

1. Marktforschungsnewsletter der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg 2016

Amtliche Beherbergungsstatistik: Rekordjahr 2015, erfolgreicher Jahresauftakt 2016

Die gewerblichen Beherbergungsbetriebe in Baden-Württemberg können sich über ein fünftes Rekordjahr in Folge freuen. Erstmals erfasst die amtliche Tourismusstatistik für die Unterkünfte und Campingplätze des Landes mit zehn und mehr Betten bzw. Stellplätzen mehr als 50 Mio. Übernachtungen: exakt 50.763.289 Übernachtungen durch in- und ausländische Gäste wurden im Jahr 2015 gezählt, 3,3 Prozent mehr als 2014. Im Vergleich der Bundesländer verbucht Baden-Württemberg damit nach Bayern (88,1 Mio. Übernachtungen) und vor Nordrhein-Westfalen (48,7 Mio. Übernachtungen) das zweitgrößte Übernachtungsvolumen. Die Gästeankünfte stiegen auf knapp 20,4 Mio. (+4,4 Prozent) und erreichten damit ebenfalls einen neuen Höchstwert.

Auch für den Deutschland-Tourismus insgesamt brachte das Jahr 2015 neue Rekordwerte. Alle Bundesländer verzeichneten steigende Gäste- und Übernachtungszahlen, nur in Sachsen und Thüringen waren die Übernachtungen leicht rückläufig. Die Übernachtungsentwicklung in Baden-Württemberg fällt wie auch in den drei Stadtstaaten, Brandenburg, Bayern und Hessen im Vergleich zum Bundesmittel überdurchschnittlich gut aus. Die neuesten Zahlen der amtlichen Beherbergungsstatistik zeigen eine Fortsetzung des stetigen Aufwärtstrends auch im Jahr 2016. So liegen in Baden-Württemberg die Ankünfte im 1. Quartal um 5,7 Prozent, die Übernachtungen um 6,5 Prozent über dem Niveau des Vorjahres. Deutschlandweit fallen die Gästezuwächse (+4,8 Prozent) etwas geringer, die Übernachtungszuwächse (+6,9 Prozent) dafür etwas höher aus.

Nahezu alle Reisegebiete Baden-Württembergs konnten mit steigenden Gäste- und Übernachtungszahlen zum positiven Gesamtergebnis des Jahres 2015 beitragen. Lediglich der Hegau musste einen leichten Rückgang seiner Gästezahlen hinnehmen, konnte jedoch zugleich das Übernachtungsaufkommen auf dem Vorjahresniveau halten. Die höchsten Zuwächse bei den Übernachtungen erzielte das Nördliche Baden-Württemberg (+6,0 Prozent), die Region Bodensee konnte bei den Gästeankünften die höchste Zuwachsrate aller Reisegebiete verzeichnen (+5,6 Prozent). Der Schwarzwald bleibt mit rund 7,9 Mio. Gästeankünften und etwa 21,1 Mio. Übernachtungen mit deutlichem Abstand die touristisch stärkste Region des Bundeslandes.

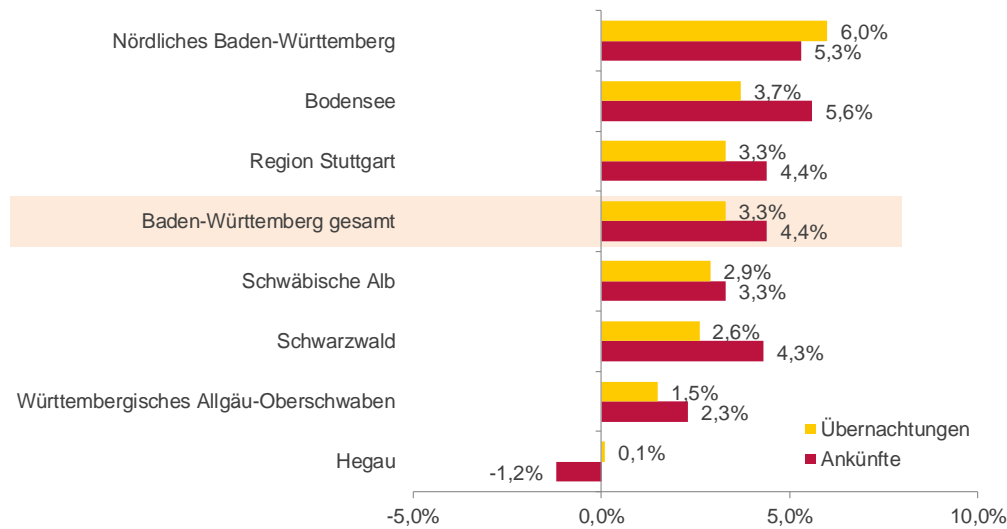


Abb. 1: Übernachtungen und Ankünfte in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen 2015 (Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent); Quelle: Statistisches Bundesamt (2016)

Reisende aus Deutschland bleiben die wichtigste Gästegruppe für Baden-Württemberg. Rund 76 Prozent der Gästeankünfte und 78 Prozent der Übernachtungen, die im Jahr 2015 in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben des Landes getätigt wurden, wurden durch inländische Gäste generiert. Gegenüber den Vorjahren sind die Anteilswerte jedoch weiterhin rückläufig, da das Gäste- und Übernachtungsaufkommen durch ausländische Gäste im Jahr 2015 wie auch in den Vorjahren deutlicher als das der Inländer gestiegen ist. So konnte die Zahl der ausländischen Gästeankünfte um 8,3 Prozent, die der Übernachtungen um 7,6 Prozent gesteigert werden.

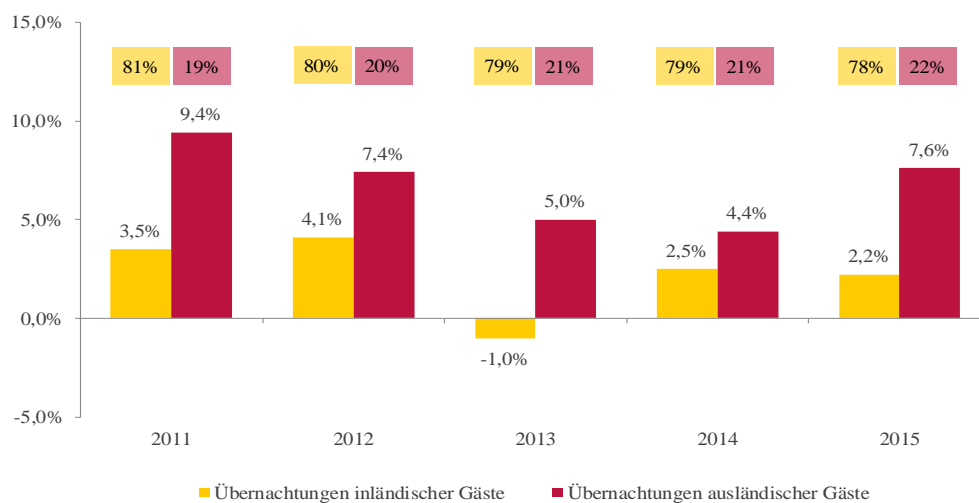


Abb. 2: Übernachtungen in- und ausländischer Gäste in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten (2010: ≥ 9 Betten) inkl. Campingplätzen (Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent, Anteil am gesamten Übernachtungsaufkommen in Prozent); Quelle: Statistisches Bundesamt (2011-2016)

Mit dem in den vergangenen Jahren erhöhten Wachstum aus den ausländischen Quellmärkten liegt Baden-Württemberg im Bundestrend. Diese Entwicklung gilt allerdings nicht in gleichem Maße für alle Bundesländer. So lagen beispielsweise im Jahr 2015 in Mecklenburg-Vorpommern, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, dem Saarland und Thüringen die Gäste- und Übernachtungszuwächse aus dem Inlandsmarkt über denen der Auslandsmärkte. Selbiges galt in Bremen für die Übernachtungen und in Hamburg für die Gästeankünfte. In Baden-Württemberg hat sich der Trend des stärker wachsenden Übernachtungsaufkommens aus dem Ausland im Februar 2016 erstmals seit September 2014 kurzzeitig umgekehrt: Die Zuwachsrate aus dem Inland (+7,4 Prozent) lag deutlich über der aus dem Ausland (+1,3 Prozent). Im März 2016 verzeichnete der Auslandstourismus mit einer Zunahme der Gästeankünfte um +14,7 Prozent (Inland: +4,5 Prozent) und der Übernachtungen um +9,1 Prozent (Inland: +8,5 Prozent) dann wieder das anteilig größere Wachstum. Es bleibt zu beobachten, wie sich die Entwicklung im weiteren Jahresverlauf darstellt.

Mit nochmals deutlichen Gäste- (+11,6 Prozent) und Übernachtungszugewinnen (+10,8 Prozent) gegenüber dem Vorjahr bleibt die Schweiz auch im Jahr 2015 der wichtigste ausländische Quellmarkt für Baden-Württemberg. Jeder vierte ausländische Gast und jede fünfte Übernachtung eines Ausländers kommt aus dem südlichen Nachbarland. Wie im Vorjahr folgen die Niederlande (jeweils 10 Prozent Gäste- und Übernachtungsanteil) und Frankreich (9 bzw. 8 Prozent) als zweit- und dritt wichtigste ausländische Quellmärkte für Baden-Württemberg nach Ankünften bzw. Übernachtungen.

Eine in Bezug auf das Übernachtungswachstum überdurchschnittliche Entwicklung weisen in den ersten drei Monaten des Jahres 2016 die Auslandsmärkte USA und Österreich auf. So nahmen die Übernachtungen aus den Vereinigten Staaten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 9,8 Prozent zu, die der Österreicher sogar um 10,8 Prozent. Bemessen an den Zahlen des Jahres 2015 sind die USA der viert-, Österreich der siebt wichtigste Auslandsmarkt für Baden-Württemberg. Die im vergangenen Jahr knapp 254 Tsd. Besucher aus den Vereinigten Staaten tätigten rund 685 Tsd. Übernachtungen. Häufigstes Reiseziel der US-Amerikaner war dabei Heidelberg, die meisten Übernachtungen hingegen wurden in Stuttgart verbracht. Stuttgart war ebenso das beliebteste Reiseziel der Österreicher, gefolgt von Rust und Heidelberg. Insgesamt registrierte das statistische Landesamt im Jahr 2015 knapp 224 Tsd. Ankünfte und 477 Tsd. Übernachtungen aus Österreich. Davon entfielen 41 bzw. 38 Prozent auf die nachfolgend dargestellten Top 10 Gemeinden. Im Vergleich zum Quellmarkt USA (jeweils

66 Prozent) zeigt sich damit ein deutlich breiteres Zielgebietsinteresse der Österreicher innerhalb Baden-Württembergs.

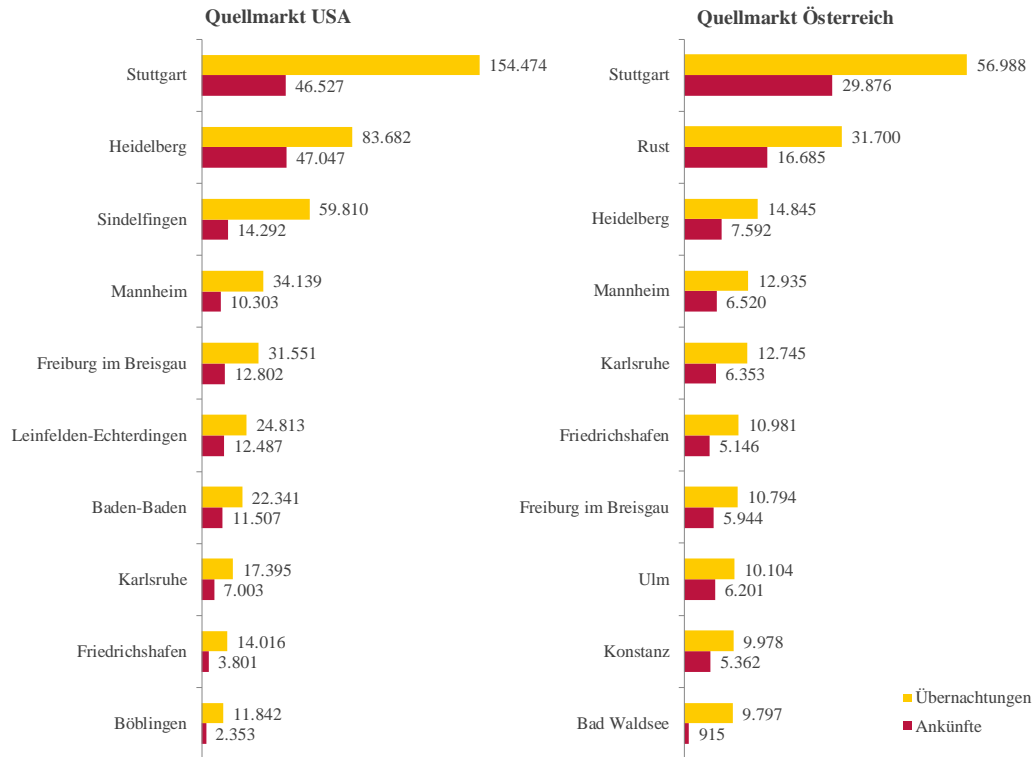


Abb. 3: Übernachtungen und Ankünfte aus den Quellmärkten USA und Österreich in Beherbergungsbetrieben ≥ 10 Betten inkl. Campingplätzen in Top 10 Gemeinden mit höchstem Übernachtungsaufkommen aus dem jeweiligen Quellmarkt 2015 (Absolutes Volumen); Quelle: Statistisches Landesamt (2016)

GfK/IMT DestinationMonitor: Inlandstourismus 2015 erneut mit Zuwächsen, Städtereisen dritt wichtigster Urlaubsanlass in Baden-Württemberg

In Ergänzung zur amtlichen Tourismusstatistik nutzt die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg seit 2012 Marktforschungsdaten aus dem GfK/IMT Destination-Monitor Deutschland. Die Studie erfasst die privaten und geschäftlichen Reisen der Inländer unabhängig von der gewählten Unterkunftsart ab einer Distanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise. Die Daten sind repräsentativ für das Reiseverhalten der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 0 Jahren (74,0 Mio. Personen).

Im Jahr 2015 wurden durch die Hochrechnungen des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Baden-Württemberg 19,9 Mio. Reisen und rund 72,2 Mio. Übernachtungen durch inländische Übernachtungsgäste ermittelt. Die Anzahl der Reisen konnte gegenüber dem Vorjahr um 6,0 Prozent gesteigert werden, das Übernachtungsaufkommen liegt 1,6 Prozent über dem Niveau des Jahres 2014. Über den gesamten Messzeitraum (2012-2015) betrachtet, hat sich der Inlandstourismus in Baden-Württemberg mit einem Übernachtungszuwachs von 7,9 Prozent deutlich über dem Bundesmittel entwickelt (+6,0 Prozent). Wie in den drei Vorjahren verbucht Baden-Württemberg auch in 2015 nach Bayern und Niedersachsen die dritthöchste Anzahl an Übernachtungen aus dem Inland.

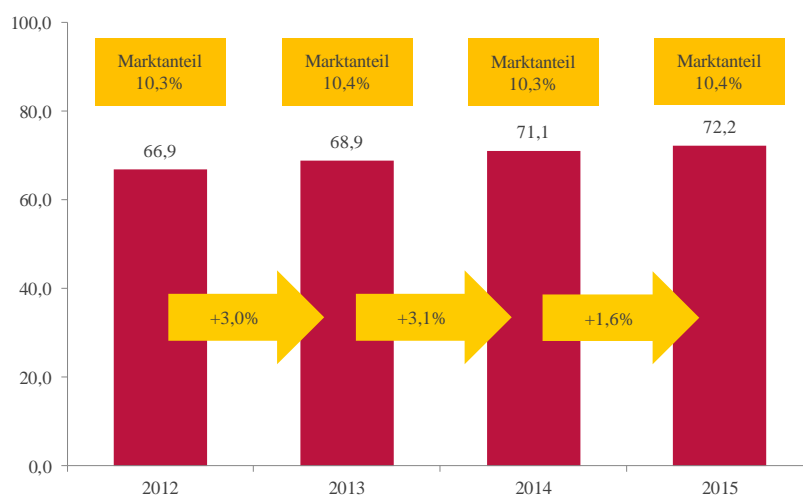


Abb. 4: Zeitlicher Verlauf, Veränderungsraten und Marktanteile der inländischen Übernachtungen (Absolutes Volumen in Mio. Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent, Anteil der Übernachtungen an Deutschland in Prozent); Abweichungen sind rundungsbedingt; Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2013-2016; Statistisches Bundesamt, 2013-2016

Rund 45 Prozent der im Jahr 2015 von inländischen Gästen in Baden-Württemberg verbrachten Übernachtungen fanden in Privatwohnungen statt (bei Verwandten/Freunden/Bekanntem; im eigenen Appartement/Ferienwohnung/Ferienhaus; in einer Privatunterkunft gegen Entgelt) – ein touristisches Aufkommen, das von der amtlichen Beherbergungsstatistik nicht berücksichtigt wird. Der Unterkunftsart kommt in Baden-Württemberg im Vergleich zum Bundesgebiet (40 Prozent) eine überdurchschnittliche Bedeutung zu. Übernachtungen in den gewerblichen und privaten (z.B. Ferienwohnungsbetriebe mit weniger als zehn Betten) des Landes fallen dagegen mit 42 Prozent anteilig etwas weniger stark ins Gewicht als deutschlandweit (49 Prozent).

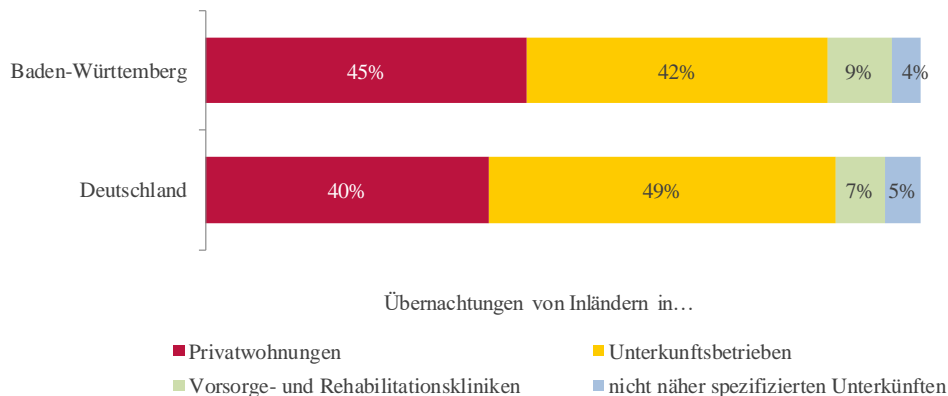


Abb. 5: Inländische Übernachtungen in Baden-Württemberg und Deutschland nach Unterkunftsarten 2015 (Anteil der Übernachtungen je Unterkunftsart in Prozent); Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, 2016; Statistisches Bundesamt, 2016

Der hohe Stellenwert der Privatwohnungen als Unterkunftsart erklärt sich insbesondere über den großen Anteil der Verwandten- und Bekanntenbesuche am inländischen Reise- und Übernachtungsaufkommen in Baden-Württemberg. Besuche von Verwandten und Bekannten, bei denen davon auszugehen ist, dass mehrheitlich privat übernachtet wird, machten im Jahr 2015 rund 51 Prozent aller Reisen und 44 Prozent aller Übernachtungen durch Inländer aus. Mit 20,1 Mio. Übernachtungen sind Urlaubsreisen das zweitbedeutendste Übernachtungssegment im Inlandstourismus in Baden-Württemberg. Mehr als jede vierte Übernachtung (28 Prozent) im Jahr 2015 ist auf eine kürzere oder längere Reise mit Urlaubsanlass zurückzuführen. Ein damit erreichter Marktanteil von 7,8 Prozent bedeutet, dass etwa jede dreizehnte Urlaubsübernachtung eines Inländers in Deutschland in Baden-Württemberg stattfand.

Neben den Übernachtungsreisen erfasst der GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland die Tagesreisen der Deutschen ab einer Reisedistanz von 50 km. Für Baden-Württemberg wurden im Jahr 2015 knapp 70,8 Mio. Tagesreisen ab 50 km erfasst, davon rund 60,5 Mio. private Tagesausflüge und etwa 10,2 Mio. Tagesgeschäftsreisen. In der Summe von Übernachtungs- und Tagestourismus haben inländische Reisende im Jahr 2015 rund 143,0 Mio. touristische Aufenthaltstage in Baden-Württemberg verbracht.

Städteurlaubsreisen in Baden-Württemberg

Von den knapp 4,6 Mio. Urlaubsreisen, die Baden-Württemberg im vergangenen Jahr aus dem Inland empfangen hat, wurden 14 Prozent mit dem Hauptreiseanlass „Städtereise“ unternommen. Eine Städtereise ist damit im Rahmen der abgefragten Reiseanlässe nach dem „Urlaub auf dem Land / in den Bergen“ (20 Prozent) und der „Event- / Veranstaltungsreise“ (17 Prozent) der dritthäufigste Anlass für inländische Gäste, eine Urlaubsreise nach Baden-Württemberg zu unternehmen. Im Zuge der für das Jahr 2015 ermittelten rund 645 Tsd. Städteurlaubsreisen nach Baden-Württemberg wurden knapp 2,0 Mio. Übernachtungen getätigt. Eine Sonderauswertung des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland 2015 wirft einen Blick auf das Reiseverhalten und die Soziodemografie der Städtereisenden in Baden-Württemberg.

Reiseorganisation, Information, Buchung

52 Prozent der inländischen Städteurlaubsreisenden in Baden-Württemberg buchen einzelne Leistungsbestandteile ihrer Reise vor Reiseantritt. Eine Baustein- oder Pauschalreise wird deutlich seltener gebucht (31 Prozent). Der Anteil der Nicht-Vorabbucher liegt bei 17 Prozent. Die am häufigsten vor der Buchung genutzte Informationsquelle ist das Internet, womit beispielsweise Websites der Urlaubsregionen oder Reiseforen gemeint sind (45 Prozent). Mehr als jeder fünfte Städteurlauber in Baden-Württemberg nutzt zudem Bewertungsplattformen im Internet für die Informationsgewinnung. Die wichtigste Anlaufstelle der Städtereisenden für die Durchführung von Vorabbuchungen ist der Leistungsträger (55 Prozent), mit deutlichem Abstand gefolgt vom Reiseportal im Internet (26 Prozent) und dem Reisebüro bzw. Reiseveranstalter (13 Prozent). Nahezu die Hälfte der vorabgebuchten Leistungen wird weniger als zwei Monate vor Reiseantritt gebucht.

Reisedauer, Hauptverkehrsmittel zur Anreise, Unterkunft

Etwas mehr als drei Viertel der Städtereisen nach Baden-Württemberg werden als Kurz-Urlaubsreise mit ein bis drei Nächten unternommen. Die Monate April bis September (55 Prozent) sind als Reisezeitraum etwas beliebter als die Herbst- und Wintermonate. Häufigstes Anreisemittel ist der PKW (65 Prozent), vor der Bahn (17 Prozent) und dem Bus (12 Prozent). Bei rund sieben von zehn Reisen wird das Hotel als Unterkunft gewählt. Deutlich seltener fällt die Wahl auf gemietete Ferienwohnungen bzw. -häuser, die Unterkunft in Wohnwagen / Wohnmobil / Zelt (je 8 Prozent) und die private Unterkunft bei Verwandten oder Bekannten bzw. in der eigenen Immobilie (7 Prozent). Klassifizierbare Unterkünfte werden mehrheitlich im 3- (55 Prozent), aber

auch im 4- und 5-Sternebereich (29 Prozent) gebucht. In Unterkünften mit buchbarer Verpflegung wird vorzugsweise nur Frühstück gebucht (70 Prozent), seltener Halbpension (24 Prozent).



Reisebegleitung, Aktivitäten, Qualitätseinschätzung

Rund die Hälfte der Städtereisen nach Baden-Württemberg wird als Zwei-Personenreise unternommen, bei einem weiteren Drittel der Reisen besteht die Reisegruppe aus vier und mehr Personen. Kinder sind dabei nur selten unter den Reisenden (16 Prozent). Nahezu neun von zehn Städtereisenden besuchen während ihres Aufenthaltes kulturelle bzw. historische Sehenswürdigkeiten. Ebenfalls beliebte Aktivitäten sind der „Aufenthalt in der Natur“ (52 Prozent), das „Genießen typischer Speisen und Getränke“ (43 Prozent) und das „Einkaufen / Shoppen“ (40 Prozent). Etwas seltener werden Museen und Ausstellungen (25 Prozent) bzw. Veranstaltungen und Events (20 Prozent) besucht. Selbiges gilt für das „Spazieren gehen“ (34 Prozent) und „Wandern“ (21 Prozent). Sechs von zehn Städteurlaubern in Baden-Württemberg beurteilen ihren Aufenthalt mit „sehr gut“, etwas mehr als zwei Drittel würden das besuchte Reiseziel „ganz bestimmt“ weiterempfehlen. Jeder Dritte sieht zudem Anlässe, das Reiseziel „ganz bestimmt“ erneut zu besuchen.



Alter, Bildung und Einkommen, Quellmärkte

Das Durchschnittsalter des typischen inländischen Städteurlaubers in Baden-Württemberg liegt bei 52,8 Jahren. Jeder zweite Besucher ist im Besitz eines höheren Bildungsabschlusses (Abitur, Hochschulabschluss). Knapp 70 Prozent der Städtereisenden verfügen über ein mittleres bis hohes Haushaltsnettoeinkommen bei einem ähnlich hohen Anteil von Ein- und Zwei-Personenhaushalten. Die wichtigsten Quellmärkte für den Städtetourismus in Baden-Württemberg sind das eigene Bundesland (28 Prozent), die Nachbarländer Bayern (15 Prozent) und Rheinland-Pfalz (14 Prozent) sowie Nordrhein-Westfalen (13 Prozent).

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Baden-Württemberg: Einkommens- und Beschäftigungseffekte des Tourismus im Jahr 2015

Das Ministerium für Ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz Baden-Württemberg hat im vergangenen Jahr die dwif-Consulting GmbH mit einer Studie zur Ermittlung der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus für Baden-Württemberg beauftragt.

1. Erfassung des touristischen Gesamtvolumens (inkl. Haushaltsbefragung)

Als Grundlage der Berechnung der wirtschaftlichen Kenngrößen wird zunächst das touristische Gesamtvolumen (Übernachtungen und Tagesreisen) erfasst. Dabei werden neben den bekannten Übernachtungszahlen aus der amtlichen Beherbergungsstatistik auch die Übernachtungen in privaten Beherbergungsbetrieben mit weniger als zehn Betten, im Dauercamping, durch Reisemobilisten außerhalb von Campingplätzen und in den Privatwohnungen der Baden-Württemberger berücksichtigt. Unter diesen Rahmenbedingungen weist die Studie für das Jahr 2015 eine Summe von 529,4 Mio. touristischen Aufenthaltstagen in Baden-Württemberg aus.

Rund 71 Prozent der Aufenthaltstage resultieren aus dem Tagestourismus, dessen Volumen in Höhe von 376,0 Mio. Tagesreisen aus der bundesweiten Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ für das Jahr 2012/13 herangezogen wurde. Die Unterschiede zu den Ergebnissen des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland (siehe S. 6) sind u.a. in der Erfassung aller Tagesreisen, also auch solcher mit weniger als 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise, begründet.

Die verbleibenden 153,4 Mio. touristischen Aufenthaltstage (29 Prozent) sind dem Übernachtungstourismus zuzuschreiben. Knapp 47,1 Mio. Übernachtungen wurden dabei in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (ohne Campingplätze) in Baden-Württemberg getätigt, weitere 10,5 Mio. in privaten Unterkunftsbetrieben mit weniger als zehn Betten sowie 9,4 Mio. im Campingsegment (Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten). Die am häufigsten gewählte Beherbergungsart sind jedoch die Privatwohnungen der Baden-Württemberger. Rund 56 Prozent aller Übernachtungen (86,4 Mio.) finden bei Verwandten und Bekannten statt. Zu ihrer Erfassung wurde im Januar 2016 eigens eine für die baden-württembergischen Haushalte repräsentative Befragung durchgeführt, wonach jeder der knapp 5 Mio. Haushalte in Baden-Württemberg jährlich ein Besuchsaufkommen von durchschnittlich 17,4 Übernachtungen ver-

zeichnet. Dass die Verwandten- und Bekanntenbesucher durchaus auch für das Gastgewerbe eine interessante Nachfragegruppe darstellen, zeigt die Bereitschaft von mehr als der Hälfte der befragten Haushalte (53 Prozent), ihre Besucher in Zukunft auch in einem Beherbergungsbetrieb unterzubringen, wenngleich auch meistens nur bei Platzmangel in der eigenen Wohnung.

2. Berechnung des touristischen Bruttoumsatzes

Die zweite maßgebliche Größe für die Berechnung des aus der touristischen Nachfrage generierten Bruttoumsatzes bilden die durchschnittlichen Ausgaben pro Person und Tag der verschiedenen Gästegruppen. Mit 147,90 Euro geben die Gäste in gewerblichen Unterkunftsbetrieben (ohne Campingplätze) am meisten aus, gefolgt von den Besuchern privater Unterkunftsbetriebe (78,70 Euro). Die durchschnittlichen Tagesausgaben der Campinggäste (31,20 Euro), der Verwandte- und Bekanntenbesucher (28,00 Euro) und der Tagesbesucher (26,10 Euro) fallen u.a. aufgrund geringer bzw. nicht vorhandener Unterbringungskosten deutlich niedriger aus. In Summe der einzelnen Beherbergungssegmente und des Tagestourismus ergibt sich für Baden-Württemberg im Jahr 2015 ein touristischer Bruttoumsatz von knapp 20,3 Mrd. Euro, von dem aufgrund der höheren Ausgaben knapp 10,5 Mrd. Euro (52 Prozent) auf den Übernachtungs- und 9,8 Mrd. Euro (48 Prozent) auf den Tagestourismus entfallen.

3. Weiterberechnung der touristischen Einkommenswirkungen

In einem weiteren Berechnungsschritt wird ausgehend vom Nettoumsatz (= Bruttoumsatz nach Abzug der Mehrwertsteuer) die Einkommenswirkung / Wertschöpfung des Tourismus ermittelt, womit derjenige Anteil des Nettoumsatzes gemeint ist, der direkt oder indirekt zu Einkommen in Form von Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird. So konnte Baden-Württemberg im Jahr 2015 eine direkte Wertschöpfung aus dem Tourismus in Höhe von rund 5,9 Mrd. Euro erzielen. Darüber hinaus wurden etwa 3,6 Mrd. Euro indirektes Einkommen bei den Erbringern von Vorleistungen (z. B. Bäckereien) generiert. Aus beiden Umsatzstufen zusammen ergibt sich eine touristische Gesamtwertschöpfung von knapp 9,5 Mrd. Euro. Der Tourismus leistet damit einen relativen Beitrag zum Primäreinkommen der privaten Haushalte in Baden-Württemberg von 3,1 Prozent.

Zugleich entspricht der Einkommensbeitrag einem Äquivalent von rund 326.500 Personen, die durch die touristische Nachfrage in Baden-Württemberg ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 29.050 Euro) pro Kopf beziehen könnten.

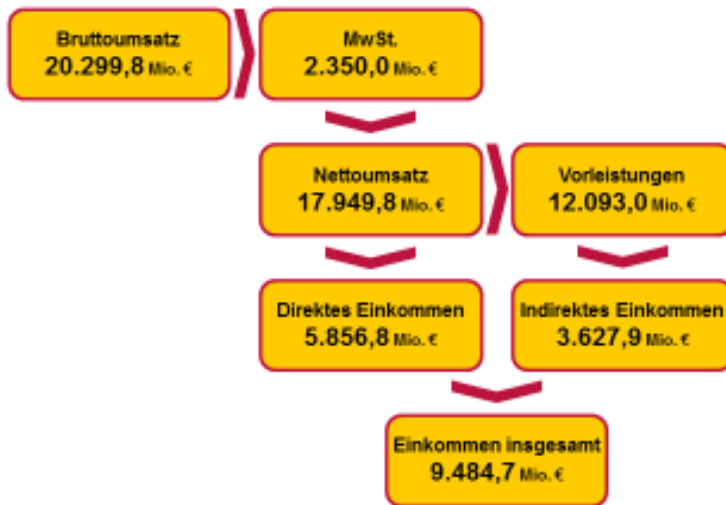


Abb. 6: Touristische Einkommenswirkung in Baden-Württemberg 2015; Quelle: dwif-Consulting GmbH (2016)

Im Vergleich zur letzten Untersuchung im Jahr 2007 hat die Bedeutung des Tourismus für Baden-Württemberg nochmals deutlich zugenommen. Wichtige Kennzahlen wie der Bruttoumsatz (+31 Prozent) und die Wertschöpfung (+27 Prozent) sind im Vergleich zur letzten Berechnung gestiegen.

Quellen:

dwif-Consulting GmbH (2016). Wirtschaftsfaktor Tourismus für das Bundesland Baden-Württemberg 2015.

GfK SE Shopper, Eisenstein [Hg.] (2016). GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland für Baden-Württemberg.

Statistisches Bundesamt [Hg.] (2011-2016). Monatserhebung im Tourismus.

Statistisches Landesamt [Hg.] (2016). Sonderauswertungen für die TMBW zu Auslandsmärkten.

Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg [Hg.] (2009). Tourismuskonzept Baden-Württemberg.

Bildnachweis: Icon made by Freepik from www.flaticon.com

Alle Rechte vorbehalten. Keine Teile des vorliegenden Newsletters dürfen ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Ihre Ansprechpartnerin: Tourismus Marketing Baden-Württemberg
 Verena Albrecht
 Tel. 0711/2 38 58-51
 v.albrecht@tourismus-bw.de
