



Ergebnisse
der Studie

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Dortmund



Stadt Dortmund
Wirtschaftsförderung



DORTMUND
tourismus



Sehr geehrte Damen und Herren,

Tourismus – wer denkt da nicht an Urlaub, Sonne, Meer, andere Kulturen und Düfte. Tourismus in Deutschland – das sind fotografierende Asiaten in Neuschwanstein, Sandburgen um Strandkörbe

an der Nord- oder Ostsee oder Wandertouren in den Alpen. Allenfalls Kurztrips in die Hauptstadt, nach München oder Hamburg zählen noch dazu.

Vor allem wird Tourismus oft nicht mit einer Stadt wie Dortmund in Verbindung gebracht – auch nicht von den Einheimischen selbst. Da wundert es nicht, dass dieser Branche in Dortmund und vergleichbaren Städten eher wenig Bedeutung beigemessen wurde.

Aber nicht erst seit der FIFA-WM 2006 wandelt sich der Blick auf den Wirtschaftsfaktor Tourismus in Dortmund. Denn ein Tourist ist auch jemand, der eine Messe oder einen Kongress in Dortmund besucht. Managerinnen und Manager, die sich mit ihren Geschäftspartnern in einem Tagungshotel treffen, zählen genauso dazu wie auswärtige Konzert- oder Theaterbesucher. Und wenn Seniorengruppen aus Unna mit der Kleinbahn durch den Westfalenpark fahren, sind sie genauso Touristen wie die Familie aus dem Sauerland, die über den Westenhellweg bummelt und einkaufen geht.

Sie alle sind Gäste unserer Stadt, und es sind viel mehr als bislang angenommen. Die Gründe für den Besuch in Dortmund sind so vielfältig wie die Besucherinnen und Besucher selbst. Immer aber lockt das attraktive Angebot Dortmunds – ob als idealer Tagungs- und Kongressstandort, mit abwechslungsreichen Freizeitangeboten, mit außergewöhnlichen Kulturveranstaltungen oder als Einkaufsstadt, die nichts zu wünschen übrig lässt.

Jahr für Jahr kommen mehr Gäste. Das zeigt die jährliche Übernachtungsstatistik des Landes NRW. Und die fotografierenden Asiaten, Jugendliche mit dicken Rucksäcken auf dem Rücken oder Gruppen von Englisch sprechenden Menschen, die sich über einen Stadtplan beugen, gehören immer mehr zum Stadtbild.

Diese Entwicklung hat direkte, positive Auswirkungen auf die Dortmunder Wirtschaft. In welchem Maße, belegt die nun vorliegende Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Dortmund“. Die Ergebnisse mögen viele überraschen, eines aber zeigen sie deutlich: Der Tourismus ist in Dortmund ein beachtlicher Wirtschaftsfaktor. Mit mehr als 800.000 Übernachtungsgästen 2007 und im Durchschnitt insgesamt täglich 116.000 Besuchern garantiert er Branchen wie Einzelhandel, Gastronomie oder Hotellerie einen Bruttoumsatz von 1,35 Mrd. €, schafft und sichert eine Vielzahl von Arbeits- und Ausbildungsplätzen und bewirkt letztendlich auch Steuerzuflüsse in die Dortmunder Stadtkasse. So zeigt sich, dass Investitionen in den Tourismus dem Wirtschaftsstandort Dortmund zu Gute kommen. Auch aus diesem Grund ist es wichtig, dass an der Profilierung Dortmunds gefeilt wird.

Daher werden wir weiter an dem gemeinsamen Ziel arbeiten, das Produkt „Destination Dortmund“ zu gestalten, entsprechend zu vermarkten und damit den Wirtschaftsfaktor Tourismus zu stärken. Denn die vorliegende Studie soll nur ein Zwischenergebnis auf dem Weg sein, unsere Stadt in den oberen Regionen des Städtetourismus' in Deutschland zu etablieren. Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre.

Dr. Ludvig Jörder

Vorstandsvorsitzender DORTMUND*tourismus* e.V.

Udo Mager

Geschäftsführer Wirtschaftsförderung Dortmund

| | | |
|-------|--|----|
| I. | Dortmund – eine Destination mit vielen Facetten | 4 |
| II. | Tourismus – eine definitorische Abgrenzung..... | 5 |
| III. | Querschnittsbranche Tourismus – eine aufwändige Datenanalyse..... | 6 |
| IV. | Touristische Nachfrage in Dortmund – ein Garant für Umsatz..... | 7 |
| V. | Gästeausgaben am Aufenthaltsort – ein Mehrwert für die Stadt | 11 |
| VI. | Touristische Umsätze – ein häufig unterschätzter Wirtschaftsfaktor | 12 |
| VII. | Profitierende Branchen – eine weit verzweigte Umwegrentabilität..... | 13 |
| VIII. | Wertschöpfung – Einkommen bleibt in der Stadt Dortmund..... | 14 |
| IX. | Beschäftigungseffekte – eine Branche schafft Arbeitsplätze..... | 15 |
| X. | Steuereffekte – ein Profit für Dortmund | 15 |
| XI. | Tourismus in Dortmund – eine beeindruckende Bilanz..... | 15 |
| XII. | DORTMUND <i>tourismus</i> – ein Unternehmen für Dortmund und Gäste | 16 |
| XIII. | Wirtschaftsfaktor Tourismus – Berechnungsschema..... | 17 |
| XIV. | Fußnoten | 18 |

München, im Januar 2008

Projektbearbeitung:

Lars Bengsch, l.bensch@dwif.de

Dr. Bernhard Harrer, b.harrer@dwif.de

Susanne Grasegger, s.grasegger@dwif.de

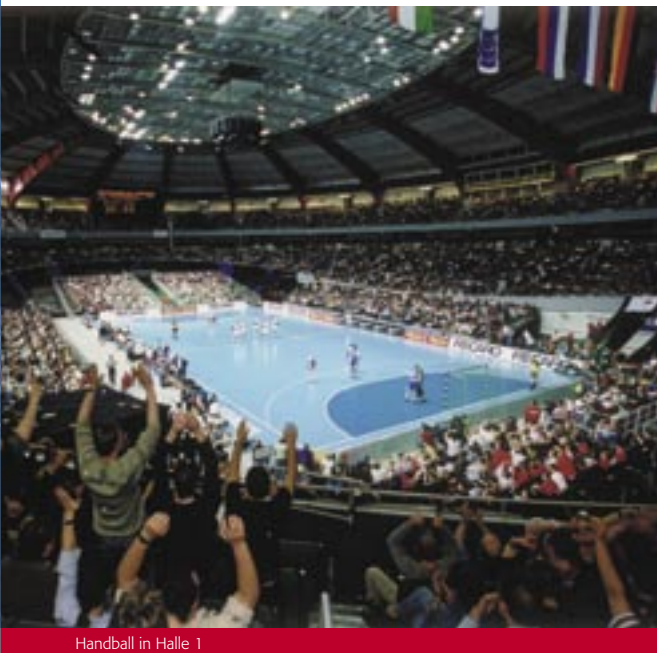
Tel. +49 (0) 89 23 70 28 90

I. Dortmund – eine Destination mit vielen Facetten

Zum Tourismus zählen nicht nur die Reisen der Deutschen ins benachbarte oder auch ferne Ausland. Tourismus spielt sich auch im Inland ab, immerhin ist Deutschland das beliebteste Reiseland der Deutschen. Speziell die Großstädte mit ihren weit überdurchschnittlichen Zuwachsraten bei den Übernachtungszahlen haben sich in den letzten Jahren zum maßgeblichen Impulsgeber für den Inlandtourismus entwickelt. Das urbane Aktivitätenspektrum ist einzigartig, facettenreich und modern zugleich. Dortmund ist zudem gekennzeichnet durch den Wandel von einem durch Stahl und Kohle geprägten Zentrum des Ruhrgebietes zu einem pulsierenden Wirtschaftsstandort für zukunftsweisende Wachstumsbranchen. Das „Neue Dortmund“ und „(...) seine Menschen befinden sich in einem Umbruch, gleichermaßen geprägt durch Besinnung auf Tradition und Mut zur Innovation“¹. Diese Vielfältigkeit spiegelt sich auch im Angebot der Metropole wider:

- Das Beherbergungsangebot reicht von Privatquartieren und Campingstellplätzen bis hin zu Spitzenhäusern mit 4-Sterne S-Niveau. In den rund 76 gewerblichen Beherbergungsbetrieben werden ca. 5.500 Gästebetten angeboten².
 - Sehenswürdigkeiten wie z.B. die Zeche Zollern II/IV, der Westfalenpark mit dem Fernsehturm „Florian“, das Casino Hohensyburg, die Westfalahallen Dortmund, und die vielen anderen Attraktionen leisten einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zum Bekanntheitsgrad und zur Anziehungskraft der Stadt.
- Zur Freizeitgestaltung gibt es vielfältige Möglichkeiten:
 - Kultur, Kunst und Geschichte (z.B. zahlreiche Industriedenkmäler, viele Theater und Museen, Burgen, Schlösser, Herrnsitze und Parks, Kirchen, Konzerthaus u.v.m.),
 - Feste und Veranstaltungen (z.B. der Dortmunder Weihnachtsmarkt, die Internationalen Kulturtage der Stadt Dortmund, das Literaturfestival LesArt, der Hansemarkt, das Micro!Festival u.v.m.),
 - Sport (z.B. der traditionsreiche Fußball-Bundesligist Borussia Dortmund, das 6-Tage-Rennen, das internationale Chess-Meeting, der Olympiastützpunkt Westfalen, der Eishockeyverein EHC Dortmund, das Internationale Reitturnier, zahlreiche Schwimmbäder, Golfplätze, mehrere FunSportanlagen u.v.m.),
 - Radfahren und Klettern (Fahrradwegenetz, Mountainbike-Arena, Kletteranlagen, Hochseilgarten),
 - Parks- und Grünflächen (z.B. der Westfalenpark, der Rombergpark, der Fredenbaumpark, der Revierpark Wischlingen oder der Dortmunder Zoo) oder
 - sonstige Aktivitäten (z.B. Bummeln durch die City, genussreiches Erleben der vielfältigen Gastronomieszene, abendliche Vergnügungstouren durch die zahlreichen Kneipen und Clubs der Stadt)
 - Die vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten aller Stilrichtungen mit großen Preisspannen stehen natürlich nicht nur den Einheimischen, sondern auch den Touristen zur Verfügung.
 - Von besonderer Bedeutung sind die vielen Tagungen, Kongresse und Messen in den Westfalahallen Dortmund, in Tagungshotels und besonderen Locations der Stadt. Zudem wird das Dortmunder Angebot in einem hohen Maße von Geschäftsreisenden genutzt.

4



Handball in Halle 1

II. Tourismus – eine definitorische Abgrenzung

Bevor näher auf die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus für Dortmund eingegangen werden soll, muss zunächst die Frage beantwortet werden, welche Segmente denn überhaupt zur touristischen Nachfrage zählen. Grundsätzlich ist eine Unterscheidung zwischen Tages- und Übernachtungsgästen vorzunehmen. Als wichtigste Marktsegmente kristallisieren sich folgende Nachfragegruppen heraus:

Tagestourismus

Eine Mindestdauer oder -entfernung ist bei der Abgrenzung des Tagestourismus nicht festgelegt. Zum Tagestourismus zählen Tagesausflüge und -geschäftsreisen.

Als Wohnortausflug zählt jedes Verlassen des Wohnumfeldes, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

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

Das Wohnumfeld ist in der Regel mit der Gemeindegrenze gleichzusetzen. Bei Großstädten (mit mehr als 100.000 Einwohnern) zählt das Verlassen des jeweiligen Stadtbezirkes.

Der Tagesgeschäftsverkehr umfasst alle Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben, die über den Arbeitsort hinausführen. Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde und zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz haben keine touristische Relevanz.

Übernachtungstourismus

Bei der Übernachtungsnachfrage (In- und Auslandsnachfrage) wurden folgende Segmente berücksichtigt:

- Amtliche Beherbergungsstatistik (Betriebe mit mehr als 8 Betten) einschließlich der Betriebsarten Hotels, Hotels Garnis, Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen, Heime, gewerbliche Ferienwohnungen/-häuser
- Privatvermieter mit weniger als 9 Betten
- Touristik- und Dauercamping
- Verwandten-/Bekanntbesuche in den Privatwohnungen der Einheimischen

Bei den Übernachtungsgästen zählen alle Reisemotive zur touristischen Nachfrage, egal ob Kurgast, privat oder geschäftlich unterwegs. Bei den Beherbergungsstätten wer-



Frühstück in Dortmund

den vom Top-Hotel über Kurkliniken, Gasthof, Erholungs-/Schulungsheimen, Jugendherbergen, Campingplätzen bis zum Privatvermieter alle Betriebstypen erfasst. In die Betrachtung müssen natürlich auch die Verwandten- und Bekanntenbesucher (Einheimischenbesucher) einbezogen werden, die in den Privatwohnungen der Einheimischen übernachten. Deren Aktivitätenspektrum während ihres Aufenthaltes unterscheidet sich oft nicht wesentlich von dem der anderen Touristen.

Diese Abgrenzung entspricht den definitorischen Vorgaben der Welttourismusorganisation.

Definition: Tourismus

Im Sinne der Welttourismusorganisation werden unter Tourismus

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

III. Querschnittsbranche Tourismus – eine aufwändige Datenanalyse

Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche. Dadurch wird er nicht als eigenständiger Wirtschaftszweig erfasst, und für die Berechnungen sind komplexe Analysen erforderlich.

Am Beginn der Erhebungsarbeiten zur Bestimmung der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus in der Stadt Dortmund stand die Sichtung aller vorhandenen Materialien. Zur Ermittlung der notwendigen Rahmendaten wurden unterschiedliche Quellen herangezogen:

Sonderauswertungen aus grundlegenden Forschungsarbeiten des dwif³:

- Grundlagenstudien über die Tagesreisen der Deutschen
- Ausgabenstrukturuntersuchungen bei Übernachtungsgästen in Deutschland
- Betriebsvergleiche für Hotels und andere Betriebe des Gastgewerbes
- Untersuchung zum Städte- und Kulturtourismus in Deutschland
- Analysen zum Campingtourismus als Wirtschaftsfaktor in Deutschland

Hintergrundinformationen aus zur Verfügung stehenden Unterlagen:

- Literaturrecherchen allgemeiner touristischer Publikationen
- Nutzung der amtlichen Statistik⁴ (z.B. Beherbergungsstatistik, Kapazitätserhebung, Umsatzsteuerstatistik, Einwohnerstatistik)
- Unterkunftsverzeichnis, Prospekte
- sonstige Informationsmaterialien

Alle Rahmendaten wurden entsprechend der jeweiligen Situation in Dortmund gewichtet.

6



Dortmund bei Nacht

IV. Touristische Nachfrage in Dortmund – ein Garant für Umsatz

Übernachtungstourismus in Dortmund

Insgesamt ist in Dortmund von jährlich 840.000 Übernachtungen auszugehen. Eine Differenzierung nach der Unterkunftsart verdeutlicht die spezifischen Schwerpunkte:

- In den gewerblichen Beherbergungsstätten mit 9 oder mehr Betten wurden im Jahr 2006 rund 763.000 Übernachtungen registriert⁵. Diese Daten werden vor dem Hintergrund des Meldegesetzes an das Statistische Landesamt geliefert, dort ausgewertet und in den statistischen Berichten dokumentiert.
- Für die nicht gewerblichen Privatvermieter mit weniger als 9 Betten wurden rund 17.000 Übernachtungen recherchiert.
- Bei den Campinggästen sind die Übernachtungen sowohl der Touristik- (10.000) als auch der Dauercamper (50.000) berücksichtigt. Beide Segmente ergeben zusammen 60.000 Übernachtungen.

Entsprechend deutlich wird, dass die Hotellerie das bei weitem wichtigste Angebotssegment darstellt.

Die Entwicklung der gewerblichen Übernachtungszahlen in Dortmund ist seit 2001 deutlich positiver als im Ruhrgebiet, in Nordrhein-Westfalen und in Deutschland insgesamt.

Dortmund konnte in den letzten sechs Jahren einen Anstieg der Übernachtungszahlen von rund 35% verzeichnen.

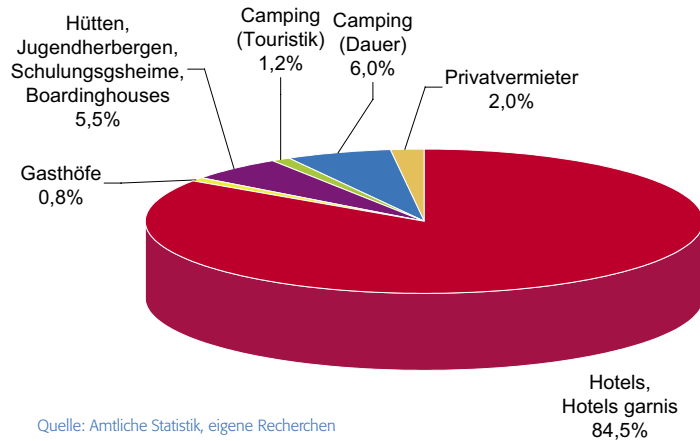
Auffällig ist, dass die Zahl der Ankünfte in Dortmund in den letzten sechs Jahren sogar um rund 47% angestiegen ist, also immer mehr Übernachtungsgäste in Dortmund begrüßt werden konnten.

Die Aufenthaltsdauer der Gäste in Dortmund ist im selben Zeitraum etwas gesunken. Lag diese im Jahr 2000 noch bei 1,8 Tagen, betrug sie 2006 nur noch 1,6 Tage. Für 2007 zeichnet sich keine Veränderung ab.

Deutschlandweit ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer zwischen 2000 von 3,0 Tagen auf einen Wert von 2,8 Tagen im Jahr 2006 gesunken.

Übernachtungen nach Unterkunftsart in Dortmund

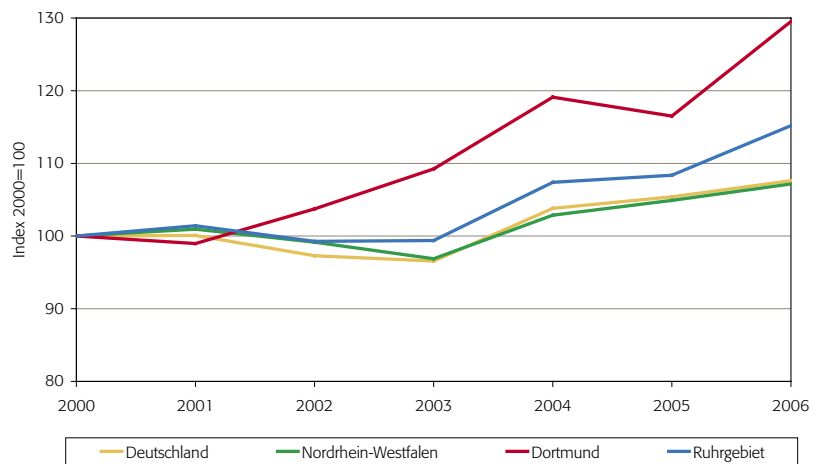
► insgesamt 840.000 Übernachtungen ◀



Quelle: Amtliche Statistik, eigene Recherchen

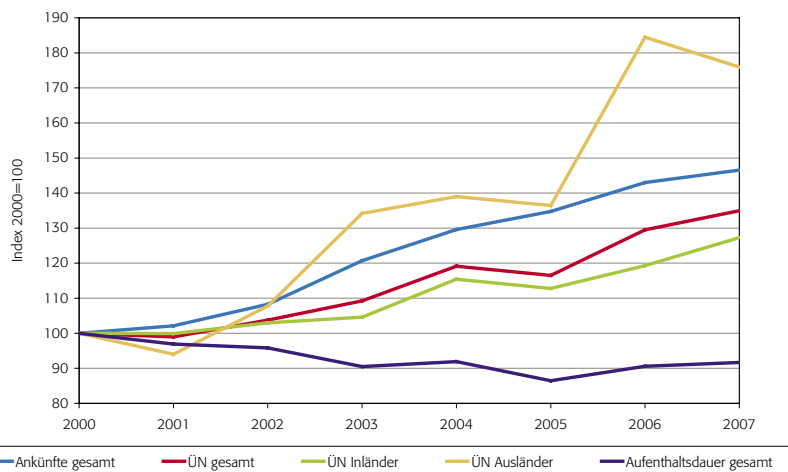
Entwicklung des Übernachtungstourismus

Gewerbliche Übernachtungen 2000 - 2006 (Index = 2000)



Quelle: Amtliche Statistik, dwif 2007

Entwicklung der Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer in Dortmund



Quelle: Amtliche Statistik, dwif 2007

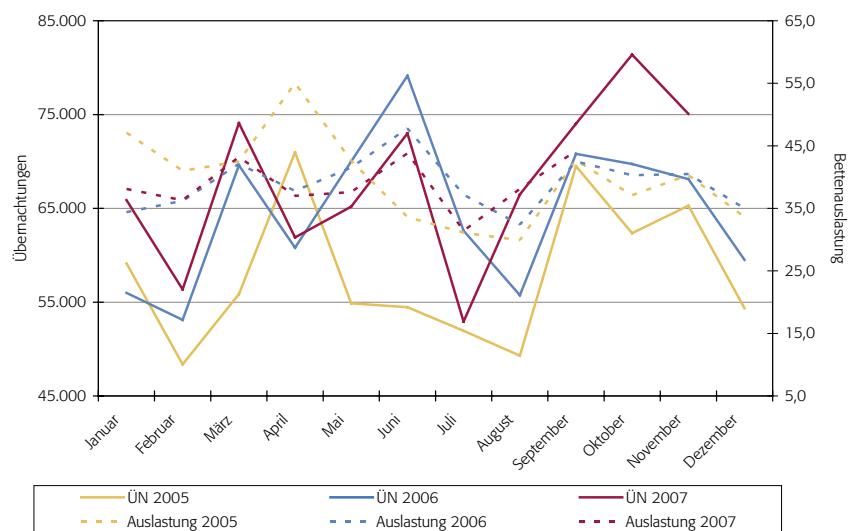
► **Jährlich 840.000 Übernachtungen** ◀

Betrachtet man die Veränderungen der Übernachtungszahlen und der Bettenauslastung in Dortmund, werden die typischen saisonalen Nachfrageschwankungen im Städtetourismus mit den Spitzen im Frühjahr und im Herbst deutlich. Eine wichtige Ausnahme stellte 2006 die Fußballweltmeisterschaft in Deutschland dar. WM-Spiele, Fan-Feste, Public Viewing auf Großbildleinwänden und nahezu perfektes Wetter machten den Juni auch in Dortmund zum Megaevent und touristischen Highlight des Jahres 2006. Die bessere Auslastung in Kombination mit erhöhten Zimmerpreisen bescherte dem Beherbergungsgewerbe mitunter deutlich gestiegene Einnahmen. Das sportliche Großereignis sorgte außerdem für ansteigende Besucherzahlen ausländischer Gäste. Im Vergleich zum Vorjahr, konnten im WM-Jahr 2006 rund 35% mehr Übernachtungen von Besuchern und Besucherinnen aus dem Ausland verzeichnet werden. Aus dem Inland kamen etwa 5,8% mehr Gäste nach Dortmund. Erfreulich ist auch, dass mit Ausnahme des Aprils die Anzahl der Übernachtungen im Jahr 2007 jeden Monat über dem Niveau des Jahres 2005 lag.

Nebenstehende Abbildung verdeutlicht noch einmal die kontinuierlich wachsenden Übernachtungszahlen (jeweils für den Zeitraum Januar bis Dezember⁶⁾ in Dortmund sowie den erhöhten Anteil ausländischer Gäste im Jahr der Fußballweltmeisterschaft. 2005 waren 18,4% der Übernachtungen auf ausländische Gäste zurückzuführen, die WM-Spiele 2006 ließen den Anteil auf 22,4% steigen. Im vergangenen Jahr (2007) sank der Wert nur geringfügig auf 20,5%, was neben dem gestiegenen Bekanntheitsgrad bzw. der „Nachhaltigkeit“ der Fußballweltmeisterschaft unter anderem auch auf die Ausweitung des Streckennetzes der Low-Cost-Carrier am Dortmund Airport zurück zu führen ist.

Ein Blick auf die Herkunftsstruktur ausländischer Übernachtungsgäste macht deutlich, dass die Low-Cost-Carrier auch in diesem Fall Einfluss auf die TOP-10 Herkunftsländer nehmen: Mit 23,5% ist der Anteil der Gäste aus dem Vereinigten Königreich mit Abstand am größten.

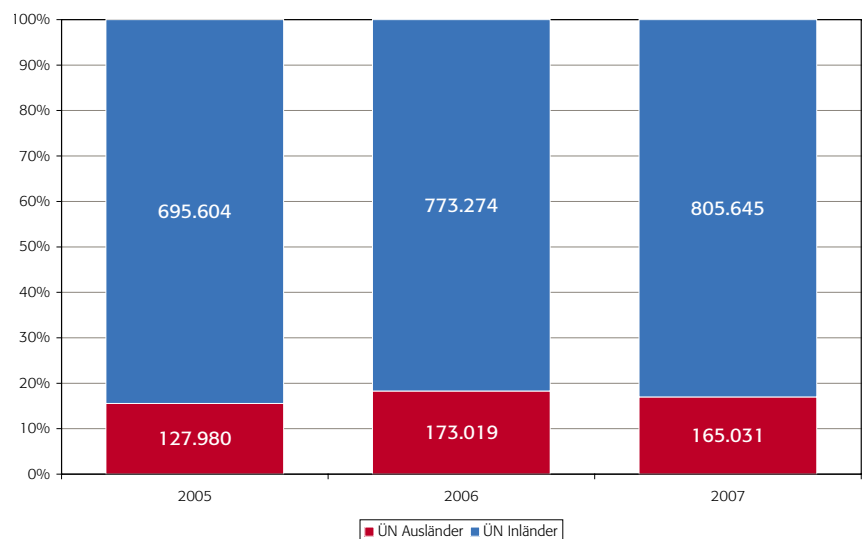
Saisonalität Bettenauslastung und Übernachtungen in Dortmund 2005 - 2007



Quelle: Amtliche Statistik, dwif 2007

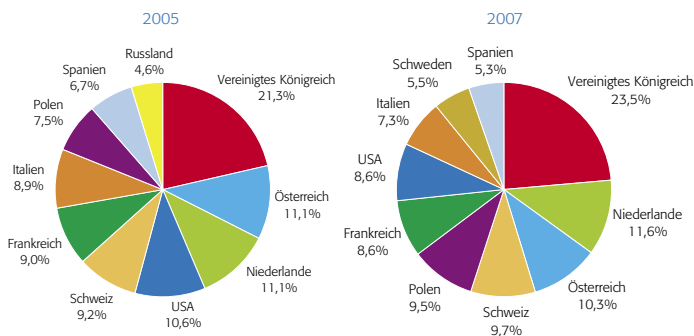
Übernachtungsentwicklung in Dortmund differenziert nach In- und Ausländern

Gewerbliche Übernachtungen in den Monaten Januar bis November



Quelle: Amtliche Statistik, dwif 2007

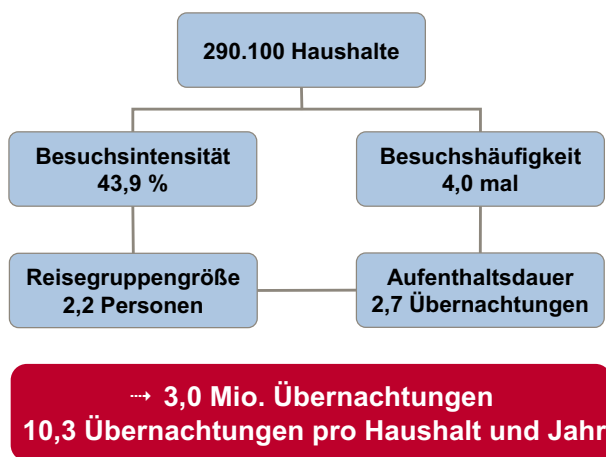
Übernachtungen in Dortmund: TOP-10 Herkunftsländer 2005 und 2007 (ohne Inland)



Quelle: Amtliche Statistik, dwif 2007

Mit 11,6% und damit einem weniger als halb so großem Anteil, folgen Besucher aus den Niederlanden. Rang 3 belegen Gäste aus Österreich (10,3%). Im Vergleich der Jahre 2007 und 2005 zeigen sich einige Verschiebungen der Ränge: Der Anteil der Besucher aus USA lag 2005 noch deutlich höher (10,6%), dafür stieg in diesen beiden Jahren der Anteil polnischer Besucher. In die Rangliste der TOP-10 Herkunftsländer 2007 sind Gäste aus Schweden aufgestiegen, hingegen ist das Besucheraufkommen aus Russland anteilig zurückgegangen.

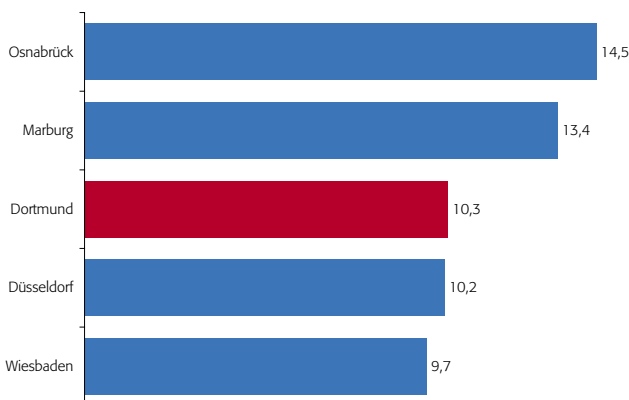
Verwandten- und Bekanntenbesuche



Quelle: Haushaltsbefragung, dwif 2007, n = 253

Verwandten- und Bekanntenbesuche

Übernachtungen je Haushalt in ausgewählten Städten



Quelle: div. Haushaltsbefragungen dwif

Verwandten- und Bekanntenbesuche

3,0 Mio. Übernachtungen oder etwa 78% der gesamten touristisch relevanten Nächtigungen in Dortmund finden in den Privatwohnungen der Einheimischen statt. Die Verwandten- und Bekanntenbesuche sind das mit Abstand größte Marktsegment des Übernachtungstourismus' in der Stadt Dortmund. Grundsätzlich bietet dieser Markt auch ein beachtliches Potenzial für die Beherbergungsbetriebe. Zur mit Abstand größten touristischen Nachfragegruppe unter den Übernachtungsgästen werden allerdings keine Daten statistisch erfasst. Aus diesem Grunde wurde zur Quantifizierung des Besucherverkehrs bei Einheimischen eine separate Erhebung durchgeführt. Basis für die Quantifizierung des privaten Besucherverkehrs bei Verwandten und Bekannten ist die im Spätsommer 2007 durchgeführte Befragung von 253 Haushalten in Dortmund. Diese telefonische Befragung erfolgte am Wohnort und die Zielhaushalte wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt.

Abgefragt wurden alle relevanten Rahmendaten, die für die Quantifizierung des jährlichen Übernachtungsvolumens in den Privathaushalten in Dortmund notwendig sind:

- Besuchsintensität: gut 44% der Haushalte bekamen Besuch
- Besuchshäufigkeit: rund 4 mal pro Jahr
- Reisegruppengröße: knapp 2,2 Personen
- Aufenthaltsdauer: etwa 2,7 Tage

Aus der Multiplikation dieser Kennziffern ergibt sich ein Wert von etwa 10,3 Übernachtungen pro Haushalt. Bei insgesamt rund 290.100 Privathaushalten in Dortmund lassen sich rund 3,0 Mio. Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten ermitteln. Mit 10,3 Übernachtungen pro Haushalt und Jahr liegt Dortmund im Vergleich mit anderen Städten im Mittelfeld.

Tagestourismus in Dortmund

Der Tagestourismus wird in seiner Bedeutung vielerorts unterschätzt. Im Bundesgebiet entfielen 2006 auf insgesamt 351,6 Mio. statistisch erfasste Übernachtungen (inkl. Camping⁷) rund 3.404 Mio. Tagesreisen der Deutschen zu Zielen im Inland⁸. In fast allen Reisegebieten Deutschlands liegt die Anzahl der Tagesausflüge und -geschäftsreisen höher als die Zahl der amtlich registrierten Übernachtungen. Bundesweit ergibt sich eine Relation von 9,7 Tagesreisen je statistisch erfasster Übernachtung in gewerblichen Beherbergungsstätten. Dieser Wert wird durch die klassischen Urlaubsregionen in Deutschland, in denen die Übernachtungszahlen entsprechend hoch sind, stark beeinflusst. Der Vergleichswert für Dortmund liegt bei 50,5 und damit deutlich höher.

Die Daten zum Tagestourismus wurden im Rahmen der 2004 bis 2006 laufenden Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ ermittelt. Basis waren pro Jahr jeweils rund 36.000 repräsentativ angelegte Telefoninterviews am Wohnort. Dies ist die einzige Methode, mit der die Zielgruppe der Tagesgäste verlässlich quantifiziert werden kann. Auftraggeber für diese Untersuchung waren alle Wirtschaftsministerien des Bundes und der Länder.

Die Einzelauswertung für Dortmund ergab ein Volumen von 38,5 Mio. Aufenthaltstagen durch Tagestouristen⁹. Davon entfallen rund 31,4 Mio. auf privat motivierte Ausflügler und die übrigen 7,1 Mio. Aufenthaltstage auf Tagesgeschäftsreisende. Damit ist der Tagestourismus das mit Abstand quantitativ größte touristische Marktsegment für Dortmund. Die Anzahl der Tagesreisen übersteigt das Übernachtungsvolumen in allen Betrieben (gewerbliche Betriebe, Privatquartiere, Camping) und in den Privatwohnungen um mehr als das zehnfache.



Zoo Dortmund

Diese Tagesgäste leisten einen wichtigen Beitrag in Bezug auf eine ganzjährig befriedigende Auslastung der vorhandenen Infrastruktureinrichtungen wie Gastronomie, Freizeiteinrichtungen oder Einzelhandelsgeschäfte.

Die Reiseanlässe sind vielfältig. Die Bandbreite reicht von

- Einkaufsausfahrten (außerhalb des Wohnortes) oder Restaurantbesuchen,
- über den Besuch von Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen oder
- der Ausübung spezieller Freizeitaktivitäten,
- bis hin zu reinen Spazierfahrten,
- organisierten Fahrten oder
- Verwandten- und Bekanntenbesuchen.

Bei den Tagesgeschäftsreisen stehen neben den Kundenkontakten, überwiegend

- Messen,
- Kongresse,
- Tagungen oder
- Schulungen

im Mittelpunkt.

Mehr als 90% der touristischen Aufenthaltstage in Dortmund entfallen auf die Tagesbesucher, die am gleichen Tag an ihren Wohnort zurückkehren. Der Tagestourismus muss also gerade unter ökonomischen Gesichtspunkten als wichtiges Teilsegment bei den Analysen zur Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor gesehen werden.

Gesamtmarkt – Ein Überblick

| | Dortmund |
|--|-------------------|
| Übernachtungen in gewerblichen Betrieben > 8 Betten | 763.000 |
| Übernachtungen in Privatquartieren < 9 Betten | 17.000 |
| Übernachtungen auf Touristik- und Dauercampingstellplätzen | 60.000 |
| Übernachtungen durch Verwandten- und Bekanntenbesuche in den Privatwohnungen | 3,0 Mio. |
| Tagesreisen (Tagesausflüge und -geschäftsreisen) | 38,5 Mio. |
| Touristische Aufenthaltstage insgesamt | 42,34 Mio. |

Quelle: dwif 2007

V. Gästeausgaben am Aufenthaltsort – ein Mehrwert für die Stadt

Aus vielen Befragungen lässt sich ableiten, dass gerade während des Urlaubes oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten nur selten gespart wird. Die nachfolgend dargestellten Ausgaben der Touristen pro Kopf und Tag während ihres Aufenthaltes in den Zielgebieten geben nur eine absolute Mindestgröße an.

In den zusammengetragenen Daten nicht enthalten sind beispielsweise:

- Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet
- Ausgaben für die Reisevor- und -nachbereitung
- Spezielle Marktsegmente, zu denen keine verlässlichen Datenquellen vorliegen (z.B. Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen)
- Tagesreisen aus Quellgebieten im Ausland
- Einkommenseffekte durch Outgoing-Reisen der Bevölkerung (z.B. Taxi zum Flughafen, gesamter Reisepreis)
- Freizeitverhalten im Wohnumfeld

Bandbreite der Ausgaben pro Kopf und Tag in Dortmund

Im Durchschnitt werden in Dortmund pro Kopf und Tag rund 32 € ausgegeben. Bei der Berechnung dieses Wertes wurde eine segmentspezifische Gewichtung (z.B. Differenzierung nach Beherbergungsbetriebstypen oder Tagesreisemotiven) durchgeführt.

Die Bandbreite der Ausgaben ist jedoch groß. Sie reicht von 0 € bei manchen Tagesausflüglern, die nur einen Bummel machen o. Ä. bis hin zu weit über 200 € pro Kopf und Tag, wenn anspruchsvolle Beherbergungsbetriebe aufgesucht, gute Lokale frequentiert, Kulturveranstaltungen besucht und Wellnessarrangements gebucht werden.

Auf Grund der hohen Bedeutung der Tagesgäste und den vergleichsweise geringen Ausgaben dieser Zielgruppe, ist dieser Durchschnittswert von 32 € über alle Marktsegmente relativ niedrig. Zum Vergleich: Die Grundlagenuntersuchung zum Städte- und Kulturtourismus in Deutschland weist

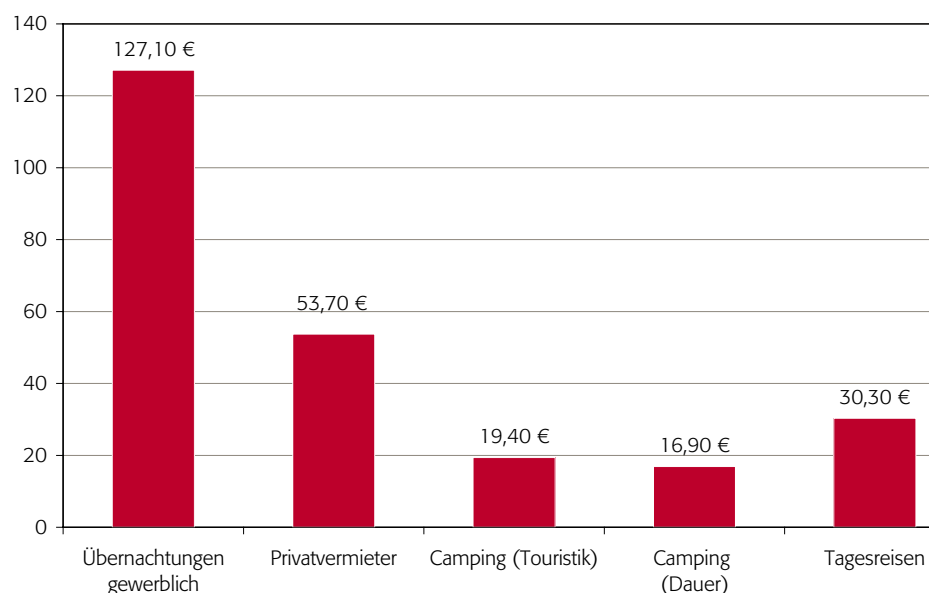
für die 203 berücksichtigten Tourismusstädte einen Durchschnittswert von 37,30 € aus.

Bei den Übernachtungsgästen in gewerblichen Beherbergungsstätten ergeben sich durchschnittliche Ausgaben in Höhe von 127,10 € pro Kopf und Tag. Dieser Wert unterliegt starken Schwankungen zwischen den einzelnen Betriebsarten:

- Bei den Hotelgästen reicht die Bandbreite der gesamten Tagesausgaben von gut 60,- € bei Übernachtung in einfacheren Quartieren bis zu teilweise weit über 200 € bei der Frequentierung anspruchsvollerer Betriebe.
- In den Gasthöfen und Pensionen werden im Durchschnitt etwas mehr als 70,- € ausgegeben.
- Campinggäste geben mit 19,40 € (Touristiking) bzw. 16,90 € (Dauercamping) pro Tag am wenigsten für Unterkunft, Verpflegung, Einkäufe und die Inanspruchnahme sonstiger Dienstleistungen während des Aufenthaltes aus.

Definition: Ausgaben vor Ort
Erfasst werden alle Ausgaben der Touristen während ihres Aufenthaltes in den Zielgebieten. Neben der Ausgabenhöhe ist auch die strukturelle Verteilung nach profitierenden Branchen von Bedeutung (z.B. Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistungen), da sich je nach Wirtschaftszweig die Umsatz(Mehrwert)-steuersätze und Wertschöpfungsquoten unterscheiden.

Ausgaben der Gäste pro Tag und Person nach Marktsegmenten



Quelle: dwif

VI. Touristische Umsätze – ein häufig unterschätzter Wirtschaftsfaktor

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

$$\text{Nachfragevolumen nach Marktsegmenten} \times \text{Tagesausgaben pro Kopf}$$

Bei insgesamt 42,34 Mio. Aufenthaltstagen und durchschnittlichen Ausgaben von gerundet 32,- € lässt sich ein jährlicher Bruttoumsatz in Dortmund von insgesamt rund 1.356,38 Mio. € ermitteln.

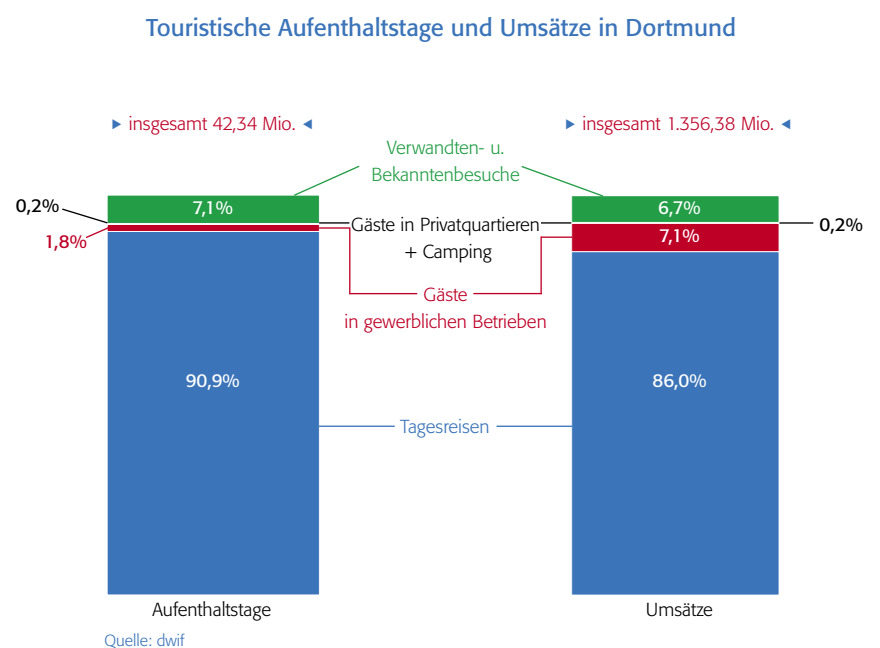
In der Tabelle sind nur die direkten Ausgaben der Touristen aufgelistet. Es handelt sich hierbei um die so genannte

1. Umsatzstufe. Nach Abzug der Umsatz(Mehrwert)steuer von knapp 156,38 Mio. € ergibt sich ein Nettoumsatz von 1.200 Mio. €.

Bei der Berechnung sind unterschiedliche Umsatz(Mehrwert)steuersätze zu berücksichtigen. Für das Erhebungsjahr 2006 wurden noch 16% als normaler Steuersatz angesetzt (inzwischen ist die Umsatz(Mehrwert)steuer auf 19% angestiegen), der ermäßigte Steuersatz liegt bei 7% (z.B. Lebensmittel) und zudem sind die Produkte und Leistungen einiger Anbieter (z.B. Jugendherbergen, Privatvermieter, Theater) von der Steuer befreit.

Aufenthaltstage und Bruttoumsätze im Vergleich

Zur Verdeutlichung der Strukturen in Dortmund werden nachfolgend die jeweiligen Anteilswerte der touristischen Marktsegmente in Bezug auf die Aufenthaltstage und den Bruttoumsatz einander gegenüber gestellt:



Der Tourismusmarkt in Dortmund

| Segment | Aufenthaltstage | x | Ausgaben pro Tag u. Person | = | Bruttoumsatz in € |
|--|-----------------|---|----------------------------|---|-------------------|
| Übernachtungen gewerblich | 763.000 | x | 127,10 € | = | 96,98 Mio. € |
| Privatvermieter | 17.000 | x | 53,70 € | = | 0,91 Mio. € |
| Camping (Touristik) | 10.000 | x | 19,40 € | = | 0,19 Mio. € |
| Camping (Dauer) | 50.000 | x | 16,90 € | = | 0,85 Mio. € |
| Verwandten-/ Bekanntenbesuche | 3,0 Mio. | x | 30,30 € | = | 90,9 Mio. € |
| Tagesreisen | 38,5 Mio. | x | 30,30 € | = | 1.166,55 Mio. € |
| ➔ Bruttoumsatz: 1.356,38 Mio. € | | | | | |

Quelle: dwif

► Mehr als 1,35 Mrd. € Bruttoumsatz ◀

VII. Profitierende Branchen – eine weit verzweigte Umwegrentabilität

Vielerorts werden nur die Inhaber der Beherbergungsbetriebe zu den Profiteuren der Tourismusbranche gezählt. Mit Hilfe einer detaillierten Abfrage der Ausgabenstrukturen lassen sich aber die Geldströme im Detail nachvollziehen und die Profiteure ermitteln. Grundsätzlich ist zwischen drei Wirtschaftszweigen zu unterscheiden:

Gastgewerbe

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

Einzelhandel

Lebensmitteleinkäufe als auch Einkäufe sonstiger Waren werden hier berücksichtigt.

Dienstleistungen

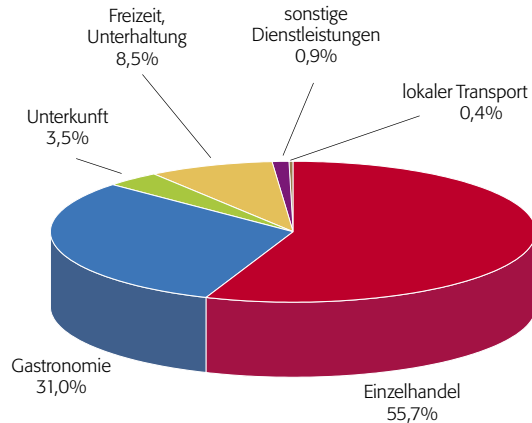
Hierzu zählen Ausgaben für Unterhaltung/Freizeit/Sport (z.B. Eintrittspreise für kulturelle Veranstaltungen, Museen, Erlebnisbäder, Sportveranstaltungen, Nutzungsgebühren), für lokale Transportmittel (z.B. ÖPNV, Taxi) sowie sonstige Dienstleistungen (z.B. Parkgebühren, Kosten für Dienstleistungen aller Art).

Das Ausgabeverhalten der Tages- und Übernachtungsgäste unterscheidet sich nicht nur in der Höhe, sondern auch in der Struktur. Der Übernachtungsgast gibt das meiste Geld im Gastgewerbe aus. Bei den Tagesgästen ist der Einzelhandel eindeutig als Hauptprofiteur zu identifizieren.

Von den Touristen profitieren also nicht nur die Beherbergungsbetriebe. Dies soll eine Zusammenschau des touristischen Gesamtmarktes verdeutlichen:

Vom Tourismus in Dortmund profitierende Wirtschaftszweige

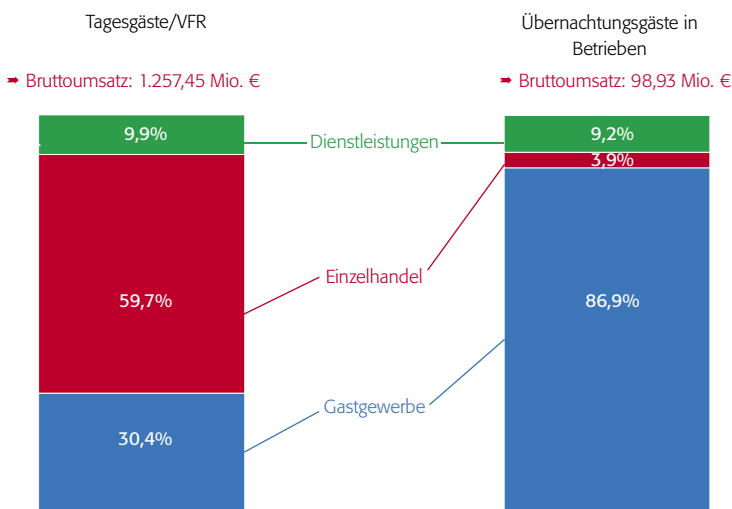
► insgesamt 1.356,38 Mio. € ◀



Quelle: dwif

- Nur 3,5 % der gesamten touristischen Umsätze entfallen auf die Unterkunft.
- Die hohe Bedeutung des Einzelhandels drückt sich in einem Anteil von rund 56% (!) der Umsätze aus.
- Etwas weniger als ein Drittel der Umsätze, wird durch die Ausgaben in der Gastronomie generiert. Hierin sind auch die Verpflegungsarrangements der Übernachtungsgäste enthalten (z.B. Frühstück).
- Auf den Bereich Freizeit und Unterhaltung entfallen 8,5% der gesamten Umsätze.
- Der Umsatzanteil sonstiger Dienstleistungen (wie z.B. Parkgebühren) und des lokalen Transports liegt bei weniger als einem Prozent.

Touristische Aufenthaltstage und Umsätze in Dortmund



Quelle: dwif

► Handel und Gastgewerbe sind die größten Profiteure ◀

VIII. Wertschöpfung – Einkommen bleibt in der Stadt

Wertschöpfung oder Einkommen ist gleichzusetzen mit

- den Löhnen und Gehältern der in den touristisch relevanten Betrieben beschäftigten Personen und
- den Gewinnen der Unternehmer.

Neben den direkten Ausgaben der Touristen 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:

Definition: Wertschöpfungsquoten

Wertschöpfung ist die Addition der Personalkosten (Löhne und Gehälter der Beschäftigten) und des Gewinnes der Unternehmer. 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 Touristen in Dortmund erfasst. Diese direkten Wirkungen spiegeln sich im **Nettoumsatz** in

Höhe von **1.200,- Mio. €** wider. Die Wertschöpfungsquote benennt den Anteil des Nettoumsatzes, der zu Einkommen wird; entsprechend der Strukturen ergibt sich ein Anteil von rund 31%. Basis für die Berechnung der Wertschöpfungsquoten sind branchenspezifische Betriebsvergleiche. Die Vergleichswerte zwischen den einzelnen Branchen beginnen bei etwa 10% im Lebensmitteleinzelhandel und reichen zum Teil bis zu weit über 70% bei einer Touristinformation. Die Korrelation der Wertschöpfungsquote mit dem Nettoumsatz ergibt das **direkte Einkommen** aus der Tourismuswirtschaft in Höhe von **368,57 Mio. €**.

Das direkte Einkommen in Höhe von 368,57 Mio. € resultiert aus den Ausgaben der Besucher in Dortmund und wird u.a. durch

- Bezahlung der Hotelrechnung oder Verköstigung,
- Einkäufe beim Bäcker, Fleischer und im Lebensmitteleinzelhandel bzw. für Zwischenmahlzeiten,
- Erwerb regionalspezifischer Produkte/ Souvenirs oder sonstiger Waren,
- Kauf von Eintrittskarten für Theaterbesuche, Ausstellungen oder Sportveranstaltungen,
- Fahrscheine für den öffentlichen Personennahverkehr, Taxifahrten, etc.,
- und die Nutzung spezieller Dienstleistungsangebote (z.B. Wellness-Anwendungen)

bewirkt.

2. Umsatzstufe

Nach Abzug der direkten Einkommenseffekte vom Bruttoumsatz verbleibt ein Restbetrag in Höhe von **831,43 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 Wertschöpfungsquote von etwa 30 % auszugehen. Dies bedeutet, dass etwa 249,43 Mio. € an Löhnen, Gehältern und Gewinnen bei den Vorleistungslieferanten anfallen.

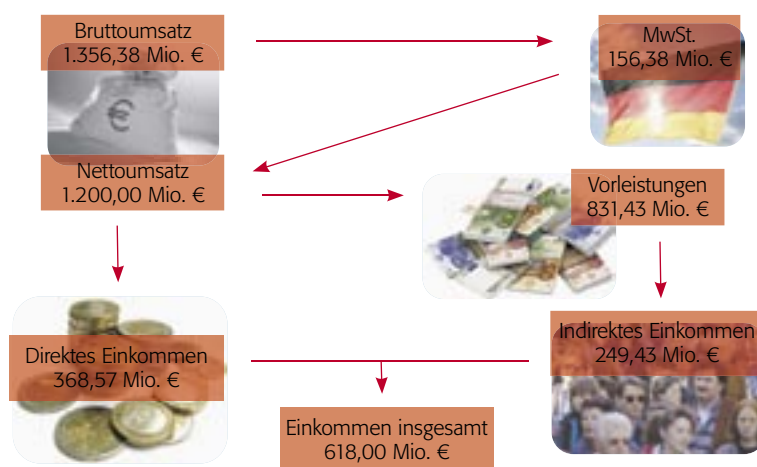
Das indirekte Einkommen in Höhe von 249,43 Mio. € resultiert aus den Vorleistungen für die touristische Leistungserstellung und wird durch

- Zulieferungen (z.B. Lieferung des Fleischers 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; 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 618 Mio. € einkommenswirksam. Auf die 1. Umsatzstufe entfallen gut 60%, auf die 2. Umsatzstufe knapp 40%.

Touristische Einkommenswirkungen in Dortmund



Quelle: dwif

IX. Beschäftigungseffekte – eine Branche schafft Arbeitsplätze

Die Tourismuswirtschaft ist nicht nur Umsatzgenerator, sondern auch Beschäftigungsmultiplikator. Die genaue Zahl der Beschäftigten im Tourismus ist allerdings nicht bekannt. Sinnvoll erscheint ohnedies die Ermittlung von Beschäftigungsäquivalenten, da viele Personen nur anteilig vom Tourismus leben. Im Einzelhandel oder in der Gastronomie werden auch Einheimische bedient, nur selten lassen sich die Beschäftigten eines Unternehmens zu 100% der Tourismusbranche zurechnen.

Ein realistisches Beschäftigungsäquivalent lässt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages in Höhe von 618,0 Mio. € durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf in Höhe von 17.605,- € in Dortmund ermitteln. Aus dieser Berechnung resultiert ein Äquivalent

von rund 35.100 Personen, die ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten können. Bei der Darstellung der touristisch abhängigen Beschäftigungseffekte ist zu berücksichtigen, dass viele Beschäftigte in Tourismusbetrieben

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

Definition: Beschäftigungseffekte / Einkommensäquivalente
Da viele Beschäftigte zumindest anteilig vom Tourismus leben, wird zur Ermittlung der touristisch relevanten Beschäftigungseffekte eine Hilfsrechnung vorgenommen. Das so genannte Einkommensäquivalent ergibt sich aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages insgesamt durch das durchschnittliche Primäreinkommen pro Kopf im Untersuchungsgebiet.

X. Steuereffekte – ein Profit für Dortmund

Die Steuerrelevanz des Tourismus beschränkt sich nicht nur auf die 156,38 Mio. € Umsatz(Mehrwert)steuer, die der Bundeskasse zukommt. Darüber hinaus dürfen auch die anteilige Lohn- und Einkommensteuer der im Tourismus beschäftigten Personen und die anteilige Gewerbe- und Grundsteuer der vom Tourismus profitierenden Unterneh-

men nicht vernachlässigt werden. Nach Erfahrungswerten des dwif sind dies etwa 2 bis 3% des touristischen Nettoumsatzes. An die kommunale Kasse fließen demnach rund 30 Mio. €. Somit sind die kommunalen Ausgaben für Touristinformationen und touristische Infrastruktur durchaus gerechtfertigt.

15

XI. Tourismus in Dortmund – eine beeindruckende Bilanz

Die Bilanz der wirtschaftlichen Effekte durch die Tourismusnachfrage in Dortmund ist beeindruckend und lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Zahl der jährlichen touristischen Aufenthaltstage liegt bei rund 42,34 Mio.; pro Tag empfängt Dortmund also im Durchschnitt etwa 116.000 Touristen.
- Aus der touristischen Nachfrage resultieren rund 1,4 Mrd. € Bruttoumsatz.
- Über alle Zielgruppen gibt ein Tourist am Tag im Durchschnitt 32,- € aus.
- Die touristisch induzierten Einkommenseffekte im Rahmen der 1. und 2. Umsatzstufe belaufen sich auf 618,0 Mio. €.
- Der relative touristische Beitrag zum Primäreinkommen beträgt 6,0%.
- Das touristische Einkommen entfällt zu 60% auf die direkten und zu 40% auf die indirekten Profiteure.
- Das Einkommen aus der Tourismuswirtschaft liegt pro Jahr und Einwohner in Dortmund bei 1.050,- €.
- Aus der Division des touristischen Einkommensbeitrages (618,0 Mio. €) durch das durchschnittliche Primäreinkommen im Untersuchungsgebiet pro Kopf (17.605,- €) ergibt sich ein Einkommensäquivalent von mehr als 35.100 Personen, die ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten können.
- Der touristische Beitrag zum Steueraufkommen in Dortmund beläuft sich auf eine Größenordnung von rund 30 Mio. €. Darin enthalten sind die anteilige Gewerbe- und Grundsteuer der touristisch relevanten Betriebe sowie die anteilige Lohn- und Einkommenssteuer der im Tourismus beschäftigten Personen.

XII. DORTMUND*tourismus* – ein Unternehmen für Dortmund und seine Gäste

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden neben den bereits erwähnten Informationen zu Verwandten- und Bekanntenbesuchen auch die Inanspruchnahme und die Zufriedenheit mit den Leistungen von DORTMUND*tourismus* abgefragt.

Rund 40 % der Befragten war DORTMUND*tourismus* durchaus ein Begriff, mehr als die Hälfte von ihnen konnte darüber hinaus konkrete Aussagen zum Leistungsspektrum machen. Dabei verbinden sie damit mehrheitlich das Angebot an Stadtführungen/-tours und Rundfahrten sowie Hinweise zur Unterkunfts- und Informationsvermittlung.

12% aller Befragten gaben an, die Leistungen von DORTMUND*tourismus* schon einmal in Anspruch genommen zu haben. Auf den ersten Blick kein hoher Wert, jedoch sind dies immerhin rund 70.000 Einheimische, die in der Vergangenheit bereits die Räumlichkeiten von DORTMUND*tourismus* aufgesucht oder eine telefonische Auskunft, etc. abgefragt haben. Der positive Wert gewinnt zusätzlich an Bedeutung, wenn man bedenkt, dass

DORTMUND*tourismus* keine Eintrittskarten für Veranstaltungen verkauft (wie sonst häufig in Tourist-Informationen der Fall).

Genutzt werden insbesondere die Angebote zu Führungen und Stadtrundfahrten, allgemeine Auskünfte oder Beratungen und selbstverständlich werden auch Merchandising-artikel gekauft.

Der Grund für die Nichtinanspruchnahme von DORTMUND*tourismus* war insbesondere, dass die Befragten keine Notwendigkeit darin sahen sich zu informieren, da sie sich als Einwohner Dortmunds in ihrer Stadt auskennen.

Die Bewertung der Zufriedenheit mit den Serviceleistungen von DORTMUND*tourismus* fiel bei den Befragten durchaus positiv aus. Auf einer Skala von 1 bis 6 (dem Schulnotenprinzip entsprechend) bewerteten Sie ihr Serviceerlebnis mit der Note 1,5.

16



Tourist-Info Dortmund

► Note für den Service von DORTMUND*tourismus*: 1,5 ◀

XIII. Wirtschaftsfaktor Tourismus – Berechnungsschema

Bei der Berechnung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus in Dortmund wurde folgender Weg beschritten:

1. Schritt: Ermittlung der Bruttoumsätze (inkl. MwSt.)

$$\text{Nachfrageumfang} \times \text{Tagesausgaben} = \text{Bruttoumsatz}$$

2. Schritt: Ermittlung der Nettoumsätze (ohne MwSt.)

$$\text{Bruttoumsatz} - \text{Umsatz(Mehrwert)steuer} = \text{Nettoumsatz}$$

3. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 1. Umsatzstufe (EW1)

$$\text{Nettoumsatz} \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW1}$$

4. Schritt: Ermittlung der Einkommenswirkungen 2. Umsatzstufe (EW2)

$$(\text{Nettoumsatz} - \text{EW1}) \times \text{Wertschöpfungsquote} = \text{EW2}$$

5. Schritt: Ermittlung des touristischen Einkommensbeitrages

$$(\text{EW1} + \text{EW2}) : \text{Primäreinkommen (PE)} = \text{Tourismusbeitrag zum PE in \%}$$

- 1 Vgl. www.dortmund.de.
- 2 Vgl. die Publikationen des Statistischen Landesamtes von Nordrhein-Westfalen sowie des Fachbereichs Statistik der Stadt Dortmund.
- 3 Vgl. hierzu dwif (Hrsg.); Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Heft 50, 51 und 52, München 2005, 2006 und 2007; dwif (Hrsg.); Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, Schriftenreihe Heft 49, München 2002; dwif (Hrsg.); Hotelbetriebsvergleich, Sonderreihe Nr. 74, München 2007; DTV (Hrsg.); Städte- und Kulturtourismus in Deutschland, Bonn 2006; DTV (Hrsg.); Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Deutschland, Bonn 2004.
- 4 Vgl. die Publikationen des Statistischen Landesamtes von Nordrhein-Westfalen sowie des Fachbereichs Statistik der Stadt Dortmund.
- 5 Vgl. die Publikationen des Statistischen Landesamtes von Nordrhein-Westfalen sowie des Fachbereichs Statistik der Stadt Dortmund.
- 6 Die Übernachtungszahlen 2007 setzen sich aus dem Dezemberwert 2006 und den Übernachtungszahlen Januar bis November 2007 zusammen, da die Jahreswerte 2007 bei Erstellung des Berichtes noch nicht vorlagen.
- 7 Vgl. Statistisches Bundesamt (Hrsg.); Fachserie 6, Reihe 7.1, Tourismus, Ergebnisse der monatlichen Beherbergungsstatistik, Dezember und Jahr 2006, Wiesbaden 2007.
- 8 Vgl. dwif (Hrsg.); Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe Heft 52, München 2007.
- 9 Ein Vergleich mit anderen Großstädten wie Hamburg (111 Mio.), Düsseldorf (61,8 Mio.), Bremen (45 Mio.), Dresden (38 Mio.), Leipzig (34 Mio.), Aachen (17,5 Mio.), Magdeburg (17 Mio.) oder Wiesbaden (10,9 Mio.) zeigt ebenfalls die große Bedeutung des Tagestourismus.

Impressum

Herausgeber

DORTMUND*tourismus* • Königswall 18a • 44137 Dortmund

Verantwortlich für den Inhalt

Matthias Rothermund • DORTMUND*tourismus*

Text

dwif-Consulting GmbH

Gestaltung

Sigrun Späte • DORTMUND*tourismus*

Fotos

DORTMUND*tourismus* / Carsten Schmitz
Jan Heinze
Stadt Dortmund / Karolin Heinrigs
Stadt Dortmund / Gerd P. Müller
zielske photographie

Druck

Gebr. Gillessen GmbH



Herausgeber:

DORTMUND*tourismus* e.V.
Königswall 18a
44137 Dortmund
Tel. +49 (0) 231 18 999 222
Fax +49 (0) 231 18 999 333
info@dortmund-tourismus.de
www.dortmund-tourismus.de

Wirtschaftsförderung Dortmund
Töllnerstr. 9-11
44122 Dortmund
Tel. +49 (0) 231 50 2 20 59
Fax +49 (0) 231 50 2 37 17
info@wirtschaftsfoerderung-dortmund.de
www.wirtschaftsfoerderung-dortmund.de

Erstellt durch:

dwif-Consulting GmbH
Sonnenstr. 27
80331 München
Tel. +49 (0) 89 23 70 28 90
Fax +49 (0) 89 23 70 28 99
info@dwif.de
www.dwif.de

