




Umwegrentabilität : Das bringt ein Festivalbesucher meiner Stadt



GIM | RELEVANCE COUNTS.

Dr. Sigrid Schmid

AGENDA



Einführung: Umwegrentabilität

Fallbeispiel: Heidelberger Frühling (HDF)

- a. Fakten zum Festival
- b. Kurzes Portrait der Besucher
- c. Ergebnis: Das bringt der HDF der Stadt Heidelberg

Alpha Stock Images -
<http://alphastockimages.com/>

Umwegrentabilität wird in 3 Schritten berechnet:

1. Welche Gelder fließen der Stadt durch das Festival zu?
2. In welchem Ausmaß gab es staatliche Förderung?
3. Wie stehen Zufluss und Förderung in Relation zueinander?



FINANZIELLE
EFFEKTE FÜR DIE
STADT



INVESTITIONEN =
ZUSCHUSS DER
ÖFFENTLICHEN HAND

Finanzielle Effekte für die Stadt messen wir in bis zu drei Quellen:



1. Direkte ökonomische Effekte

- Ausgaben des Festival-Betreibers:
Programm, Löhne, Ausgaben in Marketing etc.
- Ausgaben der Besucher:
Für Übernachtung, Verpflegung, Verkehr,
Shopping etc.
→ NICHT INBEGRIFFEN:
Veranstaltung-Tickets (→ in a)



2. Indirekte ökonomische Effekte

Vorleistungen Tourismus und Gastronomie
(basierend auf Vorleistungsmultiplikatoren des
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2012)
→ *In der Literatur verwendet, von uns ausgeklammert.*



3. Fiskalische Effekte

Einkommenssteuer der Mitarbeiter (vor Ort),
Umsatzsteuereffekte und Gewerbesteuer



Finanzielle Effekte für die Stadt haben wir auf empirischer Grundlage und nach wissenschaftlichen Grundsätzen berechnet:

EMPIRISCHE GRUNDLAGEN

- **Besuchermfrage**
des Hauptfestivals 2016
(n=1.008 Befragte)
- **Jahresabschluss 2016**
der Heidelberger Frühling GmbH



PRINZIPIEN DER BERECHNUNG

- **Prinzip der Lokalität**
Es wurde nur der (monetäre) Zufluss für die Stadt Heidelberg (+Umkreis von 15km) betrachtet.
- **Prinzip der Zusätzlichkeit**
Durch die Abfrage des Reisegrundes haben wir Ausgaben konservativ abgegrenzt („Allokationsfaktoren“).

Beispiel: Wenn ein Besucher geschäftlich in Heidelberg war, haben wir seine angegebenen Ausgaben nur zu 10% angerechnet.

Staatliche Investitionen in das Festival grenzen wir wie folgt ab:



- **Förderung von:**

- Stadt
- Land
- Bund
- EU



- **Nicht eingeschlossen:**

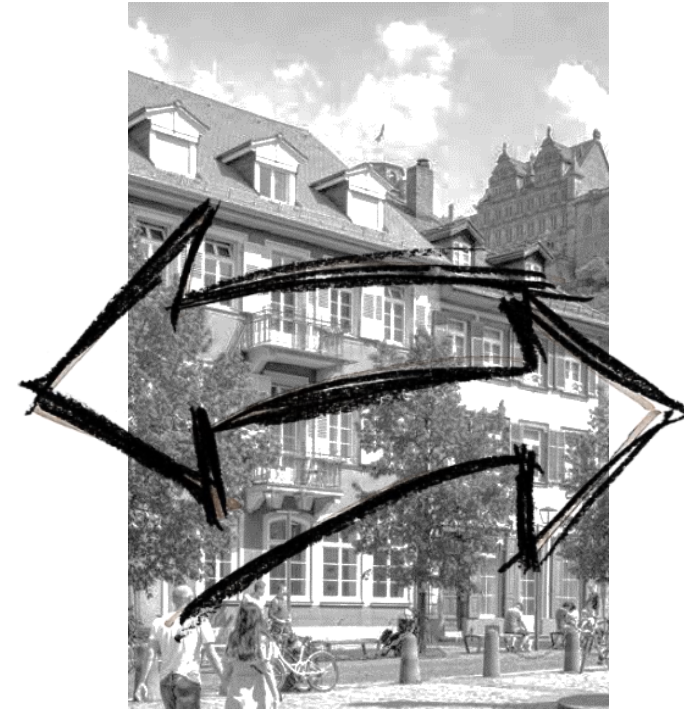
- Private Investitionen
- Private Mäzene
- Sponsoring von Unternehmen, auch nicht von solchen in öffentlicher Hand

Umwegrentabilität berechnen wir dann so:

 FINANZIELLE EFFEKTE

= Ziffer

 INVESTITIONEN =
ZUSCHUSS DER
ÖFFENTLICHEN HAND



Beispiele für Umwegrentabilität :

 **GEWANDHAUS
ZU LEIPZIG** = 2,50


Kein Festival, nicht
1-zu-1 vergleichbar

 = 3,90

Schleswig-Holstein Musik Festival

Das heißt: Stadt / Region profitieren in aller Regel um ein Mehrfaches von der eingesetzten Förderung!

AGENDA



Einführung: Umwegrentabilität

Fallbeispiel: Heidelberger Frühling (HDF)

a. Fakten zum Festival

b. Kurzes Portrait der Besucher

c. Ergebnis: Das bringt der HDF der Stadt Heidelberg

Alpha Stock Images -
<http://alphastockimages.com/>

Der Heidelberger Frühling (HDF) ist ein Klassik-Festival mit über 100 Events und inzwischen 47.700 Besuchern (2019).

Der Heidelberger Frühling...

- wurde 1997 gegründet
- umfasst 100 Events im Jahr
- ist fest im Veranstaltungskalender der Stadt Heidelberg etabliert.

März und April sind die Hauptmonate für das 4-5 Wochen dauernde Festival.

Weitere Projekte wie z.B. Streichquartettfest, Festival Akademie für Liedgesang, Kammermusik, Komposition und Musikjournalismus.

heidelberger
frühling



47.700
Besucher
(2019)

28.000
Zuschauer von
Lifestreams
(2019)

AGENDA



Einführung: Umwegrentabilität

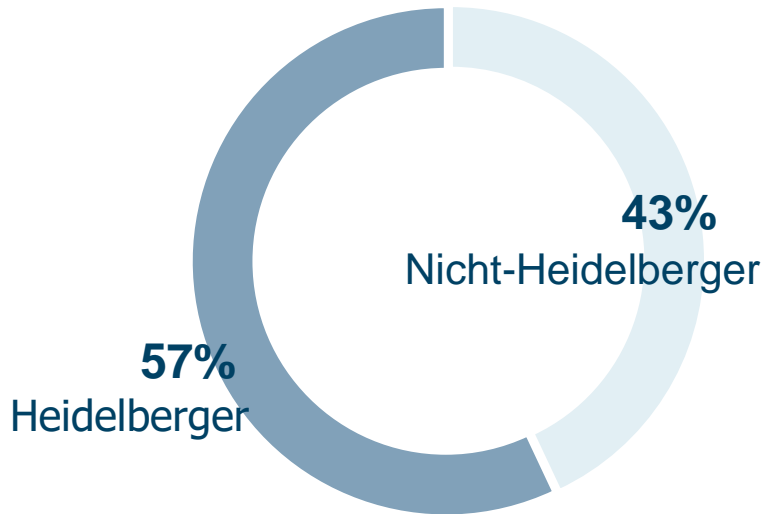
Fallbeispiel: Heidelberger Frühling (HDF)

- a. Fakten zum Festival
- b. Kurzes Portrait der Besucher**
- c. Ergebnis: Das bringt der HDF der Stadt Heidelberg

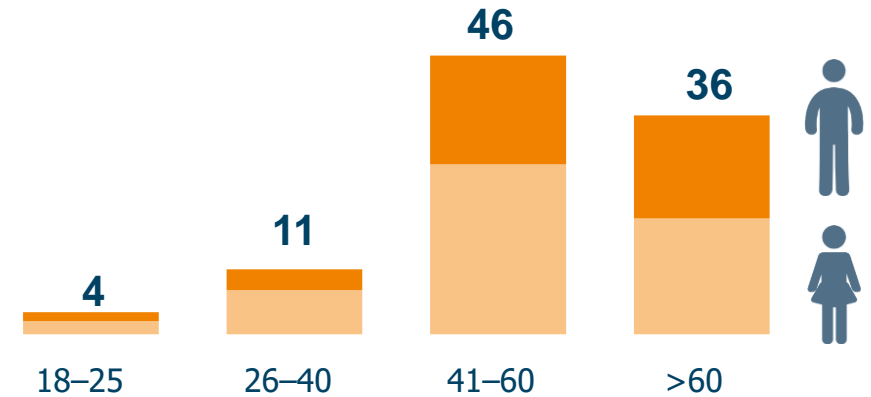
Alpha Stock Images -
<http://alphastockimages.com/>

Die große Mehrheit der Besucher sind über 40 Jahre alt. Guter Mix aus Heidelbergern und Auswärtigen, etwas mehr Frauen als Männer.

Herkunft der Besucher



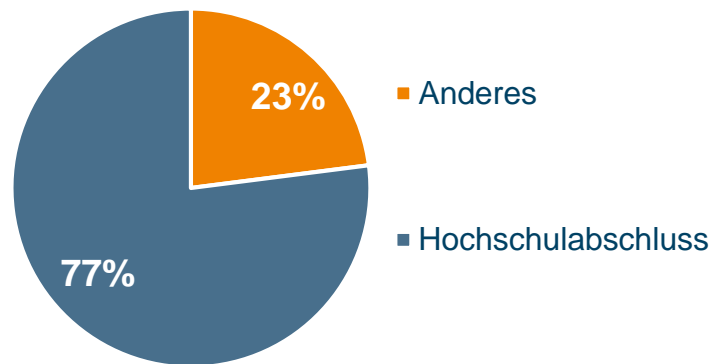
Alter & Geschlecht



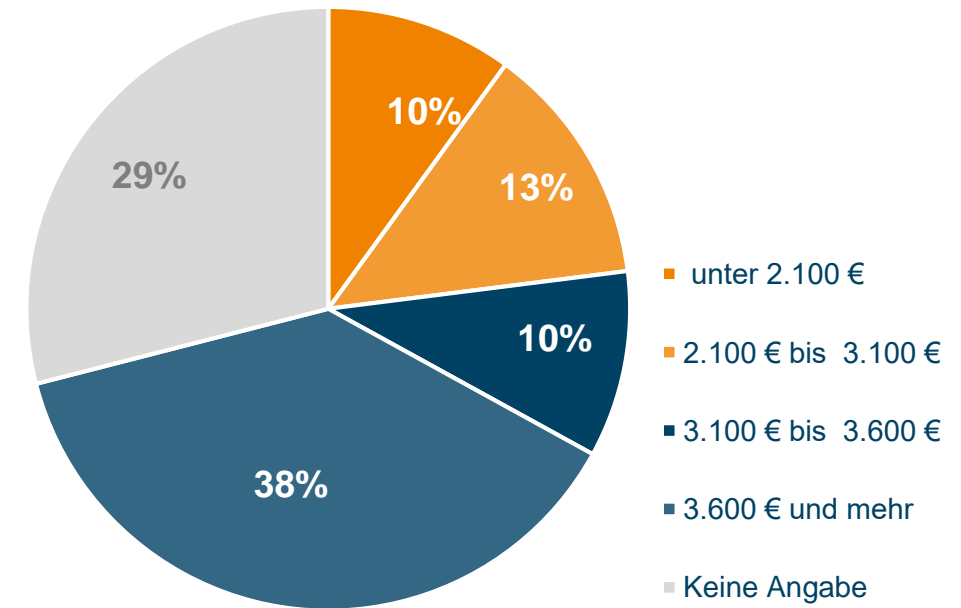
Basierend auf einer Befragung von 1.008 Besuchern

Typische Besucher vom Heidelberger Frühling sind Akademiker mit einem überdurchschnittlichen Einkommen.

Bildung

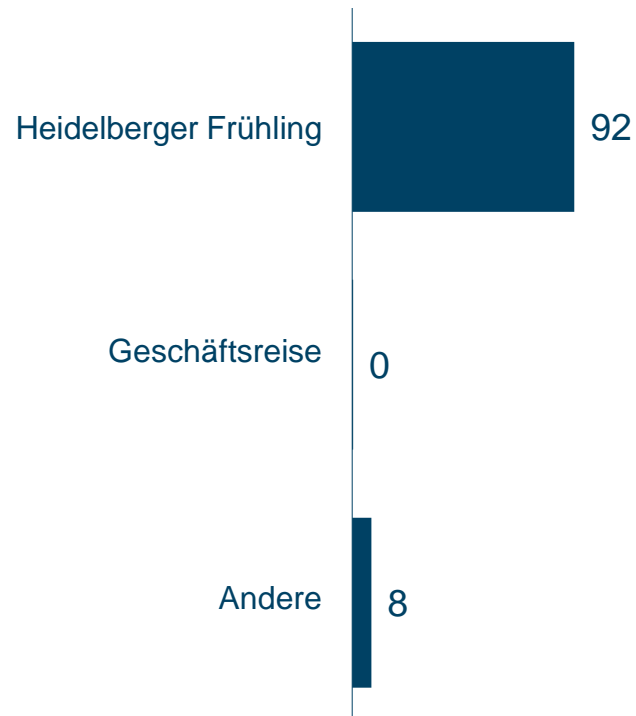


Haushalts-Nettoeinkommen

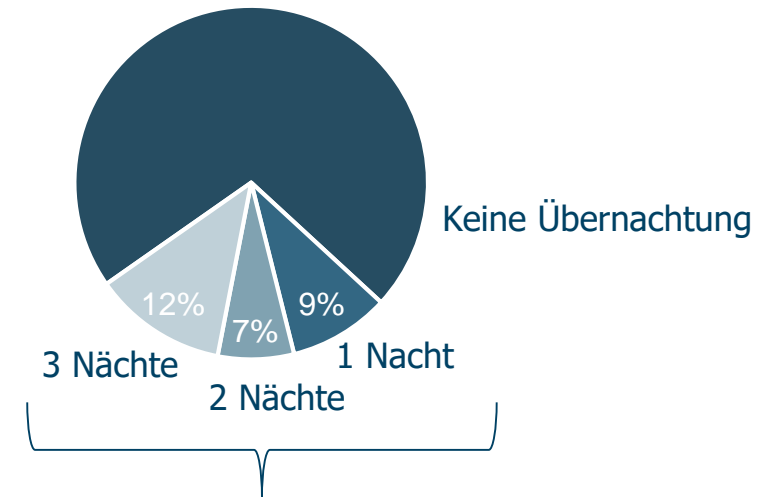


Auswärtige HDF Besucher kommen extra wegen des Festivals in die Stadt, jeder Dritte übernachtet auch in Heidelberg.

Hauptreisegrund



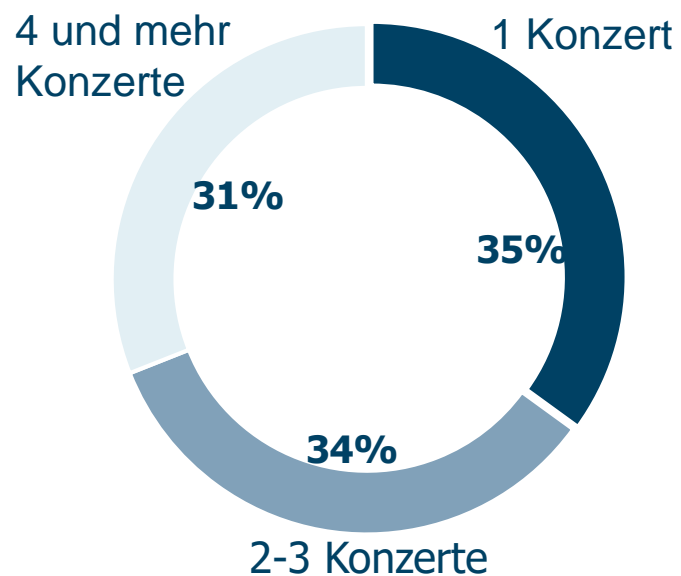
Übernachtungen




Davon die Mehrheit (67%) bezahlte Übernachtungen.

Die große Mehrheit der Besucher besucht mehr als ein Konzert.

Anzahl der besuchten Konzerte



AGENDA



Einführung: Umwegrentabilität

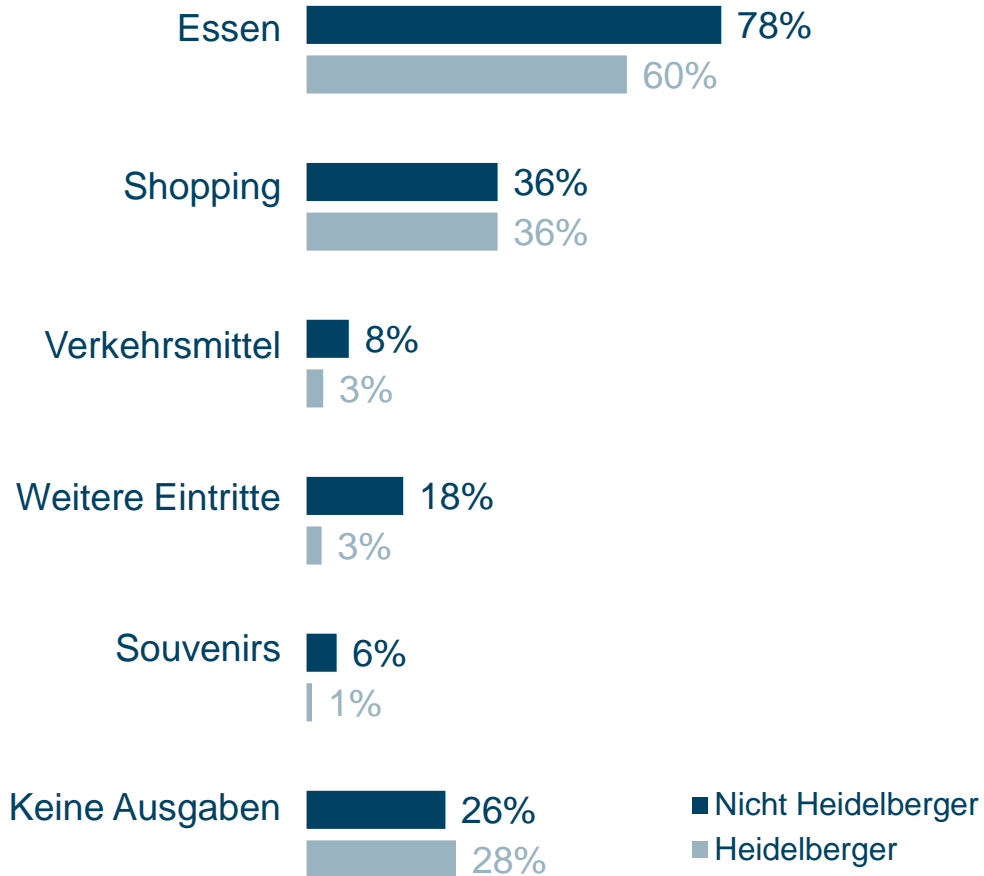
Fallbeispiel: Heidelberger Frühling (HDF)

- a. Fakten zum Festival
- b. Kurzes Portrait der Besucher
- c. **Ergebnis: Das bringt der HDF der Stadt Heidelberg**

Alpha Stock Images -
<http://alphastockimages.com/>

Nicht-Heidelberger geben deutlich mehr für (weitere) Eintritte und Essen aus, als Festival-Besucher, die aus Heidelberg kommen.

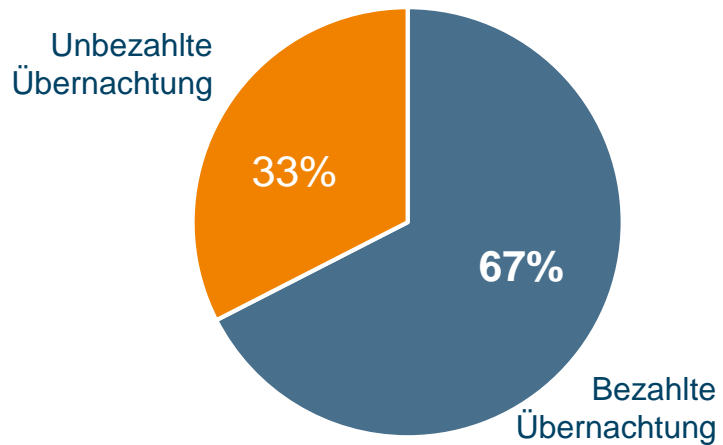
Für was wird prozentual Geld ausgegeben? Mehrfachnennung möglich!



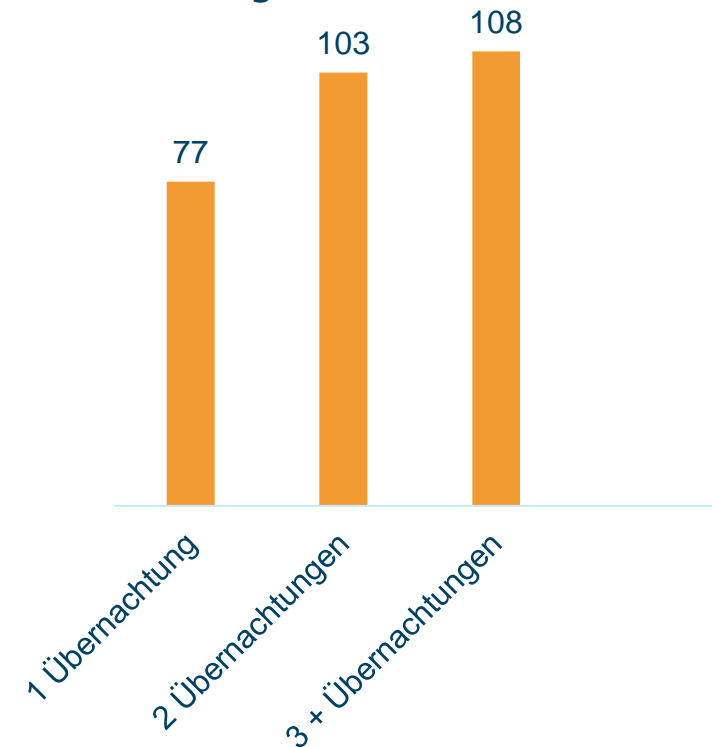
Basierend auf einer Befragung von 1.008 Besuchern

Im Durchschnitt geben Übernachtungsgäste 95€ pro Tag allein für die Unterkunft aus. Je länger man bleibt, umso teurer wohnt man.

Ist die Übernachtung bezahlt?

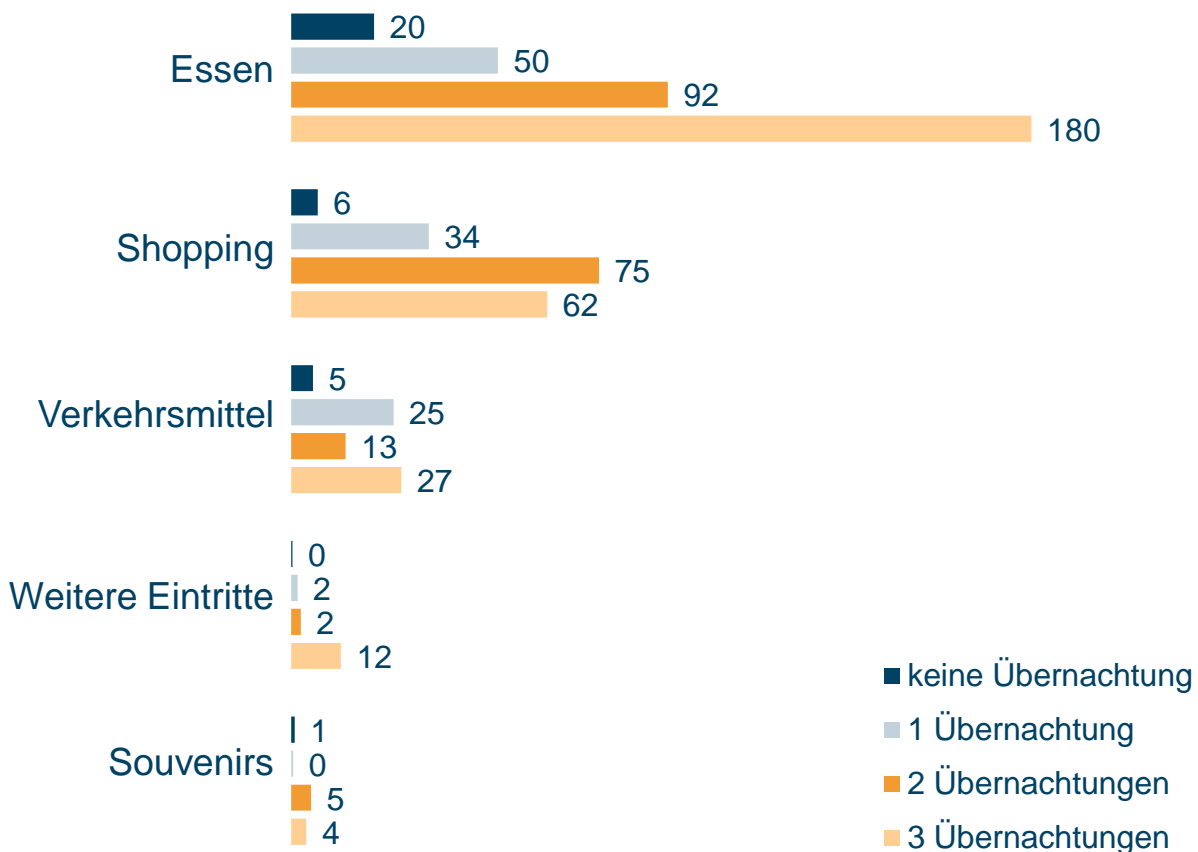


Falls ja: Wieviel geben die Besucher pro Übernachtung aus?



Besucher, die 2 oder 3 Nächte übernachten, geben proportional mehr Geld aus für Essen und Shopping.

Gesamt-Ausgaben in Relation zur Übernachtungsdauer (in €)



Die bereinigten Ausgaben der Besucher des Heidelberger Frühlings innerhalb der Stadt Heidelberg belaufen sich auf rund 2,2 Millionen Euro.

	Durchschnittliche Ausgaben pro Person in HD	Anzahl Besucher: 44027	Ergebnis Abzüglich Steuer: 12,98%**
Bereinigte Ausgaben pro Person für Verpflegung	19,94 €	877.727,16 €	763.798,18 €
Bereinigte Ausgaben pro Person für Verkehr	4,32 €	189.984,37 €	165.324,40 €
Bereinigte Ausgaben pro Person für Shopping	11,67 €	513.823,04 €	447.128,81 €
Bereinigte Ausgaben pro Person für Souvenirs	0,57 €	25.236,91 €	21.961,16 €
Bereinigte Ausgaben pro Person für Museen, Eintritte	0,62 €	27.184,93 €	23.656,32 €
Bereinigte Ausgaben pro Person für Übernachtungen in HD	254,74 €	879.292,06 €* 879.292,06 €*	765.159,95 €
			2.187.028,82 €

! Watch-out: „Bereinigt“ meint die berechneten Ausgaben unter Verwendung der Allokationsfaktoren (Besuchsanlass).

*Bezogen auf 7,8% der Besucher (kostenpflichtige Übernachtung im Stadtgebiet Heidelberg)
 **Durchschnittl. Steuersatz aus Referenzstudie (Gewandhaus Leipzig)

Mit einer Umwegrentabilität von Faktor 4,05 generiert der Heidelberger Frühling bedeutende wirtschaftliche Effekte für Heidelberg.

Finanzielle Effekte



2.187.028,82

(Hochgerechnete) Ausgaben der Besucher in Heidelberg

1.056.949,02

Ausgaben HDF gGmbH (Total)

10.331,29

Ausgaben des Freundeskreises

28.195,99

Steuerrückflüsse an die Stadt

3.282.505,12



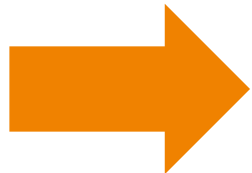
Investitionen



Zuschuss Stadt Heidelberg
GESAMT

810.000,00

810.000,00



3.283 Mio / 0.810 Mio = Umwegrentabilität von 4,05.

Dies ohne Berücksichtigung der indirekten Effekte.

Inklusive indirekte Effekte (→ Vorleistungsmultiplikatoren des BMWi) wäre die Umwegrentabilität 5,55.



Ob Heidelberg, Schleswig-Holstein oder Leipzig ...

Festivals und Veranstaltungshäuser können nicht nur einen künstlerischen und gesellschaftlichen, sondern auch einen wirtschaftlichen Impact haben.

Die Umwegrentabilität ist der wissenschaftlich-empirische Nachweis dafür.



Dr. Sigrid Schmid
s.schmid@g-i-m.com

Das Unternehmen.



GIM | GESELLSCHAFT FÜR
INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG

A person wearing a dark cap and a dark jacket is holding a magnifying glass over a document. The magnifying glass is positioned over the left side of the text. The background is a solid dark blue color.

RELEVANCE
COUNTS.



Methoden

Von Data Analytics
über Kreativ-Workshops
zu High-End Car Clinics



> **600** Forschungsprojekte
jährlich in **52 Märkten**



7 Standorte
weltweit

19* **DAX-Unternehmen**
als Kunden, *von 30

> **30** Qualitative &
quantitative
Marktforschung
Jahre Erfahrung

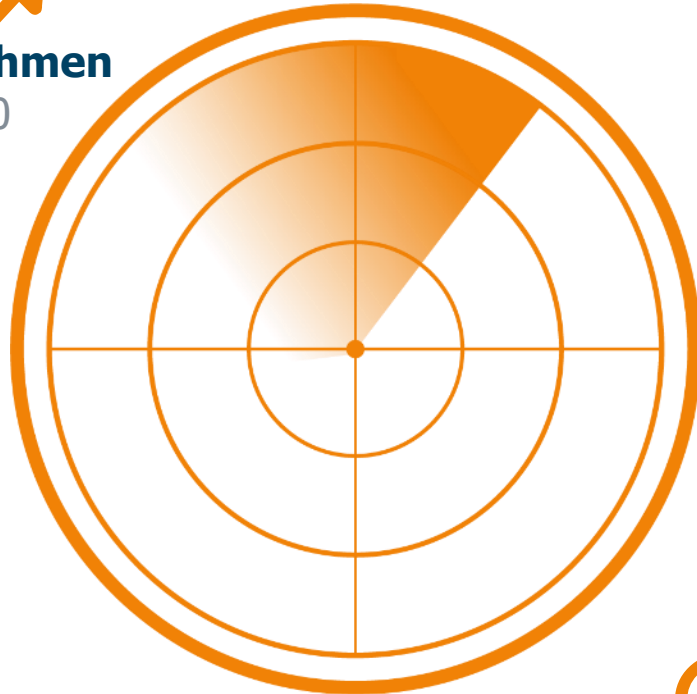


> **180**
MitarbeiterInnen



Top 10
Full-Service
Institut

Mit eigenen Studios
und Feldabteilungen



ISO-Norm
20252
zertifiziert



29,3 Mio. €
Umsatz (2018)



Forschung
für über
30 Branchen
(B2C & B2B)



Etabliertes internationales
Partnernetzwerk



Seit jeher
inhabergeführt
& **unabhängig**

GIM
Heidelberg

GIM
Wiesbaden
Wiesbaden

GIM
Nürnberg
Nürnberg

GIM Berlin
Berlin

GIM France
Lyon

GIM Suisse
Zürich

GIM China
Shanghai

