




























AMPELSYSTEM ZUR BEWERTUNG DER INDIKATOREN

- Das Kriterium „Aussagekraft“, unterteilt in die Ausprägungen Groß, Mittel und Gering, soll die Bedeutung des Indikators für die Messung eines Zusammenhangs zwischen Wirkungen des Tourismus und der Regionalentwicklung abbilden.
- Die Ausprägungen der Datenverfügbarkeit sind von dem jeweiligen Zugang zu den Daten abhängig: Sie reichen von öffentlich zugänglichen Daten und der amtlichen Statistik über Sonderauswertungen von Statistiken bis hin zu Primärerhebungen, die entweder über eigene Recherchen oder mittels Fremdstudien und sonstige Konzepte/Analysen beschafft werden.
- Je nach Indikator sind Daten für unterschiedliche oder alle relevanten Raumebenen verfügbar (Gemeinde/Landkreis/Bundesland).

Aussagekraft/Bedeutung/Gewicht	Bewertung	
	  	Groß
	  	Mittel
	  	Gering
Datenverfügbarkeit	Bewertung	
	  	Öffentlich zugängliche Daten/Statistiken
	  	Sonderauswertungen
	  	(eigene) Primärerhebungen
Raumbezug	Bewertung	
	  	Gemeinde
	  	Landkreis/Region
	  	Bundesland

Quelle: dwif (im Rahmen des Sparkassenverband Westfalen-Lippe 2017)

INDIKATOR	AUSSAGEKRAFT	VERFÜGBARKEIT	RAUMBEZUG
ÖKONOMISCHE EFFEKTE (WIRTSCHAFTSFAKTOR)			
Nachfrageintensität (-volumen) Übernachtungen/Tagesreisen	○ ● ○	○ ● ○	● ● ●
Bruttoumsatz und Wertschöpfung	○ ● ○	○ ● ●	● ● ●
Beschäftigungseffekte: Einkommensäquivalent	○ ● ○	○ ● ●	● ● ●
Einkommensbeitrag (Primär-/Volkseinkommen)	● ○ ○	○ ● ●	● ● ●
Ausgabenhöhe (inkl. Verteilung der Hotelkapazitäten)	○ ● ○	○ ● ●	● ● ●
Steueraufkommen, Steuereinnahmen	● ○ ○	○ ● ●	● ● ●
Einnahmen aus Kurbeiträgen und Fremdenverkehrsbeiträgen	○ ● ○	● ○ ○	● ○ ○
STABILISIERUNGSEFFEKTE & REGIONALE WIRTSCHAFTSKREISLÄUFE			
Ausgabenstruktur und Umsatzverteilung (Profiteure)	● ○ ○	○ ● ●	● ● ●
Vorleistungsverflechtungen (Differenzierung)/Regionalvermarktung	○ ● ○	○ ● ●	● ● ●
Agrotouristische Angebote (Betriebe, Betten, Hofgastronomie)	● ○ ○	○ ● ○	● ● ●
Privatvermietung (Anteil an Betten und Übernachtungen)	● ○ ○	○ ● ●	● ● ●
STANDORTEFFEKTE (IMAGETRANSFER, VERKNÜPFUNGEN MIT INDUSTRIE & GEWERBE, MICE)			
Unternehmenskommunikation (Websiterecherche)	○ ● ○	○ ● ●	● ○ ○
MICE und Geschäftsreiseverkehr	● ○ ○	○ ● ●	● ● ○
Bevölkerungsentwicklung und Altersquotient	○ ● ●	● ○ ○	● ● ●
Pendlerzahlen (Saldo, Ein- und Auspendler)	○ ● ○	● ○ ○	● ● ●
Beschäftigtenzahlen und Arbeitsplatzzentralität	○ ● ○	● ○ ○	● ● ●
Leerstehende Wohnungen	○ ● ○	● ○ ○	● ● ●
Gastgewerbe und Einzelhandelsbesatz	● ● ○	● ○ ○	● ● ●
Durchschnittliche Auslastung der Beherbergungsbetriebe	● ○ ○	● ○ ○	● ● ●
Ansiedlung von Betrieben, Veränderungen Branchenmix	○ ● ○	○ ● ●	● ○ ○
ATTRAKTIVITÄTS- UND INFRASTRUKTUREFFEKTE			
Image und Bekanntheit (Destination Brand, Brandmeyer)	● ○ ○	○ ● ○	● ● ○
Standortzufriedenheit Innensicht (touristische, nicht-touristische Wirtschaft)	○ ● ○	○ ● ●	● ● ●
Lebenszufriedenheit Einwohner (Glücksatlas)	○ ● ○	○ ● ○	○ ○ ●
Gästezufriedenheit (Qualitätsmonitor, TrustYou-Score)	● ○ ○	○ ● ○	● ● ●
Mietpreis-/Wohnwertsteigerung	○ ● ●	● ○ ○	● ● ○
Leitinfrastruktur Radfahren, Wandern, Kulturattraktionen	● ○ ○	○ ● ○	● ● ○
Qualitätszertifizierungen Radfahren, Wandern (Betriebe)	○ ● ○	● ○ ○	● ● ●
Mobilitäts- und Veranstaltungsangebot	● ○ ○	○ ● ●	● ○ ○
Medizinische Versorgung	○ ● ○	○ ● ○	● ● ○
BELASTUNGSERSCHINUNGEN			
Einschätzung regionaler Akteure, Experten, Internetrecherche	○ ● ○	○ ● ●	● ○ ○