

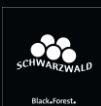
# **SMARTER DATEN, KLARE ENTSCHEIDUNGEN:**

# SCHWARZWALD MONITOR TOURISMUS



# AGENDA

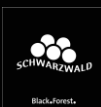
---



Hansjörg Mair | Büsum | 2024

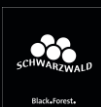
- Wer sind wir.
- Wo sind wir | Was machen wir.
- Schwarzwald Monitor Tourismus:
  - Ausgangssituation.
  - Ziele.
  - Umsetzung.
  - Budget.
  - In der Praxis.
  - Stolpersteine.
  - Ausblick.

# WER SIND WIR

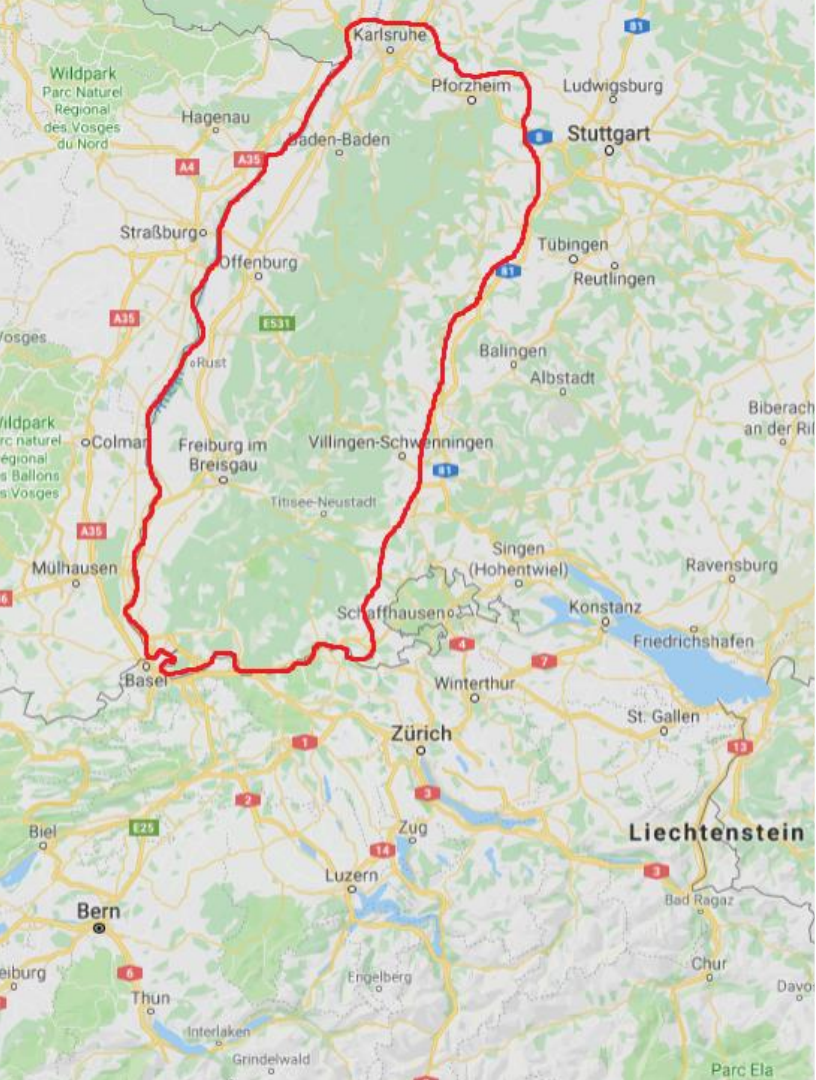


Hansjörg Mair | Büsum | 2024

# WO SIND WIR



Hansjörg Mair | Büsum | 2024



## Schwarzwald

Fläche	11.100 km <sup>2</sup>
Einwohner	3.105.000
Landkreise, Stadtkreise, Gemeinden	12 – 4 – 321
Großschutzgebiete	4 mit 842.000 ha
ÜN gewerblich	23 Mio.
ÜN nicht gewerblich	33 Mio.
Tagesreisende	135 Mio.
Brutto Umsatz	8,7 Mrd. €
Netto Umsatz	7,7 Mrd. €
Direkte Arbeitsplätze	130.000
Indirekte Arbeitsplatzeffekte	390.000
Aufenthaltstage	190 Mio.

# WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS 2023

Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche. Egal ob Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleistungs- oder Zuliefernde wie regional Produzierende und Handwerksbetriebe, es gibt kaum einen Wirtschaftsbereich, der nicht vom Tourismus profitiert. Deshalb lohnen sich Investitionen von Kommunen und Unternehmen in die tourismusbezogene Infrastruktur, konkrete Produkte und die touristische Vermarktung. Umso wichtiger ist es, die Wirkung und Relevanz des Tourismus für die Wirtschaft im Untersuchungsgebiet deutlich zu machen.

Der Tourismus ist Umsatzbringer und leistet über Steuereinnahmen einen Beitrag zur Finanzierung der öffentlichen Haushalte. Als Jobmotor bietet der Tourismus Menschen vieler unterschiedlicher Berufsqualifikationen und Beschäftigungsverhältnisse (von der Saisonkraft bis zur Vollzeitstelle) Einkommensmöglichkeiten. Er schafft und sichert ortsgebundene Arbeitsplätze.

Über Instrumente wie die Kurtaxe oder die Fremdenverkehrsabgabe trägt er zudem direkt zur Verbesserung der lokalen Infrastruktur bei. Hiervon profitieren Gäste ebenso wie Einheimische und Unternehmen vor Ort. Das Tourismus-Engagement eines Ortes zählt sich aus – in Euro und Cent für alle Branchen. Gleichzeitig steigert es die Attraktivität und Lebensqualität für Einheimische und Gäste.

Quelle: dwif



## Umsatz im Tourismus

RECHNUNG SIEHE SEITE 13



Die positiven Impulse des Tourismus strahlen auch auf Vorleistungen wie Werbung und auf andere Wirtschaftsbereiche wie Handel, Handwerk oder Landwirtschaft aus. Die dafür aufgewendeten 5,1 Mrd. Euro führen bei den Vorleistungserbringern wiederum zu Einkommenseffekten in Höhe von 1,5 Mrd. Euro für Gehälter, Löhne, Gewinne etc.

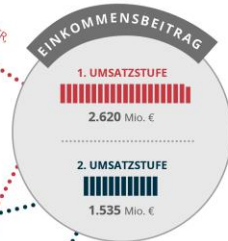


Die Tourismusintensität (bezogen auf StAla-Übernachtungen) beträgt 7.381.

## Wertschöpfung aus dem Tourismus

Aus den Nettumsätzen in Höhe von 7,7 Mrd. Euro werden in den Tourismus-Betrieben 2,6 Mrd. Euro direkt zu Löhnen, Gehältern oder Gewinnen bei den im Tourismus Beschäftigten.

Für Wareneinkauf, Dienstleistungen, Investitionen oder Vorleistungen können dann noch 5,1 Mrd. Euro eingesetzt werden.



## Beschäftigungs-äquivalent

Die Nettowertschöpfung aus der 1. und 2. Umsatzstufe beträgt somit 4,2 Mrd. Euro. Bei einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Einkommen von 32.207 Euro in der Region ergibt sich daraus ein rechnerisches Beschäftigungsäquivalent von ca. 129.000 Personen bzw. touristischen Arbeitsplätzen.

Es ist davon auszugehen, dass auf jeden so „errechneten“ direkten Arbeitsplatz drei weitere Arbeitsplätze kommen, die indirekt und anteilig vom Tourismus profitieren.

Tatsächlich kann die Zahl der im Tourismus Beschäftigten wegen der hohen Anteile von Saison- und Teilzeikräften jedoch auch deutlich höher liegen.

DER TOURISMUS IM SCHWARZWALD LEISTET

EINEN RELATIVEN BEITRAG ZUM PRIMÄREINKOMMEN VON 4,1 %

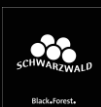
¹ Von der Statistik erfasste Betriebe mit min. 10 Schlafgelegenheiten

² Privatbetriebe mit max. 9 Schlafgelegenheiten, Dauercamping, Reisemobilisten, Übernachtung in Zweitwohnung sowie bei Verwandten und Bekannten

³ Darunter 25,4 Mio. Tagesgeschäftsreisen



# WAS TUN WIR



Hansjörg Mair | Büsum | 2024

**Früher waren wir  
Informationsverwalter und  
Werbemittelgestalter.**

**Heute sind wir Datendealer,  
Angebotsentwickler und  
Netzwerker.**

# Unser Credo:

Den **RICHTIGEN** Kunden  
im **RICHTIGEN** Moment  
mit der **RICHTIGEN** Botschaft  
im **RICHTIGEN** Format  
auf der **RICHTIGEN** Plattform  
ansprechen!



# PFLICHT

Hansjörg Mair | Büsum | 2024

SchwarzwaldCard, 365, Jobcard.  
Schwarzwald Dorfurlaub.  
Badischer Weinradweg.  
Crossmediale Kampagnen.  
9 Arbeitskreise.  
Zertifizierungen.  
STG Impulse.

Markenführung.  
Orts- und Produktberatungen.  
Inhouse Printmedien.  
Live Kommunikation.  
Schwarzwald-Radio.  
Partnerschaften.



**Wenn Destinationen nur ihre  
„Auch-Leistungen“ optimieren,  
erfüllen sie im Kopf der Kunden  
höchstens die PFLICHT.**

**Die KÜR verlangt,  
sich durch Anderssein von anderen  
abzusetzen und auch mal  
Nein zu sagen.**

# KÜR



Hansjörg Mair | Büsum | 2024



Kompetenzzentrum Tourismus  
Weihnachts-Benefiz-Aktion  
Black Forest Gravel Bike  
Kuckuck Award  
Bauwerk Schwarzwald  
Digital Tourism Coach



Designed to stay ROLF BENZ  
Black Forest Sneaker by PUMA  
Clean Up Days Schwarzwald  
Multimodale Markenkampagne mit K.I.  
KONUS digital

# Schwarzwald Monitor Tourismus

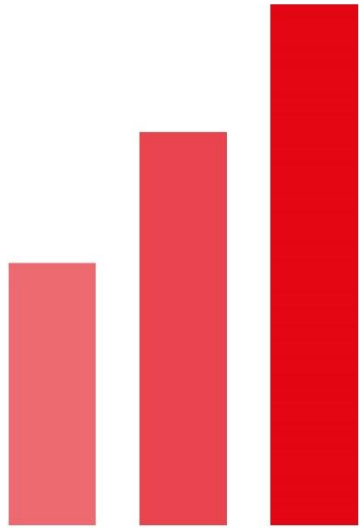
Hansjörg Mair | Büsum | 2024



# SCHWARZWALD MONITOR

Hansjörg Mair | Büsum | 2024





# Schwarzwald **MONITOR** Tourismus

- Wer sind wir.
- Wo sind wir | Was machen wir.
- Schwarzwald Monitor Tourismus:
  - **Ausgangssituation.**
  - Ziele.
  - Umsetzung.
  - Budget.
  - In der Praxis.
  - Stolpersteine.
  - Ausblick.

**Gesamtwirtschaftliche Daten**  
(Wertschöpfung, etc.)

**Buchungsdaten**

**Verkehrsdaten**

**Unterkunftsdaten**  
(Belegungsrate, etc.)

**Marktforschungsdaten**

**Marketingdaten**

**Nachhaltigkeitsdaten**

**Wetterdaten**

**Bewegungsdaten**  
(Mobilfunkdaten etc.)

**Gästekarten, Apps, Meldedaten**

- Wer sind wir.
- Wo sind wir | Was machen wir.
- Schwarzwald Monitor Tourismus:
  - Ausgangssituation.
  - **Ziele.**
  - Umsetzung.
  - Budget.
  - In der Praxis.
  - Stolpersteine.
  - Ausblick.

# Daten in der Customer Journey

## Bekanntheit

- Berichterstattung in Medien
- TV-Serien & Filme mit Destinations-Bezug
- Social Media-Posts
- Website-Traffic
- Marketing-Kampagnen

## Relevanz & Image

- Google-Suchanfragen
- Preis-Leistung-Score
- TrustYou: Trustscore
- TurstYou: Servicescore
- Brand Studien
- Besucherumfragen

## Buchung

- Buchungsdaten Hotels, AirBnB
- Buchungsdaten Airlines, Deutsche Bahn
- Erlebnis-Buchungen inkl. Führungen etc.

## Aufenthalt vor Ort

- Ankünfte
- Übernachtungen
- Aufenthaltsdauer
- Tagestouristen
- Heatmaps der Aufenthalte
- Mobilfunkdaten
- Gäste Card / BWC

## Prognose der Aufenthalte auf Basis der vorgelagerten Größen

## Prognosewert

### Strukturmerkmale der Besucher inkl. Segmentierung

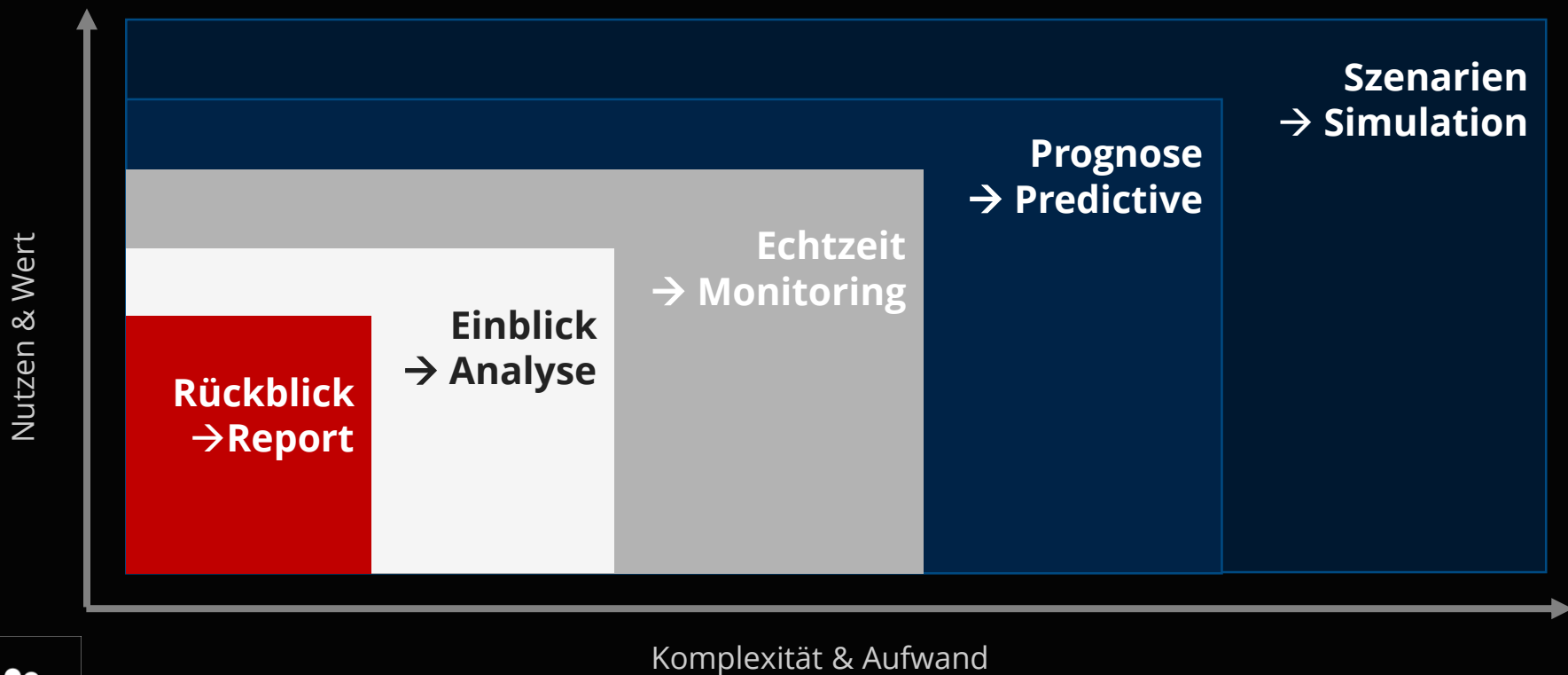
- Altersgruppen
- Geschlechterverteilung
- Haushaltgröße
- Sinus-Milieus
- Herkunftsgebiete
- ...

### Wirtschaftliche Kennzahlen

- Anzahl Betriebe
- Anzahl Zimmer
- Anzahl Betten
- Zimmerauslastung
- Bettenauslastung
- ...



# Wie können wir Daten nutzen?



Reisegebiet

Naturpark

Werbegemeinschaft

Kreis

Gemeinde

-

Jahr wählen

# Zahlen & Fakten

## Schwarzwald Tourismus

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Nunc erat enim in vulputate id faucibus. At lobortis enim pellentesque sapien metus sagittis est justo rhoncus. Eu magna orci viverra eget pulvinar. Feugiat tortor enim eu senectus amet leo eget. Dolor id eget sit scelerisque integer odio enim accumsan ullamcorper.

Convallis feugiat elementum sed felis arcu proin. Congue suspendisse integer dignissim pellentesque. Arcu dictum neque vestibulum tempor volutpat ultricies massa augue. Est mi molestie dictum sit nibh nunc. Ut molestie ipsum sed dui senectus aenean amet luctus turpis.



**ANKÜNPFTE**

**98.000**

▲ +10% zum Vorjahr



**ÜBERNACHTUNGEN\***

**53.150**

▲ +10% zum Vorjahr



**ANZAHL BETTEN\***

**63.200**

▲ +10% zum Vorjahr



**AUSLASTUNG\***

**92 %**

▲ +10% zum Vorjahr



**DURCH. AUFENTHALTSDAUER**

**4,5 Tage**

▲ +10% zum Vorjahr



**TOP5 HERKUNFTSLÄNDER**

**BE, NL, FR, CH, D**

▲ +10% zum Vorjahr



**TOURISMUSINTENSITÄT**

**4.000**


▲ +10% zum Vorjahr



**TOURISMUSAKZEPTANZSALDO**

**32 %**


▲ +10% zum Vorjahr



**TAGREISEN**

**10.000**


▲ +10% zum Vorjahr



**ZERTIFIZIERTE NACHHALTIGE BETRIEBE**

**900**


▲ +10% zum Vorjahr



**FLÄCHE SCHUTZGEBIET**

**40 %**

▲ +10% zum Vorjahr



**GEMEINDEN MIT KOSTENLOSEM ÖPNV**

**10**

▲ +10% zum Vorjahr

- Wer sind wir.
- Wo sind wir | Was machen wir.
- Schwarzwald Monitor Tourismus:
  - Ausgangssituation.
  - Ziele.
  - **Umsetzung.**
  - Budget.
  - In der Praxis.
  - Stolpersteine.
  - Ausblick.

- Wer sind wir.
- Wo sind wir | Was machen wir.
- Schwarzwald Monitor Tourismus:
  - Ausgangssituation.
  - Ziele.
  - Umsetzung.
  - **Budget.**
  - In der Praxis.
  - Stolpersteine.
  - Ausblick.

- Wer sind wir.
- Wo sind wir | Was machen wir.
- Schwarzwald Monitor Tourismus:
  - Ausgangssituation.
  - Ziele.
  - Umsetzung.
  - Budget.
  - **In der Praxis.**
  - Stolpersteine.
  - Ausblick.

- Wer sind wir.
- Wo sind wir | Was machen wir.
- Schwarzwald Monitor Tourismus:
  - Ausgangssituation.
  - Ziele.
  - Umsetzung.
  - Budget.
  - In der Praxis.
  - **Stolpersteine.**
  - Ausblick.

- Wer sind wir.
- Wo sind wir | Was machen wir.
- Schwarzwald Monitor Tourismus:
  - Ausgangssituation.
  - Ziele.
  - Umsetzung.
  - Budget.
  - In der Praxis.
  - Stolpersteine.
  - **Ausblick.**

# KEY TAKE AWAYS

1

Daten ordnen:

Einsichten gewinnen!

## Klein anfangen:

Es muss nicht immer das Gesamtbild sein. Schon kleine Datenauswertungen liefern wertvolle Einsichten.

2

Vernetzung fördern:

Zusammenhänge verstehen!

## Zusammenhänge sichtbar machen:

Durch die Vernetzung von Daten werden Muster und Abhängigkeiten erkennbar. So wird aus Big Data gezielte Smart Data.

3

Dashboards nutzen:

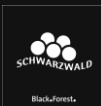
Flexibel und maßgeschneidert!

## Dashboards für alle:

Dashboards lassen sich in jeder Größe und Komplexität erstellen. Sie helfen, Daten zu vernetzen, Informationen zu teilen und sind bereits mit geringem Budget realisierbar.



# DANKE



Hansjörg Mair | Büsum | 2024



Black•Forest•

1. Sämtliche Rechte an der Präsentation und an deren Inhalten (einschließlich enthaltener Konzepte, Gestaltungen, Planungen, etc.) verbleiben ebenso wie jegliches der Präsentation zugrunde liegende Know-how und unabhängig davon, ob die Präsentationsinhalte Urheber-, Nutzungs- und Eigentumsrechte beinhalten und ob die Präsentation nur gezeigt oder ausgehändigt wurde, zeitlich unbeschränkt ausschließlich bei der Schwarzwald Tourismus GmbH.
2. Die Inhalte der Präsentation stellen Geschäftsgeheimnisse im Sinne von §2 Ziffer 1 GeschGehG dar. Jede unbefugte Nutzung oder Offenbarung der Inhalte ohne vorherige ausdrückliche Zustimmung durch die Schwarzwald Tourismus GmbH wird als Verstoß gegen das GeschGehG gewertet. Alle Inhalte der Präsentation unterliegen der strikten Vertraulichkeit.
3. Mit der Präsentation räumt die Schwarzwald Tourismus GmbH keinerlei Rechte an der Präsentation oder an den Präsentationsinhalten ein. Jegliche Nutzung, Verwertung, Vervielfältigung, Bearbeitung sowie jegliche Weitergabe an Dritte in Bezug auf die Präsentation und deren Inhalte ist unzulässig und bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der Schwarzwald Tourismus GmbH.
4. Hinsichtlich in der Präsentation enthaltener Fotos, Logos, Grafiken, Skizzen etc. werden durch die Präsentation keinerlei Urhebernutzungs- oder sonstige Rechte eingeräumt. Diese Rechte sind gesondert zu erwerben. Eine Nutzung ohne ausdrückliche Rechteeinräumung ist unzulässig.
5. Die Ziffern 1-4 gelten entsprechend für alle weiteren Unterlagen, die mit Präsentation und / oder Übergabe präsentiert oder übergeben werden sollten.

# RECHTLICHE HINWEISE