



## Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

Dr. Manfred Zeiner  
Geschäftsführer dwif-Consulting GmbH

Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Kurortmanagement in der  
Vereinigung Bäder- und Klimakunde e. V.  
Bad Pyrmont, 04. November 2017

**dwif**  
consulting

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2017 dwif-Consulting GmbH.  
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

## Daten & Fakten zur dwif-Consulting GmbH

Forschung	dwif e.V. seit 1950
Beratung	dwif-Consulting GmbH seit 2003
Wirkungskreis	80% national, 20% international
Mitarbeiter	27 feste Mitarbeiter
Standorte	München   Berlin
Projekte	70 - 100 pro Jahr

**dwif**  
consulting

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

## Unser Portfolio

dwif - Beratung für die Tourismusbranche und Freizeitwirtschaft



dwif-Wirtschaftsfaktor  
Tourismus



Betriebswirtschaftliche  
Beratung



Konzepte & Strategien im  
Destinationsmanagement



Marktforschung & Monitoring  
im Tourismus



WEBMARK Management-  
Informationssystem für den  
Tourismus



Tagestourismus &  
Freizeitwirtschaft



Sparkassen-  
Tourismusbarometer



Qualitätsmonitor  
Deutschland-Tourismus



Tourismusforschung &  
Innovation



dwif international

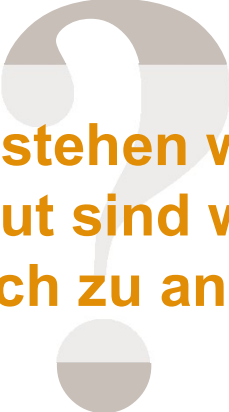

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

# Benchmarking

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir

**dwif**  
consulting



**Wo stehen wir?  
Wie gut sind wir im  
Vergleich zu anderen?**

**dwif**  
consulting

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können



## **Was kann man benchmarken?**

- Physisches Angebot -> Ortsbildanalyse, Prüfradar, Meldedaten
- Nachfragevolumen -> Erfassung der gesamten Nachfrage (inkl. Besucherzahlen)
- Gästebefragung (Verhalten, Zufriedenheit, ...) -> Vergleiche untereinander und mit Durchschnitt, Besten
- Image, Bekanntheit -> Vergleiche untereinander und mit Durchschnitt, Besten
- Betriebswirtschaftliche Performance -> Betriebsvergleich
- Ökonomische Fakten -> Wirtschaftsfaktor Tourismus
- Rolle innerhalb der Kommune -> kommunale Kosten / Nutzenanalyse

**dwif**  
consulting

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können



**Wie gut sind die Orte  
darauf vorbereitet?**

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und wie wir daraus lernen können

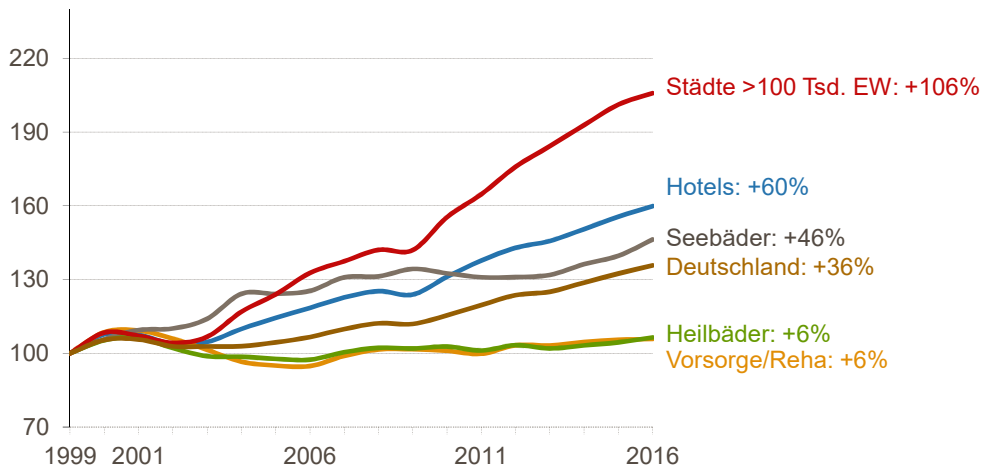


**Der Blick auf die Zahlen**

**dwif**  
consulting

## Nachfrageentwicklung: Heilbäder hinken hinterher

Übernachtungen inkl. Camping 1999 - 2016 (Index 1999=100)



Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt, Heilbäder und Seebäder: erst ab 2004 inkl. Camping.

Wirtschaftsfaktor: Tourismus in den Heilbädern und Kurorten Deutschlands

dwif  
consulting

## Heilbäder & Kurorte\*: Prägende Kraft im Deutschlandtourismus, aber abgeschwächte Dynamik

Marktanteil Heilbäder  
und Kurorte **2016** an  
allen gewerblichen  
Übernachtungen  
in Deutschland

**26,2%**  
(117 Mio.)

**1999: 30%**  
(98 Mio.)

Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt.  
\* Ohne Luftkur- und Erholungsorte

Wirtschaftsfaktor: Tourismus in den Heilbädern und Kurorten Deutschlands

Folie 10

dwif  
consulting

## Vorsorge- und Reha-Kliniken:

Übernachtungen  
Reha Deutschland **2016**

**47,6 Mio.**  
(1993: 47,2 Mio.)

Anteil Reha an Übernachtungen  
Deutschland insg. **2016**

**10,7%**  
(1993: 16,3 %)

Quelle: dwif 2017, Daten Statistisches Bundesamt.

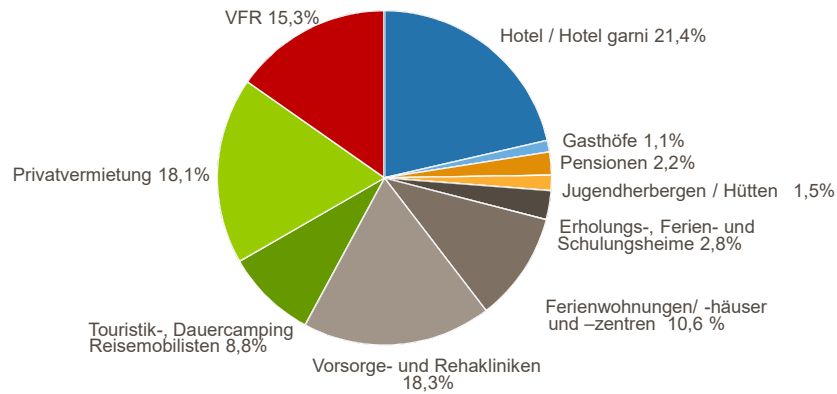
Wirtschaftsfaktor Tourismus in den Heilbädern und Kurorten Deutschlands

**dwif**  
consulting



## Übernachtungen nach Unterkunftsart

insgesamt rund 164,3 Mio. Übernachtungen in Heilbädern in Deutschland



Quelle: dwif 2017

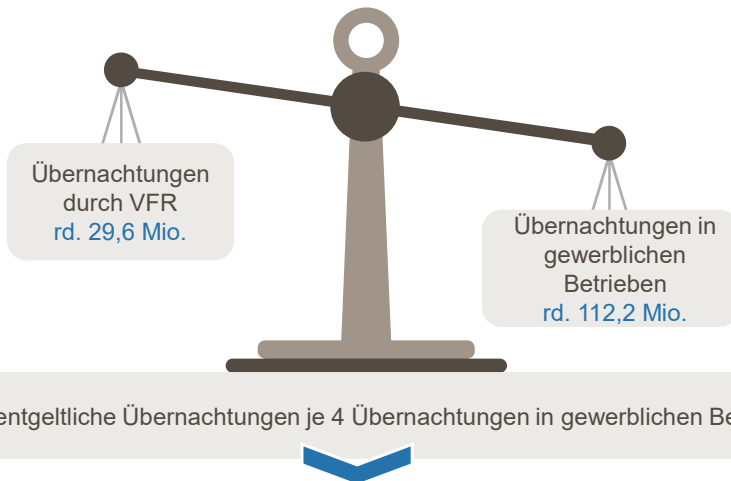
Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting



**Verwandten- / Bekanntenbesucher**

## Verwandten- / Bekanntenbesucher in Heilbädern in Deutschland



Vorsicht: Nicht übertragbar auf andere Jahre, Orte und Regionen!

Quelle: dwif Haushaltsbefragung

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting



Tagesbesucher



## Ein Tagesausflug kann sein...

Betriebs-, Schul- oder Vereinsausflug  
Zoo, Schloss, Museum, Ausstellung  
Ausflugsfahrt mit Bus oder Schiff  
Treffen mit Freunden oder Verwandten  
Freizeitpark, Konzert, Volksfest, Event, Sportveranstaltung  
Radeln, Wandern, Baden, Skifahren  
Shopping  
Teilnahme an Seminaren und Schulungen  
Klassische Geschäftskontakte  
Kongress- und Messebesuche  
Ausflugrestaurant besuchen

... und vieles andere mehr!

Quelle: dwif 2017

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## Bedeutung des Tagestourismus in Heilbädern in Deutschland



# Tagesreisen



## 260,0 Mio.

rund 1,6 Tagesreisen  
je gewerbliche Übernachtung

Vorsicht: Nicht übertragbar auf andere Jahre und andere Orte!

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting





**rund 1,6 Tagesreisen  
je gewerbliche  
Übernachtung in  
Heilbädern in Deutschland**

Quelle: dwif 2017

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting



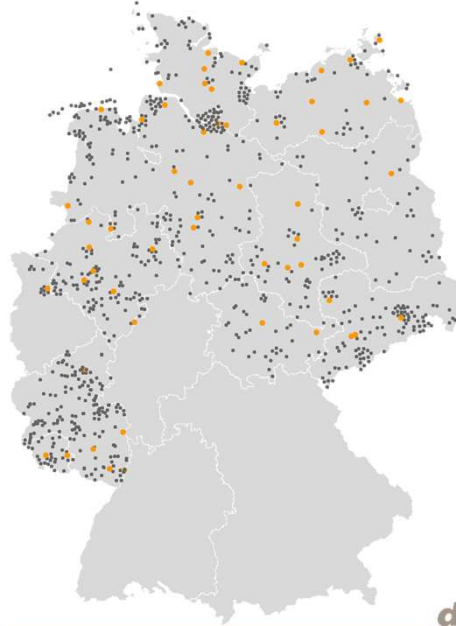
**Bei knapp 10 % der  
Tagesreisen der Deutschen  
geht es um einen Besuch  
eines Heilbades**

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## Monitoring der Freizeitwirtschaft in Deutschland

**Jahr 2016:**  
**870 Einrichtungen**  
**mit 89,0 Millionen**  
**Besuchern**



Quelle: dwif 2017 Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

**dwif**  
consulting

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

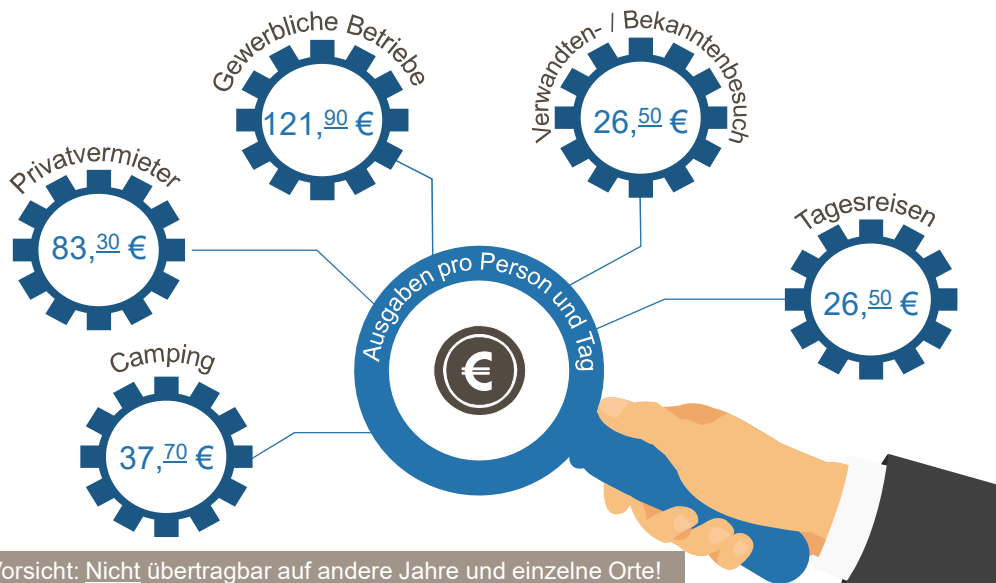
## Wie kann man Tagesreisen benchmarken?

- Der verlässlichste Weg ist eine Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus nach „original dwif-Methode“.
- Die Nutzung von „Kennzahlen und Relationen“ ist **nicht** empfehlenswert!
- Eine Erfassung von Besucherzahlen und Besucherstruktur (Monitoring) ist sehr zu empfehlen!
- Sorgfältig geplante Befragungen bringen wertvolle Informationen, aber i.d.R. keine Aussagen zum Volumen.  
-> Vorsicht vor adhoc-Befragungen!

**dwif**  
consulting

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

## Ausgaben der Gäste in Heilbädern in Deutschland



Vorsicht: Nicht übertragbar auf andere Jahre und einzelne Orte!

Quelle: dwif 2017

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

## Bedeutung der touristischen Marktsegmente

Aufenthaltstage 453,9 Mio.

Bruttoumsätze 24.910,0 Mio. €



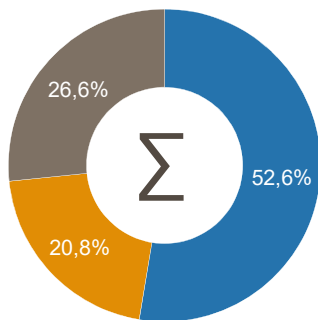
Quelle: dwif 2017

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## Direkte Profiteure des Tourismus

insgesamt 24.910,0 Mio. €



Gastgewerbe  
inkl. Kliniken

13.099,9 Mio. €



Einzelhandel

5.179,3 Mio. €



Dienstleistungen inkl.  
Gesundheitsdienstleistungen

6.630,8 Mio. €

Quelle: dwif 2017

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## Direkte und indirekte Einkommenswirkungen durch Tourismus in deutschen Heilbädern

Bruttoumsatz  
24.910,0 Mio. €

Mehrwertsteuer  
2.304,8 Mio. €

Nettoumsatz  
22.605,2 Mio. €

Vorleistungen  
13.954,2 Mio. €

1. Umsatzstufe  
direktes Einkommen  
8.651,0 Mio. €

2. Umsatzstufe  
indirektes Einkommen  
4.186,3 Mio. €

touristischer Einkommensbeitrag insgesamt  
12.837,3 Mio. €

Relativer Beitrag zum Primäreinkommen 11,2 %

Quelle: dwif 2017

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## Beschäftigungseffekte durch den Tourismus in Heilbädern in Deutschland

# 509.150 Personen,

die durch den Tourismus in den Heilbädern in Deutschland ein Ø-Primäreinkommen  
(= 25.213,- €) pro Kopf beziehen könnten.



Quelle: dwif 2017

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## Tourismus in Heilbädern in Deutschland bringt Steueraufkommen!

Mehrwertsteuer  
Einkommensteuer

ca. **2.314,2** Mio. €



Grundsteuer  
Gewerbesteuer  
Zweitwohnungssteuer  
Kurtaxe (Gast)  
Tourismusabgabe (Gewerbe)  
...

Quelle: dwif 2017

Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## Wie kann man Angaben zum Wirtschaftsfaktor Tourismus benchmarken?

- Der verlässlichste Weg ist eine Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus nach „original dwif-Methode“.
- Ein Vergleich mit „vergleichbaren Orten“ ist hilfreich. -> **Vorsicht** nur methodengleiche Untersuchungen vergleichen!
- Die Übertragung von Durchschnittswerten führt zu falschen Ergebnissen.
- Die unreflektierte Nutzung von Relationen ist **nicht** empfehlenswert!
- Unterschiede bei Umsätzen haben vielerlei Ursachen.
- Die Struktur des Beherbergungsangebotes macht den Unterschied!
- Die Gästestruktur ist oft entscheidender als das Preisniveau.

**dwif**  
consulting

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

# Digitalisierung



**dwif**  
consulting

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

## WEBMARK Heilbäder



... liefert Wissen über Heilbad-Besucher

### Struktur (demografische Daten)

Wer sind meine Besucher?

### Heilbad-Besuch (Motive, Entscheidungsverhalten)

Warum haben sie sich für unseren Ort entschieden?

### Zufriedenheit (Teilzufriedenheit, Gesamtzufriedenheit)

Sind die Besucher zufrieden?

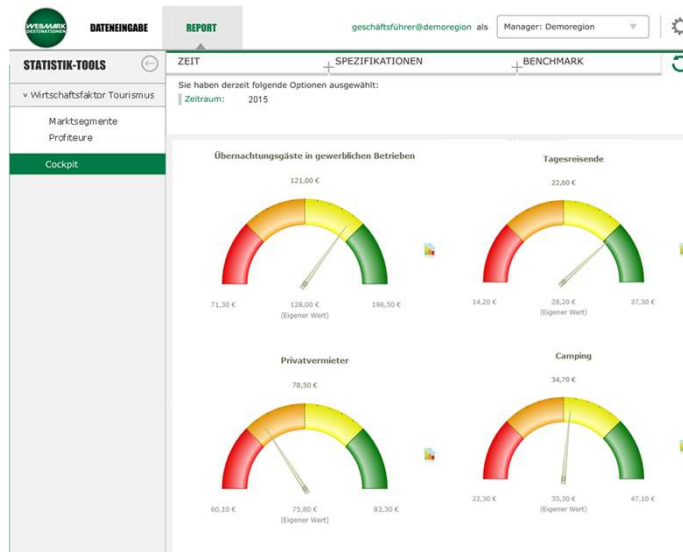
### WEBMARK Heilbäder =

- permanente Besucherforschung
- Management Informationssystem
- Benchmarking



Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

## Benchmarkfunktion in WEBMARK



Quelle: dwif 2017.



Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können



## Wichtig! Der Vergleich mit anderen...



Wo steht mein Ort im Vergleich zu Mitbewerbern?

Analyse des  
eigenen Ortes

... **Benchmarking**

Vergleich zu den  
Mitbewerbern



WEBMARK Museen (dwif / MANOVA 2014)

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## WEBMARK – Die Online-Lösung



Vorteile von WEBMARK im Vergleich zu klassischer Marktforschung

- Ergebnisse jederzeit und überall verfügbar - keine Software notwendig
- individuelles Benchmarking
- Online-Datenauswertung anstatt statischer Berichte
- leicht zu bedienende interaktive Auswertungsmöglichkeiten
- aussagekräftige Ergebnisse durch online Vergleichsmöglichkeiten
- Zeitvergleiche rasch möglich – Abruf per Mausklick
- geringere Kosten für den Monitor im Vergleich zu klassischer Studie

Benchmarking: Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können

**dwif**  
consulting

## WEBMARK – Die Online-Lösung



### Vorteile von WEBMARK Heilbäder: So profitieren Sie!

- Eigene Stärken und Schwächen erkennen
- Positionierung überprüfen und optimieren
- Basis für Marketingmaßnahmen
- Effizienter Einsatz des Marketingbudgets
- Unterstützung bei Management-Entscheidungen
- Trends & Entwicklungen rechtzeitig erkennen und reagieren



Benchmarking, Zahlen, Daten und Fakten und was wir daraus lernen können



**dwif-Consulting GmbH**  
Beratung und Forschung für die Tourismusbranche und Freizeitwirtschaft

Ihr Ansprechpartner

**Dr. Manfred Zeiner**  
Tel.: +49(0)89 / 237 028 9-0  
m.zeiner@dwif.de

Büro München    Büro Berlin  
Sonnenstr. 27    Marienstr. 19/20  
80331 München    10117 Berlin

[www.dwif.de](http://www.dwif.de)

**dwif consulting**

twitter | facebook | google+ | xing | rss

Urheberschutz  
Alle Rechte vorbehalten. © 2017 dwif-Consulting GmbH. Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer ist ohne Zustimmung der dwif-Consulting GmbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.