

# Neue Projekte des BTW



# Wirtschaftsfaktor Tourismus



Für viele ist die Tourismusbranche eine wichtige Wachstums- und Beschäftigungssäule der deutschen Volkswirtschaft – und das sicher zu recht. Das Problem besteht bislang nur darin, dies auch mit aktuellen Zahlen und Fakten belegen bzw. untermauern zu können. Die Frage der Einschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus, das heißt der dem Tourismus zuzurechnenden Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte, kann nicht beantwortet werden, weil es an aktuellen Untersuchungen bzw. Statistiken fehlt. Die Ursache für diese unbefriedigende Situation liegt darin, dass der Tourismus als Querschnittsbranche – ähnlich wie die Gesundheits- oder Kommunikationswirtschaft – nicht in der amtlichen Statistik bzw. der Volkswirt-

schaftlichen Gesamtrechnung (VGR) des Statistischen Bundesamtes abgebildet wird. Auch die amtliche Tourismusstatistik des Statistischen Bundesamtes vermag hier keine Abhilfe zu verschaffen, da sie sich lediglich auf ausgewählte, konkret messbare Informationen (z. B. Anzahl der Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe) beschränkt. Die Ermittlung des Beitrags des Tourismus zur volkswirtschaftlichen Wertschöpfung hingegen ist mit der herkömmlichen, amtlichen Statistik allein nicht zu bewältigen.

Damit fehlen den Unternehmen und sonstigen Akteuren der Tourismuswirtschaft wichtige Informationen, Entscheidungsinstrumente und Orientierungsgrößen. Eine Selbsteinschätzung der Tourismuswirtschaft ist nahezu unmöglich, genauso wie Benchmarks mit anderen Branchen oder der einzelnen Segmente der Tourismuswirtschaft untereinander.

Das hat nicht zuletzt negative Konsequenzen für die Kommunikation tourismuspolitischer Forderungen in Richtung Politik und politiknaher Institutionen.

Klaus Laepple, BTW-Präsident, hat die Situation wie folgt beschrieben:

*„Die Relevanz einer heterogenen Branche wie der Tourismuswirtschaft lässt sich nur dann angemessen darstellen, wenn aktuelle, aussagekräftige Zahlen vorliegen. Die Notwendigkeit einer nachhaltig angelegten Branchenstatistik ist offenkundig.“*

## Ziel im Allgemeinen

Berechnung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Deutschland (Wertschöpfung und Beschäftigung)

## Modularer Aufbau des TSA

1. Direkte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch touristischen Konsum privater Haushalte (Standardmodell nach UNWTO etc.)
2. Indirekte/induzierte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte durch touristischen Konsum privater Haushalte (1. Erweiterung)
3. Wertschöpfungseffekte durch Investitionen in touristische Infrastruktur (2. Erweiterung)
4. Wertschöpfungseffekte durch touristischen Staatskonsum (3. Erweiterung)

## Ziele im Weiteren

Prognosewerte für das jeweilige aktuelle Jahr

Jährliche Aktualisierungen der Basisstudie

Der BTW hat deshalb die Entscheidung getroffen, sich diesem zentralen Branchenthema verstärkt anzunehmen.

Am 5. Mai 2010 traf erstmalig der zu diesem Zweck gegründete Arbeitskreis Statistik zusammen, um die Problematik unzureichender, aktueller Daten zur Einschätzung der gesamtökonomischen Bedeutung des Tourismus für die deutsche Volkswirtschaft insbesondere im Mitgliederkreis des BTW zu diskutieren und ein Lösungsszenario zu entwickeln.

Der konzeptionelle Ansatz zur Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus, auf den man sich einigen konnte, ist das von UNWTO, OECD und Eurostat verabschiedete und international empfohlene

Konzept des Tourismus-Satellitenkontos (TSA), das um weitere für die Branche wichtige Erweiterungen ergänzt werden soll (siehe Kasten).

Nach der Einigung zur konzeptionellen Vorgehensweise konnten weitere wichtige Fragen der Umsetzung geklärt werden. So wird das Projekt (Modul 1) finanziell wesentlich durch das Bundeswirtschaftsministerium unterstützt.

Die Berechnungen selbst führt DIW econ durch, während der BTW als Projektträger verantwortlich ist für die Koordinierung und Organisation des Projekts. Fachlich-inhaltlich beraten und begleitet wird das Projekt durch einen Projektbeirat, der sowohl aus Experten der

Praxis als auch aus der Wissenschaft und der Politik besteht (siehe Kasten).

Zudem helfen Steuerungsgruppen der einzelnen Segmente der Tourismuswirtschaft, das spezifische Fach- und Branchenwissen zu nutzen. Dadurch können Datenlücken besser geschlossen, Schätzungen und Annahmen solider getroffen, die Aussagefähigkeit der zu generieren-

den Daten qualitativ optimiert und Plausibilitätskontrollen nachhaltiger implementiert werden.

Der BTW-Arbeitskreis dient parallel dazu als wichtige, zentrale Plattform für den Informationsaustausch zwischen allen Beteiligten. Hier soll Gelegenheit gegeben werden, Informationen weiterzugeben bzw. zu erhalten sowie sich über den Pro-

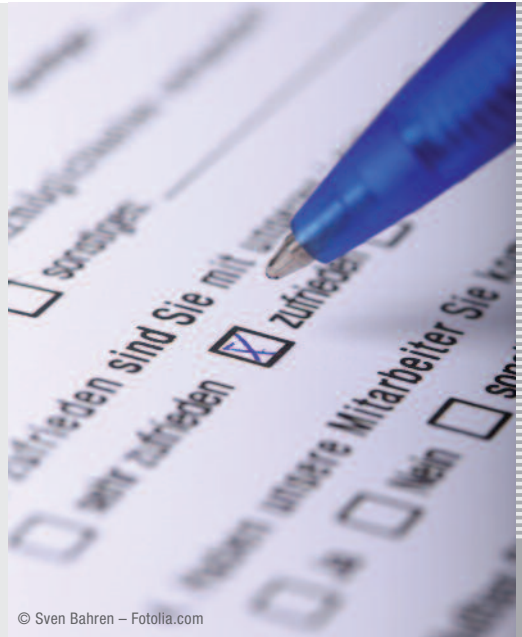
- 1. Prof. Dr. Conrady**, Vorstandsmitglied der DGT
- 2. Marc Fleischhauer**, Leiter Touristik des ADAC
- 3. Prof. Dr. Freyer**, Lehrstuhl für Tourismuswirtschaft TU Dresden
- 4. Stefan Genth**, Hauptgeschäftsführer des HDE
- 5. Dr. Bernhard Harrer**, Geschäftsführer des dwif
- 6. Prof. Dr. Edmund Krieger**, Leiter Marketing und Strategie ADV
- 7. Herbert Lechner**, Division Manager GfK Mobility
- 8. Werner Loscheider**, Referatsleiter Tourismuspolitik im BMWi
- 9. Markus Luthe**, Hauptgeschäftsführer des IHA
- 10. Dr. Hans-Georg Niemeyer**, Leiter Marktforschung DB Mobility
- 11. Michael Rabe**, Generalsekretär des BTW
- 12. Werner Sülberg**, Bereichsleiter Konzernentwicklung DERTOUR
- 13. Norbert Tödter**, Leiter Strategische Unternehmensplanung DZT

jektverlauf und -stand auszutauschen. Impulse aus der Tourismuswirtschaft (insbesondere aus dem BTW-Mitgliederkreis) sollen in diesem Kreis direkt an den Projektträger bzw. Projektdurchführer weitergegeben werden können. Auf diese Weise wird die notwendige, aktive Einbindung der Tourismuswirtschaft in das Projekt gewährleistet.

Die Vorteile des hier gewählten, modularen TSA-Ansatzes für die Berechnung der Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte in der Tourismuswirtschaft sind zusammenfassend:

- Kompatibilität zur amtlichen Statistik, basierend auf den internationalen Handlungsempfehlungen der UNWTO
- Transparenz und Differenzierung der Ergebnisse durch modularen Aufbau
- Benchmarks mit anderen Ländern und anderen Branchen möglich
- Einzelauswertungen in Bezug auf die Segmente der Tourismuswirtschaft wie z. B. Reiseveranstalter/-büros, Hotellerie/Gastronomie, Einzelhandel, Luftverkehr, Messen/Kongresse...) möglich
- Separater Ausweis der Dienst- und Geschäftsreisen
- Grundstein für Regionalauswertungen (Bundesländer-Benchmark)
- Fortlaufende Erhebungen, dadurch Zeitvergleiche möglich
- Breite Akzeptanz der Vorgehensweise durch Einbindung der Wissenschaft, der Politik und der Tourismuswirtschaft

Am 15. Dezember 2010 erfolgte der offizielle Startschuss des Projekts „Wirtschaftsfaktor Tourismus“; für Ende 2011 werden die Ergebnisse erwartet.



© Sven Bahren – Fotolia.com

# Nachhaltigkeits-Portal

## Die deutsche Tourismuswirtschaft – engagiert in Sachen Nachhaltigkeit

Seit Frühjahr 2010 berichtet der BTW auf seinen Internetseiten über die Nachhaltigkeitsprojekte seiner Mitglieder. Unter [www.btw.de/branchenthemen/nachhaltigkeit/](http://www.btw.de/branchenthemen/nachhaltigkeit/) wird präsentiert, in welcher umfangreicher Art und Weise sich die Unternehmen und Verbände der Tourismuswirtschaft in Sachen Nachhaltigkeit engagieren. Nicht alles ist neu, doch vieles ungewöhnlich, innovativ und nachahmenswert. Einiges hat sich bereits herumgesprochen, anderes hat ganz sicher mehr Bekanntheit als bisher verdient. Unternehmensinterne Maßnahmen sind genauso enthalten wie kundenbezogene.

Die Auswahl ist weder im Hinblick auf die einzelnen Unternehmen oder Verbände noch für die Gesamtbranche abschließend. Sie soll einen beispielhaften Einblick in die verschiedensten Projekte ermöglichen, die von der Branche umgesetzt und unterstützt werden. Die Auswahl, die in unregelmäßigen Abständen ergänzt, aktualisiert und ausgetauscht wird, soll zum Mitmachen, Nachmachen und Weiterentwickeln anregen und als Grundlage für eigene Ideen dienen.

Präsentiert werden Projekte wie die Nachhaltigkeitsinitiative Futuoris oder Klimaspenden, Unternehmensnormen und Events, Umweltpreise und Beispiele, wie die Unternehmen der Branche ihre Mitarbeiter und Kunden rund ums Thema Klimaschutz informieren und sensibilisieren.



© Joseph Helfenberger – Fotolia.com