

für die Stadt Nürnberg 2013

tourismus.nuernberg.de



WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS für die Stadt Nürnberg 2013

INHALT

Vorwort Dr. Ulrich Maly - Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg	Seite 04
Vorwort Dr. Michael Fraas -	
Berufsmäßiger Stadtrat und	
Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg	Seite 04
Definitionen und Methodik	Seiten 05-09
Definitorische Abgrenzung	Seite 05
Datenquellen	
Berechnungsweg	
Ergebnisse für die Stadt Nürnberg	Seiten 10-11
• Eckdaten	Seite 10
Bedeutung der touristischen Segmente	Seite 10
Beschäftigungseffekte durch den Tourismus	
Steueraufkommen und -einnahmen durch den Tourismus	Seite 11
Ergebnisse der Haushaltsbefragung	Seiten 12-13
Touristische Aufenthaltstage, Ausgaben und Umsätze	Seite 12
Die wichtigsten Besuchsgründe	Seite 13
Evaluierung der geschäftlich	
motivierten Übernachtungen	Seien 14-15
Grundlagen und Methode	Seite 14
Struktur der Übernachtungsgäste	
Übernachtungsentwicklung	Seite 15

für die Stadt Nürnberg 2013

VORWORTE



Sehr geehrte Damen und Herren,

Nürnberg ist ein attraktives Städtereiseziel. Über 1,5 Millionen Gäste aus aller Welt mit rund 2,7 Millionen Übernachtungen allein in 2013 bestätigen dies. Und der Tourismus ist ein wichtiger Umsatzbringer und Arbeitgeber in der Stadt Nürnberg. Die Intensivierung der Marketingmaßnahmen in enger Kooperation mit allen Beteiligten zahlt sich aus.

Nürnberg-Besuche stehen aus dem In- und Ausland weiter hoch im Kurs. Die Gründe für eine Übernachtung sind vielfältig: Geschäftstermin, attraktive Messen, interessante Kongresse oder eine Entdeckungsreise durch eine Kulturstadt mit einem unwiderstehlichen gastronomischen Angebot. Hinzu kommen die zahlreichen Tagesgäste und Besucher, die nicht durch Übernachtungsstatistiken erfasst werden.

Die Ergebnisse der Studie im Auftrag der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg machen die direkte Verflechtung von Tourismusförderung und Wirtschaftskraft in der Stadt und den Facettenreichtum des Tourismus in Nürnberg deutlich. Sie zeigt, dass Investitionen in den Tourismus vielen Menschen – und gerade auch den Bürgerinnen und Bürgern – der Stadt zugutekommen.

Verkehrsverein Nürnberg e.V. Der Vorsitzende

Dr. Ulrich Malv

Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg



Sehr geehrte Damen und Herren,

der Tourismus in Nürnberg ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und Wachstumsmotor. Diese Studie untermauert dies mit Zahlen und Fakten.

Nürnberg konnte sich in den letzten Jahren als attraktive Tourismus-Destination behaupten. Hieran hat der Tourismusfonds, aus dem gezielte Werbemaßnahmen für das Städtereiseziel Nürnberg finanziert werden, einen wesentlichen Anteil. Auch konnte Nürnberg seine Position als Messe- und Kongressplatz von internationalem Rang ausbauen – dank einer erfolgreichen NürnbergMesse, die ein wesentlicher Treiber für den Geschäftsreiseverkehr ist, einem aktiven NürnbergConvention Bureau und der Kongress-Initiative Nürnberg.

Einzelhandel, Gastronomie, Unterhaltung, Kunst, Kultur und Beherbergungsbetriebe profitieren von den zahlreichen Gästen und Besuchern Nürnbergs. Auch der gesellschaftliche Nutzen ist liegt auf der Hand: Es werden Arbeits- und Ausbildungsplätze geschaffen und die Steuereinnahmen tragen zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben im Interesse des Gemeinwohls bei.

Diese Studie verdeutlicht eindrucksvoll, warum es sinnvoll ist, in den Tourismus und das Kongresswesen zu investieren und sich gemeinsam für Nürnberg als Tourismus- und Kongressstandort stark zu machen.

Verkehrsverein Nürnberg e.V. Mitglied des Vorstands

Dr. Michael FraasWirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

für die Stadt Nürnberg 2013

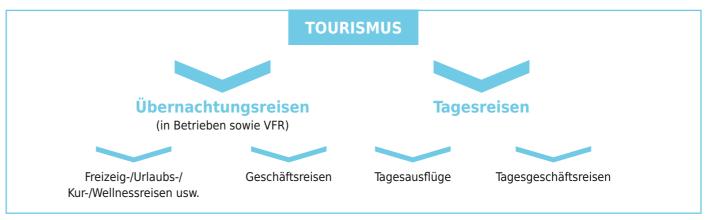
DEFINITION UND METHODIK



DEFINITION TOURISMUS

Im Sinne der Welttourismusorganisation (UNWTO) wird Tourismus wie folgt definiert:

- Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen,
- sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken
- nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten.



Quelle: dwif 2014; in Anlehnung an UNWTO (1995)



ABGRENZUNG DES ÜBERNACHTUNGS- UND TAGESTOURISMUS

ÜBERNACHTUNGSTOURISMUS

Alle **Übernachtungsreisen** gehören unabhängig vom Anlass (Urlaubs-/Geschäftsreise, Kur etc.) zur touristischen Nachfrage.

Das dwif berücksichtigt grundsätzlich:

- Gewerbliche Betriebe < 10 Betten
- ullet Privatquartiere < 10 Betten
- Touristik- und Dauercamping

Sondersegmente, die bei Bedarf erhoben, bzw. herangezogen werden:

- Übernachtungen bei Verwandten/Bekannten (VFR)¹
- Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen
- Freizeitwohnsitze, Bootsliegeplätze etc.

TAGESTOURISMUS

Einen **Tagesausflug** beschreibt jedes Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das...

- nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient (z. B. Lebensmittel) und
- nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z. B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge).

Eine **Tagesgeschäftsreise** bezeichnet das Verlassen des ständigen Arbeitsplatzes zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben außerhalb der Gemeindegrenze. Nicht jedoch:

- Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage)
- Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z. B. so genannte "Dienstgänge")

Quelle: dwif 2014. ¹ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen (sog. Sofatourismus) können nur durch eine repräsentative Haushaltsbefragung ermittelt werden.

4

WIRTSCHAFTSFAKTOR

WIRTSCHAFTSFAKTOR

DEFINITION UND METHODIK



DATENOUELLEN

EXTERNE DATEN

Das dwif recherchiert alle extern verfügbaren Daten, die für die Erstellung der Studie hilfreich sind. Dies umfasst u. a.:

- Sonderauswertungen aus der amtlichen Beherbergungs- und Umsatzsteuerstatistik
- Gemeindestatistiken (z. B. Einwohner- und Haushaltszahlen)
- Daten aus den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen der Länder
- · Auskünfte und Datenmaterial der Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg (z. B. Kataloge, Statistiken, Besucherzahlen, Einschätzungen der Experten vor Ort) sowie Gespräche mit sonstigen Leistungsträgern und Interessensvertretern
- · vorhandene Gutachten, Entwicklungskonzepte, sowie weitere relevante Analysen
- Internetrecherchen

dwif-INTERNE DATEN

Wichtige Daten für die Berechnungen werden dwif-internen Datenbanken und Studien entnommen:

- Untersuchungen zu den Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland
- Studien zu den Tagesreisen der Deutschen
- · Betriebsvergleiche für die Hotellerie und Gastronomie
- Exklusive Datenbanken aller Hotelbetriebe in Deutschland (u. a. Kapazitäten, Preisstrukturen, Kettenhotellerie)
- Analysen zum Camping- und Privatvermietermarkt in Deutschland
- Segmentspezifische Untersuchungen (z. B. Städtetourismus, Kulturtourismus, Radtourismus, Jugendherbergstourismus etc.)

übernachtungen erhebt das dwif die Anzahl der verfügbaren

Gewerbliche Übernachtungen ≥ 10 Betten

Die gewerblichen Übernachtungen liefert (in der Regel) die amtliche Beherbergungsstatistik. Die einzelnen Betriebstypen (z. B. Hotellerie, Jugendherbergen, Ferienwohnungen) werden gesondert ausgewiesen und vom dwif auf Plausibilität geprüft und gegebenenfalls angepasst.

VOLUMEN - ÜBERNACHTUNGSGÄSTE

Privatvermieter < 10 Betten

Das Gesamtangebot dieses Segments wird (falls keine Statistiken hierzu vorliegen) primär erhoben und mit einer durch das dwif spezifisch ermittelten Auslastung hinterlegt. Diese basiert auf Analysen vorliegender Studien, Statistiken und Auskünfte.

Touristik- und Dauercamping

Angaben zu Übernachtungen auf Touristikstellplätzen liefern normalerweise die amtliche Statistik sowie Recherchen und Berechnungen des dwif. Zur Bestimmung aller CampingDauerstellplätze. Übernachtungen auf diesen basieren auf Hochrechnungen des dwif sowie Einschätzungen und Statistiken der Akteure vor Ort.

Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen

Die Bestimmung der Übernachtungen in diesem Segment erfolgt auf Basis von Zulieferungen des Auftraggebers (Anzahl Stellplätze / verkaufte Parktickets etc. / wenn möglich Übernachtungszahlen) oder auf Detailrecherchen des dwif. Die Übernachtungen können dann u. a. auf Basis von Grundlagenstudien des dwif zum Campingmarkt in Deutschland hochgerechnet werden.

Übernachtungen bei Verwandten/Bekannten (VFR)

Dieses Segment wird durch eine repräsentative Haushaltsbefragung im Untersuchungsgebiet ermittelt.



VOLUMEN - TAGESREISENDE

Die Anzahl der Tagesreisen in Nürnberg zu ermitteln ist ein komplexer Vorgang. Eine einfache Übertragung von Relationen übergeordneter Regionen (z. B. Städteregion Nürnberg) oder anderer Städte würde hierbei zu falschen Ergebnissen führen. Das dwif berechnet die Werte individuell und der jeweiligen Situation vor Ort angepasst. Die Analysen ergeben erst nach zahlreichen Plausibilitätskontrollen ein verlässliches Bild des Tagestourismus in Nürnberg.

Hierbei werden eine Vielzahl unterschiedlichster Datenquellen herangezogen, u. a.:

- dwif Grundlagenuntersuchungen zu den "Tagesreisen der Deutschen"
- Ortsspezifische Gegebenheiten wie Ortstypen (Großstadt?; Kurort?; Badeort?; Messestandort?; sonstige Gemeinde? etc.), Ortsgrößen und -lagen, touristisches sowie allgemeines Angebot (Shoppingmöglichkeiten, Freizeiteinrichtungen, Gastronomieangebot etc.)
- Ortsspezifische Hintergrundzahlen (z. B. Besucherzahlen von Einrichtungen und Veranstaltungen, Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet)
- Zahlreiche Statistikanalysen (z. B. Sonderauswertungen aus den Umsatzsteuerstatistiken)
- Durch jahrzehntelange Erfahrungen ermittelte dwif-interne Kennziffern

Bei der Ermittlung des Tagestourismus werden weder zeitliche (Reisedauer in h) noch entfernungsbezogene (Distanz in km) Einschränkungen vorgenommen und somit alle Tagesreisen erfasst!



TAGESAUSGABEN DER GÄSTE



Die Ermittlung der Ausgaben der Übernachtungsgäste erfolgt nach einem mehrstufigen System. Ausgangspunkt sind die individuellen Ausgaben der Gäste, die, differenziert nach den jeweils genutzten Unterkunfts- und Preiskategorien, entsprechend der ortsspezifischen Situation gewichtet werden. Hierbei benutzt das dwif exklusive Datenbanken und Originalwerte aus hausinternen Grundlagenuntersuchungen.

Die ausgewiesenen Werte spiegeln somit das individuelle Ausgabeverhalten der Gäste in Nürnberg wider.

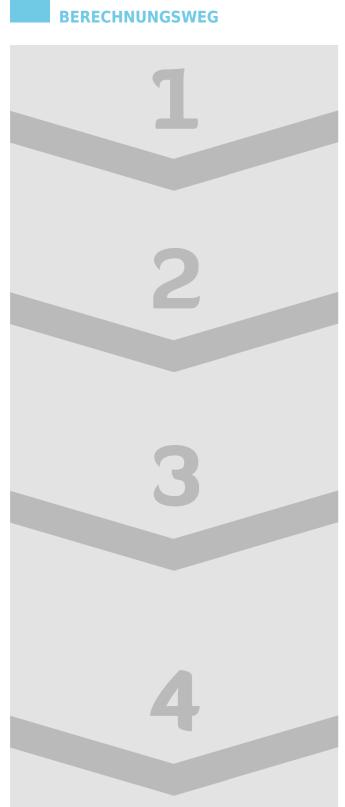


Die Ausgaben der Tagesbesucher werden vom dwif individuell für das Zielgebiet ermittelt. Eine unreflektierte Übernahme veröffentlichter Ausgabenwerte für übergeordnete Regionen oder andere Kommunen würde zu falschen Ergebnissen führen. Ausgangspunkte für die dwif-Berechnungen sind unter anderem:

- · Sonderauswertungen der dwif-Grundlagenuntersuchungen "Tagesreisen der Deutschen" für die im Zielort relevanten Ausflugsaktivitäten,
- ortsspezifische Analysen der relevanten Freizeitangebote (z. B. Eintrittspreise, Fahrpreise) und
- Plausibilitätstests u. a. anhand von Sonderauswertungen der Umsatzsteuerstatistik.

DEFINITION UND METHODIK





Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)

Nachfrageumfang x Tagesausgaben = Bruttoumsatz

Die Umsätze werden differenziert nach Marktsegmenten (Übernachtungsgäste, Tagesbesucher, etc.) sowie profitierenden Branchen (Gastgewerbe, Einzelhandel, sonstige Dienstleister) dargestellt.

Nettoumsätze (exkl. MwSt.)

Bruttoumsatz - Mehrwertsteuer = Nettoumsatz

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 touristischen Ausgaben ergeben sich folglich ganz orts- oder regionsspezifische Abzüge vom Bruttoumsatz.

Einkommenswirkungen der ersten Umsatzstufe (EW 1)

Nettoumsatz x Wertschöpfungsquote = EW 1

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.

Einkommenswirkungen der zweiten Umsatzstufe (EW 2)

(Nettoumsatz - EW 1) x Wertschöpfungsquote = EW 2

Bei der zweiten Umsatzstufe werden alle Einkommenswirkungen bei den Vorleistungslieferanten (Nettoumsatz - EW 1) dargestellt, die zur Aufrechterhaltung der touristischen 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).

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

Touristischer Einkommensbeitrag

(EW 1 + EW 2): Primäreinkommen (PE) = **Tourismusbeitrag zum PE in %**

Die Summe der touristischen Einkommensbeiträge aus den beiden Umsatzstufen wird durch das gesamte Primäreinkommen vor Ort geteilt. Daraus lässt sich der relative Beitrag des Tourismus zum Gesamteinkommen im Untersuchungsgebiet ableiten.

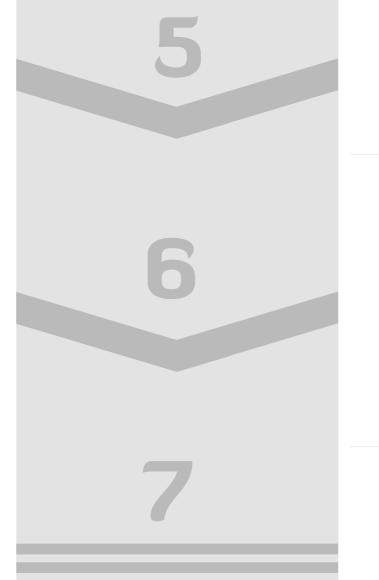
Beschäftigungswirkung

(EW 1 + EW 2): Primäreinkommen pro Kopf = Einkommensäguivalent

Durch Division des nominalen Einkommensbeitrages aus dem Tourismus durch das von der amtlichen Statistik für das Untersuchungsgebiet ausgewiesene "durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf und Jahr" lässt sich die Anzahl der Personen (= Einkommens-äquivalent) errechnen, die (rein theoretisch) ihr durchschnittliches Primäreinkommen vollständig aus touristischen Einkommensquellen bestreiten könnten. Die tatsächliche Zahl, der anteilig oder voll vom Tourismus abhängigen Arbeitsplätze einer Region ist in der Regel wegen hoher Anteile von Saison- und Teilzeitbeschäftigten deutlich höher, kann jedoch nur über aufwändige Primärerhebungen ermittelt werden.

Steuereffekte aus den touristischen Umsätzen

Das aus dem Tourismus 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, die die Gäste (z.B. Kurtaxe) oder die Unternehmen am Ort (z. B. Fremdenverkehrsabgabe) zu tragen haben. Ohne aufwändige Primärerhebungen sind die den einzelnen Gebietskörperschaften zufließenden Steuereinnahmen jedoch nicht im Detail zu ermitteln.



für die Stadt Nürnberg 201

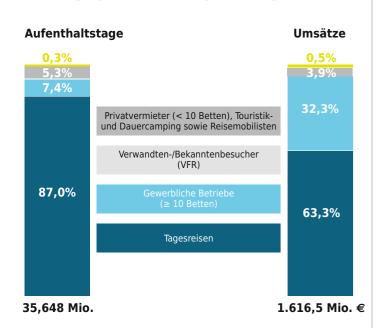
ERGEBNISSE FÜR DIE STADT NÜRNBERG

ECKDATEN NÜRNBERG

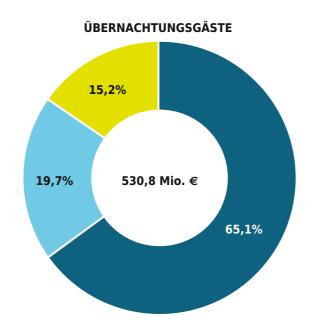
NÜRNBERG					
Einwohner (Stand: 30.09.2013) ¹	497.843				
Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben	2,748 Mio.				
Übernachtungen bei Verwandten/Bekannten (VFR)	1,9 Mio.				
Tagesreisen	31,0 Mio.				

Quelle: dwif 2014. $^{\rm 1}$ Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Schweinfurt 2014.

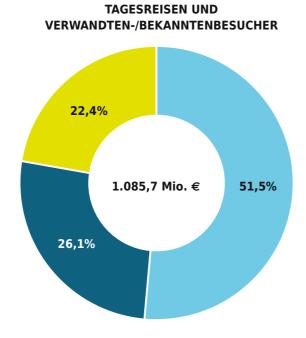
BEDEUTUNG DER TOURISTISCHEN SEGMENTE IN NÜRNBERG



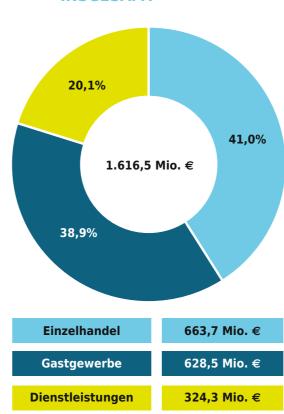








DIREKTE PROFITEURE DES TOURISMUS IN NÜRNBERG INSGESAMT



STEUER<u>AUFKOMMEN</u> UND -<u>EIN-</u> NAHMEN DURCH DEN TOURISMUS



Fremdenverkehrsbeitrag (Gewerbe)
Gundesteuer
Gewerbesteuer
Zweitwohnungsteuer
...Tourismsahnahe (Gast

Alleine aus **Mehrwertsteuer + Einkommensteuer** resultieren **ca. 155,8 Mio.** € Steuer<u>aufkommen</u> aus dem Tourismus in Nürnberg, welches jedoch als Gemeinschaftssteuer Bund, Ländern und Kommunen zukommt.

Die der Kommune Nürnberg zufließenden touristisch bedingten Steuer<u>einnahmen</u> lassen sich nur über umfangreiche Primäranalysen (Haushaltsanalyse) ermitteln.

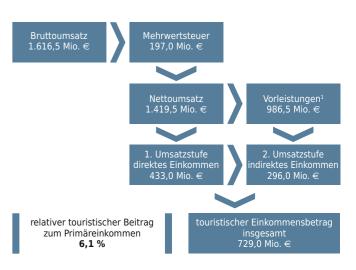
Untersuchungen des dwif¹ zeigten, dass den Kommunen durchschnittlich zwischen einem und weit mehr als drei Prozent der touristischen Nettoumsätze als Steuereinnahmen aus dem Tourismus zufließen.

Quelle: dwif 2014. ¹ vgl. Ergebnisse der Sparkassen-Tourismusbarometer Untersuchunger für Ostdeutschland sowie Westfalen-Lippe.

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

für die Stadt Nürnberg 2013

ABLEITUNG DER DIREKTEN UND INDIREKTEN TOURISTISCHEN EINKOMMENSWIRKUNGEN



Quelle: dwif 2014. ¹Woher die Vorleistungen im Rahmen dieser 2. Umsatzstufe bezogen werden (z. B. Nürnberger Umland, Rest Bayern sonstiges Deutschland, Ausland) kann ohne detaillierte Erhebungen nicht ermittelt werden.

BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE DURCH DEN TOURISMUS

touristisches Einkommen insgesamt 729,0 Mio. €



30.140 Bezieher eines Ø-Primäreinkommen

Ø-Primäreinommen pro Kopf 24 191 - €¹

Der Einkommensbeitrag von 729,0 Mio. € entspricht einem Äquivalent von rund 30.140 Personen, die durch die touristische Nachfrage in Nürnberg ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 24.191,- €) pro Kopf beziehen. Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus in Nürnberg beschäftigten Personen gleichgesetzt werden! Die exakte Bestimmung der Beschäftigungswirkungen des Tourismus ist nur über aufwändige Pirmärerhebungen möglich, da beispielsweise viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben (Verkäufter im Einzelhandel bedienen auch Einheimische, Servicepersonal in der Gastronomie kümmert sich nicht nur um Gäste etc.).

Quelle: dwif 2014. ¹ Wert für die Stadt Nürnberg, vgl. hierzu Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder, Statistische Ämer der Länder; Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen Deutschlands 2000 bis 2011, Reihe 2, Kreisergebnisse Band 3, Stuttgart 2012

für die Stadt Nürnberg 201

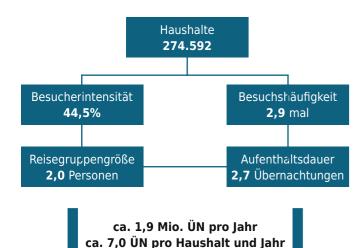
ERGEBNISSE DER HAUSHALTSBEFRAGUNG

TOURISTISCHE AUFENTHALTSTAGE, AUSGABEN UND UMSÄTZE IN NÜRNBERG¹

Segment	Aufenthaltstage	Х	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
	+				+
Gewerbliche Betriebe ²	2,629 Mio.	Х	198,90 €	=	522,7 Mio €
	+				+
Privatvermieter, Touristik- u. Dauercamping, sowie Reisemobilisten³	0,119 Mio.	Х	67,90 €	=	8,1 Mio. €
	+				+
Verwandten-/Bekanntenbesucher (VFR) ⁴	1,9 Mio.	Χ	33,- €	=	62,7 Mio. €
	+				+
Tagesreisen	31,0 Mio.	Χ	33,- €	=	1.023,0 Mio. €
	=				=
GESAMT	35,648 Mio.				1.616,5 Mio €

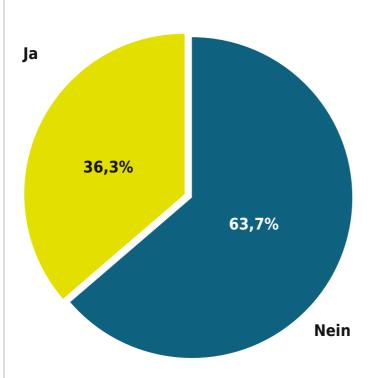
Quelle: dwif 2014. ¹ Alle nicht mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. ² Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Schweinfurt 2014; ³ Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Schweinfurt 2014 sowie eigene Berechnungen des dwif u. a. auf Basis: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, dwif 2014. ⁴ Repräsentative Haushaltsbefragung des dwif, München 2014. Die Angaben sind als gerundete Werte zu verstehen.

VERWANDTEN- UND BEKANNTENBESUCHER IN DEN PRIVATWOHNUNGEN DER NÜRNBERGER HAUSHALTE¹

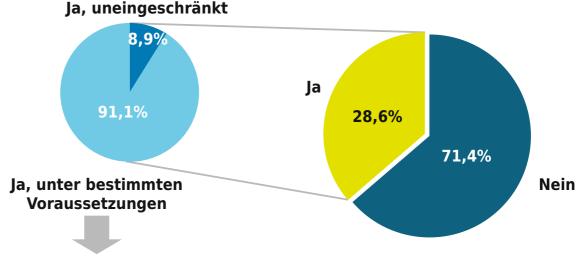


Quelle: dwif 2014. ¹Ergebnisse einer repräsentativen Haushaltsbefragung in Nürnberg im Frühjahr 2014. Die Haushaltszahlen basieren auf Statistikveröffentlichungen der Stadt Nürnberg.





"IST ES FÜR SIE EIN THEMA, IHRE GÄSTE IN DER ZUKUNFT IN EINEM BEHERBERGUNGSBETRIEB UNTERZUBRINGEN?"



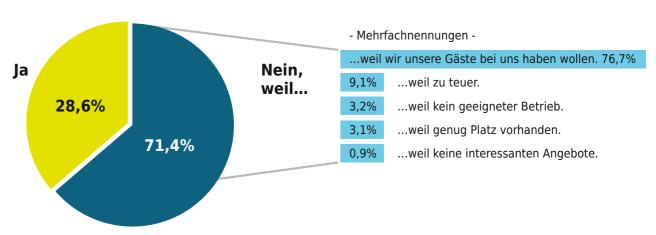
71% wenn zu viele Gäste kommen wie bei Familienfeiern

17% bei (zu) fremden Gästen / (zu) entferneten Verwandten

- Mehrfachnennungen

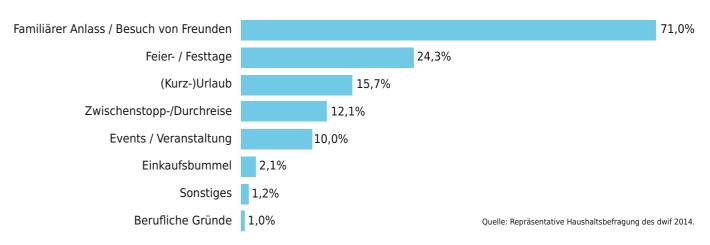
Quelle: Repräsentative Haushaltsbefragung des dwif 2014.

"IST ES FÜR SIE EIN THEMA, IHRE GÄSTE IN DER ZUKUNFT IN EINEM BEHERBERGUNGSBETRIEB UNTERZUBRINGEN?



Quelle: Repräsentative Haushaltsbefragung des dwif 2014. Darstellung nur schematisch (nicht den relativen Größen entsprechend).

"WELCHES SIND DIE WICHTIGSTEN BESUCHSGRÜNDE IHRER BESUCHER?"



für die Stadt Nürnberg 2013

EVALUIERUNG DER GESCHÄFTLICH MOTIVIERTEN ÜBERNACHTUNGEN



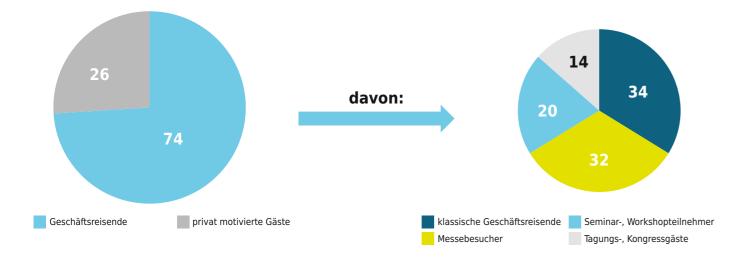
GRUNDLAGEN UND METHODE

- Grundlage für folgende Ergebnisse ist eine im Juni/Juli 2014 durchgeführte Online-Befragung von 97 Beherbergungsbetrieben in der Stadt Nürnberg. Die Zusammenstellung der Unterkunftsbetriebe erfolgte durch den Auftraggeber.
- In der Befragung sollten die Betriebe Angaben zu ihrer Gästestruktur machen. Darüber hinaus wurden sie um eine rück- sowie ausblickende Einschätzung zur Übernachtungsentwicklung gebeten.
- Eine bzw. zwei Wochen nach dem ersten Versand des Online-Fragenbogens, erhielten die noch nicht teilnehmenden Betriebe eine Erinnerungsmail, mit der nochmaligen Bitte um Beantwortung der Fragen.
- Insgesamt wurde der Fragebogen von 66 Betrieben beantwortet, die für 66% der gesamten Übernachtungen in gewerblichen Unterkünften (> 10 Betten) in Nürnberg* im Jahr 2013 verantwortlich sind. Die nachfolgende Hochrechnung basiert folglich auf einer hervorragenden Basis.
- Die Angaben der teilnehmenden Betriebe wurden entsprechend ihrer Bedeutung (Übernachtungen / Betten) gewichtet.

*ohne Camping

STRUKTUR DER ÜBERNACHTUNGSGÄSTE IN DER STADT NÜRNBERG (in %)

Frage: "Wie setzen sich die Übernachtungen in Ihrem Betrieb zusammen?"



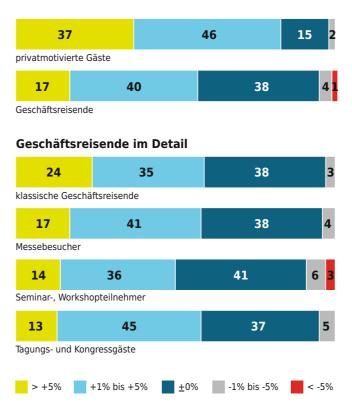
- Geschäftsreisende sind die eindeutig dominierende Gästegruppe in der Stadt Nürnberg.
 Bei knapp drei Viertel der Übernachtungen in den teilnehmenden Betrieben liegt ein geschäftliches Motiv zugrunde.
- Bei näherer Betrachtung der Geschäftsreisenden in den antwortenden Unterkünften, wird neben den klassischen Geschäftsreisen die große Bedeutung der Messebesucher deutlich. 32% der geschäftlich motivierten Übernachtungen in Nürnberg werden aufgrund einer Messe getätigt. Das sind rund 24% aller gewerblichen Übernachtungen.
- Der Anteil der Übernachtungen durch internationale Geschäftsreisende an allen geschäftlich motivierten Übernachtungen beträgt über alle teilnehmenden Beherbergungseinrichtungen rund 26%.

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

für die Stadt Nürnberg 2013

ÜBERNACHTUNGSENTWICKLUNG NACH REISEMOTIV – RÜCKBLICK (ANGABEN IN %)

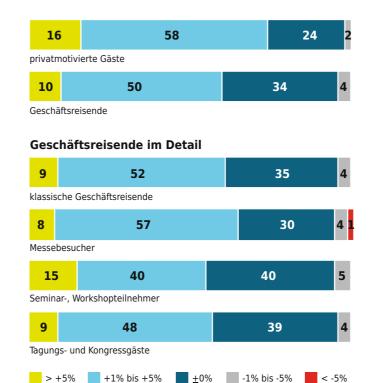
Frage: "Bitte beurteilen Sie die Entwicklung der Übernachtungen innerhalb der letzten drei Jahre in Ihrem Betrieb."



- In 83% der teilnehmenden Unterkünfte sind die Übernachtungen durch Privatreisende in den vergangenen drei Jahren gestiegen.
- Die Entwicklung der Geschäftsreisenden war ebenfalls sehr erfreulich. Auch hier sind in mehr als der Hälfte der teilnehmenden Betriebe die Übernachtungszahlen gestiegen – bei 17% sogar deutlich. Nur jeder zwanzigste Betrieb hatte mit Verlusten zu kämpfen.
- Bei der Betrachtung der verschiedenen Geschäftsreisearten zeigt sich:
- In zahlreichen Betrieben sind die Übernachtungen durch klassische Geschäftsreisende und Messebesucher am stärksten gestiegen.
- Ebenfalls überwiegend positiv, jedoch mit einer geringeren Dynamik, wurde die Entwicklung der Übernachtungen durch Tagungs- und Kongressgäste bewertet.
- Vergleichsweise viele Unterkünfte gaben an, in den letzten Jahren weniger Seminar- und Workshopteilnehmer beherbergt zu haben.

ÜBERNACHTUNGSENTWICKLUNG NACH REISEMOTIV – AUSBLICK (ANGABEN IN %)

Frage: "Bitte schätzen Sie die zukünftige Entwicklung der Übernachtungszahlen in den nächsten drei Jahren in Ihrem Betrieb ein."



- Rund drei Viertel der teilnehmenden Unterkünfte erwarten in den kommenden Jahren einen Übernachtungsanstieg durch privat motivierte Gäste.
- Die Prognosen für die Geschäftsreisenden sind ebenfalls überwiegend positiv. 60% der teilnehmenden Beherbergungsbetriebe erwarten diesbezüglich eine Steigerung der Übernachtungen. Weitere 36% gehen zumindest von stabilen Zahlen aus.
- Bei der Betrachtung der verschiedenen Geschäftsreisearten zeigt sich:
- 61% der antwortenden Betriebe gehen von einer Zunahme der Übernachtungen durch klassische Geschäftsreisende und Messebesucher aus.
- Je rund vier von zehn Unterkünften rechnen mit einer Stagnation der Nachfrage durch Tagungs- und Kongressgäste bzw. Seminar- und Workshopteilnehmer.



PROJEKTBEARBEITUNG:

dwif-Consulting GmbH:

Dr. Manfred Zeiner (m.zeiner@dwif.de) Alexander Neumann (a.neumann@dwif.de)

In Kooperation mit dwif e.V.:

Dr. Bernhard Harrer (b.harrer@dwif.de)

Sonnenstraße 27, 80331 München, Tel.: 089 / 23702890

München, Juli 2014

IMPRESSUM:

Herausgeber:

Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg Frauentorgraben 3, 90443 Nürnberg, Tel.: 0911 23360

tourismus@nuernberg.de

Bearbeitung:

Michael Schönemann

Grafik:

designlöwen nürnberg

09/2014