Hochschule Osnabrück
University of Applied Sciences

Wirtschaftliche Effekte in Regionen durch Naturtourismus

Prof. Dr. Cord Petermann
cord.petermann@hs-osnabrueck.de

Magdeburg, 02. Dezember 2011

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Studien-Projekt zum „Altmark-Rundkurs“

Krimiroute in Gardelegen

Stefanie Humpsch; Kristina Bergmann

Altmark-Verstärker Lühke Lühken, Marvin Kremer

Wandel mit Charme

Marvin Piel, Michael Reepel, Saira Shafiq

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Überblick

- Generelle volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus
- Mögliche regionalökonomische Effekte des Tourismus
- Naturtourismus im engeren und weiteren Sinne
- Nachfrage nach Naturtourismus
- Beispiele für die Ermittlung regionalwirtschaftliche Effekte des Naturtourismus
- Fazit

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Arbeitsplätze im Tourismus – Volkseinkommen aus dem Tourismus

- 49 Mio. Deutsche machten 2010 ca. **75,6 Mio. Reisen**
- gesamtwirtschaftlicher Produktionswert der Tourismus-industrie in Deutschland mehr als **185 Mrd. €**, Wertschöpfung von **94 Mrd. €** (2010), ca. 3,2 % v. BIP
- Ausgaben der Deutschen für Auslandsreisen: 60,6 Mrd. €, das entspricht 4,2 % des gesamten privaten Verbrauchs der Bundesbürger (2010).

- rund **2,8 Mio. Beschäftigte** arbeiten in Deutschland in der Tourismusbranche
- 2010 waren 62.650 Personen bei deutschen Reisebüros und Reiseveranstaltern sozialversichert beschäftigt.
- Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (2010):
  - in der Hotellerie: 256.000
  - im Gastgewerbe: 846.000

DRV 2010

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Arbeitsplätze im Tourismus – Beschäftigte ausgewählter Branchen

Handwerk und handwerksähnliches Gewerbe	4.837.000
Gesundheitswirtschaft	4.200.000
Tourismus – eine Querschnittsbranche	**2.800.000**
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	1.251.400
Maschinenbau	914.000
ITK- und CE-Branche	828.700
Elektroindustrie	820.000
Automobilindustrie	756.500
Bauhauptgewerbe	705.000
Ernährungsindustrie	530.000
Chemische Industrie	439.780

Quelle: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (2), Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung (3), verschiedene Fachinstitutionen und -verbände (4)

DTV 2008

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Bedeutung des Tourismus in der Region niedersächsische Nordsee

Touristische Umsätze Region Nordsee

Region Nordsee	Umsatz in TEUR[12]
Gewerbliche Betriebe	783.036
Betriebe < 9 Betten	434.483
Touristikcamping	46.251
Dauercamping	60.386
Reisemobilisten	15.332
Freizeitwohnsitze	71.075
VFR-Tourismus	147.799
Tagesreisen	824.767
Umsätze total	2.383.129

Anteile des Tourismus am Volkseinkommen

Landkreis	Region Nord-see	Kreis-freie Städte	Land-kreise
Volkseinkommen gesamt in Mrd. Euro	22,61	4,60	18,01
Touristische Wert-schöpfung in Mrd. Euro	1,22	0,14	1,08
Anteil des Touris-mus am Volksein-kommen	**5,4%**	**3,0%**	**6,0%**

Tourismusverband Nordsee 2008

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Tagesreisen der Deutschen

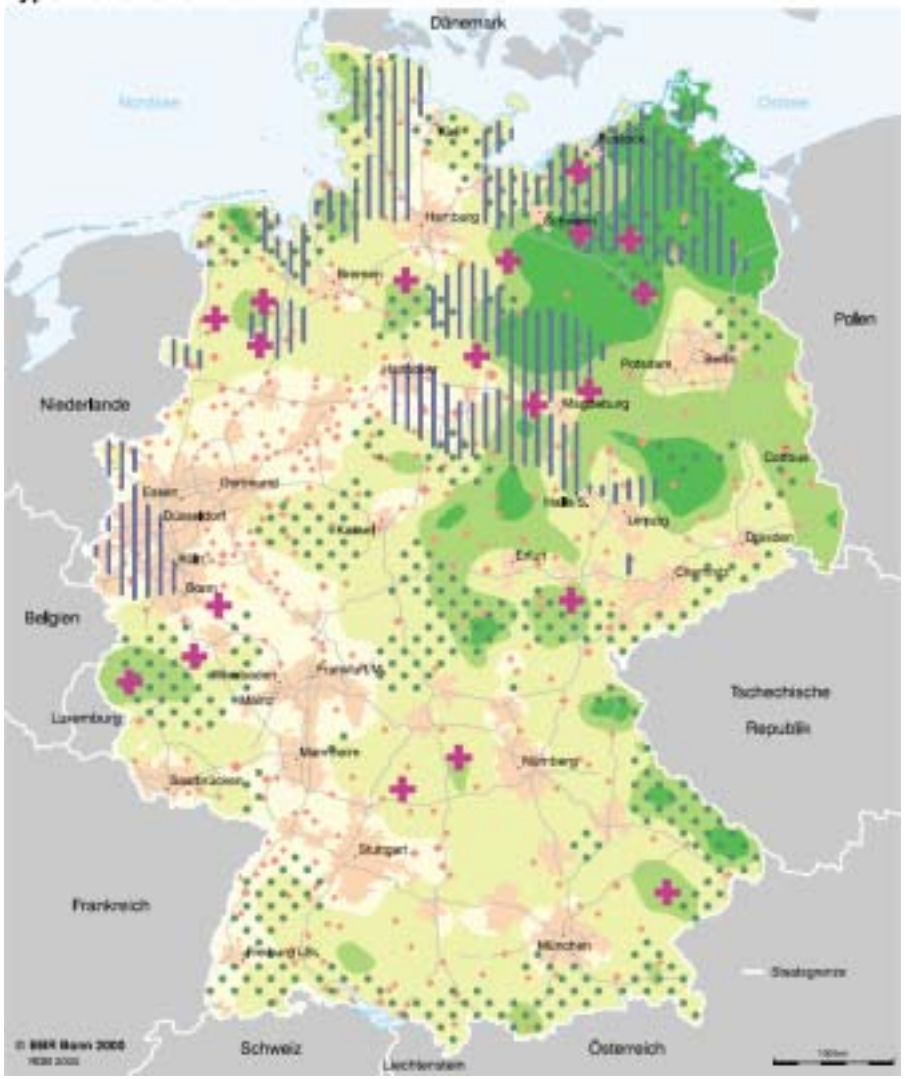
- Im Jahr 2006 unternahmen die Deutschen insgesamt rund 3,6 Mrd. Tagesreisen, davon rund **3 Mrd. Tagesausflüge** und ca. 600 Mio. Tagesgeschäftsreisen.
- Von den rund 3 Mrd. Tagesausflügen führten 130 Mio. ins Ausland, in der Regel in die direkt angrenzenden Nachbarländer Deutschlands
- Die Ausgaben für die Tagesreisen an den Aufenthaltsorten in Deutschlands beliefen sich 2006 auf rund **93,7 Mrd. €**. Hinzu kamen Ausgaben von rund 69,3 Milliarden Euro für An- und Abreise.
- Somit beliefen sich die **Gesamtausgaben** der Deutschen für Tagesreisen auf rund **163 Mrd. €**.

DRV 2010

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Ausgleichsfunktion des Tourismus

Typen ländlicher Räume



Strukturschwache ländliche Räume mit

- sehr starken Entwicklungsproblemen
- starken Entwicklungsproblemen

Ländliche Gebiete

- ohne nennenswerte Entwicklungsprobleme
- in der Nähe von Agglomerationsräumen

Ländliche Räume mit

- Dynamik der wirtschaftlichen Entwicklung
- guten Einkommensmöglichkeiten in der Landwirtschaft
- Potenzialen im Tourismus
- Verdichtungsraum

Städte außerhalb der Verdichtungsräume

- 100 000 bis unter 150 000
- 50 000 bis unter 100 000
- 20 000 bis unter 50 000

BBR 2000

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Regionalökonomische Effekte des Tourismus

„Harte“ und „weiche“ Effekte des Tourismus auf regionaler Ebene

- die Schaffung und Erhaltung von **Arbeitsplätzen**
- die **Erwirtschaftung** von Löhnen, Gehältern und Gewinnen (Wertschöpfung)
- der Beitrag zum **Steueraufkommen** der Tourismusregionen (ca. 2,5% des touristischen Nettoumsatzes)
- die Bildung von **Vermögen** bei der einheimischen Bevölkerung (Wohlstand)
- die Schaffung von **Infrastruktur**, die auch der einheimischen Bevölkerung zur Verfügung steht (Wohlfahrtswirkung)

- **Image**effekte (z.B. für Regionalmarketing)
- **Identität** (Stolz auf das „Ansehen“)
- **Standortfaktor** für andere gewerbliche Ansiedlungen
- **...**

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Regionalökonomische Bedeutung von Großschutzgebieten

Bausteine

Beschäftigung
- Anstellung bei Naturschutz-verwaltung/ -verbänden etc.
- Anstellung in Landschafts-pflegebetrieben etc.

Einkommen
- Vertragsnaturschutz
- Flächenankauf
- Aufträge an Dritte
- Tourismus

Infrastruktur
- Informationszentren
- Rad- und Wanderwege, Lehrpfade
- Betriebliche Investitionen

Monitoring und Forschung

BR Nds. Wattenmeer 2007

Dienstleistungen
- Führungen, Exkursionen,
- (Umwelt)-Bildung
- Beratung, Forschung
- Kontrolle

Produkte
- hochwertige Lebensmittel
- Handwerksartikel / Kleinkunst

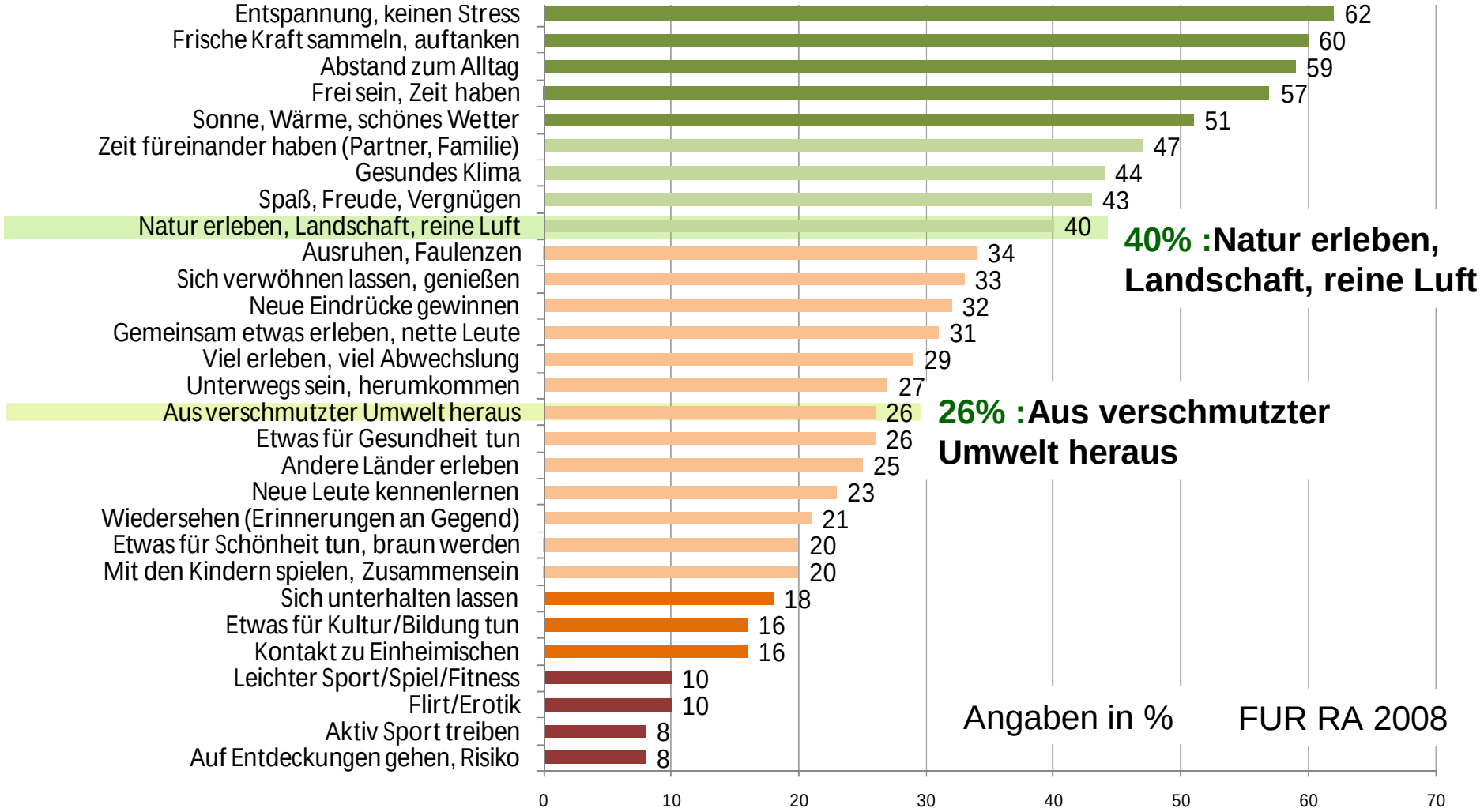
Image und Identität
- “Naturschutz” als Qualitätsbegriff
- Steigerung des Bekanntheitsgrades

Kommunikation
- Foren / Arbeitskreise
- Kontaktnetze
- Institut. / Organisationen

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Was ist „Naturtourismus“?

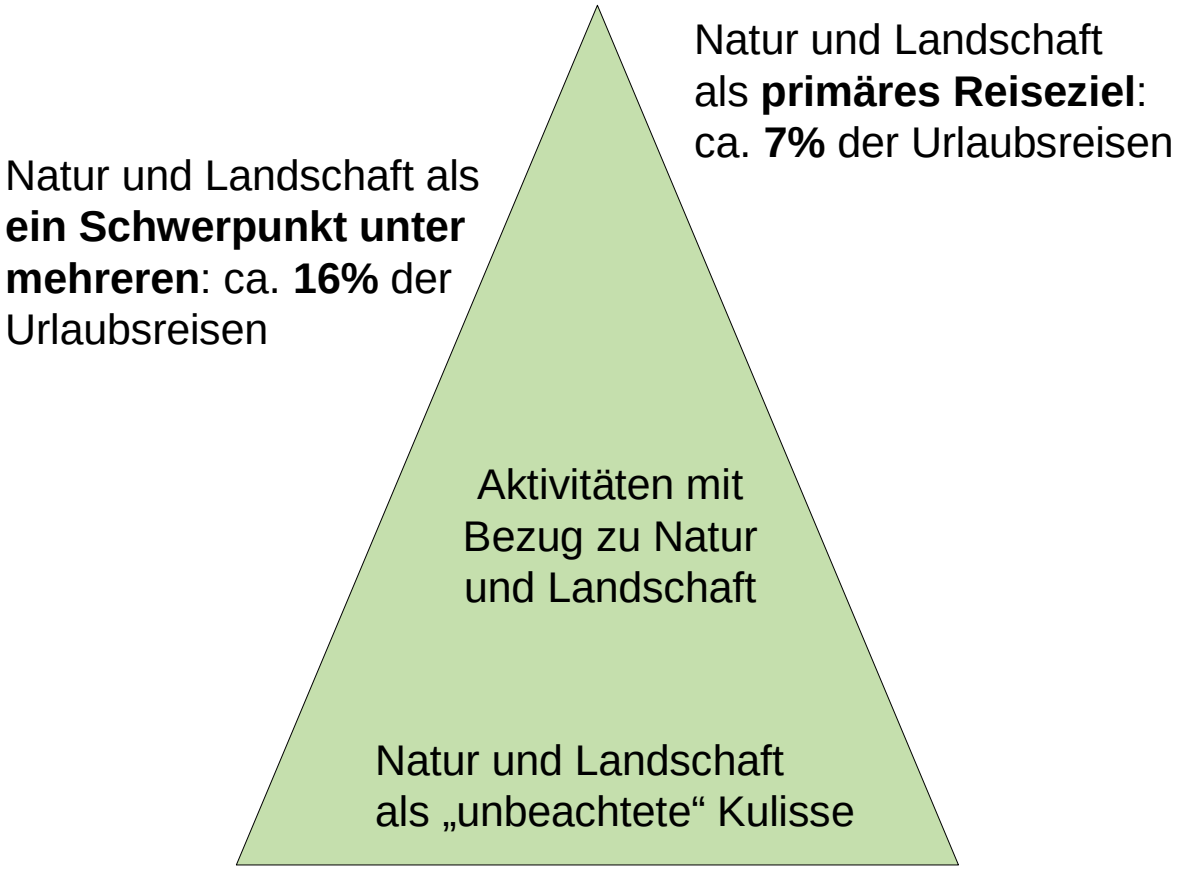
Reisemotive – Dinge, die im Urlaub besonders wichtig sind



© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Was ist „Naturtourismus“?

Naturtourismus im engeren und weiteren Sinne

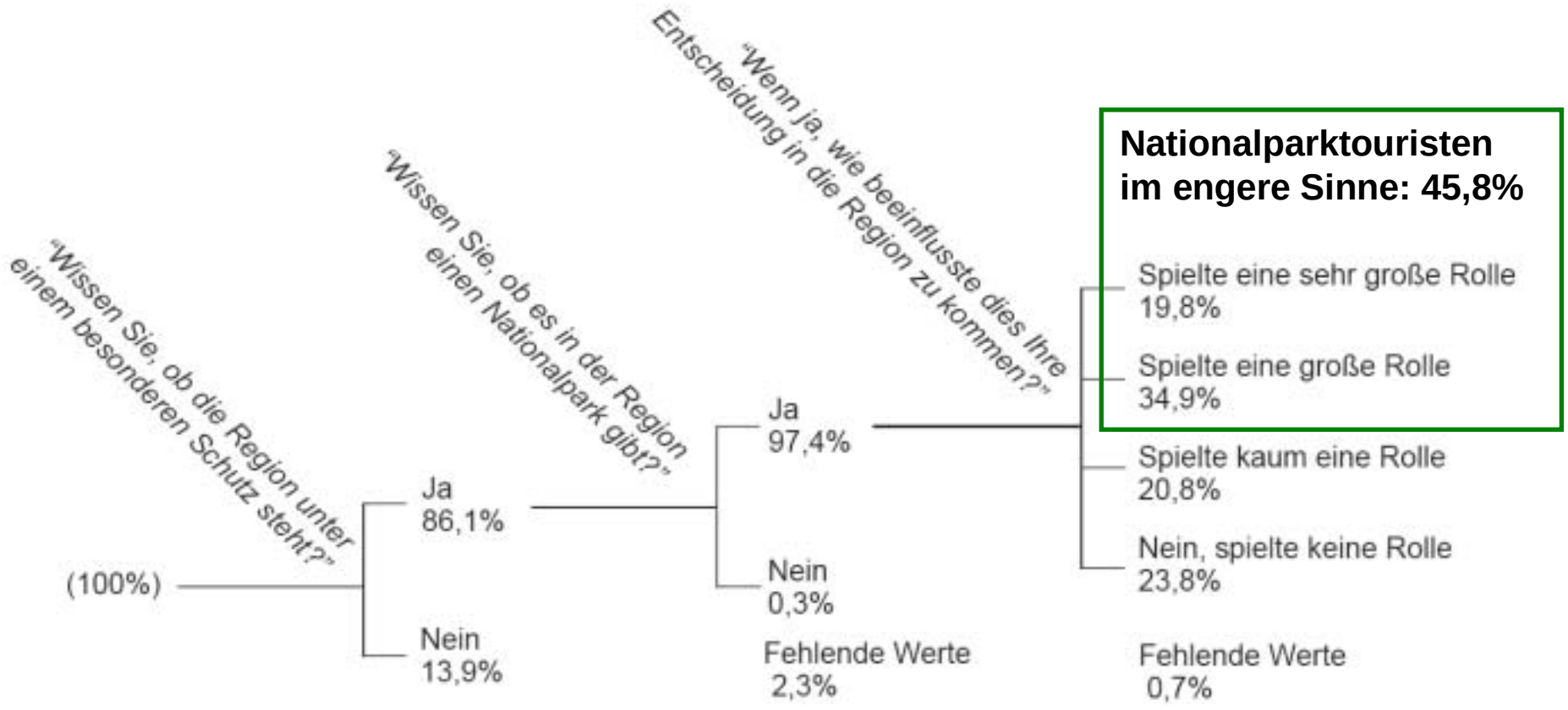


FUR RA 2005

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Regionalökonomische Bedeutung von Großschutzgebeiten

Wer ist ein „Nationalparktourist“? Befragung im NLP Bayerischen Wald



Job / Metzler 2005

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Regionalökonomische Bedeutung von Großschutzgebieten

Nationalparktouristen im engeren Sinne

	Nationalpark Bayerischer Wald	Nationalpark Berchtesgaden	Müritz-Nationalpark
Besucherzahl	350.000 (760.000[1])	114.000 (1.129.000[1])	167.000 (390.000[1])
Ø Tagesausgaben pro Kopf			
Ø Tagesausgaben TG			
Ø Tagesausgaben UN			
Bruttoumsatz	13,5 Mio. €	9,3 Mio. €[2]	5,6 Mio. €
Einkommen 1. Umsatzstufe	4,3 Mio. €	3,1 Mio. €	1,9 Mio. €
Einkommen 2. Umsatzstufe	2,2 Mio. €	1,5 Mio. €	0,9 Mio. €
Einkommen 1. und 2. Umsatzstufe	6,5 Mio. €	4,6 Mio. €	2,8 Mio. €
Volkseinkommen pro Kopf	14.387 €	22.500 €[3]	10.918 €
Vollzeitbeschäftigungsäquivalent	456 Personen (939[1])	206 Personen	261 Personen (628[1])

Natur alleine bringt nicht die Naturtouristen

[1]alle Nationalparktouristen
[2]abweichende Berechnungsgrundlage, da unterschiedliche Erhebungsmethodik
[3]durchschnittliches Einkommen im Tourismussektor in Bayern (vgl. dwif 2002: 162)

Job 2008

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

- Tourismus birgt ein hohes wirtschaftliche Potenzial, das es insbesondere für ländliche Räume mit reichhaltiger Naturausstattung zu erschließen gilt.

- (Natur[schutz]-)Tourismus kann wichtige Impulse für die Regionalentwicklung geben – hier ist Kooperation gefragt!

- Tourismus ist eng mit Natur und Landschaft verknüpft, allerdings muss bei den Reisemotive der Urlauber genau analysiert werden, welchen Stellenwert Natur- und Landschaftserleben bzw. Aktivitäten in der Natur jeweils haben (Zielgruppen beachten!).

- Nachfrage ermitteln und entwickeln – wiederum eine kooperative Aufgabe!

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück

Studien-Projekt zum „Altmark-Rundkurs“

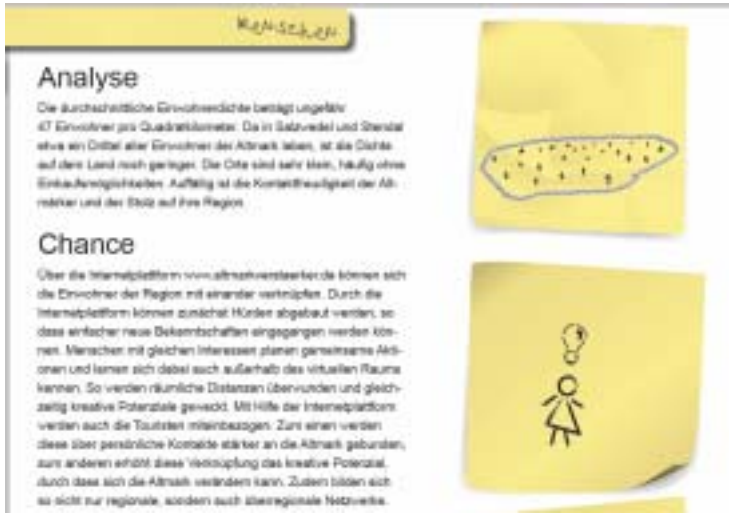
Nutzer- und Zielgruppenanalyse

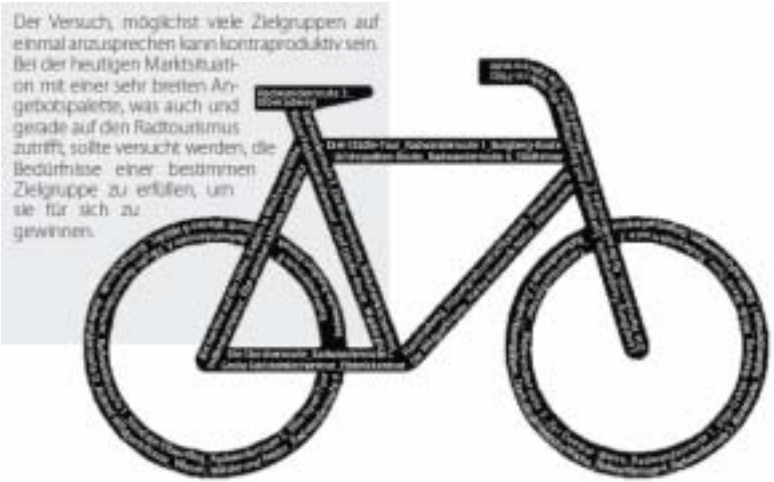
Lust am Land (Gardelegen)

Kathrin Berling, Anne Geißler

Radmark - Urlaub mit der Altmark

Altmark-Verstärker Lühke Lühken, Marvin Kremer





Verena Busse, Katharina Jungbluth, David Teidel, Peter Wittstock

© Prof. Dr. C. Petermann
Hochschule Osnabrück