Wirtschaftsfaktor Tourismus

Analyse des Wirtschaftsfaktors und der Wertschöpfungseffekte aus dem Tourismus für Mittelholstein im Jahr 2022

PROJECT M GmbH

Juni 2023

mittel holstein
Mitten im echten Norden

PROJECT M

LESEHINWEIS

Die vorliegende Berechnung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für Mittelholstein erfolgte im Rahmen der Erstellung des Tourismusentwicklungskonzepts 2022. Für die Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus sind umfassende Primärdaten durch PROJECT M erhoben, relevante Sekundärdaten für das Basisjahr 2022 aufbereitet und entsprechend der gültigen Berechnungsstandards aggregiert worden. Zur Verifizierung der Daten erfolgten mehrere Plausibilitätsprüfungen, um die Effekte und Entwicklungen in den unterschiedlichen Teilregionen von Mittelholstein einordnen und bewerten zu können.

Erstellt Juni 2023 | Basisjahr 2022

Erstellt durch

PROJECT M GmbH

Büro Hamburg

Steinhöft 9

20459 Hamburg

Tel. 040.4 19 23 96 0

E-Mail: hamburg@projectm.de

www.projectm.de

Auftraggeber

Mittelholstein Tourismus e.V.

Jungfernstieg 2

24768 Rendsburg

Tel. 04331.23 000

E-Mail: info@mittelholstein.de

www.mittelholstein.de

Titelbilder: PROJECT M GmbH (2023), McArthurGlen Designer Outlet Neumünster, Mittelholstein Tourismus e.V., Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH/Mocanox

INHALT

Einführung: Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor

1 Einführung: Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor

2 Methodik zur Bestimmung des Wirtschaftsfaktors Tourismus

3 Wirtschaftsfaktor Tourismus in Mittelholstein

4 Glossar

mittel holstein
Mitten im echten Norden

PROJECT M

Quelle: Matthias K. Kohler

ENTWICKLUNGSMOTOR TOURISMUS

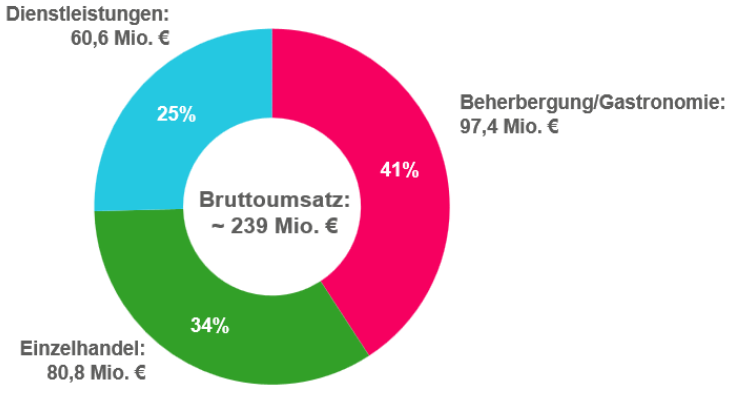
„Tourismus bedeutet Stärkung der regionalen Wirtschaft und Sicherung der Lebensqualität in einer attraktiven Kultur- & Freizeitlandschaft.“

- Stärkung regionale Wirtschaft
- Sicherung Kaufkraft & Gästefrequenzen
- Sicherung Wohn- & Lebensraumqualität
- Sicherung Freizeit-, Kultur- & Erlebniswert

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

rd. 239 Mio. €

tourismusbedingter
Brutto-Gesamtumsatz pro Jahr



davon

rd. 113 Mio. €

Wertschöpfung aus dem Tourismus
in Mittelholstein pro Jahr

mittel holstein
Mitten im echten Norden

BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE IM TOURISMUS

rd. 4.056 Personen

die bei einem Ø-Primäreinkommen pro Kopf von 27.808 € p.a.* Einkommen durch den Tourismus beziehen könnten (Beschäftigungsäquivalente)

mittel holstein
Mitten im echten Norden

*Gewichtetes Mittel des Primäreinkommens pro Kopf der Kreise Rendsburg-Eckernförde und Neumünster aus dem letzten verfügbaren Jahr 2020

rd. 4,2 – 6,3 Mio. € pro Jahr

kommunale Steuereinnahmen für die Mitgliedskommunen
(v. a. anteilige Einkommens- & Umsatzsteuer, Gewerbesteuer, Grundsteuer etc. je nach Tourismusintensität)

mittel holstein
Mitten im echten Norden

Einführung: Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor

mittel holstein
Mitten im echten Norden

Quelle: Mittelholstein Tourismus e.V.

Investitionen in den Tourismus rechnen sich aus einer Vielzahl an Gründen!

Tourismus ist Image-, Wirtschafts- und Standortfaktor!

Tourismus hat für die Lebens- und Erlebnisqualität und die Standortattraktivität der Mitgliedskommunen des Mittelholstein Tourismus e.V. einen sehr hohen Stellenwert. Er ist wichtiger Impulsgeber, Teil des Lebensraummanagements, Imageträger und bedeutender Wirtschaftsfaktor. Er sichert wichtige Einnahmen und Kostendeckungsbeiträge für verschiedenste Branchen und kommunale Haushalte in der Region.

Von den Investitionen in die Querschnittsbranche Tourismus profitieren Einwohnende, Gäste, Arbeitnehmende und Unternehmen – auch außerhalb des Tourismussektors. Neben Gastronomie, Beherbergung, Freizeit- und Kultureinrichtungen profitieren auch Mobilitätsanbieter, Einzelhandel, Lebensmittelgeschäfte, Handwerk und viele weitere Dienstleistende von den Umsätzen und Effekten aus dem Tourismus.

In der Gesamtbetrachtung wird deutlich, dass der Tourismus eine bedeutende Visitenkarte der Region ist, um die Identität nach innen und das Image nach außen zu stärken sowie Unternehmen, Investor:innen, Arbeits- und Fachkräfte von dem Wirtschaftsstandort und Lebensraum zu überzeugen. Insbesondere mit Blick auf wichtige Frequenzen und Kaufkraft für die Stadt-/ Ortszentren in Mittelholstein ist der Tages- und Übernachtungstourismus eine wichtige Grundlage, um den Freizeit-, Kultur- und Erlebniswert hochzuhalten sowie Shopping- und Kulturqualität und lokale Besonderheiten und Brauchtümer zu erhalten bzw. zu fördern.

Bildquelle: www.pixabay.de

Touristische Wertschöpfung beinhaltet deutlich mehr als nur die Einnahmen aus den Bereichen Beherbergung, Gastronomie oder Freizeitaktivitäten!

Berücksichtigung verschiedener Umsatzstufen im Tourismus

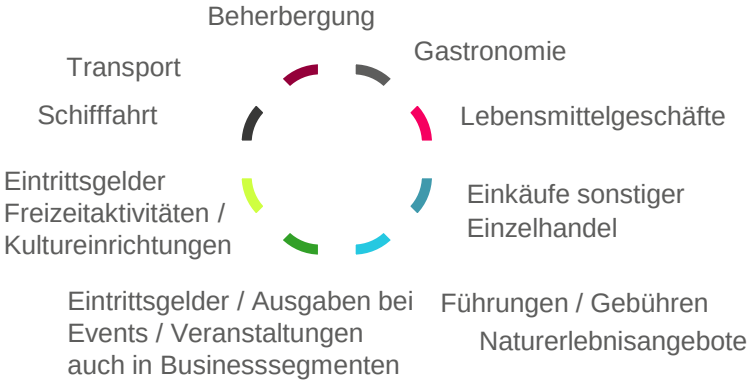
Die touristische Wertschöpfungskette hat mehrere Umsatzstufen. In der ersten Umsatzstufe der touristischen Wertschöpfung fallen in der Regel die direkten Ausgaben der Nutzer:innen – Tagesgäste (Einheimische & Gäste von außerhalb) sowie Übernachtungsgäste (Freizeit- und Geschäftsreisetourismus) – selbst an. Diese Ausgaben werden vor Ort getätigt und tragen zur direkten Wertschöpfung und wirtschaftlichen Entwicklung des Tourismus, der touristischen Dienstleistungen und der Erlebnis- und Service-Infrastruktur der touristischen Destination bei.

Darüber hinaus ist es wichtig zu berücksichtigen, dass die touristische Wertschöpfungskette weitere Stufen umfasst, die indirekte Effekte wie Vorleistungen, Investitionen und den Multiplikatoreffekt beinhalten.

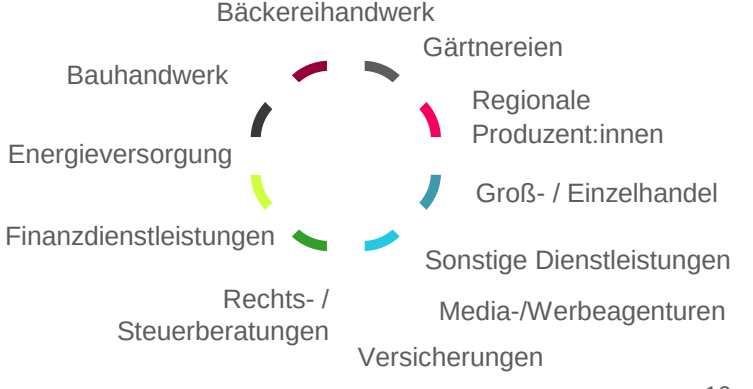
In der zweiten Umsatzstufe im Tourismus werden z.B. die Ausgaben der touristischen Unternehmen erfasst, die von den direkten Ausgaben der Gäste abhängig sind. Hierzu gehören u.a. viele Zulieferungen im Bereich Lebensmittel, Bäckereien, Waren regionaler Produzent:innen aus der Landwirtschaft, oder auch Handwerk- oder weitere Dienstleistungen im Bereich Baugewerbe, Groß-/Einzelhandel, Media-/Werbeleistungen, Reinigung oder Versicherungen etc.

Diese Anbieter:innen profitieren ebenso von Umsätzen, die der Tourismus generiert. In vielen Fällen entstehen hier durch den Tourismus wichtige Einnahmen zum Erhalt dieser Betriebe und Arbeitsplätze in der Region.

Wertschöpfung im Tourismus (1. Umsatzstufe)



Wertschöpfung im Tourismus (2. Umsatzstufe)



Methodik: Bestimmung des Wirtschaftsfaktors Tourismus

mittel holstein
Mitten im echten Norden

Quelle: Schleswig-Holstein-Musik-Festival

Grundlagen zur Berechnung des Wirtschaftsfaktors

Für die Berechnung des Wirtschaftsfaktors werden verschiedene Parameter herangezogen

1. **Übernachtungstourismus (Volumen):** Die Grundlage der Berechnung bilden die Zahlen der amtlichen Übernachtungsstatistik des Statistischen Amts für Hamburg und Schleswig-Holstein (Statistikamt Nord), ergänzt um Daten des Statistischen Bundesamts (DESTATIS).

2. **Tagesausflug (Definition):** Ein Tagesausflug umfasst nach Definition jedes Verlassen des Wohnumfeldes ohne Übernachtung am Bestimmungsort und mit dem kein alltäglicher Zweck (z.B. Arbeit, Schule, Behördengang oder alltägliche Besorgung) verbunden ist. Somit werden auch Einwohnende der Region als Tagesgäste erfasst, wenn sie einen Ortswechsel in eine andere Mitgliedskommune innerhalb von Mittelholstein ohne alltäglichen Zweck vornehmen.

3. **Tagestourismus (Volumen)**: Zur Berechnung des Volumens des Tagesausflugsverkehrs wird ein Faktor von 9,2 Tagesgästen pro Übernachtung (Basis: amtliche Übernachtungsstatistik) angewendet. Ausgangspunkt dieser Bestimmung ist die Angabe von 9,2 Tagesgästen/Übernachtung für die Reiseregionen Holsteinische Schweiz und übriges Schleswig-Holstein (dwif, 2013). Ausgehend von der Erlebnisattraktivität und dem im Rahmen der Einzugsgebietsanalyse (EGA) ermittelten touristischen Potenzial wird dieser Faktor für Mittelholstein plausibilisiert.

4. **Ausgaben Übernachtungs- und Tagesgäste:** Die Berechnung der Tagesausgaben der einzelnen Gästegruppen erfolgt unter Berücksichtigung der Angaben zum regionalen Ausgabeverhalten der Übernachtungs- bzw. Tagesgäste aus den Veröffentlichungen zum Übernachtungstourismus bzw. dem Tagestourismus in Deutschland (dwif, 2010 und 2013). Diese empirisch ermittelten Werte werden aufgrund der Veränderungen des Verbraucherpreisindex in den letzten Jahren auf den Basiswert von 2022 angepasst. Ein analoges Vorgehen wird auf das Ausgabeverhalten der Campinggäste (BMWi, 2010) angewendet. Hinweis: Aufgrund zeitverzögerter Preisweitergaben wird 2022 eine Inflationsrate von 4% auf die Ausgaben der Gäste vor Ort angewendet.

Grundlagen zur Berechnung des Wirtschaftsfaktors

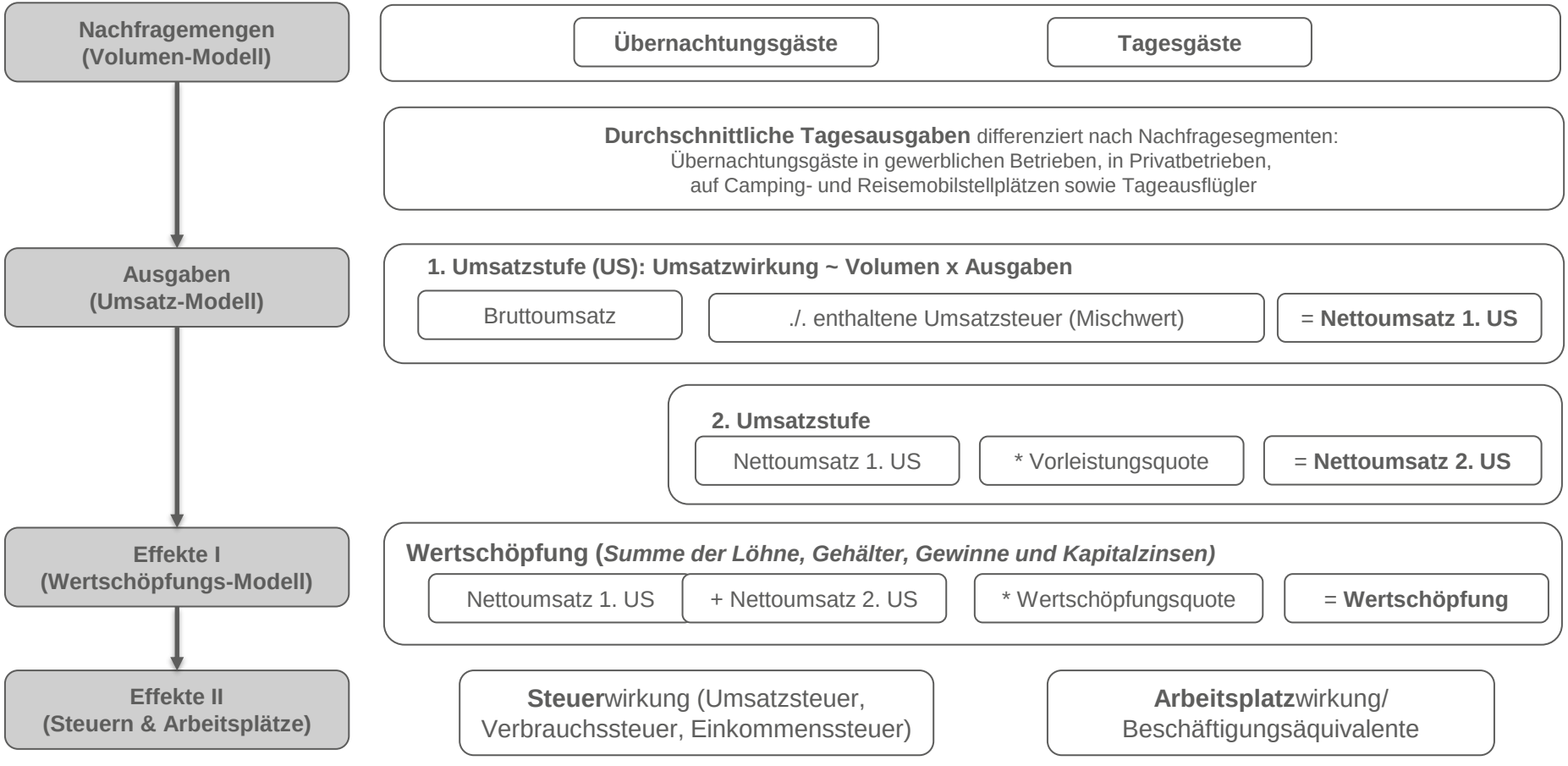
Berücksichtigte wirtschaftliche Sondereffekte mit Auswirkungen auf die Wertschöpfung in Mittelholstein:

- COVID-19-Pandemie: Die Auswirkungen der globalen Pandemie auf die Tourismusbranche waren auch 2022 noch spürbar. Während sich insb. die Segmente Camping/Wohnmobilreisen und Ferienvermietung gut erholt haben, hatten bspw. Landgasthöfe eher Schwierigkeiten an das Vorkrisenniveau anzuknüpfen.
  Der Mittelholstein Tourismus e.V. weist außerdem darauf hin, dass es regionale Unterschiede in der Nachfrageentwicklung 2022 gab. Positiv hervorgetan hat sich u.a. die Nachfrage direkt am Nord-Ostsee-Kanal. Insbesondere das erste Halbjahr wurde als noch nicht sorgenfrei in Bezug auf die Pandemie wahrgenommen. Dies betraf auch das Messe-Geschäft, welches sich ab Herbst 2022 besser erholen konnte als noch im Frühjahr.
- Fachkräftebedarf: Nach Angaben des Mittelholstein Tourismus e.V. traf die touristische Nachfrage in der Hotellerie und Gastronomie 2022 des Öfteren auf Fachkräfteengpässe. Die Folge waren teilweise Angebotseinschränkungen vor Ort, wie z.B. Schließungen am Wochenende welche sich negativ auf das touristische Geschäft auswirkten.

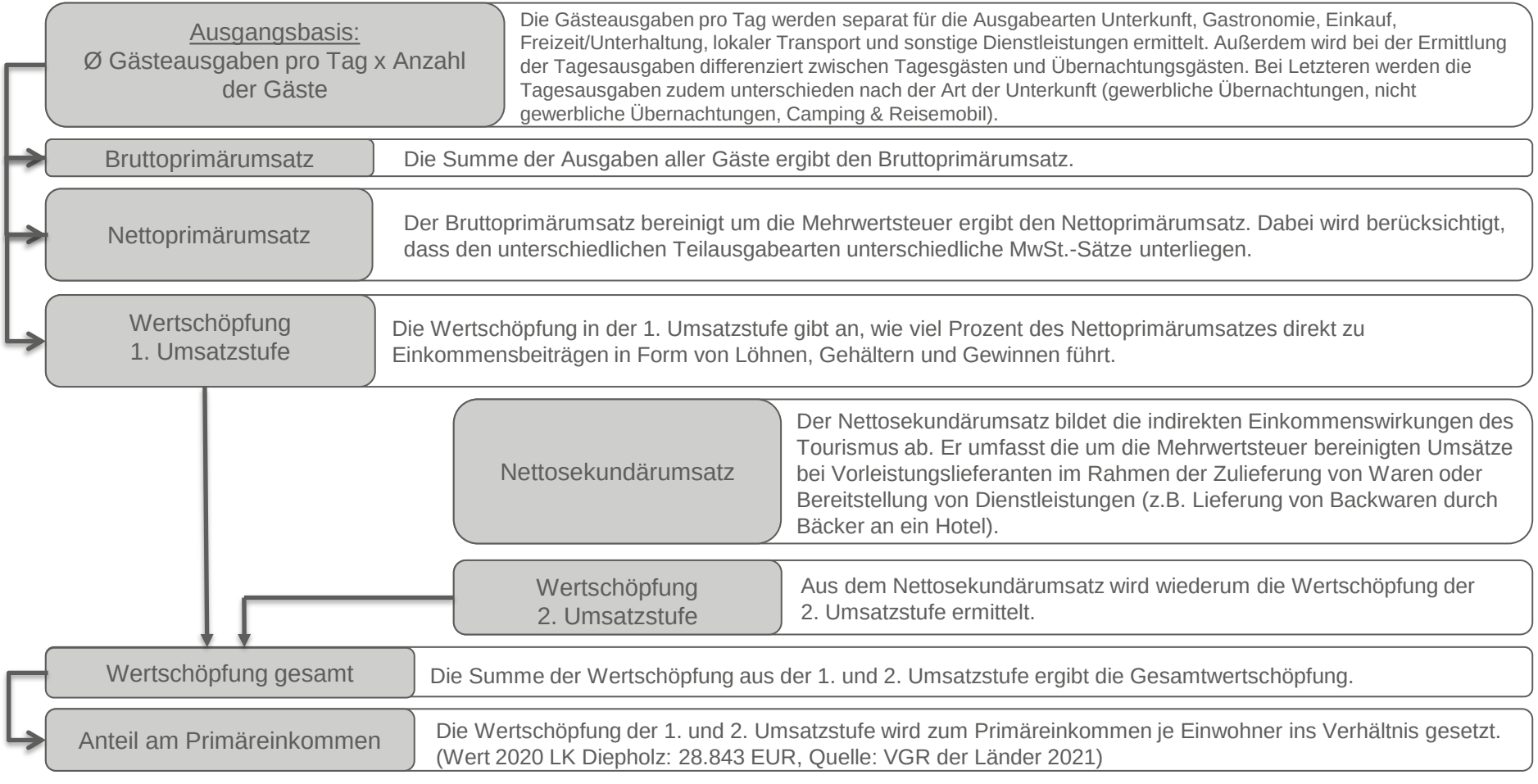
Die zusätzliche Prüfung und Plausibilisierung der statistischen Daten und Hochrechnungen erfolgten auf der Basis:

- Ergebnisse der Leistungsanbieter:innen-Befragung im Rahmen des TEK 2023
- Ergebnisse zum Tagesreisenpotenzial unter Einwohnenden und Übernachtungsgästen aus der EGA für 2022 für Mittelholstein
- Gespräch mit der Geschäftsführung des Mittelholstein Tourismus e.V. zur Einordnung des Reisejahres 2022
- Zur Verfügung gestellte Daten zu bspw. Gästezahlen einzelner Einrichtungen durch den Mittelholstein Tourismus e.V.
- Sonderauswertung des Statistikamts Nord für 2022 zur Beherbergung in Betrieben ab 10 Betten für Mittelholstein
- Rechercheergebnisse zur Beherbergung in Betrieben unter 10 Betten und dem Campingangebot in Mittelholstein

Basismodell: Die Wertschöpfung wird durch Ausgaben der Übernachtungsgäste und Tagesausflügler generiert.



Methodische Erläuterung: Berechnung der Wertschöpfung

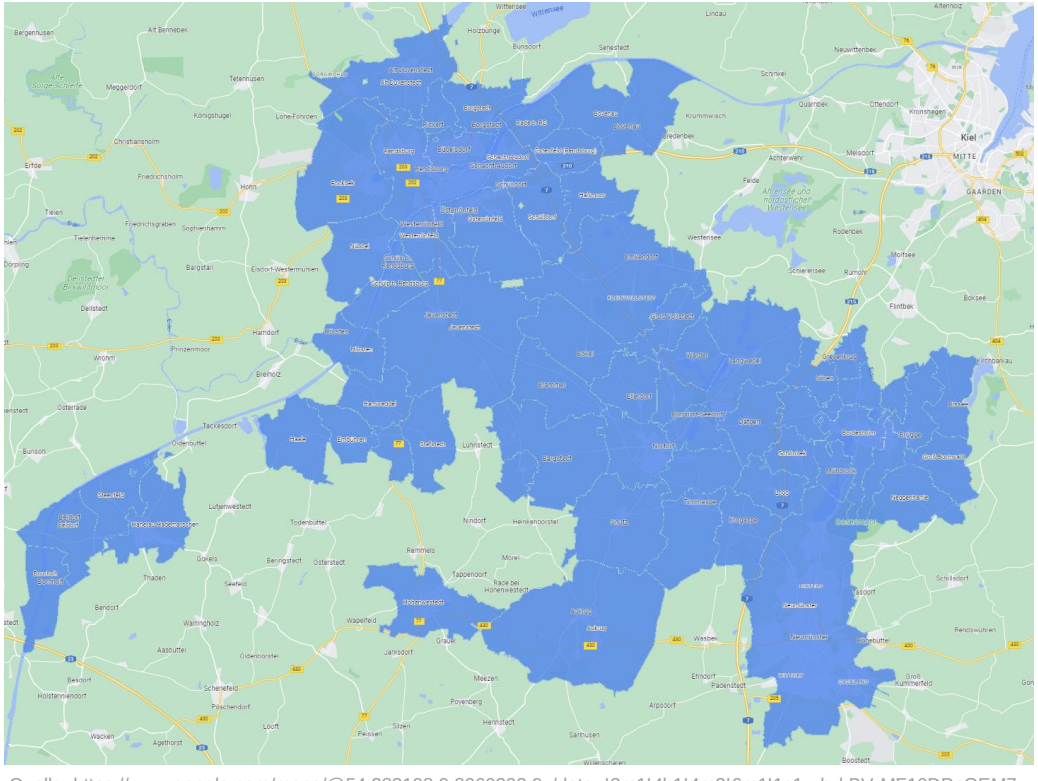


Wirtschaftsfaktor: Tourismus in Mittelholstein

mittel holstein
Mitten im echten Norden

Quelle: Favorit-Media-Relations GmbH

In die Berechnung der wirtschaftlichen Effekte für Mittelholstein wurden die 61 Mitgliedskommunen des Mittelholstein Tourismus e.V. einbezogen.



Quelle: https://www.google.com/maps/@54.283198,9.8060392,9z/data=!3m1!4b1!4m2!6m1!1s1yyhykBV-MF10DPnGEM7-AWuKqAl0BHgN

- **Amt Bordesholm:** Bissee, Bordesholm, Brügge, Grevenkrug, Groß Buchwald, Hoffeld, Loop, Mühbrook, Negenharrie, Reesdorf, Schmalstede, Schönbek, Sören, Wattenbek
- **Amt Eiderkanal:** Bovenau, Haßmoor, Ostenfeld, Osterrönfeld, Rade b. Rendsburg, Schacht-Audorf, Schülldorf
- **Amt Fockbek:** Alt-Duvenstedt, Fockbek, Nübbel, Rickert
- **Amt Hüttener Berge:** Borgstedt
- **Amt Jevenstedt:** Brinjahe, Embühren, Haale, Hamweddel, Hörsten, Jevenstedt, Schülp b. Rendsburg, Stafstedt, Westerrönfeld
- **Amt Mittelholstein:** Aukrug, Beldorf, Bornholt, Hanerau-Hademarschen, Hohenwestedt, Steenfeld
- **Amt Nortorfer Land:** Bargstedt, Bokel, Borgdorf-Seedorf, Brammer, Dätgen, Eisendorf, Ellerdorf, Emkendorf, Gnutz, Groß Vollstedt, Krogaspe, Langwedel, Nortorf, Oldenhütten, Schülp b. Nortorf, Timmaspe, Warder
- **Stadt Büdelsdorf**
- **Stadt Neumünster**
- **Stadt Rendsburg**

Der Tagesausflugsverkehr für Mittelholstein umfasst bis 90 Min. Fahrzeit ein Potenzial von 5,6 Mio. Einwohnenden und rund 15,5 Mio. Gästeankünften.

Die Zahl der Einwohnenden und Übernachtungsgäste in den abgebildeten Fahrzeitzonen bildet das Potenzial für den primären (vom Wohnort aus) und sekundären (vom Urlaubsort aus) Tagesausflugsverkehr.

Die Höhe der Aktivierungsquote ist abhängig von der Attraktivität der touristischen Freizeitangebote, dem Wettbewerbsumfeld und den Distanzen vom jeweiligen Wohnort aus.

Zone A (0-30 Min.)
Ankünfte: 791.000

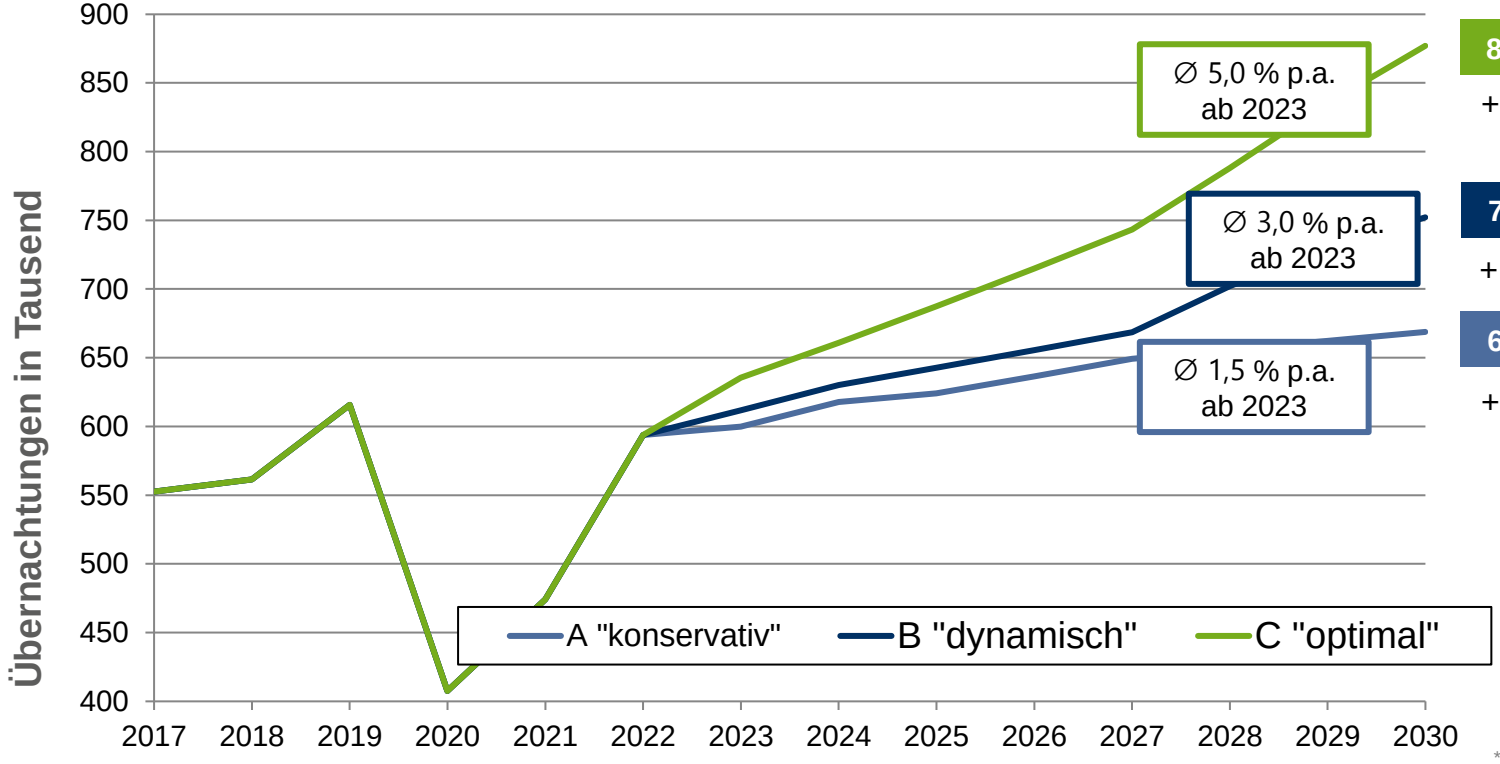
Zone A+B (0-60 Min.)
Einwohnende: 4.347.938
Ankünfte: 11.618.000

Zone A+B+C (0-90 Min.)
Einwohnende: 5.575.012
Ankünfte: 15.521.000

Quellen: Statistisches Bundesamt, GfK GeoMarketing

Hinweis: Innerhalb der den Zonen handelt es sich um kumulierte Werte, d.h. in der Zone C sind die Zonen A und B einbezogen.

Durch Investitionen in Qualität, neue Produkte und Marketing sowie die Erhöhung der Übernachtungskapazitäten ist eine höhere Wertschöpfung möglich.



	Übernachtungen	Auslastung
A "konservativ"	669 Tausend	48,5 %
	+ 180 Betten	
B "dynamisch"	752 Tausend	54,0 %
	+ 220 Betten	
C "optimal"	877 Tausend	62,4 %
	+ 250 Betten	

*Die Hochrechnung basiert auf Daten des Statistikamt Nord und eigenen qualifizierten Schätzungen. Nur statistisch erfasste Übernachtungen in Betrieben mit 10+ Betten.

Der Tourismus in Mittelholstein erwirtschaftet im Jahr 2022 an insgesamt ca. 7,99 Mio. Aufenthaltstagen einen Umsatz von rund 239 Mio. €.

	Gewerbliche Betriebe (10+ Betten)[1]	Privatvermietung (bis 9 Betten)[2]	Camping[3]	Dauercamping	Reisemobilisten	Tagesgäste[4]	Visiting friends and relatives (VFR)[5]
Unterkunft	51,9 €	33,50 €	15,40 €	8,30 €	3,00 €	- €	- €
Verpflegung im Gastgewerbe	18,10 €	16,80 €	16,10 €	3,90 €	23,00 €	6,90 €	6,90 €
Lebensmitteleinkauf	5,70 €	8,70 €	7,70 €	8,00 €	19,00 €	3,80 €	3,80 €
Sonstiger Einkauf	12,50 €	9,40 €	7,00 €	1,20 €	- €	5,50 €	5,50 €
Freizeit/Unterhaltung	8,30 €	8,00 €	5,20 €	1,30 €	12,60 €	1,90 €	1,90 €
Lokaler Transport	1,70 €	1,10 €	1,00 €	- €	- €	- €	- €
Sonstige Dienstleistungen	18,40 €	5,10 €	2,10 €	1,60 €	- €	3,90 €	3,90 €
Anzahl Gäste	593.897	55.690	66.000	26.741	31.906	6.071.052	1.151.233
Ausgaben pro Gast 2022	116,60 €	82,60 €	54,50 €	24,30 €	57,60 €	22,00 €	22,00 €
Umsatz	69.248.390 €	4.599.983 €	3.597.000 €	649.806 €	1.837.762 €	133.563.144 €	25.327.122 €

Gesamtumsatz	ohne VFR	mit VFR
	213.496.087 €	238.823.209 €

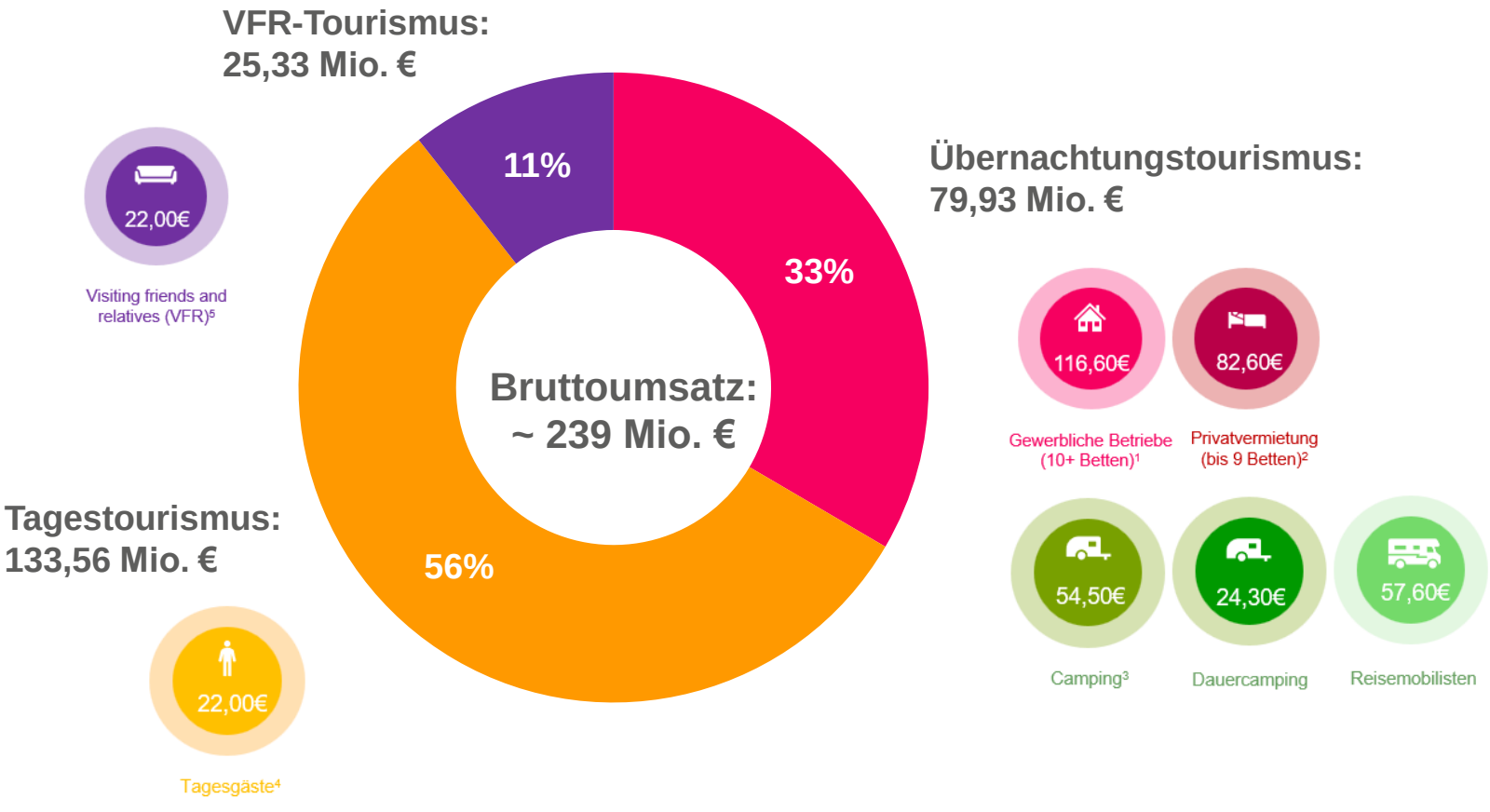
Quellen: (1) Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein; (2) Angaben des Mittelholstein Tourismus e.V. (Annahme: Auslastung wie Ferienwohnung/-häuser mit 10+ Betten); (3) Der Campingmarkt in Deutschland (BMWi, 2010), Werte preisbereinigt angepasst auf 2022; (4) Tagesreisen der Deutschen (dwif, 2013), Werte preisbereinigt angepasst auf 2022, Anzahl plausibilisiert auf Basis von Angaben des Mittelholstein Tourismus e.V.; (5) Die Besuche/Aufenthaltstage von Freunden/Verwandten wurden anhand empirischer Erhebungen des dwif (2016) hochgerechnet.
Hinweis: Zusätzlich fallen in der Destination Mittelholstein etwa 20.000 Übernachtungen pro Jahr durch Gäste in Marinas/Yachthäfen in Rendsburg und Büdelsdorf an. Aufgrund einer fehlenden gesicherten Datenlage sind die Daten jedoch nicht in dieser Kalkulation berücksichtigt. Sie generieren zusätzliche touristische Wertschöpfung und müssen gesondert ausgewiesen werden.

Durch den Tourismus in den Mitgliedskommunen von Mittelholstein wird insgesamt ein Bruttoumsatz in Höhe von rund 239 Mio. € generiert.

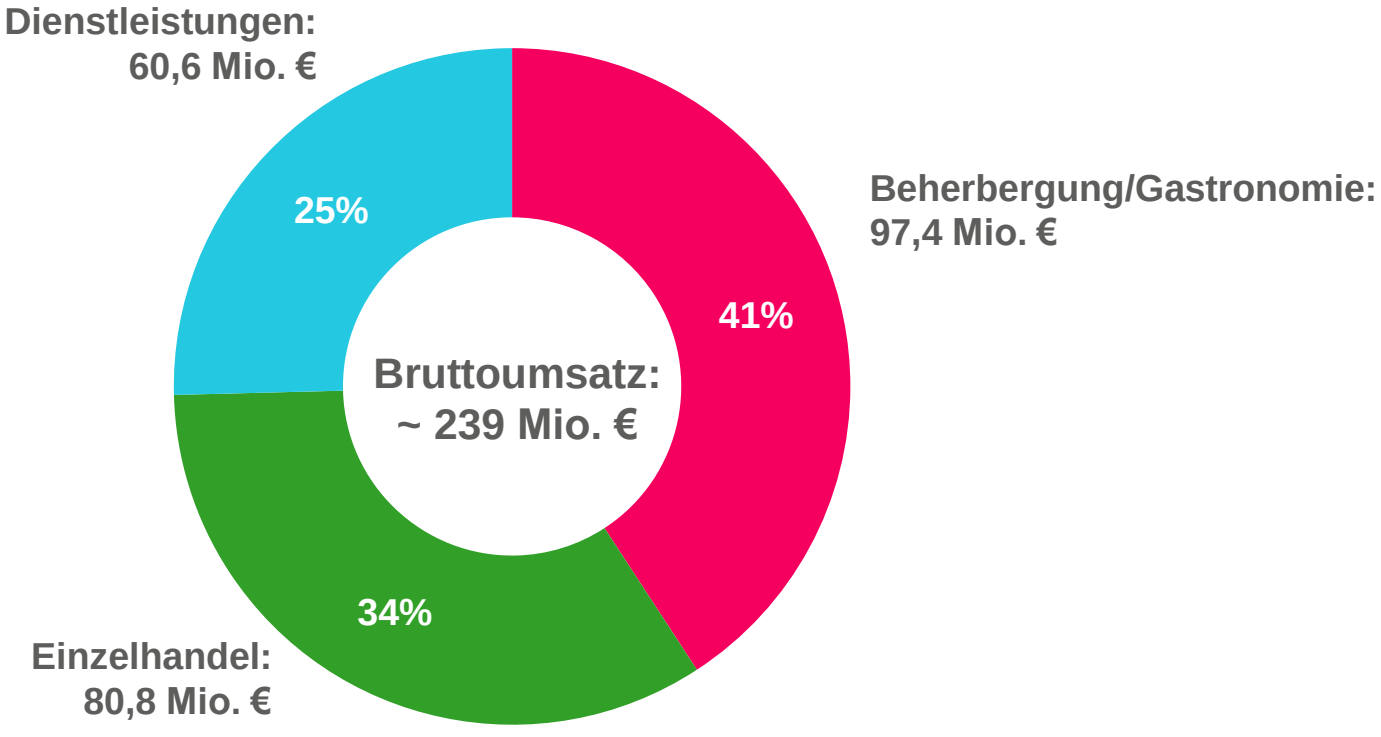
Art des Aufenthalts	Anzahl		Ausgaben je Tag (EUR)[3,4,5]		Summe (EUR)	Anteil
Übernachtungsgast (gewerblicher Betrieb)[1]	593.897	x	116,60	=	69,25 Mio.	29,0%
Übernachtungsgast (nicht gewerblicher Betrieb)[3]	55.700	x	82,60	=	4,60 Mio.	1,9%
Übernachtungsgast (tourist. Campingstellplatz)[1,2]	66.000	x	54,50	=	3,60 Mio.	1,5%
Übernachtungsgast (Dauercamping)[3,4]	26.700	x	24,30	=	0,65 Mio.	0,3%
Übernachtungsgast (Wohnmobilstellplatz)[3]	31.900	x	57,60	=	1,84 Mio.	0,8%
Zwischensumme Übernachtungstourismus					**79,93 Mio.**	**33,5%**
Tagesausflügler[5]	6.071.000	x	22,00	=	133,56 Mio.	55,9%
VFR-Tourismus (Aufenthaltstage)[6]	1.151.200	x	22,00	=	25,33 Mio.	10,6%
Summe Übernachtungs- und Tagestourismus					**238,83 Mio.**	**100,0%**

Quellen: (1) Amt für Statistik Nord; (2) DESTATIS; (3) Angaben des Mittelholstein Tourismus e.V., Gastgeberverzeichnis Mittelholstein, Desk Research (Annahme: Auslastung wie Ferienwohnung/-häuser mit mehr als 10 Betten); (4) Der Campingmarkt in Deutschland (BMWi, 2010), Werte preisbereinigt angepasst auf 2022; (5) Tagesreisen der Deutschen (dwif, 2013), Werte preisbereinigt angepasst auf 2022, Anzahl plausibilisiert auf Basis von Angaben des Mittelholstein Tourismus e.V.; (6) Die Besuche/Aufenthaltstage von Freunden/Verwandten wurden anhand empirischer Erhebungen des dwif (2016) hochgerechnet.

Der Tagestourismus leistet aktuell den größten Umsatzbeitrag, während der Übernachtungstourismus das größte Umsatzwachstumspotenzial bietet.

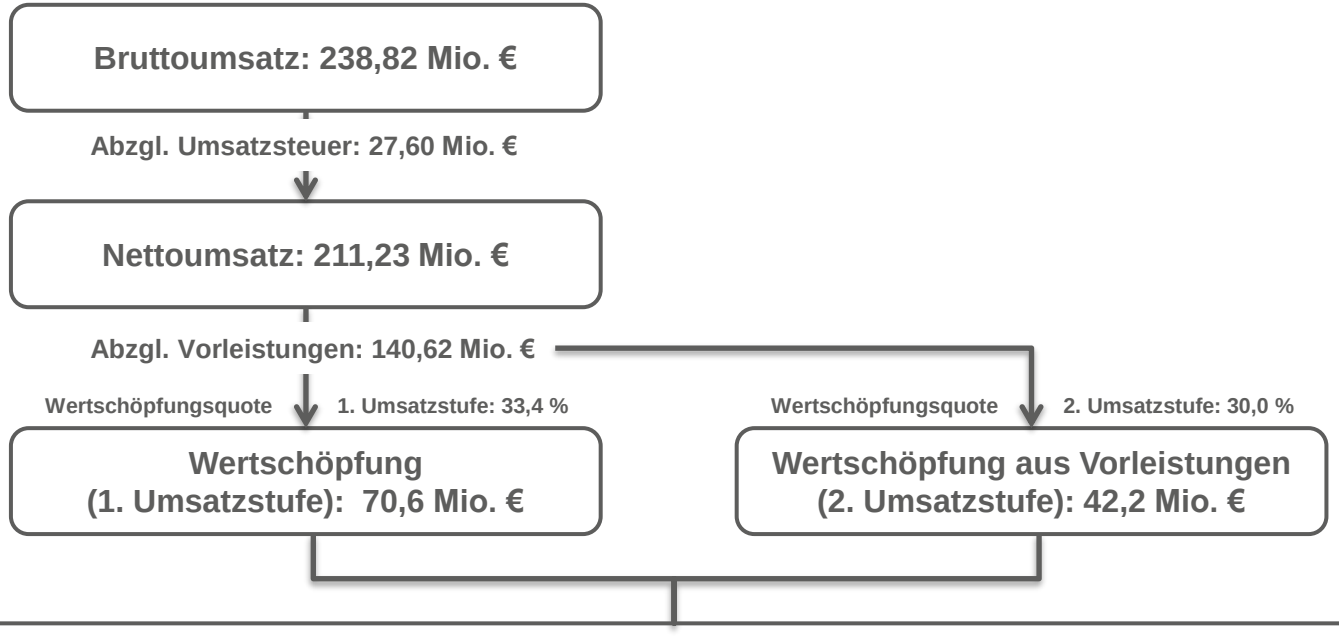


Rd. 40% des durch den Tourismus generierten Bruttogesamtumsatzes entfallen auf Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, 34% auf den Einzelhandel.



Darstellung und Analyse: PROJECT M GmbH (2023)

Aus dem in Mittelholstein tourismusbedingten Bruttoumsatz in Höhe von etwa 239 Mio. Euro resultiert eine Wertschöpfung von fast 113 Mio. Euro.



Wertschöpfung gesamt (1. + 2. Umsatzstufe): 112,8 Mio. € entspricht…

… einem Anteil von 2,0 % am Primäreinkommen der Einwohnenden

… bei einem Ø pro-Kopf-Primäreinkommen von 27.808 € p.a. etwa 4.056 Beschäftigungsäquivalenten

… rd. 4,2 – 6,3 Mio. € p.a. an kommunalen Steuereinnahmen (2 - 3 %; Einkommen- und Umsatzsteuer)

Darstellung und Analyse: PROJECT M GmbH 2023
Quellen: dwif (2010, 2013, 2016); DESTATIS (2020)

Strategische Leitziele für den Mittelholstein Tourismus bis 2030.

Profil	Steigerung der **Marken- und Themenkompetenz** „Binnenland-Wasser-Erlebnis“, „Aktiver Binnenland-Urlaub“, „Kreative Stadt-Land-Kultur“ *→ Messung Themenkompetenz per Nutzerbefragung. Ziel: +75 % Zustimmung zur Kompetenz* *→ Messung der Interaktion mit der Marke MH, Ziel Erhöhung von Engagement, Follower, Fans*
Wert-schöpfung	Steigerung der touristischen Wertschöpfung Übernachtungswachstum und höhere Tages-/Übernachtungsausgaben pro Nutzer:in, mehr Besucherzahlen in Top Einrichtungen und Stärkung regionaler Wertschöpfungskreisläufe *→ Messung der statistisch erfassten Übernachtungszahlen, Ziel mind. auf 0,8 Mio. ÜN* *→ Messung Ausgaben der Tages- und Übernachtungsgäste, Ziel TOP 1 Wert Binnenland* *→ Besuchendenzahlen in den TOP 10 Freizeit- & Kultureinrichtungen, Zielwert zu bestimmen*
Ökologie	Zertifizierungsprozesse und Zertifizierungen **Nachhaltiges Reiseziel Mittelholstein** und **nachhaltige Tourismusbetriebe** *→ Zertifizierung LTO Mittelholstein bis 2026 zzgl. 5 Betriebe p.a. ab 2026*
Qualität & Soziales	Steigerung von **Qualität** (**Zufriedenheit der Nutzer:innen, Tourismusbewusstsein / -akzeptanz, Zertifizierungen)** *→ Messung TrustScore, Ziel von 88,4 (Mittelholstein 2021) / 82,3 (RD & NMS 2021) auf Soll: 90,0 Pkt. Mittelholstein / 85,0 Pkt. RD & NMS* *→ Messung Qualität und Tourismusakzeptanzsaldo über Nutzer:innenbefragung* *→ Messung thematische Zertifizierungen (Zertifizierung von je 10 Betrieben mit Bett+Bike und Barrierefreiheit Zertifizierung)*
Effektivität	Steigerung der Zufriedenheit zur **Zusammenarbeit im tourist. Netzwerk und der Effektivität** *→ Messung der Zufriedenheit: über Leistungsanbieterbefragung, 1 x p.a.* *→ Messung der Mitwirkung / Beteiligung in der LTO (Contentstrategie, Marketingpool)1 x p.a.*

Mit Investitionen in die Marke, Qualität und Wertigkeit besteht das Potenzial, den Bruttoumsatz bis 2030 um weitere 34 Mio. auf über 273 Mio. € p.a. zu steigern.

Kennzahl	Status 2022	Szenario 2030*	Veränderung 2030 zu 2022
ÜN Betriebe 10 Betten+	593.897	752.331	158.434
ÜN Betriebe <10 Betten	55.960	70.546	14.856
ÜN Touristikcamping	66.000	83.607	17.607
ÜN Dauercamping	26.741	26.741	0
ÜN Reisemobilisten	31.906	40.417	8.511
Summe Übernachtungen	**774.233**	**973.642**	**199.409**
Tagesausflüge	6.071.052	6.671.052	600.000
VFR-Tourismus	1.150.000	1.150.000	0
Summe Tagesausflüge	**7.221.052**	**7.821.052**	**600.000**

Wertschöpfungsberechnung	Status 2022	Szenario 2030	Veränderung 2030 zu 2022
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
Bruttoumsatz ÜN-Gäste	79,9	101,1	21,2
Bruttoumsatz Tagesgäste	158,9	172,1	13,2
Summe Bruttoumsatz	**238,8**	**273,2**	**34,4**
Nettoprimärumsatz	211,7	241,7	30,5
Wertschöpfung 1. Umsatzst.	70,6	81,3	10,7
Wertschöpfung 2. Umsatzst.	42,2	48,1	5,9
Wertschöpfung insgesamt	**112,8**	**129,4**	**16,6**
Steuereinnahmen 2%	4,2	4,8	0,7
Steuereinnahmen 3%	6,3	7,3	0,9
Einkommensäquivalente	**4.056**	**4.654**	**598**

***Prämissen der Prognoserechnung:**

- **Übernachtungen**: bis 2030 Steigerung um 4% p.a. über alle Unterkunftsarten (außer Dauercamping)
- **Tagesausflugsverkehr**: Steigerung um ca. 10% (2030 ggü. 2022)
- **VFR-Tourismus und Anteil Dauercamping**: gleichbleibend
- **Wertschöpfungseffekte**: Berechnung zu Preisen von Stand 2022

Darstellung und Analyse: PROJECT M GmbH 2023
Quellen: dwif (2010, 2013, 2016); Statistikamt Nord

Glossar

Quelle: Förderverein Museum Nortorf e.V.

Glossar & Quellen

Aktivierungsquote:
Die Aktivierungsquote beschreibt den Anteil des ermittelten Marktpotenzials, der Interesse an einem Besuch der Destination aufweist. Sie wird anhand von Vergleichswerten für Destinationen ermittelt und hängt stark von internen/beeinflussbaren und externen/nicht beeinflussbaren Faktoren ab. Aufgrund dieser Komplexität kann der Wert lediglich geschätzt werden.

Beschäftigungsäquivalente:
Anzahl der Personen, die durch die touristische Nachfrage in der Destination ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten. Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus beschäftigten Personen gleichgesetzt werden. Eine exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwendige Primärerhebungen möglich, da bspw. viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufer:innen im Einzelhandel oder Gastronomieangestellte bedienen auch Einheimische).

Einzugsgebietsanalye (EGA):
Die EGA dient dazu, das geografische Gebiet zu bestimmen, aus dem eine Destination Gäste anzieht. In die Analyse fließen Faktoren wie Bevölkerungsdichte, demografische Merkmale und Konkurrenzangebote ein, um fundierte Aussagen über das tatsächliche Einzugsgebiet der Destination treffen zu können.

Primäreinkommen:
Das Primäreinkommen der privaten Haushalte (einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck) enthält die Einkommen aus Erwerbstätigkeit und Vermögen, die den inländischen privaten Haushalten zugeflossen sind. Zu diesen Einkommen gehören im Einzelnen das Arbeitnehmerentgelt, die Selbstständigeneinkommen der Einzelunternehmen und Selbstständigen, die auch eine Vergütung für die mithelfenden Familienangehörigen enthalten, der Betriebsüberschuss aus der Produktion von Dienstleistungen aus eigengenutztem Wohneigentum, sowie die netto empfangenen Vermögenseinkommen (einschließlich des Erwerbs von Finanzserviceleistungen, indirekte Messung (FISIM)).

Primärer Tagesausflugsverkehr:
Der primäre Tagesausflugsverkehr bezieht sich auf die Bewegung von Menschen, die eine touristische Aktivität von ihrem Wohnort aus unternehmen.

Sekundärer Tagesausflugsverkehr:
Der sekundäre Tagesausflugsverkehr bezieht sich auf die Bewegung von Menschen, die eine touristische Aktivität von ihrem Urlaubsort aus unternehmen.

Glossar & Quellen

Verbraucherpreisindex:
Der Verbraucherpreisindex für Deutschland misst die durchschnittliche Preisentwicklung aller Waren und Dienstleistungen, die private Haushalte für Konsumzwecke kaufen. Darunter fallen zum Beispiel Nahrungsmittel, Bekleidung und Kraftfahrzeuge ebenso wie Mieten, Reinigungsdienstleistungen oder Reparaturen. Der Verbraucherpreisindex ist der zentrale Indikator zur Beurteilung der Geldwertentwicklung in Deutschland.

VFR-Tourismus:
Auch als “Sofatourismus” bezeichnete Besuche (touristisch relevante Übernachtungen in Privatwohnungen der Einheimischen im Untersuchungsgebiet) von Freunden, Bekannten und Verwandten (**V**isiting **F**riends & **R**elatives). Die Quantifizierung des VFR-Tourismus ist nur durch empirische Erhebungen darstellbar. In einer empirischen Erhebung des dwif (2016) wurde ermittelt, dass 57 % der Haushalte im Jahr 2015 im Schnitt 3,99 mal Übernachtungsgäste beherbergten. Die Besuche umfassten 2,35 Personen und blieben 2,14 Übernachtungen. Diese Annahmen werden auf das gesamte Gebiet Mittelholsteins übertragen. Mit der exakten Ermittlung der Zahl der Haushalte lassen sich auf dieser Basis plausible Hochrechnungen vornehmen.

Vorleistungsquote:
Der Anteil an Vorleistungen oder Vorleistungsgütern, die benötigt werden, um ein touristisches Produkt oder eine touristische Dienstleistung bereitzustellen. Vorleistungen umfassen beispielsweise den Einkauf von Rohstoffen, die Nutzung von Infrastruktur, den Einsatz von Arbeitskräften und den Kauf von Dienstleistungen aus anderen Branchen.

Wertschöpfungsquote:
Die Wertschöpfungsquote ist ein Maß dafür, welcher Anteil des Gesamtwerts eines wirtschaftlichen Prozesses als tatsächlicher Mehrwert entsteht. Sie gibt an, in welchem Ausmaß ein Wirtschaftssektor durch seine eigene Tätigkeit neuen Wert generiert. Eine hohe Wertschöpfungsquote deutet auf eine wertschöpfende Produktion hin, während eine niedrige Quote auf einen geringeren Grad der Wertschöpfung bzw. eine stärkere Abhängigkeit von Vorleistungen und externen Faktoren hinweist.

Quellen:
Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. (dwif-Consulting GmbH (dwif), 2010)
Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010. (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), 2010)
Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Statistikamt Nord). (2023)
Statistisches Bundesamt (DESTATIS). (2023)
Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. (dwif-Consulting GmbH (dwif), 2013)
Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Neumünster (dwif-Consulting GmbH (dwif), 2016)
Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 1995 bis 2020 Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3. Hrsg.: Arbeitskreis "Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder" im Auftrag der Statistischen Ämter der 16 Bundesländer, des Statistischen Bundesamtes und des Statistischen Amtes Wirtschaft und Kultur der Landeshauptstadt Stuttgart 2022.

Kontakt für Rückfragen.

www.projectm.de

www.kompetenzzentrum-tourismus.de

www.eti-institut.de

www.destinationquality.de

www.gesundheit-tourismus-blog.com

PROJECTM.Tourismusinnovation

www.linkedin.com/company/project-m-gmbh

Peter Herrmann
Senior Consultant
Tel. 040.419 23 96 0
peter.herrmann@
projectm.de

Peter C. Kowalsky
Senior Consultant
Tel. 040.419 23 96 16
peter.kowalsky@
projectm.de

Jenny Meyer
Junior Consultant
Tel. 040 2022 8888 17
jenny.meyer@
projectm.de

PROJECT M

PROJECT M GmbH
Steinhöft 9
20459 Hamburg

GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier
Mitglieder der Geschäftsführung: Dr. Mathias Feige, Detlef Jarosch, Tobias Klöpf, Peter C. Kowalsky, Dr. Katja Zielke

TÄTIGKEIT

CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus

TEAM

INTERDISZIPLINÄR

mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten…)

WISSEN

STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter

STANDORTE

Hamburg
München