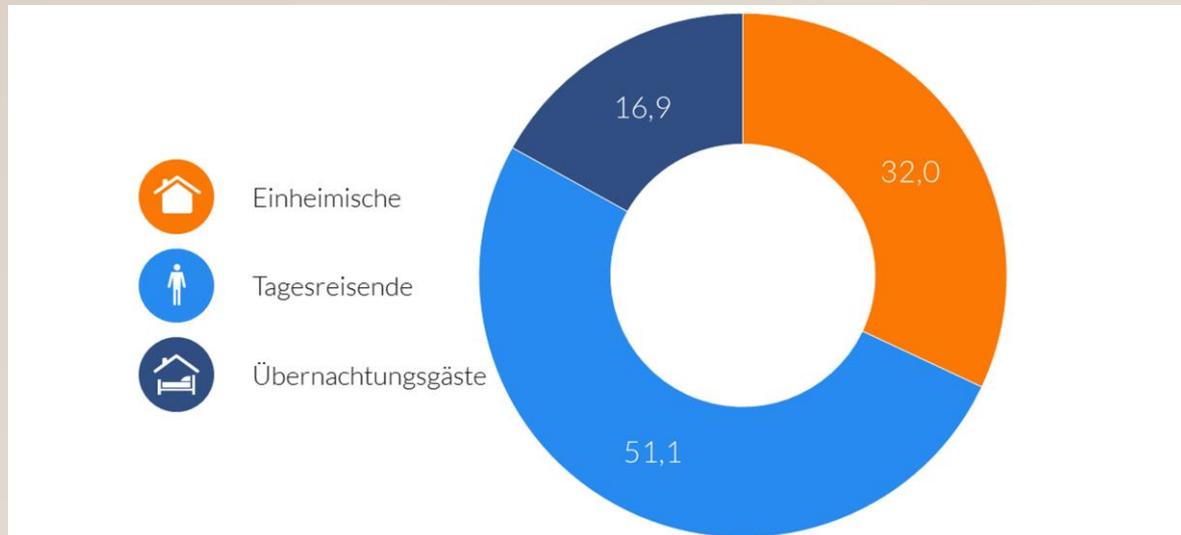
In den Expertengesprächen wurde die Besucherstruktur (oder ggf. eine Schätzung der Besucherstruktur) abgefragt.

- Zur Gruppe der Einheimischen zählen alle Besucher, welche ihren Wohnort in derselben Gemeinde/Stadt haben wie die besuchte Einrichtung.
- Zu Tagesausflügler zählen Personen, die aus größerer Entfernung außerhalb der jeweiligen Gemeindegrenzen anreisen.
- Übernachtungsgäste verbinden den Besuch mit einer Übernachtung. Hier hat das dwif alle Übernachtungsgäste für die Gewichtung mit berücksichtigt. Neben Gäste in gewerblichen Betrieben (Hotels etc.), sind auch Campinggäste, Verwandten- und Bekanntenbesucher sowie Gäste in Privatquartieren berücksichtigt.

Die rund 7,26 Mio. Aufenthaltstage verteilen sich wie folgt auf Einheimische, Tagesreisende und Übernachtungsgäste:

- Jeder zweite Besuch wurde durch einen Tagesgast generiert, welche somit die wichtigste Nachfragegruppe darstellen.
- Einheimische machen noch ein Drittel des Gesamtvolumens aus.
- Auf Übernachtungsgäste entfallen knapp 17% der Aufenthaltstage.
- Die kostenlosen Areale (ohne Eintrittspreis) werden am stärksten von Einheimischen besucht
- Die Zusammensetzung bezieht sich auf die Gesamtheit der Ankerpunkte der Route der Industriekultur und variiert von Einrichtung zu Einrichtung.

Abb. 2: Verteilung der Besucherzahlen  
Angaben in Prozent



Quelle: dwif 2018

## 2. Ökonomische Effekte durch die Besucher der Ankerpunkte der Route der Industriekultur

### Ausgaben der Besucher und Ableitung der Umsätze

Auf Grund des grundsätzlich unterschiedlichen Ausgabeverhaltens wird nachfolgend zwischen den drei Zielgruppen

- Einheimische,
- Tagesausflügler und
- Übernachtungsgäste

unterschieden und entsprechend gewichtet. Besonders wichtig ist, dass die Ausgaben sowohl in der Einrichtung selbst (Eintrittspreis für Museum, Veranstaltung etc.) als auch außerhalb des Ankerpunktes (Gesamttagesausgaben der Gästegruppen) getätigt werden können. So sind z.B. Ausgaben für einen Restaurantbesuch in der Stadt oder dem Umland hierin enthalten. Für die Ausgabekategorie „Eintritt“ wurden, wo möglich, die Werte aus den Befragungen eingesetzt. Ebenfalls wurden die Ausgaben nach Eintritten in kostenpflichtige Bereiche (Museen, Veranstaltungen etc.) und in kostenfreie Areale zueinander gewichtet.

- Besucher der Ankerpunkte der Route der Industriekultur geben im Schnitt 39,30€ pro Tag und Person aus.
- Einheimische geben mit 15,30 € deutlich weniger aus als Tagesgäste (28,50€)

- Übernachtungsgäste lassen sich ihren Besuch mit 117,40€ am Meisten kosten (inkl. Übernachtungskosten).

Mit den zusammengetragenen Rahmendaten wurde folgende Berechnung zur Ermittlung der Bruttoumsätze durchgeführt:

### Nachfragevolumen nach Marktsegmenten x Tagesausgaben pro Kopf

Bei insgesamt rund 7,26 Mio. Aufenthaltstagen und durchschnittlichen Ausgaben von gerundet 39,30 € lässt sich ein jährlicher Bruttoumsatz von insgesamt rund 285,2 Mio. € ermitteln. Nach Besuchergruppen gliedern sich die Umsätze wie folgt auf:

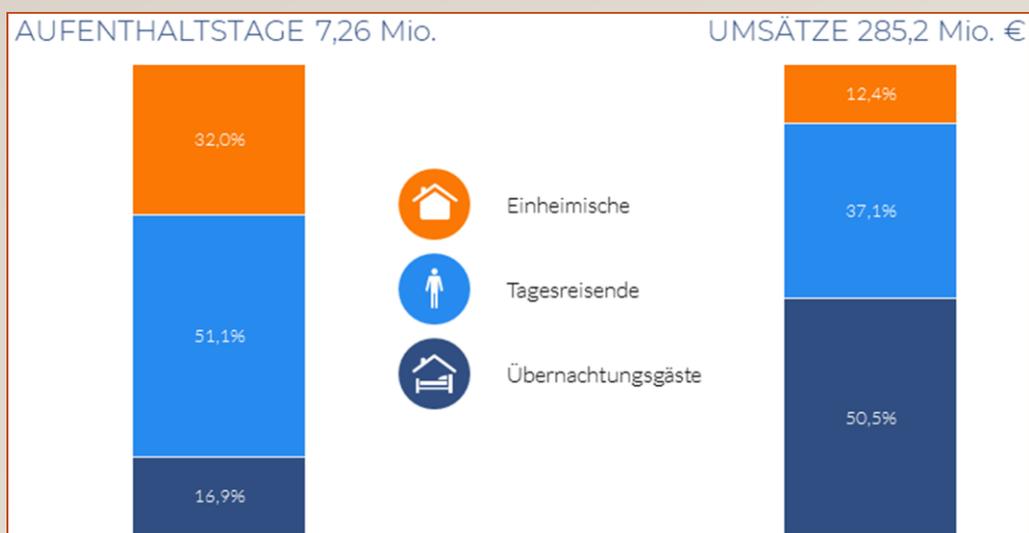
Abb. 3: Umsätze nach Besuchergruppen

MARKTSEGMENT	AUFENTHALTSTAGE	X	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Einheimische	2,32 Mio.	x	15,32 €	=	35,5 Mio. €
 Tagesreisende	3,71 Mio.	x	28,52 €	=	105,8 Mio. €
 Übernachtungsgäste	1,23 Mio.	x	117,40 €	=	143,9 Mio. €
 GESAMT	7,26 Mio.				285,2 Mio. €

Quelle: dwif 2018

### Aufenthaltstage und Bruttoumsätze im Vergleich

Abb. 4: Aufenthaltstage und Umsätze im Vergleich



Quelle: dwif 2018

Zur Verdeutlichung der Strukturen wurden in Abbildung 4 die jeweiligen Anteilswerte der Besuchergruppen in Bezug auf die Aufenthaltstage und den Bruttoumsatz einander gegenübergestellt.

Die zentrale Rolle des Tagestourismus wird hieraus sowohl hinsichtlich der Aufenthaltstage (51,1%) und ferner auch hinsichtlich der Umsatzwirkung (37,1 %) deutlich. Lediglich Übernachtungsgäste (16,9% aller Besucher) spielen bezüglich des Umsatzes eine größere Rolle (50,5%). Ein knappes Drittel aller Besucher wird von Einheimischen generiert, welche für 12,4% aller Umsätze sorgen.

## Von den Besuchern profitierende Branchen - Eine weit verzweigte Umwegrentabilität

Neben den Einrichtungen selbst profitieren noch weitere Unternehmen und Personen von den Ausgaben der Besucher. Mit Hilfe einer detaillierten Abfrage der Ausgabenstrukturen lassen sich aber die Geldströme im Detail nachvollziehen und die gesamte Palette der Profiteure ermitteln. Grundsätzlich ist zwischen drei Wirtschaftszweigen zu unterscheiden:

### Gastgewerbe:

Hierzu zählen sowohl die Ausgaben für die Unterkunft (inkl. Frühstück, Halb- oder Vollpension) als auch für die Verpflegung in der Gastronomie (z. B. Restaurant-/ Cafébesuch).

### Einzelhandel:

Sowohl Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren werden hier berücksichtigt.

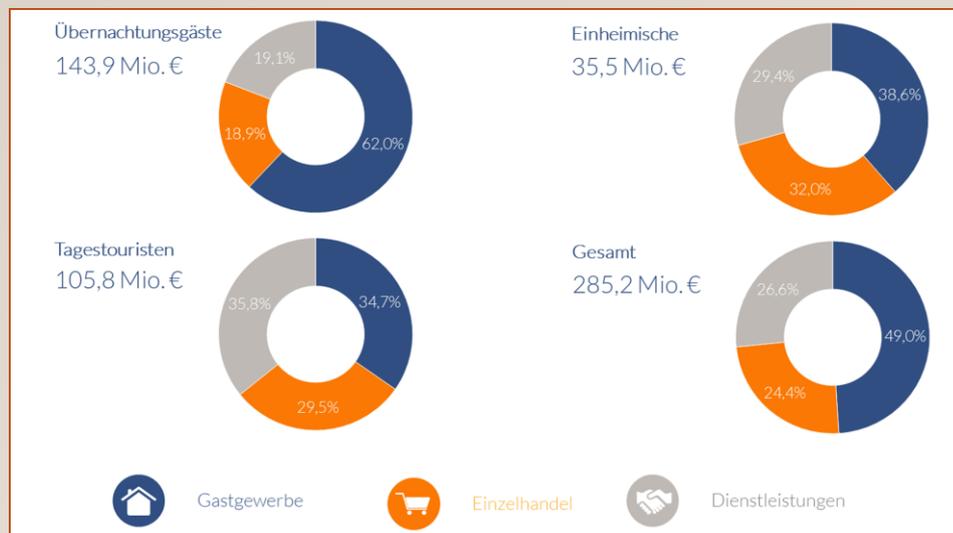
### Dienstleistungen:

Hierzu zählen Ausgaben für Unterhaltung / Freizeit / Sport (z. B. Eintrittspreise), Nutzungsgebühren für lokale Transportmittel (z. B. ÖPNV, Taxi oder Bergbahnen) sowie sonstige Dienstleistungen (z. B. Parkgebühren, Stadtführungen).

Das Ausgabeverhalten der Einheimischen, Tages- und Übernachtungsgäste und somit die profitierenden Branchen unterscheiden sich sowohl in der Höhe als vor allem in der Struktur recht deutlich.

- Das Gastgewerbe ist mit einem Umsatzanteil von 49,0 % (139,7 Mio. €) der Hauptprofiteur. In den Umsätzen sind auch die Verpflegungsarrangements der Übernachtungsgäste enthalten (z. B. Frühstück).
- Dem Einzelhandel kommen rund ein Viertel der Umsätze (69,7 Mio. €) zugute.
- Der Umsatzanteil der Dienstleistungen (vor allem Eintrittspreise, aber auch Parkgebühren etc.) liegt bei 26,6 %.
- Tagesgäste und Einheimische geben anteilig deutlich mehr Geld im Dienstleistungsbereich aus (35,8% bzw. 29,4%) als Übernachtungsgäste (19,1 %).

Abb. 5: Direkte Profiteure der Ausgaben der Besucher



Quelle: dwif 2018

## Wertschöpfung durch die Besucher

Neben den direkten Ausgaben der Besucher sind die für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft notwendigen Lieferungen von Vorleistungen einzubeziehen. Eine Differenzierung zwischen der 1. und der 2. Umsatzstufe soll die vielfältigen Verflechtungen verdeutlichen:

### EXKURS

#### Definition Wertschöpfungsquoten

Wertschöpfung oder Einkommen ist gleichzusetzen mit den Löhnen und Gehältern der in den relevanten Betrieben beschäftigten Personen und den Gewinnen der von den Besuchern profitierenden Unternehmen.

Die Wertschöpfungsquote drückt den Anteil der Wertschöpfung in Relation zum Nettoumsatz aus, also den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird.

#### 1. Umsatzstufe

Hierbei werden nur die ökonomischen Effekte durch die Ausgaben der Besucher der Ankerpunkte der Route der Industriekultur erfasst. Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im Nettoumsatz in Höhe von 252,0 Mio. € wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird. Die Wertschöpfungsquoten variieren von Branche zu Branche ganz er-

heblich. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa 10 % im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu weit über 70 % z. B. bei einzelnen Tourist-Informationen. Entsprechend der Umsatzstrukturen ergibt sich eine gewichtete durchschnittliche Wertschöpfungsquote von rund 33,9 %. Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche. Die Verknüpfung der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das direkte Einkommen von den Ausgaben der Besucher der Ankerpunkte der Route der Industriekultur in Höhe von 85,5 Mio. €.

Das direkte Einkommen resultiert aus den Ausgaben der Besucher und wird u. a. durch

- Bezahlung der Hotelrechnung oder der Verköstigung,
- Einkäufe beim Bäcker, Metzger und im Lebensmitteleinzelhandel bzw. für Zwischenmahlzeiten, Erwerb regionalspezifischer Produkte / Souvenirs oder sonstiger Waren,
- Kauf von Eintrittskarten für Museen, Veranstaltungsbesuche, Ausstellungen oder andere Veranstaltungen, Fahrscheine für den öffentlichen Personennahverkehr, Taxifahrten, etc. und die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote (z. B. Stadtführungen) bewirkt.

## 2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von 166,5 Mio. €. Diese Summe wird von den direkten Profiteuren für die Lieferung von Vorleistungen bzw. für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen wieder ausgegeben. Im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe ist von einer durchschnittlichen Wertschöpfungsquote von etwa 30 % auszugehen. Dies bedeutet, dass etwa 50,0 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten anfallen.

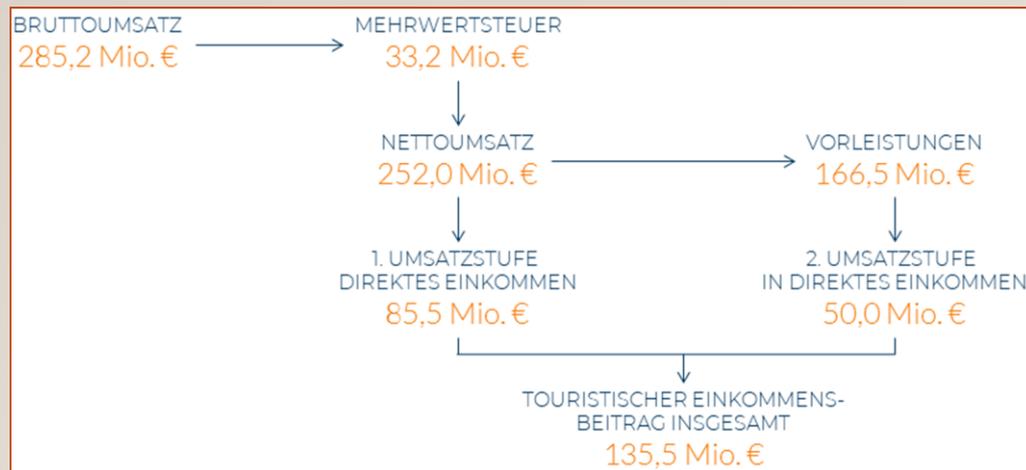
Das indirekte Einkommen resultiert aus den Vorleistungen für die Leistungserstellung und wird beispielsweise durch

- Zulieferungen (z. B. Lieferung des Metzgers an das Hotel; Frühstücksbrötchen, Brot, Kuchen und Torten für die Gäste vom Bäcker; Stromlieferung des Energieerzeugers; Werbeprospektgestaltung durch die Agentur; Jahresabschluss durch den Steuerberater),
- Investitionen für den Bau und zur
- Substanzerhaltung (z. B. Hotelneubau, Radwegbau, Handwerkerarbeiten zur Renovierung wie zum Beispiel Bodenleger, Dachdecker, Elektroinstallateure, Fensterbauer, Gebäudereiniger, Maler, Sanitär- und Heizungstechniker, Schornsteinfeger, Schreiner, Tischler, Textilreiniger, Zimmerer) und
- die Bereitstellung weiterer Dienstleistungen wie z. B. Kreditwesen und Versicherungen bewirkt.

## Wirkungskette der 1. und 2. Umsatzstufe

Im Rahmen der 1. und 2. Umsatzstufe werden zusammengenommen 135,5 Mio. € einkommenswirksam.

Abb. 6: Ableitung des direkten und indirekten Einkommens aus den Ausgaben der Besucher



Quelle: dwif 2018

## Einkommens- und Beschäftigungseffekte - die Ankerpunkte der Route der Industriekultur als wichtiger Arbeitsplatzgenerator in der Region

Neben den direkt in den Einrichtungen beschäftigten Personen sorgen die Umsätze für Einkommen in weiteren Unternehmen und Branchen. Ein realistisches Einkommensäquivalent lässt sich aus der Division des Einkommensbeitrages in Höhe von 135,5 Mio. € durch das durchschnittliche gewichtete Primäreinkommen pro Kopf in der Region in Höhe von 22.031,- € ermitteln. Hieraus ergibt sich ein Äquivalent von rund 6.150 Personen, die ihren Lebensunterhalt, gemessen an einem durchschnittlichen Primäreinkommen pro Kopf, durch die Ausgaben der Besucher der Ankerpunkte der Route der Industriekultur bestreiten könnten.

Bei der Darstellung der abhängigen Beschäftigungseffekte ist allerdings zu beachten, dass viele Beschäftigte

- nur anteilig von den Besuchern leben,
- einer Teilzeit- und Saisontätigkeit nachgehen,
- nur im Nebenerwerb beschäftigt sind und
- ein eher unterdurchschnittliches Einkommen beziehen.

Im Einzelhandel oder in der Gastronomie werden auch Einheimische, die nicht die Ankerpunkte besuchen, bedient, nur selten lassen sich die Beschäftigten eines Unternehmens daher zu 100 %

der Route der Industriekultur zurechnen. Die exakte Zahl der Beschäftigten ist deswegen nicht bekannt. Das theoretische Beschäftigungsäquivalent von 6.150 Personen gibt daher nur eine Mindestgröße an. Die tatsächliche Zahl der durch die Ausgaben der Besucher der Ankerpunkte der Route der Industriekultur voll oder zumindest anteilig Beschäftigten liegt mit Sicherheit deutlich höher.

## Steuereffekte - Ein Profit für die öffentlichen Kassen

Die Steuerrelevanz der Ausgaben der Besucher beschränkt sich nicht nur auf die Umsatzsteuer, die der Bundeskasse nach Abzug der Vorsteuer von den Unternehmen aus den Umsätzen zugeführt werden. Bei der Berechnung sind unterschiedliche Umsatzsteuersätze zu berücksichtigen. Für das Erhebungsjahr 2017 wurde als normaler Steuersatz 19 % angesetzt, der ermäßigte Steuersatz liegt bei 7 % (z. B. für Unterkunftsausgaben und Lebensmittel) und zudem sind die Produkte und Leistungen einiger Anbieter (z. B. Jugendherbergen, Privatvermieter, Theater) von der Umsatzsteuer befreit. Der Anteil an der Umsatzsteuer, der letztlich von den Unternehmen an den Fiskus abgeführt wird, hängt maßgeblich von deren individueller Kostenstruktur ab. Auswertungen zahlreicher Quellen (z. B. Betriebsvergleiche des dwif) führten schließlich zur Quantifizierung des tatsächlichen Umsatzsteueraufkommens. Vom gesamten MwSt.-Aufkommen in Höhe von 33,2 Mio. € fließen letztlich nach Abzug der Vorsteuer rund 9,3 Mio. € in den Gemeinschaftssteuertopf.

Darüber hinaus darf auch die anteilige Lohn- und Einkommensteuer der beschäftigten Personen nicht vernachlässigt werden, die zumindest Teile Ihres Einkommens dem hier betrachteten Industrietourismus verdanken. Hier gilt die sehr vorsichtige Annahme, dass auf diese Einkommen lediglich der Eingangssteuersatz zu entrichten wäre. Der tatsächlich von den Einkommensbeziehern zu zahlende Steuersatz richtet sich nach deren individueller Einkommenssituation. Da diese weder bekannt ist noch ohne Verletzung des Datenschutzes ermittelt werden kann, wurde aus Gründen der kaufmännischen Vorsicht, nur der minimale Eingangssteuersatz in Höhe von 14 % kalkuliert. Um der Tatsache Rechnung zu tragen, dass Teile der touristisch bedingten Einkommen sogar steuerfrei bleiben, da der Grundfreibetrag für Einkommen (9.000 € pro Jahr) nicht erreicht wird, wurden letztlich sogar nur 13 % als durchschnittlicher Steuersatz in Ansatz gebracht.

Beide Steuerarten (Umsatz- und Einkommensteuer) sind sogenannte Gemeinschaftssteuern, die zunächst vom Bund verwaltet werden und in den vertikalen Finanzausgleich zwischen Bund, Bundesländern und Kommunen eingebracht werden. Anteilig profitiert davon nicht nur das Land NRW, sondern auch alle Kommunen in NRW. Einen unmittelbaren ursächlichen Zusammenhang zwischen dem Ort des Steueraufkommens und dem final an die Kommunen fließenden Anteil dieses Steueraufkommens gibt es nicht. Dennoch soll dieser rechnerische Steuerzufluss über die Gemeinschaftssteuern zumindest umrissen werden.

Unmittelbar profitieren die Kommunen hingegen von der Gewerbe- und Grundsteuer, die die vom Tourismus profitierenden Unternehmen zu zahlen haben. Eine Quantifizierung dieser kommunalen

Steuereinnahmen ist jedoch nur über eine Erfassung der Steuereinnahmen durch die Kommunen selbst möglich, da ansonsten das Steuergeheimnis umgangen werden müsste.

Aus dem gesamten durch die Ausgaben der Besucher der Ankerpunkte der Route der Industriekultur induzierten Gemeinschaftssteueraufkommen fließen über den Länder- und kommunalen Finanzausgleich erhebliche Beträge auch an die Kommunen zurück. Insgesamt belaufen sich die durch die Besucher bedingten Steueraufkommen aus Einkommen- und Mehrwertsteuer (abzüglich Vorsteuer) für den Gemeinschaftssteuertopf auf rund 26,9 Mio. €.

## IV. Empfehlungen zur einheitlichen Datenerfassung

### 1. Daten – auch in Tourismus und Freizeit das A und O

Monitoring im Tourismus und der Freizeitwirtschaft bedeutet die zielorientierte, langfristige Erfassung, Beobachtung, Analyse und Bewertung von Prozessen und Daten, die für ein erfolgreiches Management von Betrieben notwendig sind. Die Vorteile einer einheitlichen Datenerfassung für die Ankerpunkte der Route der Industriekultur sind vielfältig. Zu den wichtigsten gehören unter anderem:

- Kontinuierliche Übersicht über die Entwicklung von Besucherzahlen der gesamten Route der Industriekultur
- Erkenntnisse über die Verteilung der Besucherzahlen im Jahresverlauf
- Kenntnis der Besucherstrukturen als Grundlage für die künftige Zielgruppenansprache
- Schaffung einer Basis für die Durchführung geeigneter Marketingmaßnahmen
- Möglichkeit zur Evaluierung von Tätigkeiten in Marketing und Vertrieb
- Schaffung einer Grundlage für künftige Berechnungen ökonomischer Effekte
- Legitimation von Investitionen in Angebot und Infrastruktur

Die telefonischen Interviews, die als Grundlage für die Berechnungen der ökonomischen Effekte der Route der Industriekultur mit allen Ankerpunkten geführt wurden, haben die Notwendigkeit einer einheitlichen und zentralen Datenerfassung für alle Einrichtungen erneut aufgezeigt. Um den Erfolg der Route der Industriekultur künftig messen zu können, bedarf es – gerade aufgrund der inhaltlichen und strukturellen Bandbreite der Einrichtungen – der Etablierung einer gemeinsamen Datenerfassung.

### 2. Die richtige Datenauswahl treffen

Die Bandbreite der Kennzahlen, die von Freizeiteinrichtungen erfasst werden können, ist groß. Welche Daten jedoch letzten Endes (zentral) gesammelt und analysiert werden, hängt stark von der eigenen Zielstellung und der Bereitschaft der einzelnen Einrichtungen ab, diese Daten zur Verfügung zu stellen.

Um den Erfolg der Route der Industriekultur messbar zu machen und eine valide Datengrundlage für künftiges Handeln haben, werden nachfolgend einige Parameter vorgestellt.

## Entscheidende Kenngröße: Das Besuchervolumen

### Reguläre Besucher

Das Besuchervolumen ist die grundlegendste Kennzahl bei der Datenerfassung in Tourismus- und Freizeiteinrichtungen und gleichzeitig der wichtigste Indikator für Erfolgsmessungen.

Dabei sind zum einen die ‚regulären‘ Besucher relevant, die das ständige/dauerhafte Angebot der Ankerpunkte in Anspruch nehmen.

---

## EXKURS

### Was sind reguläre Besucher?

Mit dem Begriff ‚regulärer‘ Besucher ist hier der Gast beschrieben, der das dauerhafte Angebot eines Ankerpunktes wahrnimmt. Aufgrund der starken strukturellen Bandbreite der Ankerpunkte gilt es, diesen regulären Besucher für jede Einrichtung separat zu definieren.

Im Falle eines Museums (z.B. Freilichtmuseum Hagen) trifft dies beispielsweise auf den Besucher der Dauerausstellung zu, während in einer Veranstaltungshalle (z.B. Jahrhunderthalle Bochum) die Besucher einer angebotenen Veranstaltung zu den regulären Besuchern zählen. Bei einem Ankerpunkt, der ausschließlich über Führungen zu besichtigen ist (z.B. Chemiepark Marl) sind die Führungsteilnehmer reguläre Besucher.

---

Das reguläre Besuchervolumen sollte monatlich erfasst werden, um Schwankungen im Jahresverlauf erfassen und gegebenenfalls darauf mit speziellen Angeboten oder Marketingmaßnahmen reagieren zu können. Getrennt auszuweisen sind hierbei die zahlungspflichtigen Besucher von den Besuchern eintrittsfreier Bereiche, um letzten Endes die ökonomischen Effekte, die die Besucher in den Ankerpunkten auslösen, berechnen zu können.

### Sonstige Besucher

Zusätzlich zum regulären Besuchervolumen ist auch das separate Erfassen von Besuchern gesonderter Veranstaltungen oder Aktionen relevant. Hierunter zählen beispielsweise Sonderausstellungen, Veranstaltungen (außer in Veranstaltungshallen) oder Festen. Die differenzierte Erfassung dieser Besucher ermöglicht eine separate Bewertung der allgemeinen Besucherentwicklung und des Erfolges einzelner Sonderaktionen oder Veranstaltungen.

### Führungsteilnehmer

Eine ebenfalls relevante Größe, die bei der Erfassung der Besucherzahlen getrennt ausgewiesen werden sollte, sind die Teilnehmer von Führungen (sofern Führungsteilnehmer nicht bereits die regulären Besucher darstellen, siehe Chemiepark Marl). Auf diese Weise kann die Nachfrage nach

Führungen in den Ankerpunkten der Route der Industriekultur gesondert bewertet und ggf. gezielte Maßnahmen zur Stärkung des Führungsangebotes eingeleitet werden.

### Besucher im Rahmen von Vermietung/Verpachtung

Viele Ankerpunkte vermieten einzelne Flächen oder Räume an externe Unternehmen oder Privatpersonen (z.B. für Tagungen oder Hochzeiten). Auch die Teilnehmer solcher Veranstaltungen sind als Besucher zu werten, da sie sowohl im Ankerpunkt selbst als auch im Rahmen ihres Besuches außerhalb des Ankerpunktes Ausgaben tätigen und somit für Umsätze sorgen.

Alle genannten Gruppen – reguläre Besucher, Besucher von Veranstaltungen, Sonderausstellungen und ähnlichem sowie die Führungsteilnehmer – summieren sich letzten Endes zum gesamten Besuchervolumen, welches auch im Rahmen der vorangegangenen Berechnungen zu den ökonomischen Effekten der Ankerpunkte der Route der Industriekultur ausgewiesen wurde.

### Struktur der Besucher kennen: Die Erfassung nach Ticketvarianten

Um nicht nur Informationen über das Volumen, sondern auch die Struktur der Besucher zu erhalten, empfiehlt sich die separate Erfassung der Besucherzahlen nach den verschiedenen Ticketvarianten (z.B. Vollzahler, ermäßigt, freier Eintritt, Familien, Gruppen). Auf diese Weise lässt bereits die angebotsseitige Analyse Rückschlüsse auf die derzeitigen Nachfragergruppen der Ankerpunkte (z.B. Familien, Schulklassen, Gruppen) zu und ermöglicht eine entsprechende Anpassung der Zielgruppenansprache.

Auch die Erfassung der Besucher, die die Ankerpunkte mittels Gästekarten (z.B. RUHR.TOPCARD, LWL-Museumscard) oder Kombitickets besuchen, zeigt, wie lohnenswert die Teilnahme der Ankerpunkte an solchen Initiativen ist und ob infolge dessen unter Umständen mehr Einrichtungen von den zusätzlichen Vertriebsmöglichkeiten profitieren könnten.

### Ökonomische Auswirkungen beziffern: Erfassung der Umsätze

Neben dem Besuchervolumen sind die erzielten Umsätze der einzelnen Ankerpunkte von großem Interesse. Auch hierbei gilt es – wie in den telefonischen Interviews bereits geschehen – die gesamten Umsätze der Einrichtungen im Blick zu behalten und die einzelnen Umsatzquellen nach Möglichkeit separat zu erfassen.

### Eintrittserlöse

Die offenkundigsten und in der Regel bedeutendsten Einnahmen von Freizeiteinrichtungen sind die Eintrittserlöse. Diese sollten ebenfalls nach den unterschiedlichen Ticketvarianten ausgewiesen werden, um die ökonomisch bedeutendsten Besuchergruppen analysieren zu können. Ein Faktor, der hierbei häufig vergessen wird, sind die Umsätze, die indirekt durch die Gästekarten generiert werden. Zwar zahlen die Besucher in der Attraktion direkt keinen oder ermäßigten Eintritt, aller-

dings erfolgt eine regelmäßige Ausschüttung an die teilnehmenden Partner durch den Betreiber der Gästekarte.

### Erlöse durch Führungen

In zahlreichen Ankerpunkten sind Führungen ein wichtiger Bestandteil des Angebotsportfolios und tragen einen erheblichen Teil zu den Gesamtumsätzen der Attraktion bei. Da das Anbieten von Führungen auf der anderen Seite auch häufig hohe (Personal-) Kosten mit sich bringt, ist die genaue Höhe der getätigten Umsätze durch Führungen eine wichtige Kenngröße, um Aufwand und Ertrag des Angebotes gegenüberstellen zu können.

### Erlöse durch Vermietung/Verpachtung

Die Vermietung oder Verpachtung von Flächen oder Räumen an Externe bedingt in einigen Fällen starke Umsatzerlöse. Aus diesem Grund sind auch diese Einnahmen in die Gesamterlöse einzubeziehen.

### Sonstige Umsätze

Die sonstigen Umsätze machen in vielen Fällen ebenfalls einen erheblichen Anteil des Gesamtumsatzes eines Ankerpunktes aus. Zu den sonstigen Umsätzen zählen beispielweise die Erlöse aus Museumsshops, Kiosken und dem gastronomischen Angebot eines Ankerpunktes.

In zahlreichen Fällen sind Gastronomie und/oder Shop eines Ankerpunktes an externe Unternehmen verpachtet, die über unterschiedliche Pachtmodelle (meist Umsatzpacht, seltener Festpacht) an den Ankerpunkt gebunden sind. Für die Ankerpunkte selbst ist die Höhe der Pachteinnahmen die entscheidende Größe, während zur Berechnung der ökonomischen Effekte der Route der Industriekultur auch die Gesamtumsätze der Pächter von Relevanz sind. Daher empfiehlt sich auch hier die Erfassung aller Umsätze, aufgeteilt nach den jeweiligen Umsatzquellen.

## **3. Die Gäste kennenlernen: Durchführung von Besucherbefragungen**

Die bisher vorgestellten Möglichkeiten zur Datenerfassung sind im Wesentlichen angebotsseitige Kennzahlen. Um diese einseitige Betrachtungsweise zu vervollständigen und zusätzlich Erkenntnisse über Struktur, Motive, Aktivitäten, Zufriedenheiten und Meinungen der Besucher zu erlangen, sind einheitliche Besucherbefragungen an den Standorten das Mittel der Wahl. Zwar ist die Vor-Ort-Befragung eine der aufwendigsten Methoden in der touristischen Marktforschung, gleichzeitig ist sie aber die beste Möglichkeit, qualifizierte Informationen von den tatsächlichen Besuchern zu erhalten.

Gerade in Ankerpunkten, die aufgrund ihrer ausschließlich oder überwiegend öffentlichen Zugänglichkeit keine Möglichkeit besitzen, über die Daten eines Kassensystems oder die Besucherstruktur durch verkaufte Tickets Informationen über ihre Besucher zu erhalten (z.B. Innenhafen Duisburg, Nordsternpark Gelsenkirchen), bieten Besucherbefragungen die Möglichkeit, solche Informationslücken zu schließen.

Bestandteile solcher Besucherbefragungen könnten beispielsweise sein:

- Erfassung der Besucherstruktur und Soziodemografie (z. B. Alter, Herkunft, Geschlecht, weitere soziodemografische Hinweise),
- Informations- und Buchungsverhalten,
- Besuchsverhalten (z. B. Anreise, Begleitung, Besuchshäufigkeit, Aktivitäten vor Ort),
- Ausgabeverhalten (sowohl im Ankerpunkt selbst als auch Gesamttagesausgaben),
- Zufriedenheit (Gesamtzufriedenheit und für Teilbereiche, z. B. Angebote/Service),
- Wiederbesuchsabsicht/Weiterempfehlung
- etc.

Um mit den Ergebnissen einer Besucherbefragung nicht nur eine Momentaufnahme einzufangen, ist es empfehlenswert, diese Befragungen regelmäßig (z.B. alle zwei Jahre) mit den gleichen Fragen an allen Standorten (Vergleichbarkeit!) zu wiederholen. Auf diese Weise können Entwicklungen in Besucherstruktur und -verhalten analysiert und Erfolge von Investitionen in Infrastruktur, Service, Angebot und Marketing evaluiert werden. Die Benchmarkmöglichkeiten zwischen den Einrichtungen ermöglichen besondere Strukturen und (Un-)zufriedenheiten im Vergleich aufzuzeigen.

## V. SCHLUSSFOLGERUNGEN

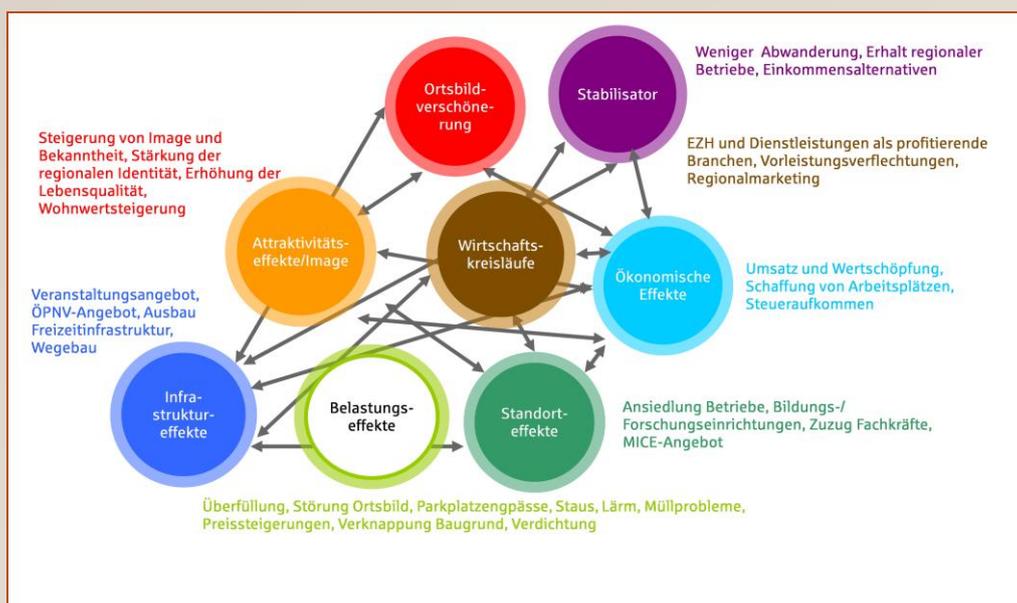
### Ankerpunkte sind wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor

Die durchgeführten Untersuchungen und Berechnungen haben gezeigt: Die Ankerpunkte der Route der Industriekultur bilden gemeinsam ein ökonomisches Schwergewicht. Nicht nur in den Einrichtungen selbst, sondern auch darüber hinaus sorgen die mehr als 7 Millionen Besucher mit ihren Ausgaben für Umsatz und Einkommen in der Region. Bruttoumsätze von über 285 Millionen Euro, der im Rahmen von Besuchen der Ankerpunkte generiert werden, lösen beachtliche Einkommens-, Beschäftigungs- und Steuereffekte in der Metropole Ruhr aus. Die Route der Industriekultur ist somit ein wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor für die Region.

Die Studie zeigt unstrittig: Die Ankerpunkte der Route der Industriekultur erzielen beachtliche Umsätze. Neben den berechneten ökonomischen Effekten werden – über das rein wirtschaftliche hinaus gehende – weitere Faktoren häufig vergessen.

Die Attraktivität eines Wirtschafts-, Arbeits- und Wohnstandortes wird nicht unwesentlich durch ein lebendiges und vielseitiges Kultur- und Freizeitangebot bestimmt. Diese helfen als weiche Standortfaktoren Unternehmen u.a. bei der Fachkräftegewinnung und -bindung. Hierzu leistet die Route der Industriekultur mit ihrem Freizeit- und Kulturangebot im Ruhrgebiet einen wichtigen Beitrag. Der touristische Nutzenbaum veranschaulicht die vielfältigen Wirkungen des Tourismus- und Freizeitsektors praxisorientiert:

Abb. 7: Der „Nutzenbaum“ als zentrales Wirkungsmodell von Freizeit und Tourismus



Quelle: dwif 2018

## EXKURS

### Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus

Mit einer sehr attraktiven Freizeitinfrastruktur, einem überdurchschnittlichen Gastronomie-, Kultur- und Shoppingangebot steigert der Tourismus die Lebensqualität von Einwohnern wie Besuchern gleichermaßen. Der Status „Urlaubs-, Ausflugs- und Naherholungsziel“ kann den Imagewandel von Städten und ganzen Regionen beschleunigen und sie so begehrenswert(er) als Wohn- und Arbeitsort machen. Letztlich profitieren selbst Industrie und Gewerbe von dem Impulsgeber Freizeit und Tourismus: er ist Helfer im „Kampf um die Köpfe“ bei der Personalgewinnung, Imagefaktor bei der Ansiedlung weiterer Arbeitgeber und „Identitätsstifter“ für Mitarbeiter wie Einwohner. Dabei sehen sich die verschiedenen Akteure innerhalb der Regionalentwicklung vielfältigen Herausforderungen gegenüber. Das betrifft Betriebe und einzelne Kommunen ebenso wie Wirtschaftsfördergesellschaften, Industrie- und Handelskammern, Tourismus-, Stadt- und Standortmarketingorganisationen. In den ländlichen Räumen gefährdet Abwanderung, infrastrukturelle Ausdünnung und zunehmender Leerstand die Aufrechterhaltung der kommunalen Handlungsfähigkeit. In den urban geprägten Räumen steht neben der Bewältigung des demografischen vor allem der Imagewandel zu modernen und attraktiven Dienstleistungs-, Kultur- und Erlebniszentren im Mittelpunkt.

---

## VI. ANHANG

### Anhang 1 – Gesprächsleitfaden

1. Wie sind die Eintrittspreise in Ihrer Einrichtung?

Erwachsene: \_\_\_\_\_

Ermäßigt: \_\_\_\_\_

Familien: \_\_\_\_\_

Sonstige: \_\_\_\_\_

2. Gibt es in Ihrer Einrichtung Bereiche mit kostenfreiem Zutritt? Wenn ja, welche?

---

---

---

3. Wie sind die Besucherzahlen in Ihrer Einrichtung für das **Jahr 2017**? (für die kostenfreien Bereiche ggf. Schätzung)

Eintrittspflichtige Bereiche: \_\_\_\_\_

Kostenfreie Bereiche: \_\_\_\_\_

3a) Haben Sie auch eine monatliche Übersicht über die Besucherzahlen im **Jahr 2017**?  
Falls ja, nur ankreuzen und um ein zusätzliches kurzes Telefonat bitten, sollte Bedarf nach den monatlichen Zahlen bestehen.

**Monatliche Übersicht vorhanden**

**Monatliche Übersicht nicht vorhanden**

4. Wie verteilen sich die Besucherzahlen auf die genannten Besuchergruppen? (ggf. Schätzung, in %; Summe muss 100% ergeben!)

Einheimische: \_\_\_\_\_

Tagesgäste: \_\_\_\_\_

Übernachtungsgäste: \_\_\_\_\_

5. Wie hoch ist die Anzahl der verkauften Jahreskarten in Ihrer Einrichtung und wie häufig besuchen Nutzer einer Jahreskarte Ihre Einrichtung im Durchschnitt? (ggf. Schätzung)

Anzahl Jahreskarten: \_\_\_\_\_

Ø Nutzertage/Person: \_\_\_\_\_

6. Ist Ihr Ankerpunkt Bestandteil einer Gästecard oder eines Kombitickets? Wenn ja, welche Card/welches Ticket und wie viele Nutzer haben diese im **Jahr 2017** in Anspruch genommen?

Gästecard: \_\_\_\_\_

Kombiticket: \_\_\_\_\_

Anzahl Nutzer: \_\_\_\_\_

7. Werden in Ihrer Einrichtung Führungen angeboten? Wenn ja, wie viele Personen haben daran im **Jahr 2017** teilgenommen und wie hoch war der durch Führungen erzielte Umsatz?

Anzahl TN offene Führungen: \_\_\_\_\_

Anzahl TN bestellte Führungen: \_\_\_\_\_

Umsatz: \_\_\_\_\_

8. Gibt es in Ihrer Einrichtung zusätzliche Veranstaltungen? Wenn ja, welche? (ggf. nachhaken: Sind es eigene oder verpachtete Veranstaltungen?)

Eintrittspflichtige Bereiche

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Kostenfreie Bereiche

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9a) Sind diese Veranstaltungen bereits in den Besucherzahlen enthalten? Wenn nicht, wie hoch sind die Besucherzahlen bei diesen zusätzlichen Veranstaltungen? (ggf. Schätzung)

Besucherzahlen: \_\_\_\_\_

9. Gibt es in Ihrer Einrichtung Tagungsmöglichkeiten? Wenn ja, wie hoch war die gesamte Teilnehmerzahl bei Tagungen im **Jahr 2017** und wie hoch war der dadurch erzielte Umsatz?

Anzahl Tagungsteilnehmer: \_\_\_\_\_

Umsatz: \_\_\_\_\_

10. Wie hoch war der durchschnittliche Eintrittserlös pro Besucher im **Jahr 2017**? *Alternativ:* Wie hoch war im **Jahr 2017** der Gesamterlös durch Eintritte in Ihren Einrichtungen?

*Wichtig: Was ist die Bezugsgruppe? Alle Besucher, nur in abgegrenzten Bereichen oder inkl. frei zugänglichen Bereichen etc.*

*Falls diese Frage nicht beantwortet werden kann, muss zumindest angegeben werden, wie sich der Erlös auf die in Frage 1 formulierten Gruppen verteilt. So können ggf. zumindest über die Zahl der Besucher und die Preisstruktur Berechnungen angestellt werden.*

Ø Eintrittserlös/Besucher: \_\_\_\_\_

Gesamterlös durch Eintritt: \_\_\_\_\_

11. Welche zusätzlichen Umsatzmöglichkeiten existieren in Ihrer Einrichtung und wie hoch war der dort erzielte Umsatz im **Jahr 2017**?

- Gesamt**                      **Umsatz:** \_\_\_\_\_
- Kiosk                              Umsatz: \_\_\_\_\_
- Shop                                Umsatz: \_\_\_\_\_
- Restaurant/Imbiss              Umsatz: \_\_\_\_\_
- Sonstiges                         Umsatz: \_\_\_\_\_
- Sonstiges                         Umsatz: \_\_\_\_\_

12. Dürfen wir Sie im Falle eventueller Rückfragen erneut telefonisch oder schriftlich kontaktieren?

- Ja                       Nein

## Anhang 2 – Datenquellen und Berechnungsgrundlagen

### Untersuchungen zu den Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland

Die Grundlagenuntersuchung „Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland“ ist eine vom dwif e.V. erstellte Studie unter Förderung der Wirtschaftsministerien und Tourismusabteilungen des Bundes und der Länder in Kooperation mit der Europäischen Reiseversicherung (ERV) und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT).

Über alle Beherbergungsstätten und Regionen hinweg werden von jedem Gast im Durchschnitt 116 Euro pro Tag und Gast ausgegeben. Da diese Ausgaben allerdings nach Region und Betriebstyp starken Schwankungen unterliegen, sind in der Studie Höhe und Struktur der Ausgaben regional und betriebstypenspezifisch differenziert. Zudem werden verschiedene Einflüsse auf das Ausgabeverhalten wie Saisonalität, Reiseanlass oder sozio-demographische Faktoren (z.B. Alter, Reisegruppengröße) dargestellt.

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

### dwif-Tagesreisemonitor

Der dwif-Tagesreisemonitor ist eine exklusive Erhebung zu den Tagesreisen der Deutschen. Seit Juli 2016 werden Teilnehmer des Online-Panels aus der deutschsprachigen Bevölkerung zwischen 14 und 75 Jahren befragt und auf diese Weise im Jahr rund 15.600 Interviews generiert.

Inhalt der Befragung ist vor allem das Tagesreiseverhalten der letzten Woche (wöchentlich). Dabei werden alle Tages- und Tagesgeschäftstreisen in einem Radius von 50 Kilometern um den Wohnort erfasst. Zusätzlich werden jährlich wechselnde Zusatzfragen gestellt.

Weitere Informationen unter:

<https://www.dwif.de/portfolio/marktforschung/produkt-tagesreisenmonitor.html>

### Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie

Die Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie sind kontinuierlich erscheinende Grundlagenstudien des dwif e.V. für gesamt Deutschland und einzelne Bundesländer.

Ziel der Betriebsvergleiche ist, auf Basis einzelbetrieblicher Daten statistisch gesicherte Richtwerte für fest umrissene Angebotstypen des Hotel- und Gastronomiegewerbes zu erarbeiten.

Grundlage der Betriebsvergleiche sind die plausibilisierten offiziellen Jahresabschlüsse der Unternehmen.

Weitere Informationen unter:

<https://www.dwif.de/infopool/kategorie/17-dwif-betriebsvergleiche.html>

### Analyse zum Campingmarkt in Deutschland

Die Grundlagenstudie „Der Campingplatz- und Reisemobil-Tourismus als Wirtschaftsfaktor. Angebot, Nachfrage und ökonomische Relevanz in Deutschland“ wurde in den Jahren 2016/17 durch den dwif e.V. im Auftrag des Caravaning Industrie Verbandes e.V. (CIVD) erarbeitet.

Im Rahmen der Studie wurde der ökonomische Stellenwert des Campingmarktes in Deutschland (auf Camping- und Reisemobilstellplätzen) quantifiziert. Basis der Berechnungen war die Analyse von Campingangebot und -nachfrage in Deutschland.

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

## Analyse zum Privatvermietermarkt in Deutschland

Die Grundlageuntersuchung „Der Ferienhausmarkt in Deutschland. Volumen und ökonomische Bedeutung“ wurde im Jahr 2015 durch das dwif im Auftrag von FeWo-direkt erarbeitet. Gegenstand der Untersuchung ist die Analyse der vom gesamten Ferienhausmarkt in Deutschland ausgelösten ökonomischen Effekte. Grundlage war die Quantifizierung des gesamten gewerblichen und nicht-gewerblichen Ferienhausmarktes in Deutschland.

FeWo-direkt / HomeAway UK Limited (Hrsg.); Der Ferienhausmarkt in Deutschland – Volumen und ökonomische Bedeutung, Frankfurt 2015.

## Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus ist eine bundesweite Befragung von geschäftlich wie privat motivierten Übernachtungsgästen aus dem In- und Ausland. Seit 2007 wurden bereits über 125.000 Interviews durchgeführt.

Inhalt des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus sind unter anderem Angaben zu

- Gästestruktur (Alter, Herkunft, Begleitung etc.),
- Informations- und Buchungsverhalten,
- Gründe für die Destinationsentscheidung, Reiseerfahrung,
- Besuchsanlass, Reiseverhalten,
- Aktivitäten und Ausgaben vor Ort,
- Zufriedenheit mit den Angeboten/Aktivitäten/Dienstleistungen,
- Weiterempfehlungs-/Wiederbesuchsabsicht
- Stärken-Schwächen-Analyse,
- etc.

Weitere Informationen unter:

<https://www.dwif.de/portfolio/marktforschung/produkt-qualitaetsmonitor.html>

## Untersuchungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in Nordrhein-Westfalen

Das dwif ermittelte die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für das Land Nordrhein-Westfalen im Jahr 2011. Grundlage bildeten die durch den Übernachtungs- und Tagestourismus resultierenden Ausgaben und Umsätze, aus denen die spezifischen Einkommens-, Beschäftigungs- sowie Steuereffekte nach original „dwif-Methode“ gewichtet und errechnet wurden.

Weitere Informationen unter:

<https://www.dwif.de/portfolio/oekonomische-analysen.html>

Zahlreiche Plausibilitätstests gewährleisteten die Zuverlässigkeit der herausgearbeiteten Resultate.

## Anhang 3 – Glossar

### Aufenthaltstag

Bei den Berechnungen des dwif 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.

### Bruttoumsatz

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

### Campingtourismus

Touristikcamper und Dauercamper auf Campingplätzen. Daten zu Reisemobilisten außerhalb der Campingplätze werden zum Teil von Kommunen erfasst (z. B. Anzahl der Parkscheine).

### Dienstleistungen, sonstige

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

### Einkommensbeitrag des Tourismus

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

### Einkommenseffekte, direkt

Lassen sich aus der Ausgabenstruktur der Touristen 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 ersten Umsatzstufe.

### Einkommenseffekte, indirekt

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

### Einzelhandel

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

### Gastgewerbe

Oberbegriff für das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe.

### 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 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 bis 50 km, Seilbahnen, Zeitungen) sowie eine Steuerbefreiung (0 % u. a. für Heilbehandlungen, Jugendherbergen, Privatvermieter, Mieten, Reha-Einrichtungen).

## Vorleistungen

Der Betrag, welcher nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Nettoumsatz verbleibt, wird für Vorleistungen ausgegeben; z.B. Zulieferung von Waren (Brötchen vom Bäcker, Strom vom Energieerzeuger), Bereitstellung von Dienstleistungen (z.B. Prospekte der Werbeagentur, Kredite, Versicherungen) und Investitionen in die Substanzerhaltung (z.B. Neubau bzw. Renovierung durch Handwerker).

## Wertschöpfung (auch 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 aus z.B. Betriebsvergleichen für unterschiedliche Branchen (z.B. dwif-Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie), amtliche Statistiken, in denen Kostenstrukturen für verschiedene Wirtschaftszweige ausgewiesen werden, sowie Detailerhebungen für ausgewählte Verkehrsleistungen bzw. Infrastruktureinrichtungen, die u.a. auch aus Studien des dwif abgeleitet werden.