

Institut für Systemisches Management
und Public Governance



Universität St.Gallen

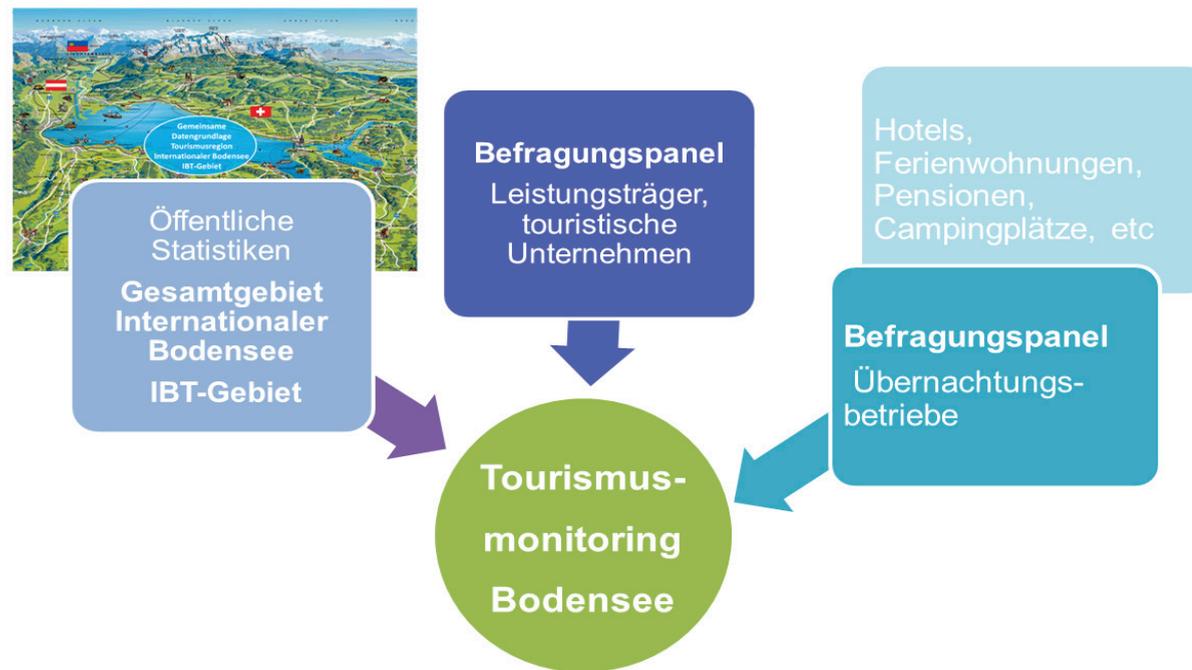
Ergebnisse Tourismusmonitoring Bodensee 2014 - Kurzfassung –

August 2014

Die 3 Säulen des Tourismusmonitoring Bodensee

- [Öffentliche Statistiken](#)
- [Befragungspanel Übernachtungsbetriebe](#)
- [Befragungspanel Attraktionspunkte](#)
- [Anhang](#)

Die 3 Säulen des Tourismusmonitoring Bodensee



Tourismusmonitoring Bodensee 2013

- ➔ Bezugsjahr 2013
- ➔ Auswertung der Tourismusstatistiken für das Gebiet der IBT-Gesellschafter in Bezug auf folgende Indikatoren:
 - Anzahl Betriebe
 - Bettenangebot
 - Ankünfte
 - Logiernächte
 - Herkunft nach Nationalitäten
- ➔ Online-Umfrage bei Übernachtungsbetrieben und Attraktionspunkten und Ausflugszielen (04/14 – 6/14) in der Bodenseeregion

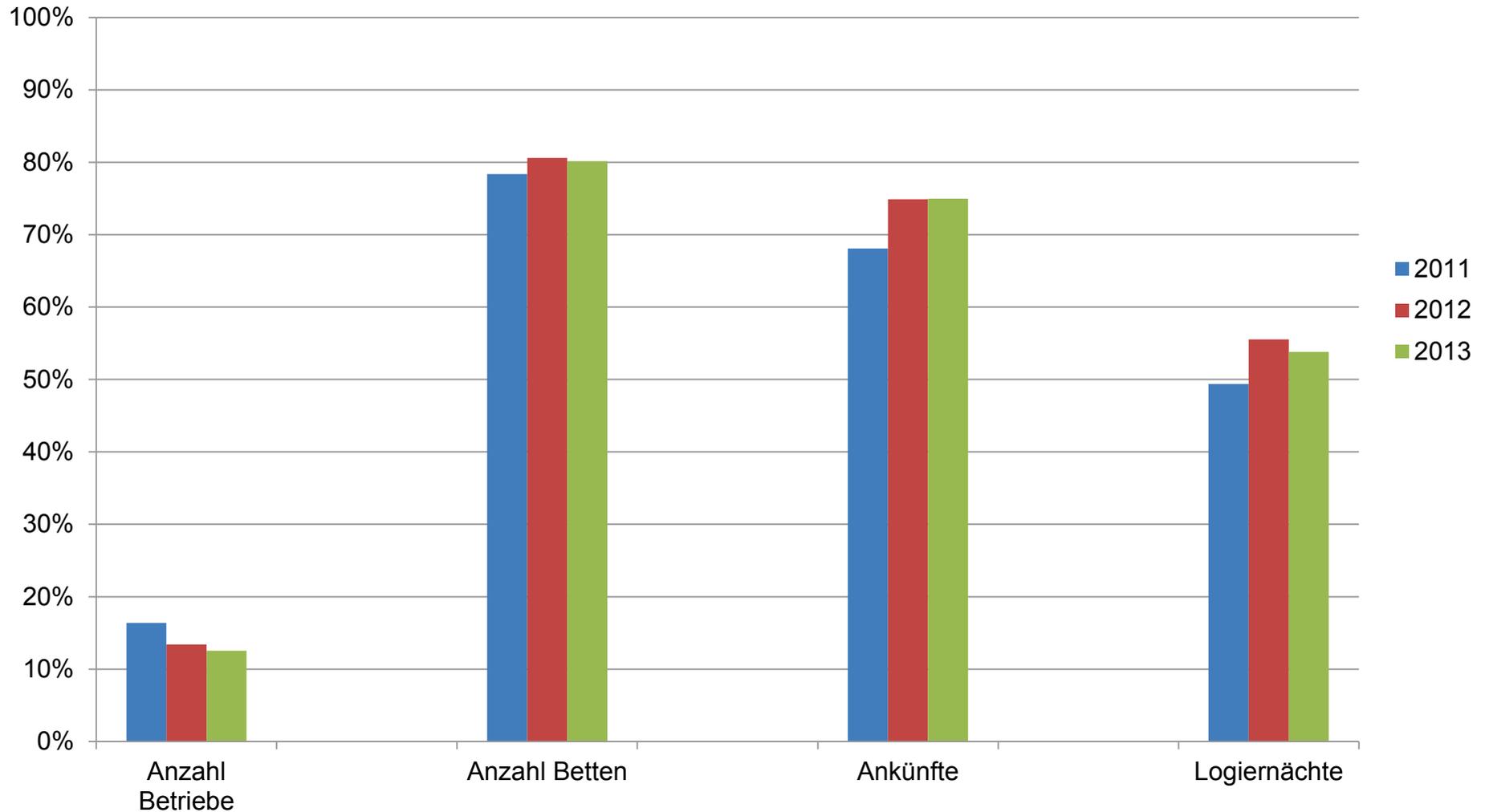
Statistische Kennzahlen

Das Wichtigste aus 2013 in Kürze

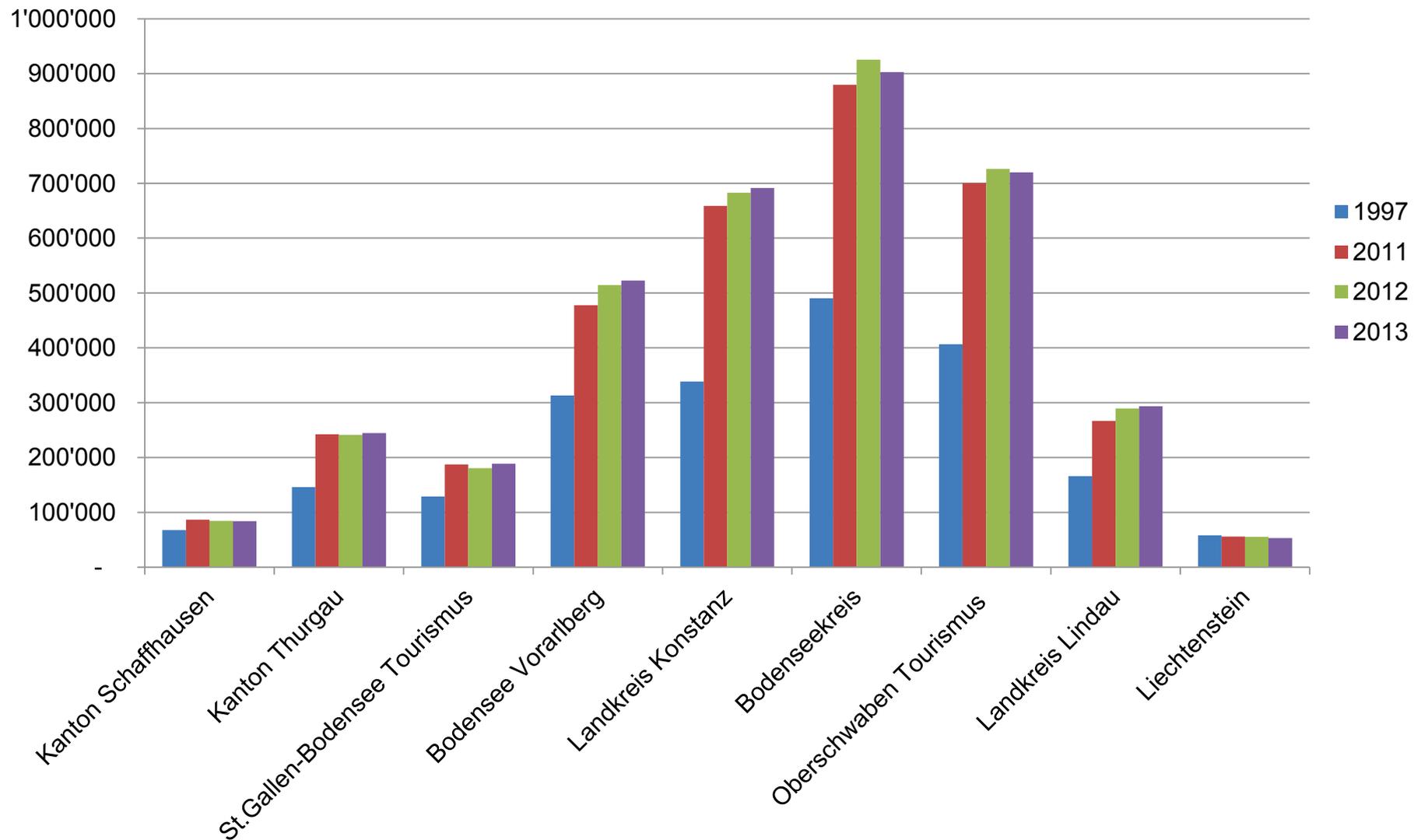
Anzahl Übernachtungsbetriebe	1.600
Anzahl Betten	93.800
Gästeankünfte	3,7 Mio.
Logiernächte	10,7 Mio.

bezogen auf das Gebiet der IBT-Gesellschafter

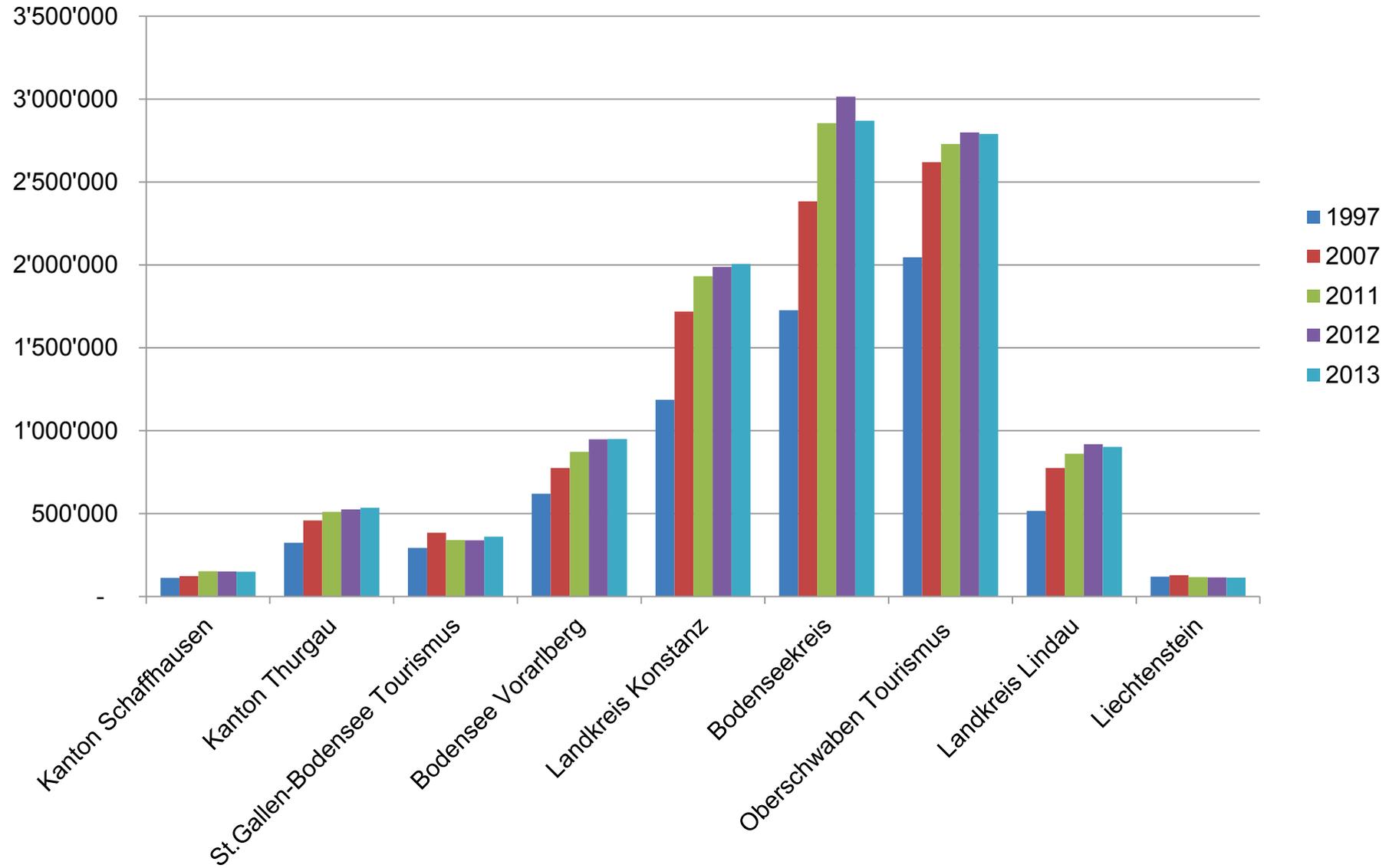
Kennzahlen zur Tourismusedwicklung Bodenseeregion gesamt, Veränderung 1997 – 2011/2012/2013 in %



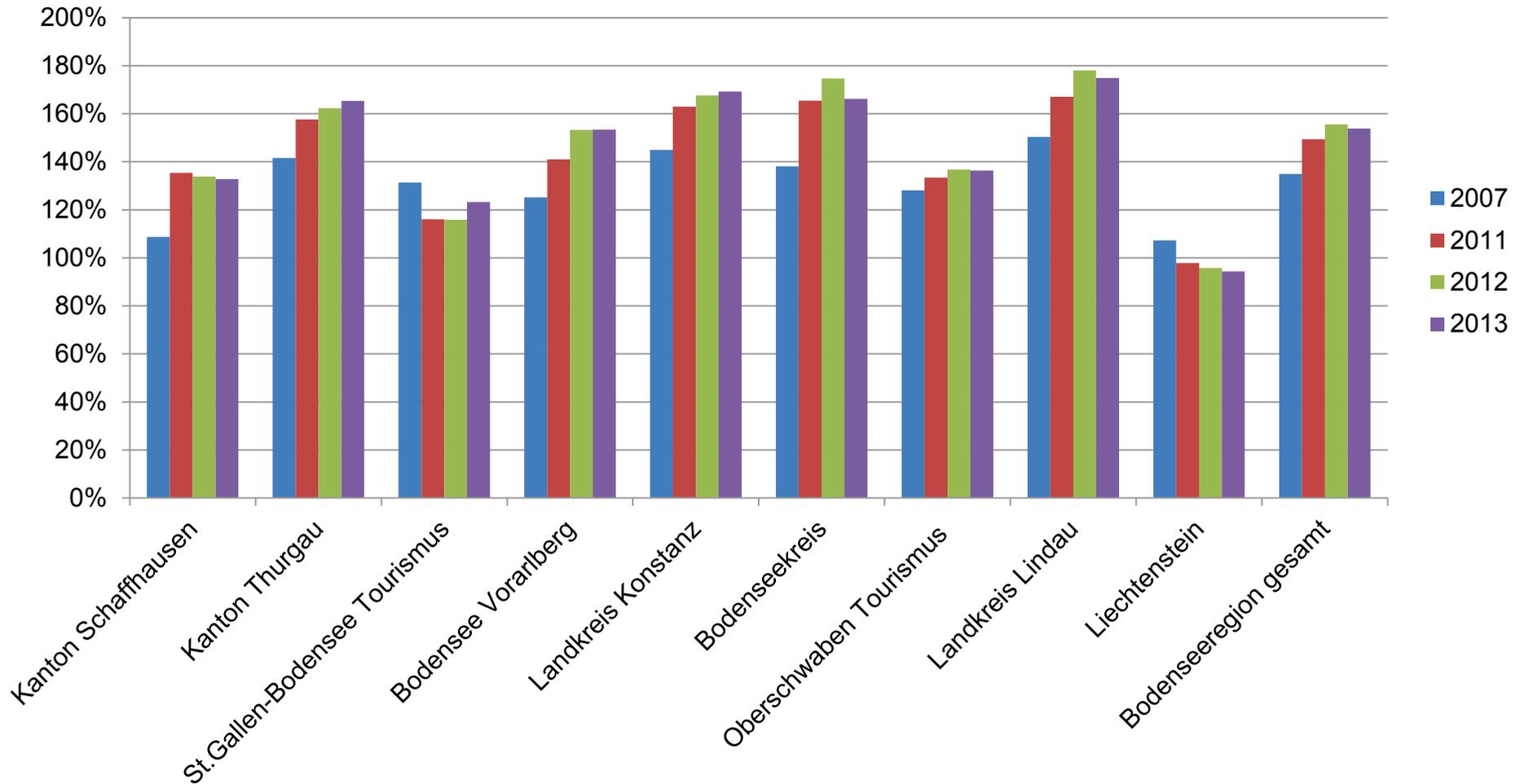
Entwicklung Ankünfte 1997 - 2011/2012/2013 absolut



Entwicklung Logiernächte 1997 – 2011/2012/2013 absolut

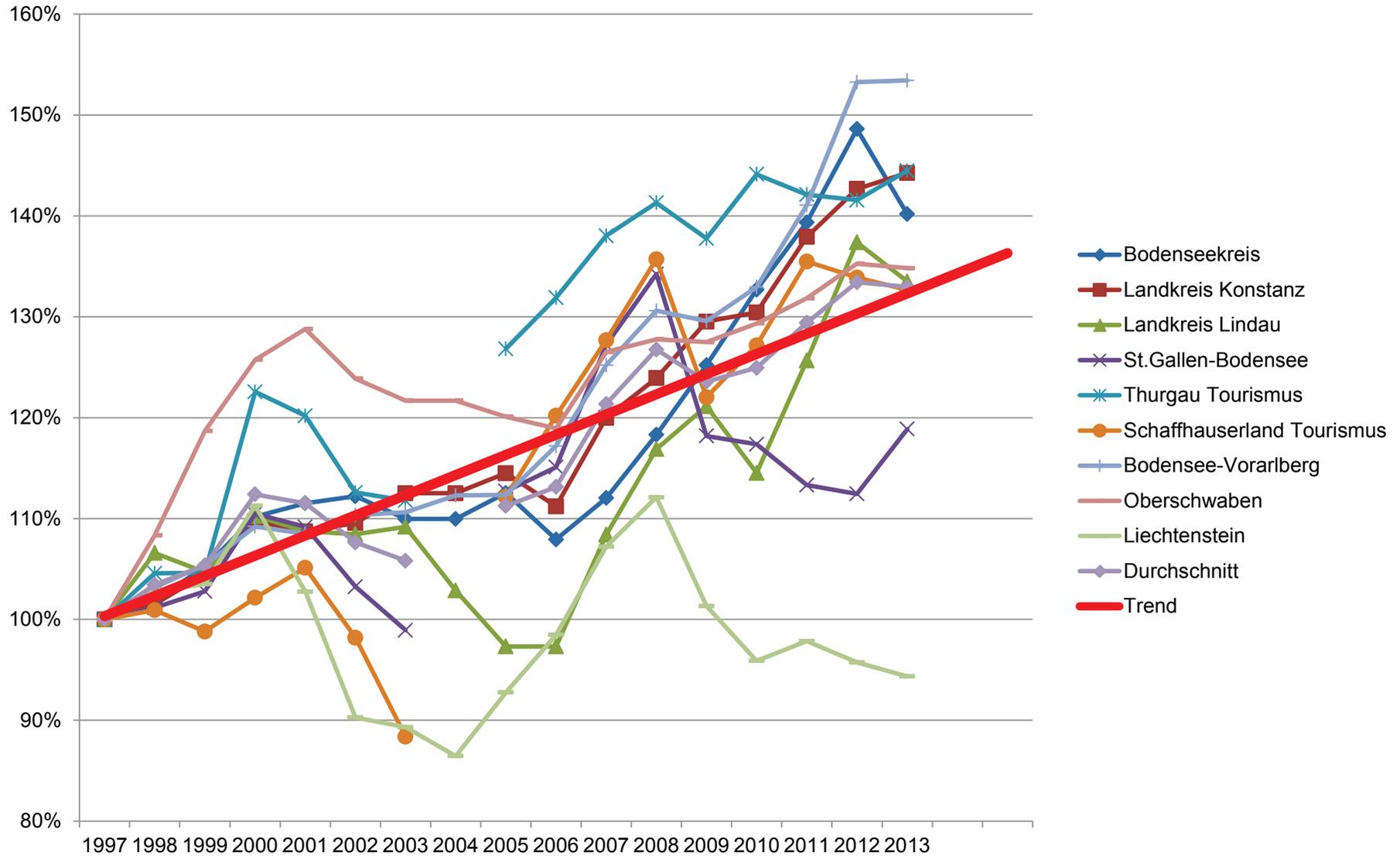


Veränderung Logiernächte im Vergleich zu 1997 in %

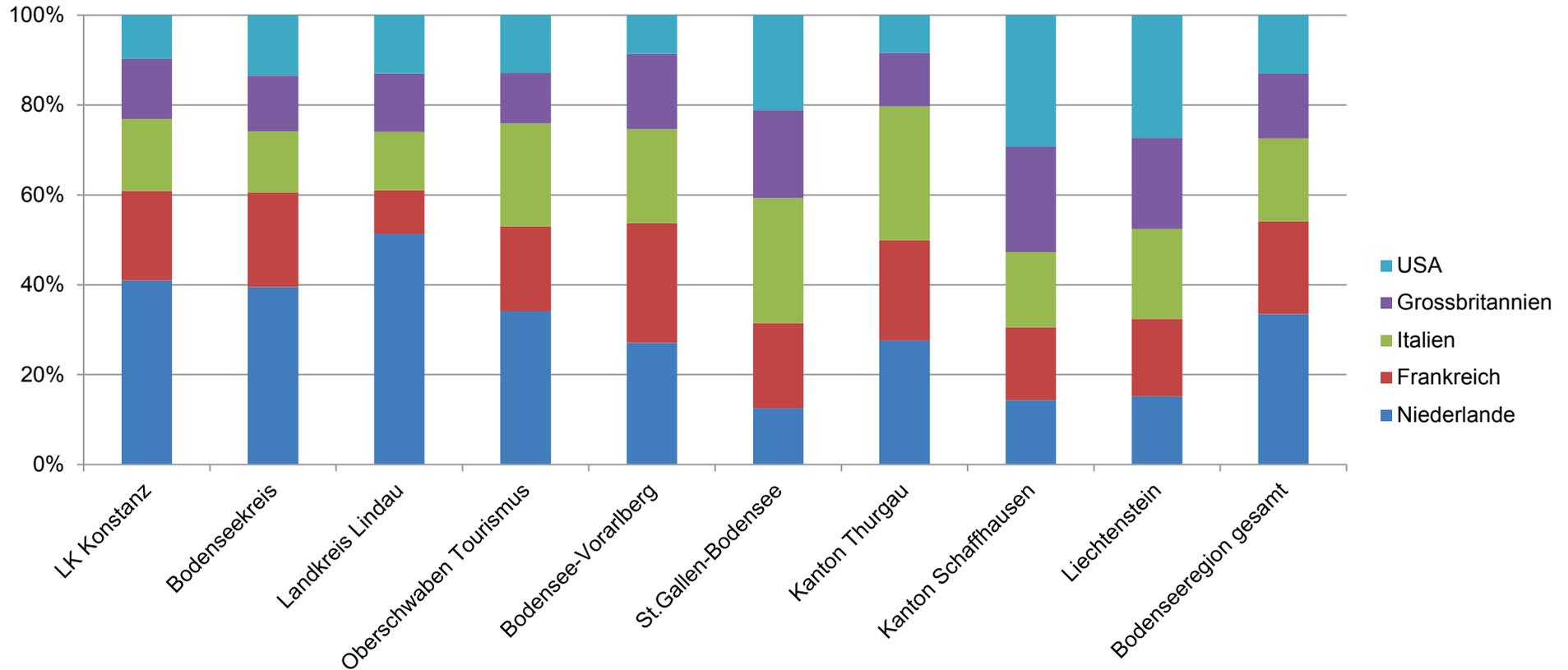


Insgesamt sind die Logiernächte in der Bodenseeregion von 2007 – 2013 um 14% gestiegen.

Entwicklung Logiernächte nach Destinationen 1997 - 2013

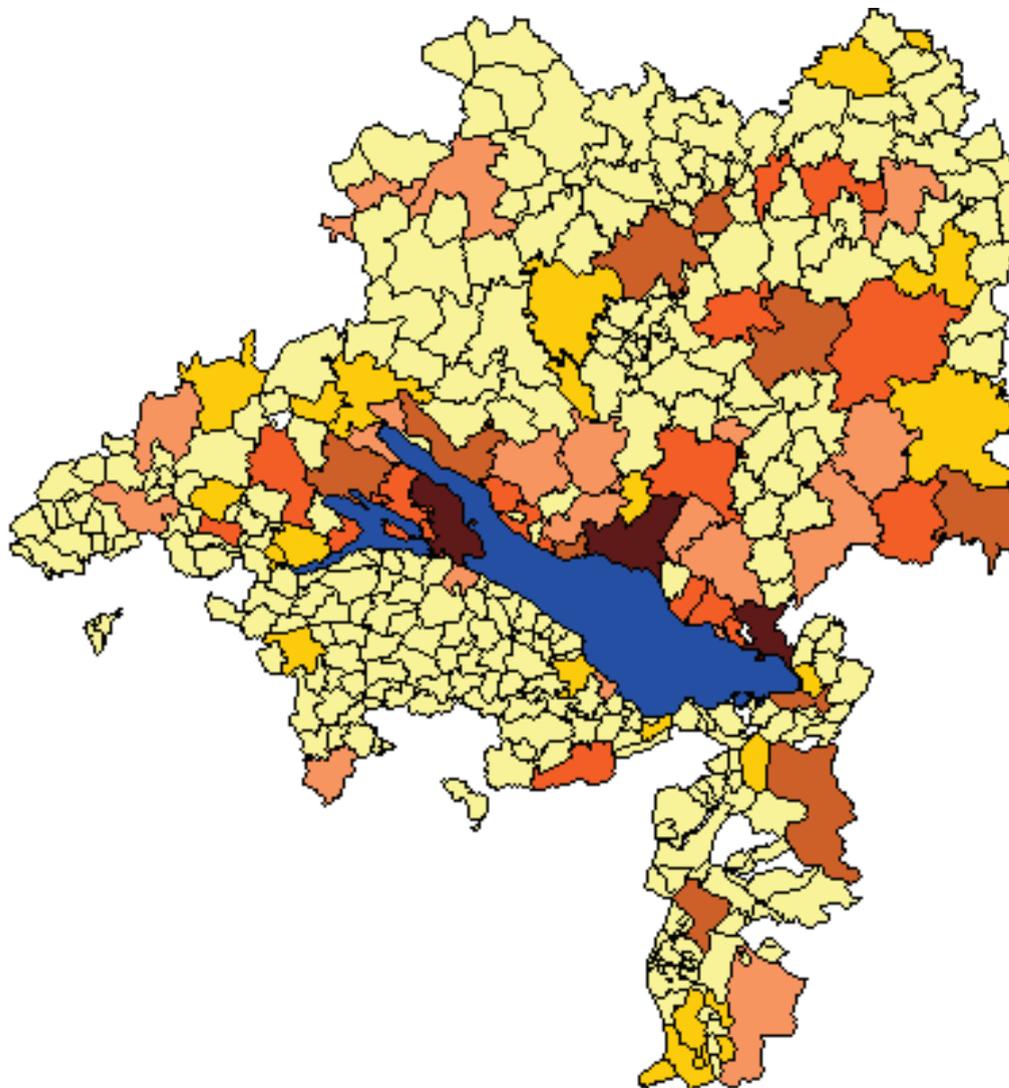
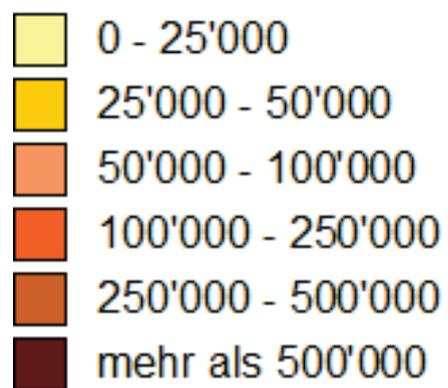


Herkunft internationale Gäste (priorisierte Märkte der IBT GmbH) – Anteile bezogen auf Logiernächte



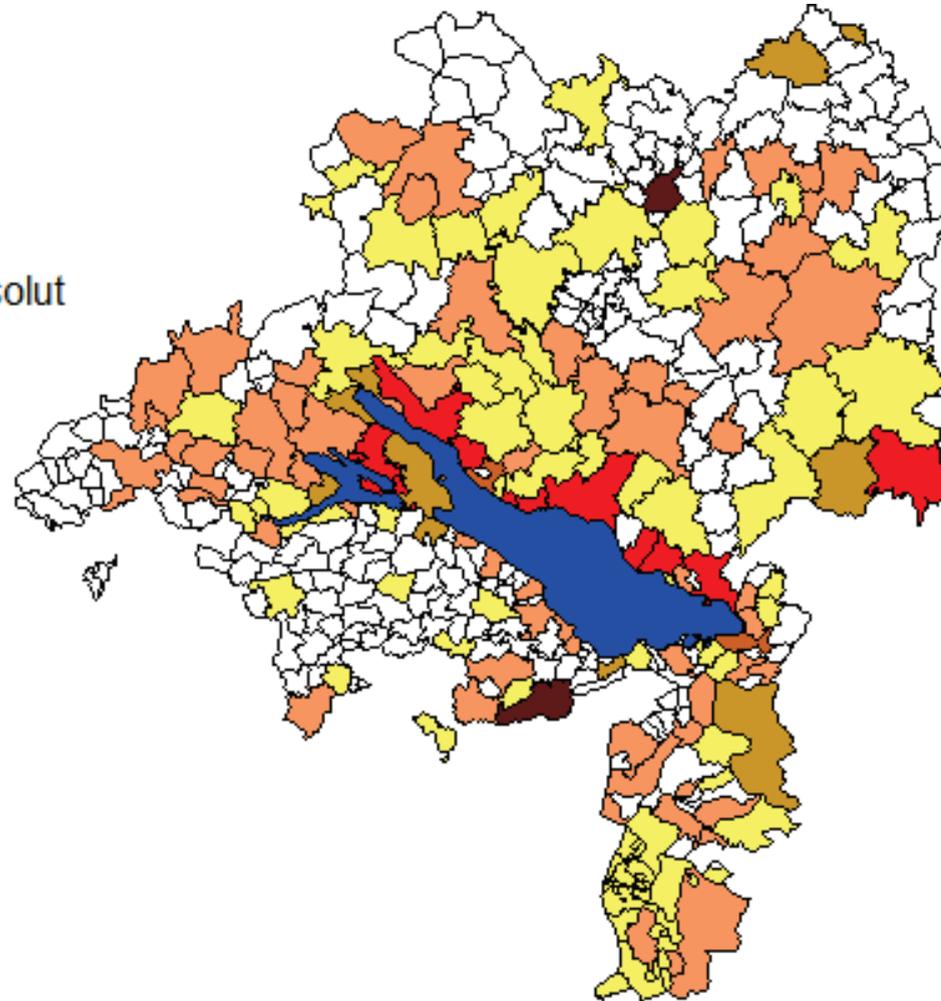
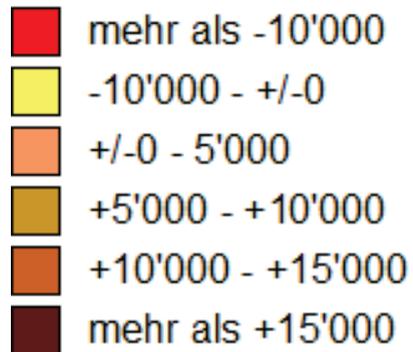
Nächtigungen nach Gemeinden 2013

Nächtigungen 2013



Veränderungen NÄchtigungen nach Gemeinden 2012-2013 (absolut)

Veränderung NÄchtigungen absolut



Ergebnisse Umfrage Übernachtungsbetriebe

Zusammenfassung Umfrage Nächtigungsbetriebe

- Die monatliche Auslastung der Betriebe erreicht in den Monaten Juni – September mit über 80% ihr Maximum.
- Mehr als 60% der Betriebe sind mit dem Saisonverlauf 2013 zufrieden, rund 40% bewerten dieses Jahr besser als das Vorjahr, wobei die Vorsaison 2013 deutlich schlechter war.
- Deutschland ist mit grossem Abstand wichtigstes Herkunftsland (70%) der deutschsprachigen Bodenseegäste, der Anteil Schweizer Gäste ist gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen.
- Baden-Württemberg, Bayern und NRW sind die wichtigsten Bundesländer für den deutschen Markt, die Gästeanteile aus Ba-Wü und Mitteldeutschland sind leicht gestiegen.
- Internationale Gäste haben vergleichsweise geringe Bedeutung, der Anteil der Gäste aus F, NL und I ist leicht gestiegen.

Zusammenfassung Umfrage Nächtigungsbetriebe

- Der Anteil Alleinreisender und Paare hat sich erhöht.
- Die Tendenz zu kürzeren Aufenthalten setzt sich fort.
- Die Betriebe investieren vor allem in Modernisierungen und Angebotsverbesserungen.
- Die aktuelle Geschäftslage wird von rund ¼ der Betriebe besser als im Vorjahr bewertet, im kommenden Jahr wird mit einem leicht erhöhten oder gleichbleibenden Umsatz gerechnet.
- Die Suche nach geeigneten Mitarbeitenden und eine gute Auslastung werden von den Betrieben als grösste Herausforderungen im kommenden Jahr genannt.
- Bezogen auf den Bodenseetourismus sehen die Betriebe die grössten Herausforderungen in einer Qualitäts- und Angebotsverbesserung und in einer verbesserten Zusammenarbeit der Region.

Befragung Übernachtungsbetriebe

→ Themen

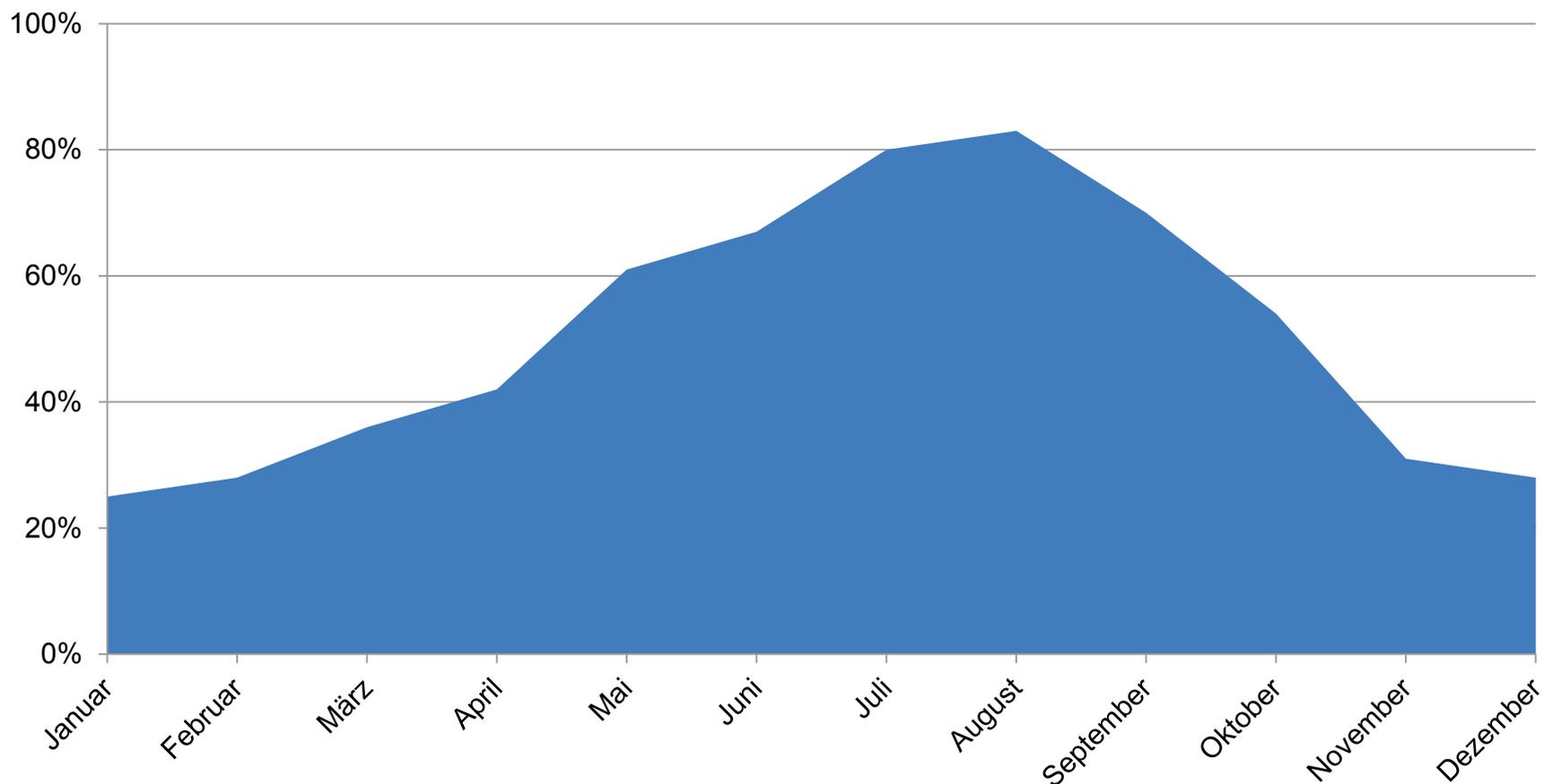
- Kennzahlen des Betriebs
- Ausstattung
- Saisonverlauf
- Gästeherkunft
- Gästestruktur, Gästesegmente
- Investitionsbereiche
- Geschäftslage
- Herausforderungen

→ Online-Befragung von Übernachtungsbetrieben in der Bodenseeregion

- Befragungszeitraum: 04/14 – 06/14

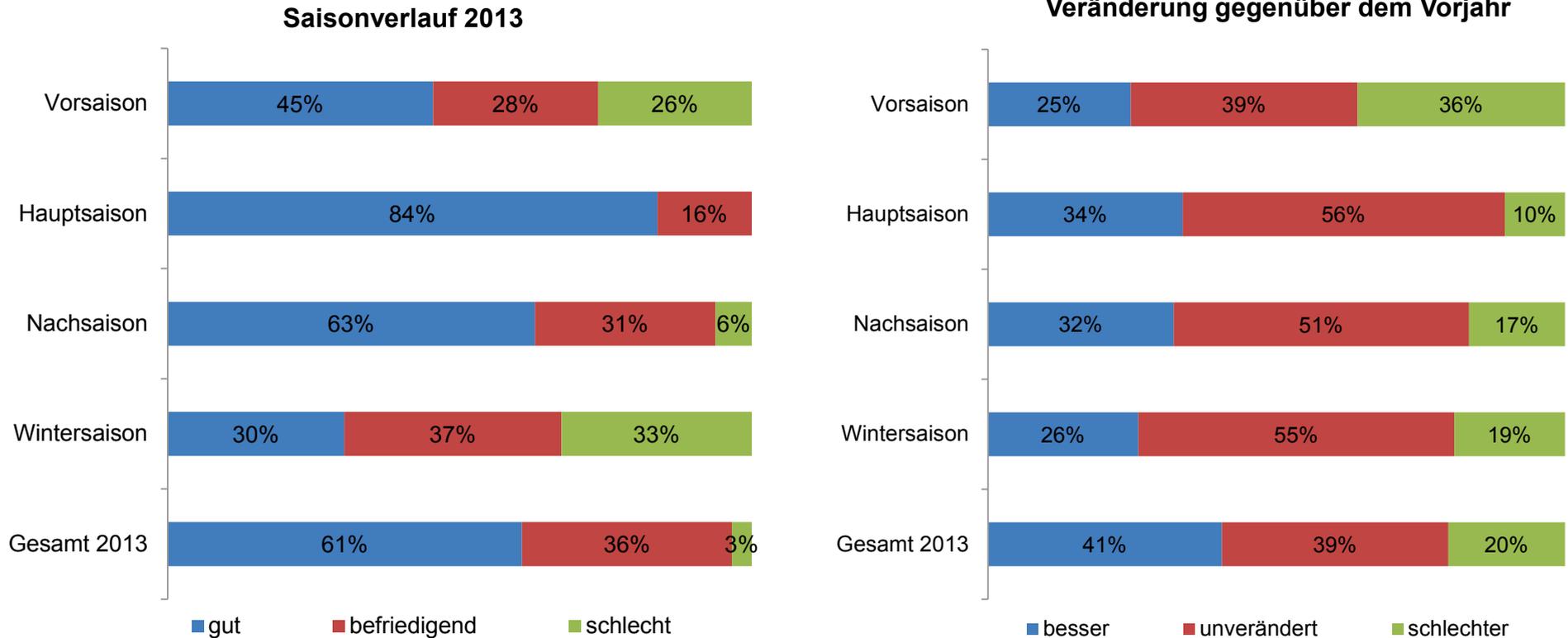
→ 195 Betriebe wurden angeschrieben, Daten von 116 Betrieben konnten ausgewertet werden (59%)

Durchschnittliche monatliche Auslastung in 2013



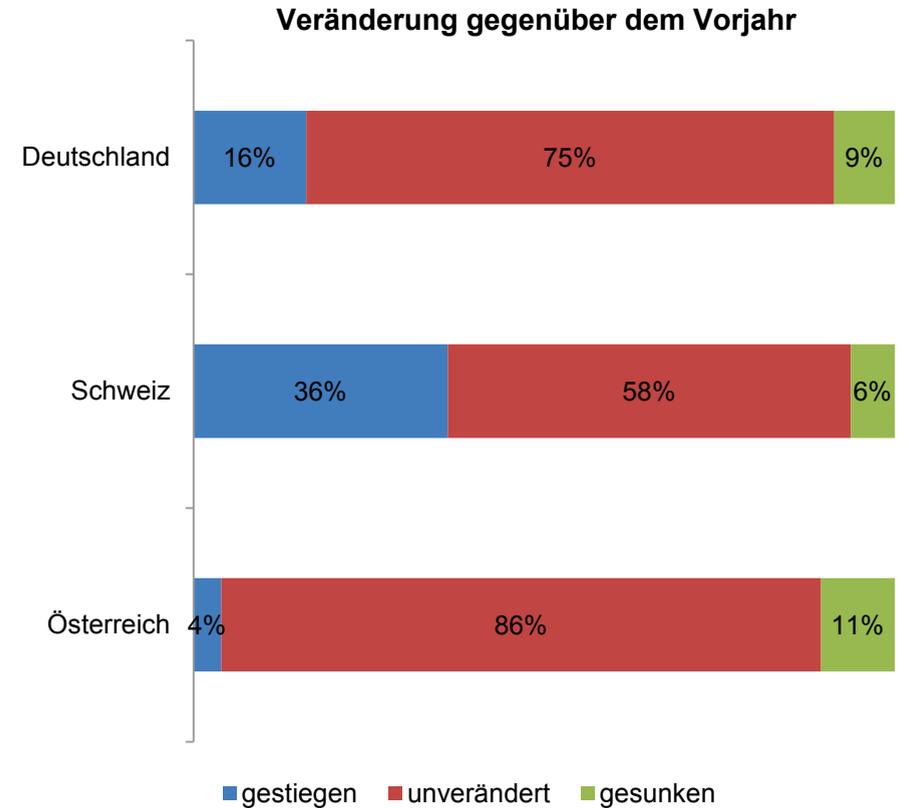
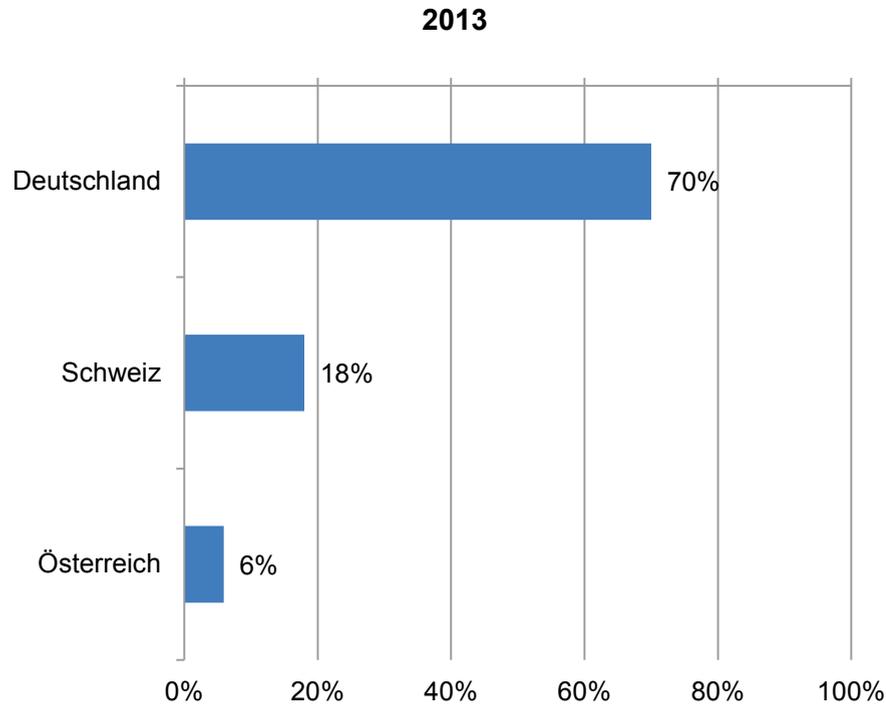
Die durchschnittliche Auslastung für das Jahr 2013 betrug 51%.

Saisonverlauf und Vergleich zum Vorjahr



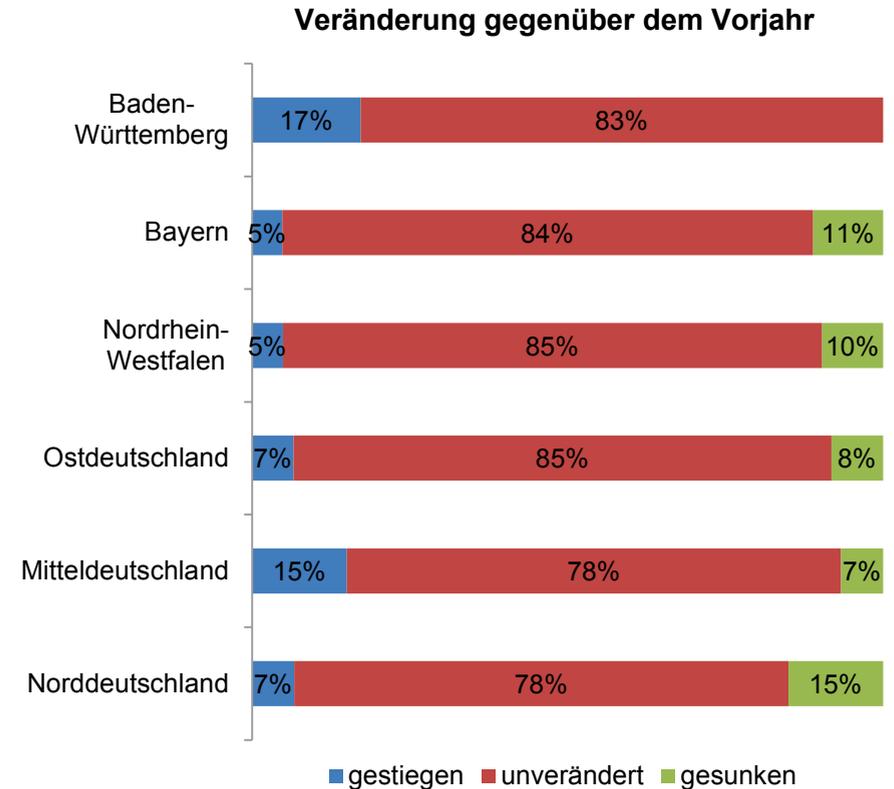
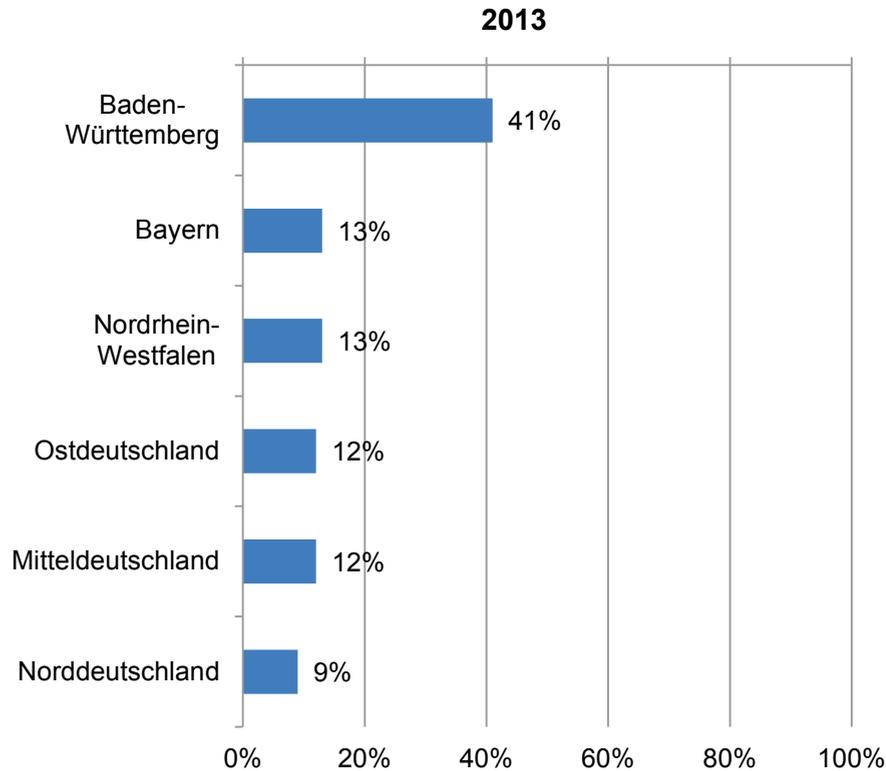
Die Saison 2013 wird überwiegend als gut angesehen, wobei die Wintersaison und die Vorsaison von 33% bzw. 26% als schlecht beurteilt wurden.

Gästeherkunft 2013 (deutschsprachige Länder)



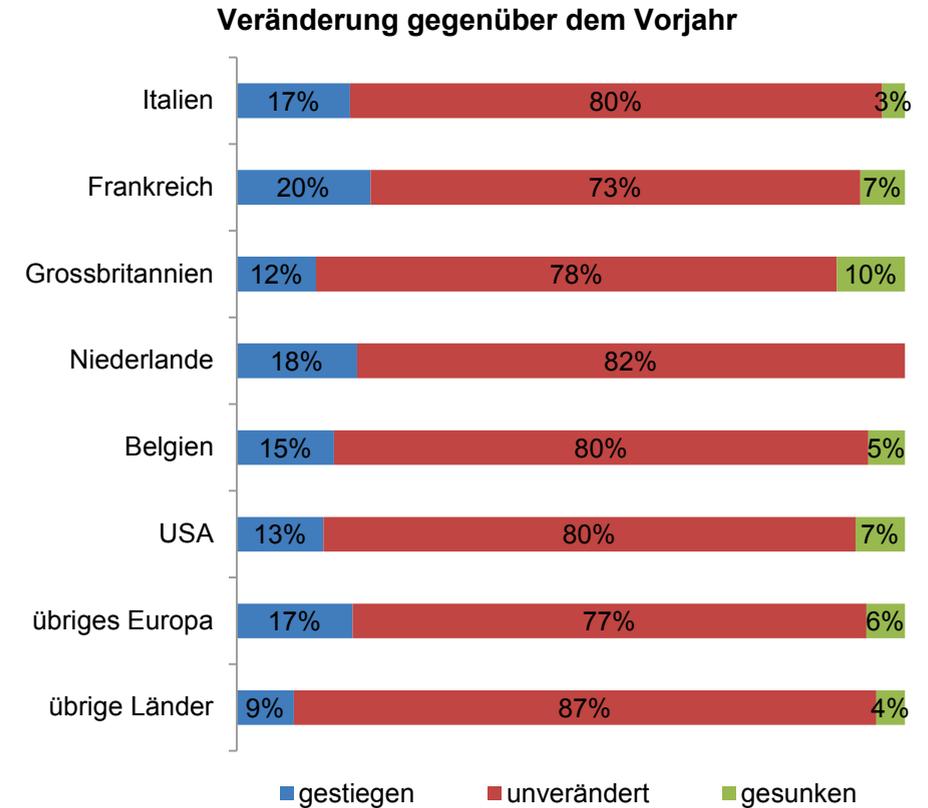
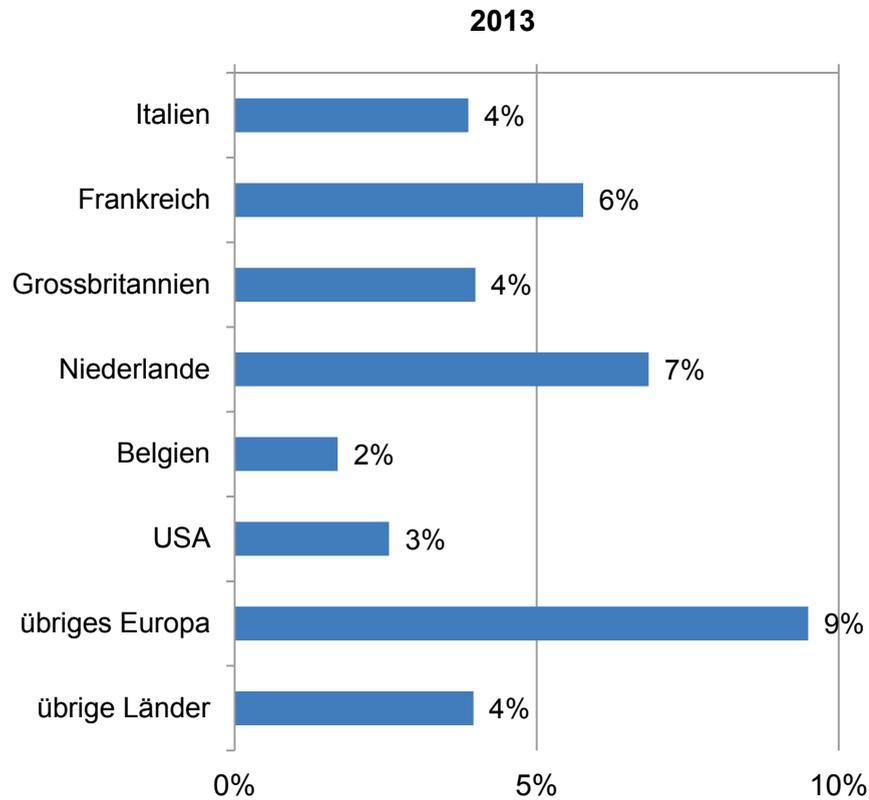
Insgesamt kommen 94% der Gäste aus deutschsprachigen Ländern. Der Anteil Schweizer Gäste ist im Vergleich zum Vorjahr um 36% gestiegen.

Deutsche Gäste nach Regionen



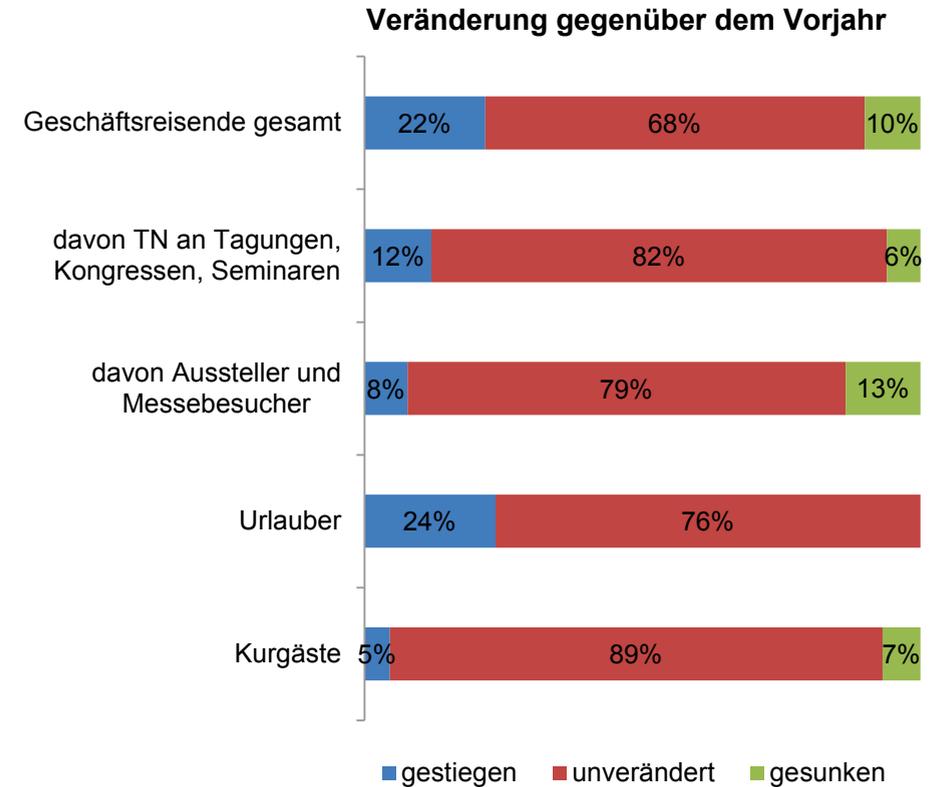
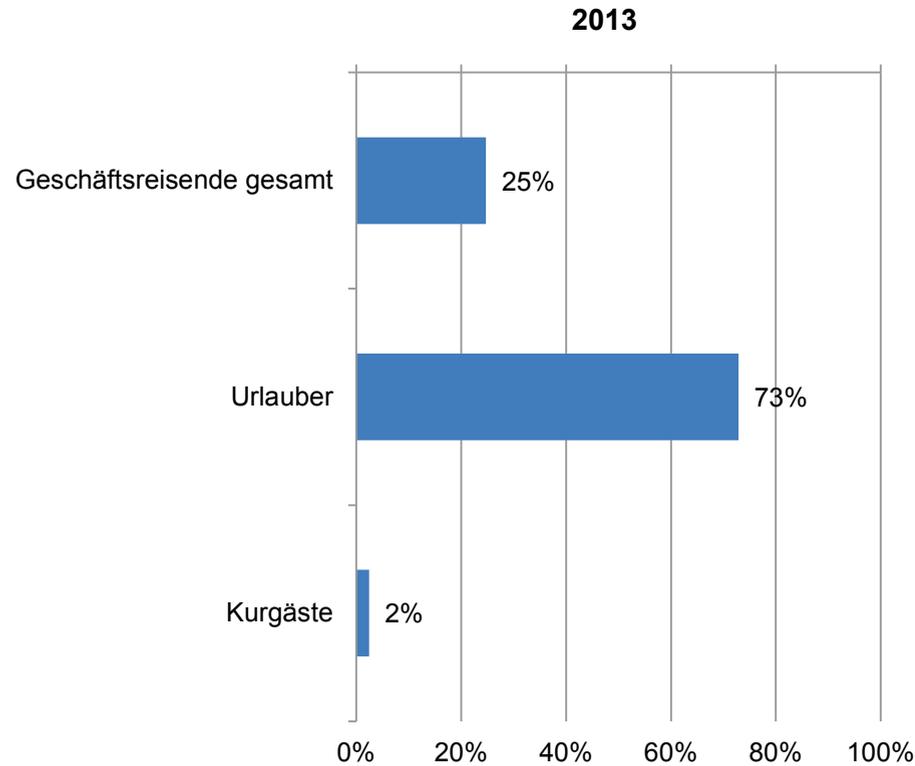
41% der deutschen Gäste kommen aus Baden-Württemberg, die übrigen Region sind etwa gleich verteilt.

Gästeherkunft International

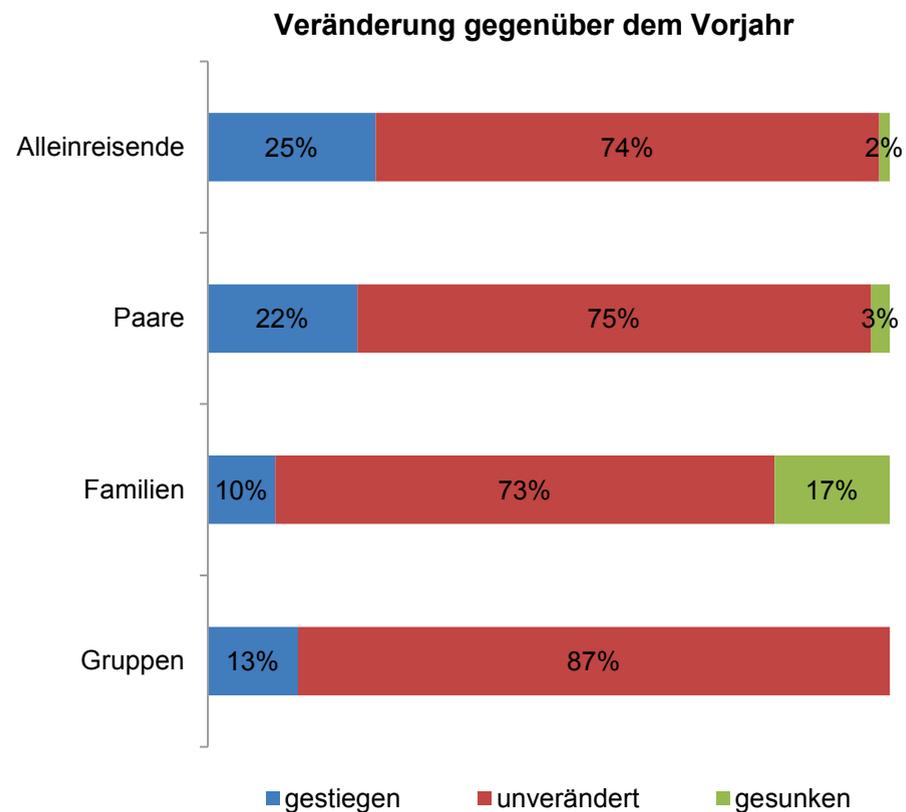
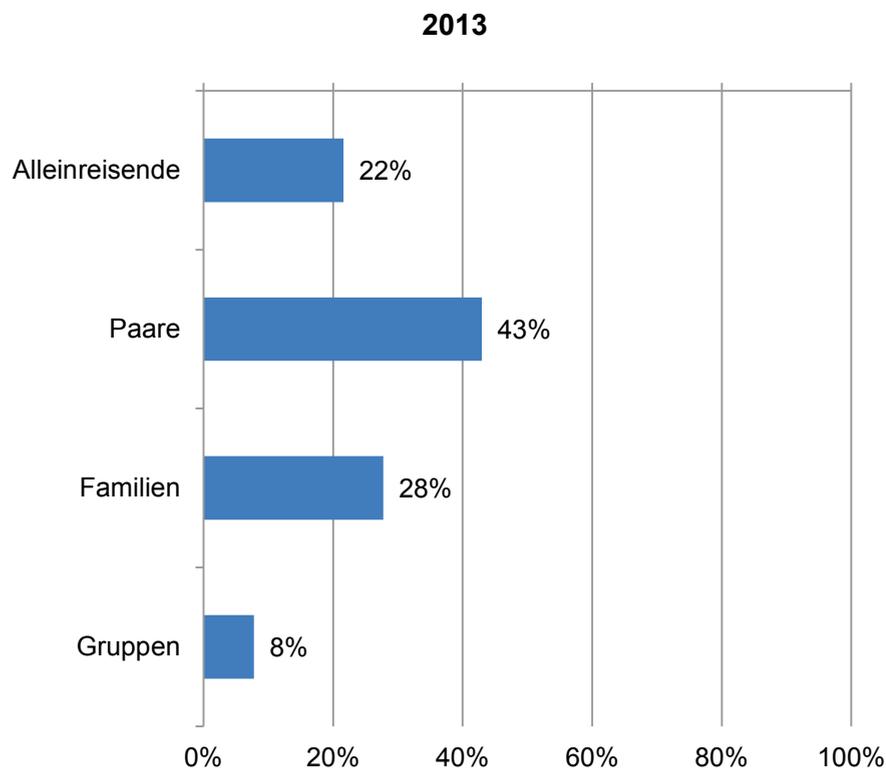


Frankreich und Niederlande sind die wichtigsten internationalen Herkunftsländer, mit wachsender Tendenz.

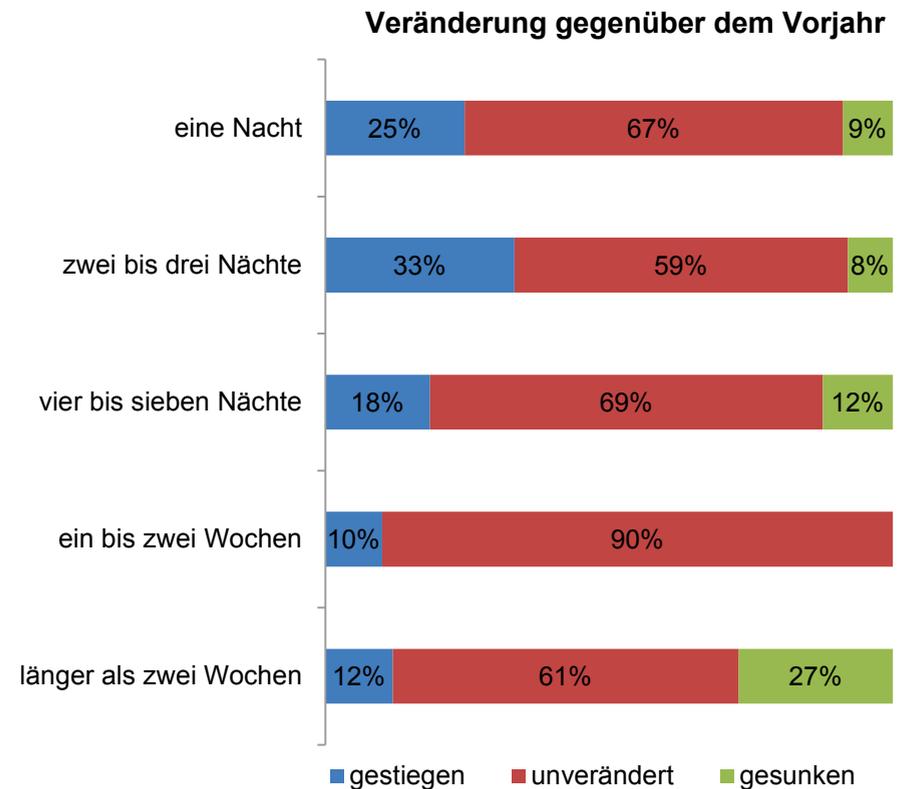
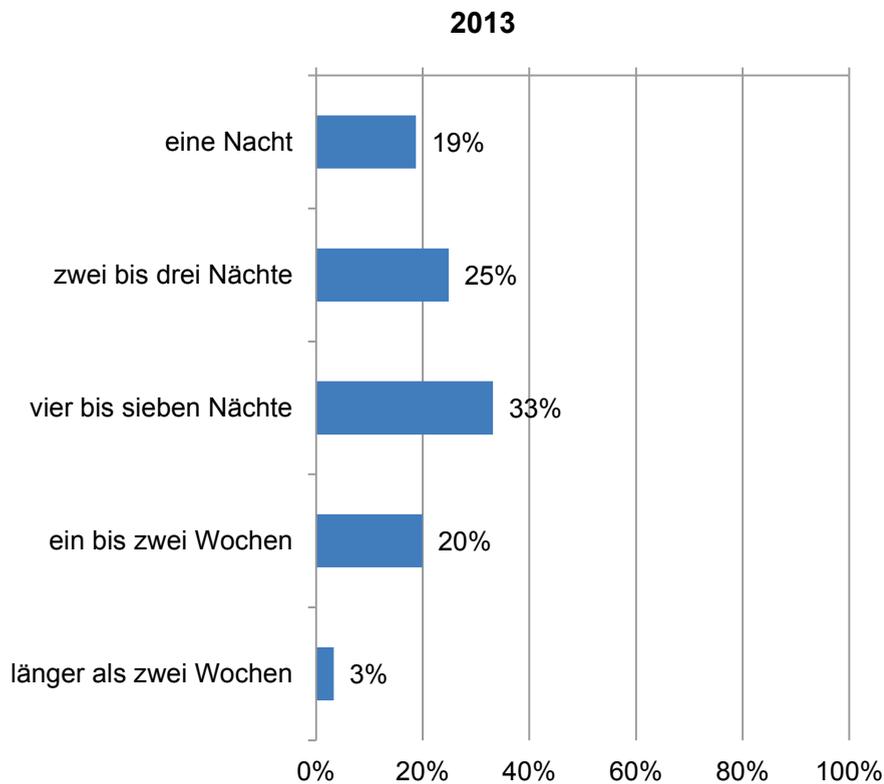
Gästegruppen



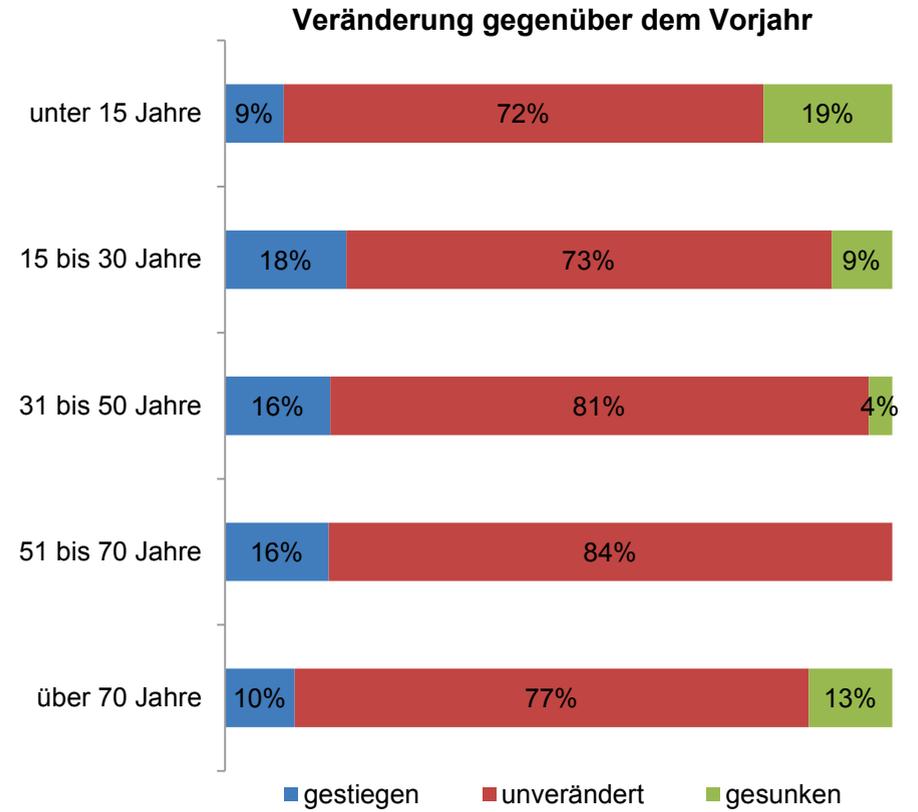
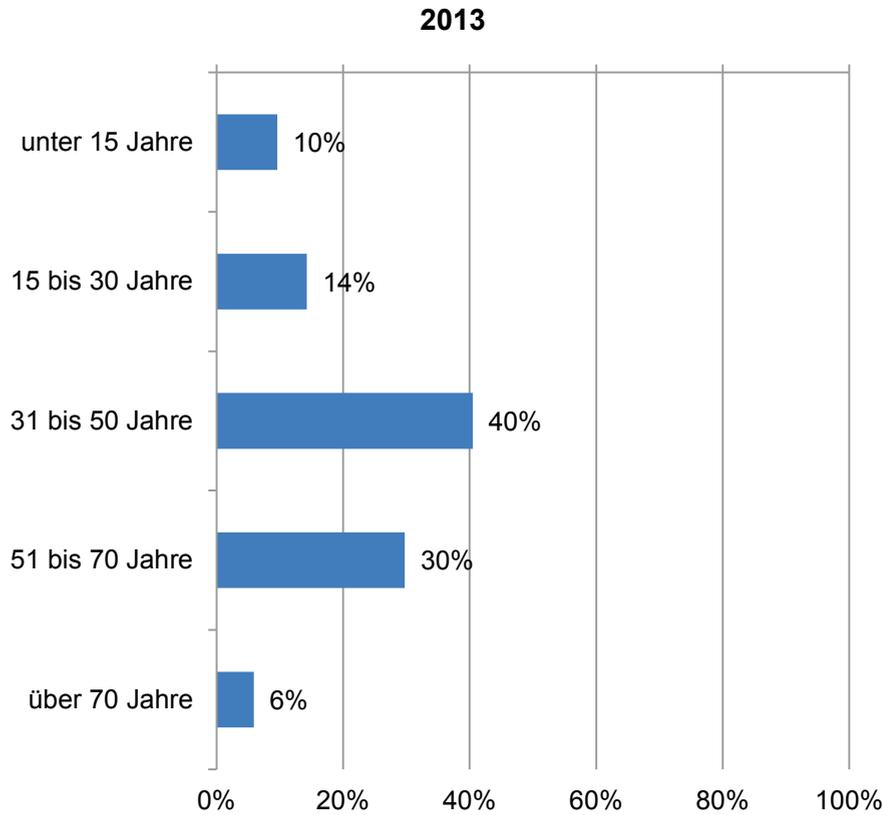
Urlauber sind mit Abstand die wichtigste Gästegruppe, der Anteil Geschäftsreisender liegt bei 25% .



Familien haben nur einen Anteil von 28%, Paare sind mit 43% das grösste Gästesegment.

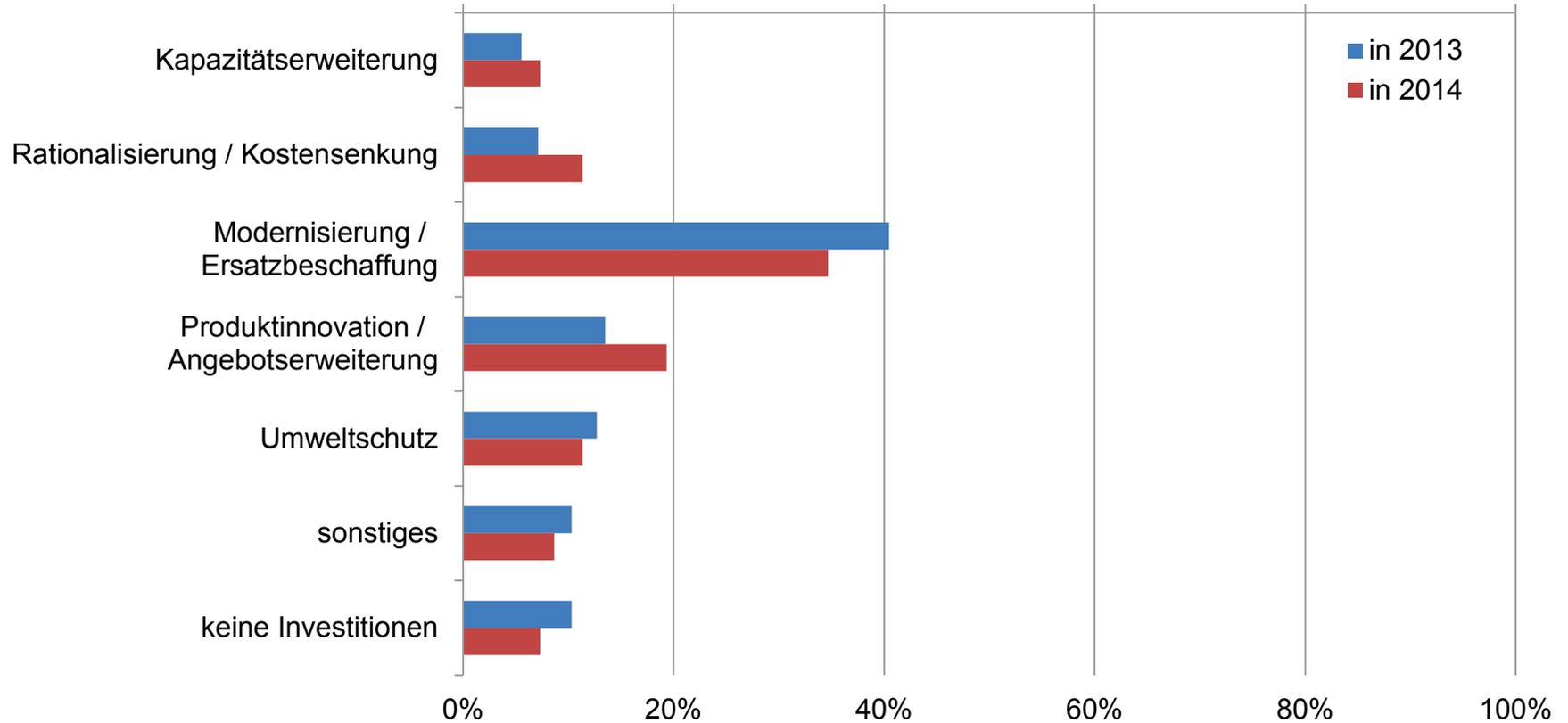


44% der Gäste verbringen max. 3 Nächte in der Bodenseeregion, nur 23% länger als eine Woche.



Mehr als 1/3 der Gäste ist über 50 Jahre alt, 70% sind zwischen 30 und 70 Jahre.

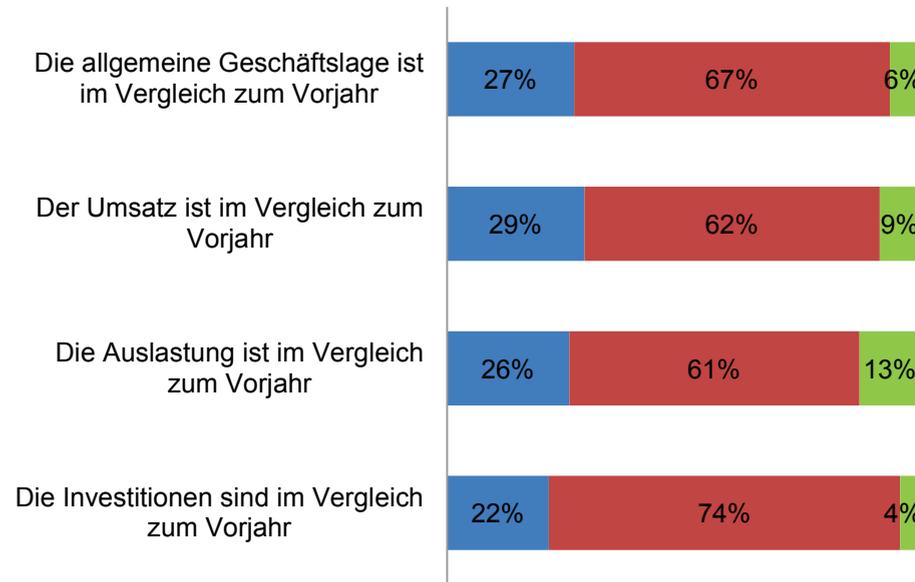
Getätigte Investitionen in 2013 und geplante Investitionen in 2014



Modernisierungen planen rund 40% der Betriebe, andere Investitionsbereiche spielen eine deutlich geringere Rolle.

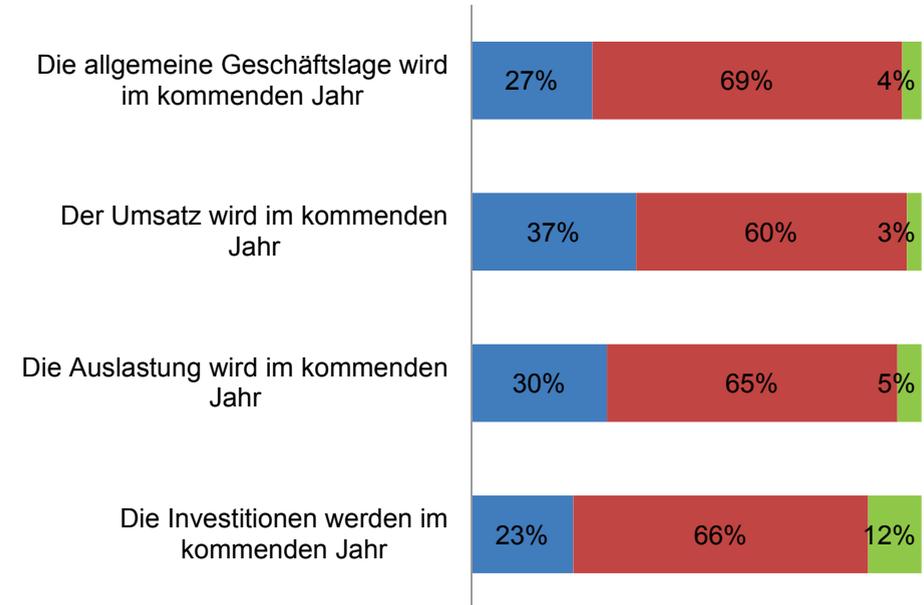
Aktuelle Geschäftslage und Prognose

Aktuelle Geschäftslage 2013



■ besser ■ unverändert ■ schlechter

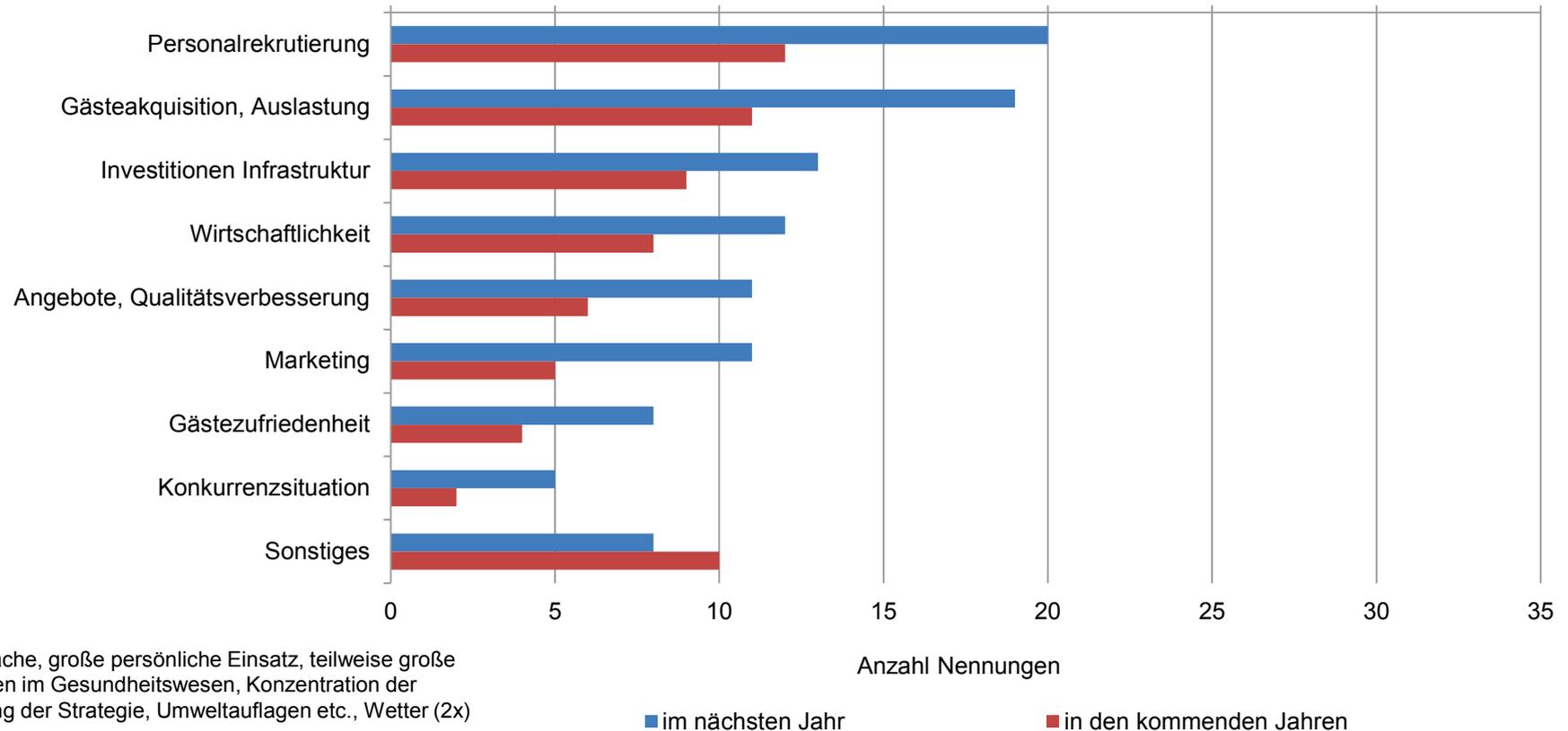
Prognose



■ höher / besser ■ unverändert ■ niedriger / schlechter

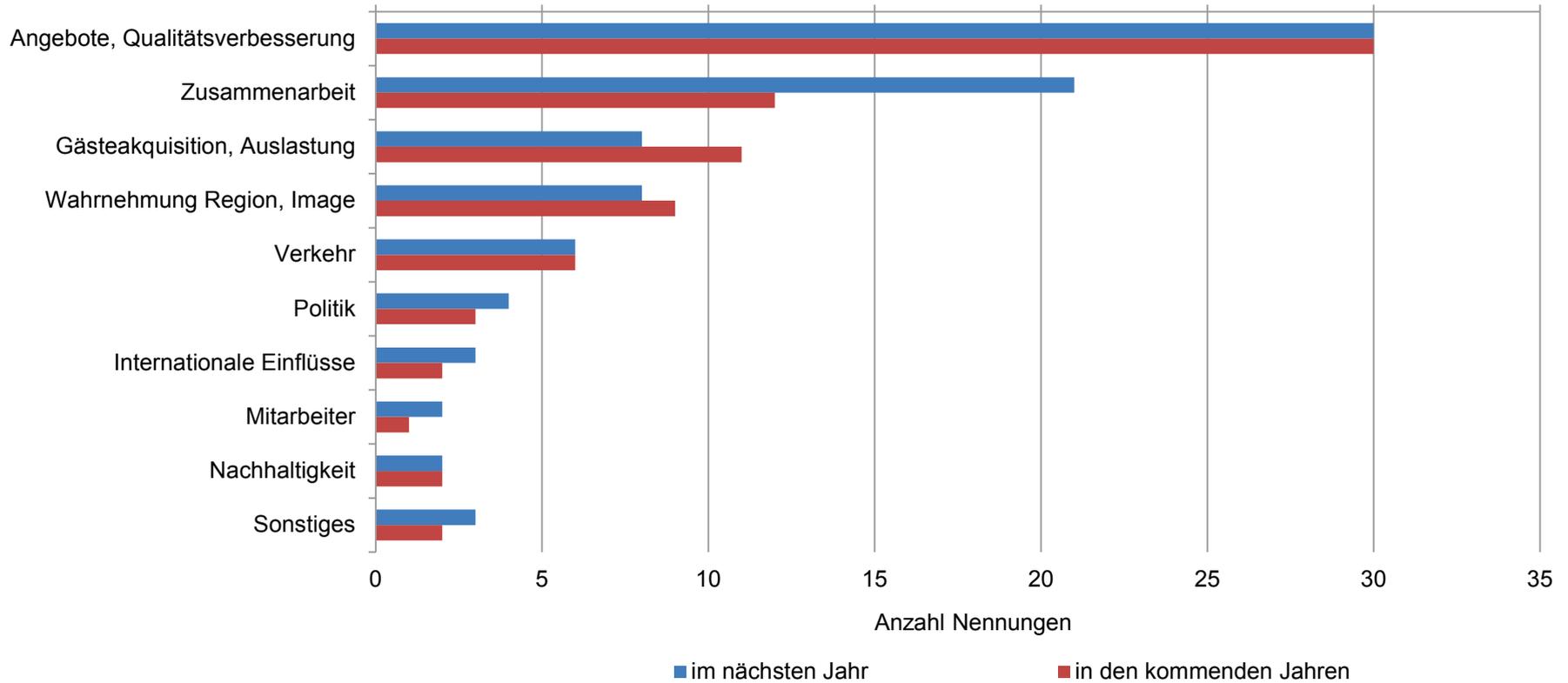
Rund 2/3 der Betriebe sehen die allgemeine Geschäftslage als unverändert an, für das kommende Jahr erwarten 37% Umsatzsteigerungen.

Herausforderungen für den Betrieb



Die Suche nach geeignetem Personal ist in diesem Jahr ähnlich wie die Gästeakquisition die grösste Herausforderung.

Herausforderungen für den Tourismus in der internationalen Bodenseeregion



Die Verbesserung der Angebote und der Qualität werden als grösste Herausforderungen für den Tourismus in der Bodenseeregion angesehen.

Ergebnisse Umfrage Attraktionspunkte und Ausflugsziele

Zusammenfassung Umfrage Attraktionspunkte

- 76% aller Besucher kommen in der Zeit von Mai bis Oktober.
- Mehr als die Hälfte der Betriebe sind mit dem Saisonverlauf 2013 zufrieden, ebenso viele bewerteten das Jahr schlechter als das Vorjahr. Hierfür ist insbesondere die schlechte Vorsaison verantwortlich.
- Im Mittel handelt es sich bei den Attraktionspunkten bei 22% der Besucher um Einheimische, 46% sind Tagesgäste und 32% übernachten in der Region.
- Die meisten Betriebe investieren in Produktinnovationen und Angebotserweiterungen, Modernisierungen und Ersatzbeschaffungen sowie Kapazitätsausweitungen spielen ebenfalls eine wichtige Rolle.
- Die allgemeine Geschäftslage wird im Vergleich zum Vorjahr als unverändert angesehen, beim Umsatz und der Auslastung verzeichneten die Attraktionspunkte eine leichte Steigerung im Vergleich zum Vorjahr.

Zusammenfassung Umfrage Attraktionspunkte

- Für das kommende Jahr rechnen jeweils 45% mit einer positiven Entwicklung und weiteren Steigerungen des Umsatzes. Ebenfalls 45% rechnen mit einem Rückgang der Investitionen.
- Als wichtigste Herausforderungen für den eigenen Betrieb werden Angebotsverbesserungen und die Suche nach geeignetem Personal angesehen.
- Als Herausforderung für den Tourismus in der Bodenseeregion wurden ebenfalls Angebotsverbesserungen genannt, aber auch Internationalisierung, Saisonverlängerung und Fragen der Wettbewerbsfähigkeit und Finanzierung spielen eine wichtige Rolle.

Befragung der Attraktionspunkte

→ Themen

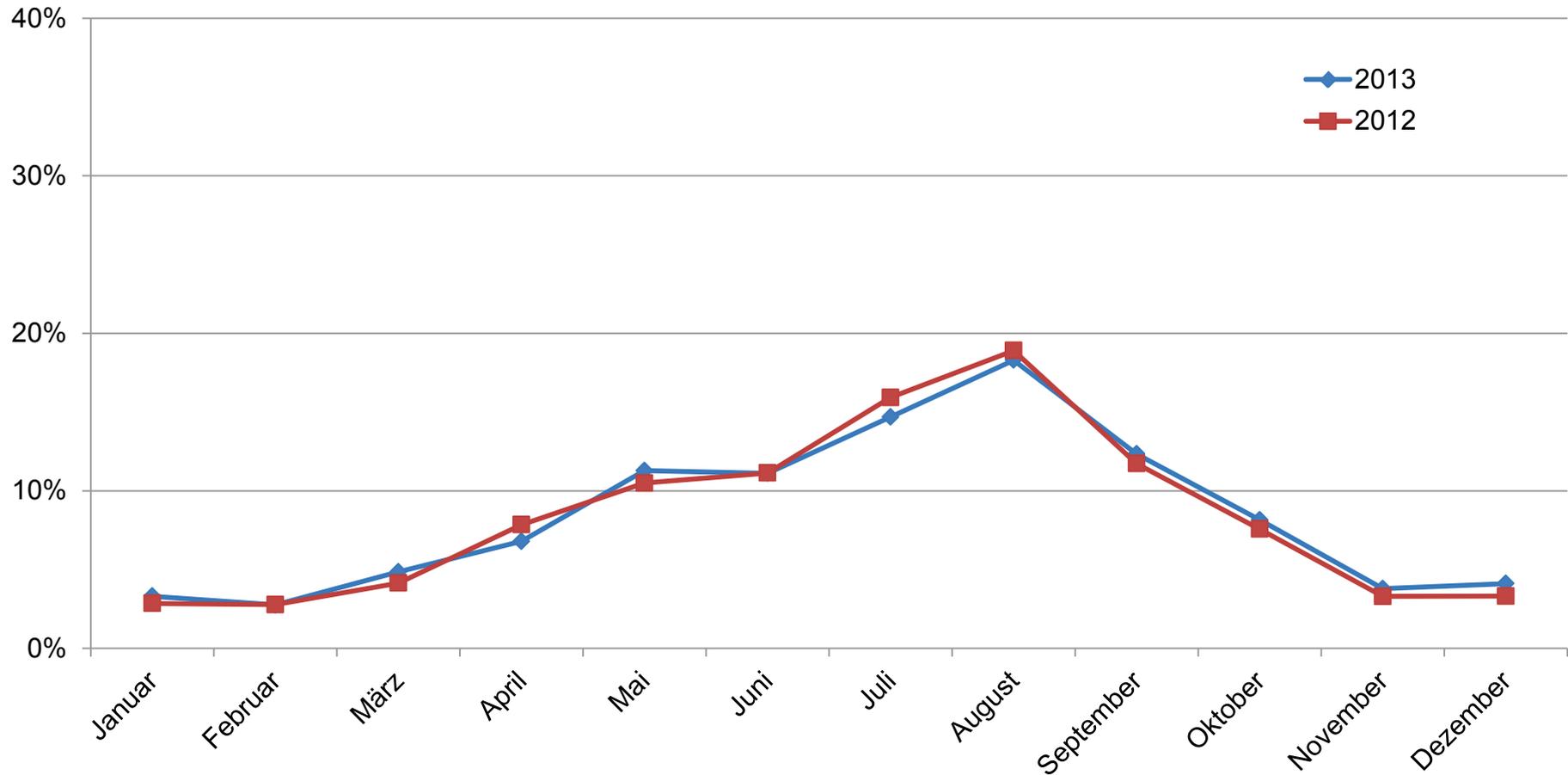
- Kennzahlen Betrieb
- Besucherzahlen
- Saisonverlauf
- Gästeherkunft
- Gästestruktur, Gästesegmente
- Geschäftsentwicklung
- Zukünftige Herausforderungen

→ Online-Befragung der Attraktionspunkte in der Bodenseeregion

- Befragung von 05/14 – 06/14

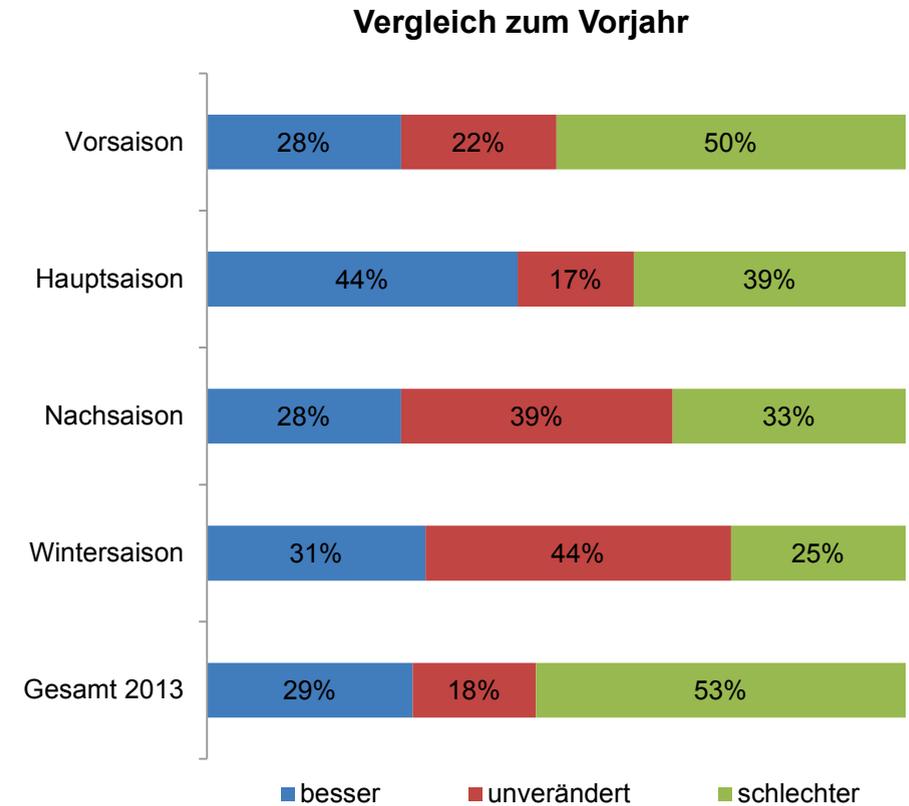
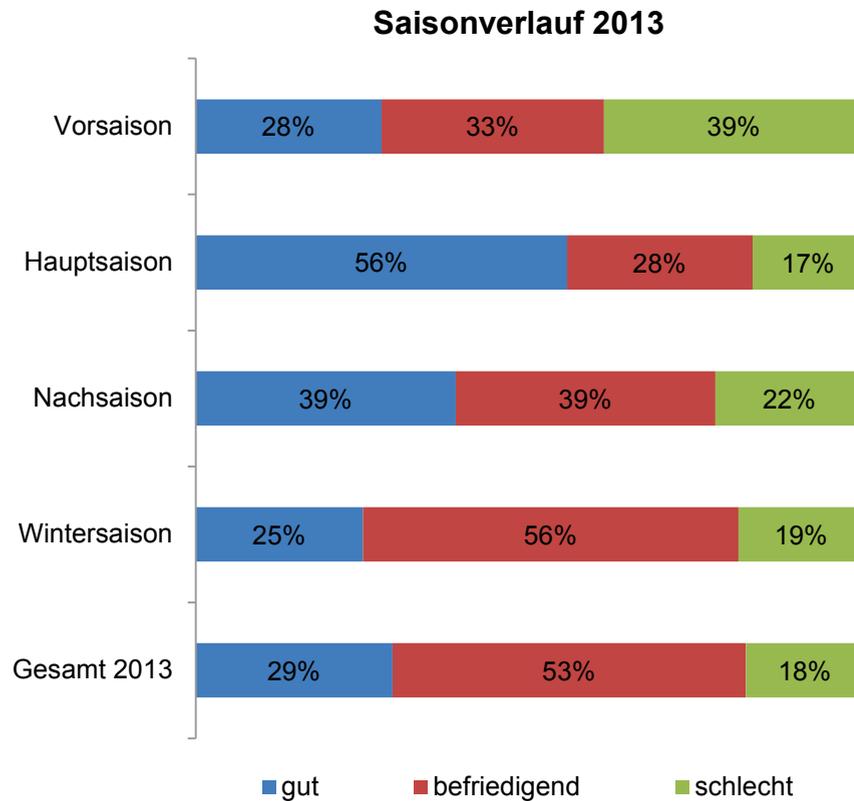
→ 33 Betriebe wurden angeschrieben, 20 Betriebe konnten ausgewertet werden (60%)

Besucherzahlen im Jahresverlauf



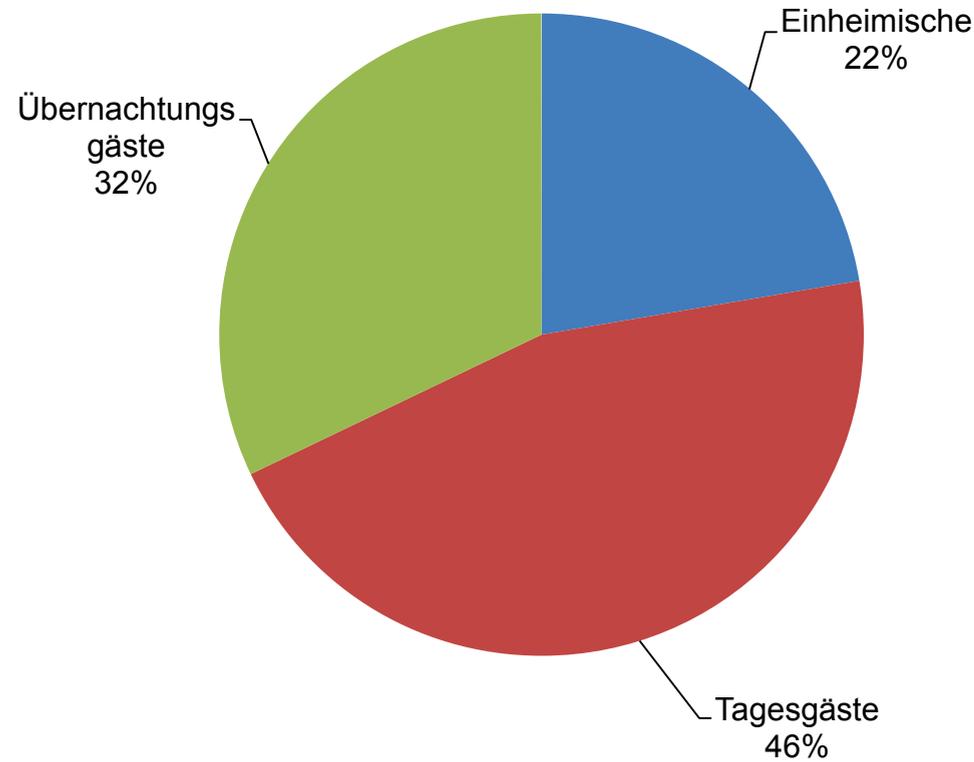
In den Monaten April bis Oktober kommen 83% aller Besucher.

Saisonverlauf und Vergleich zum Vorjahr



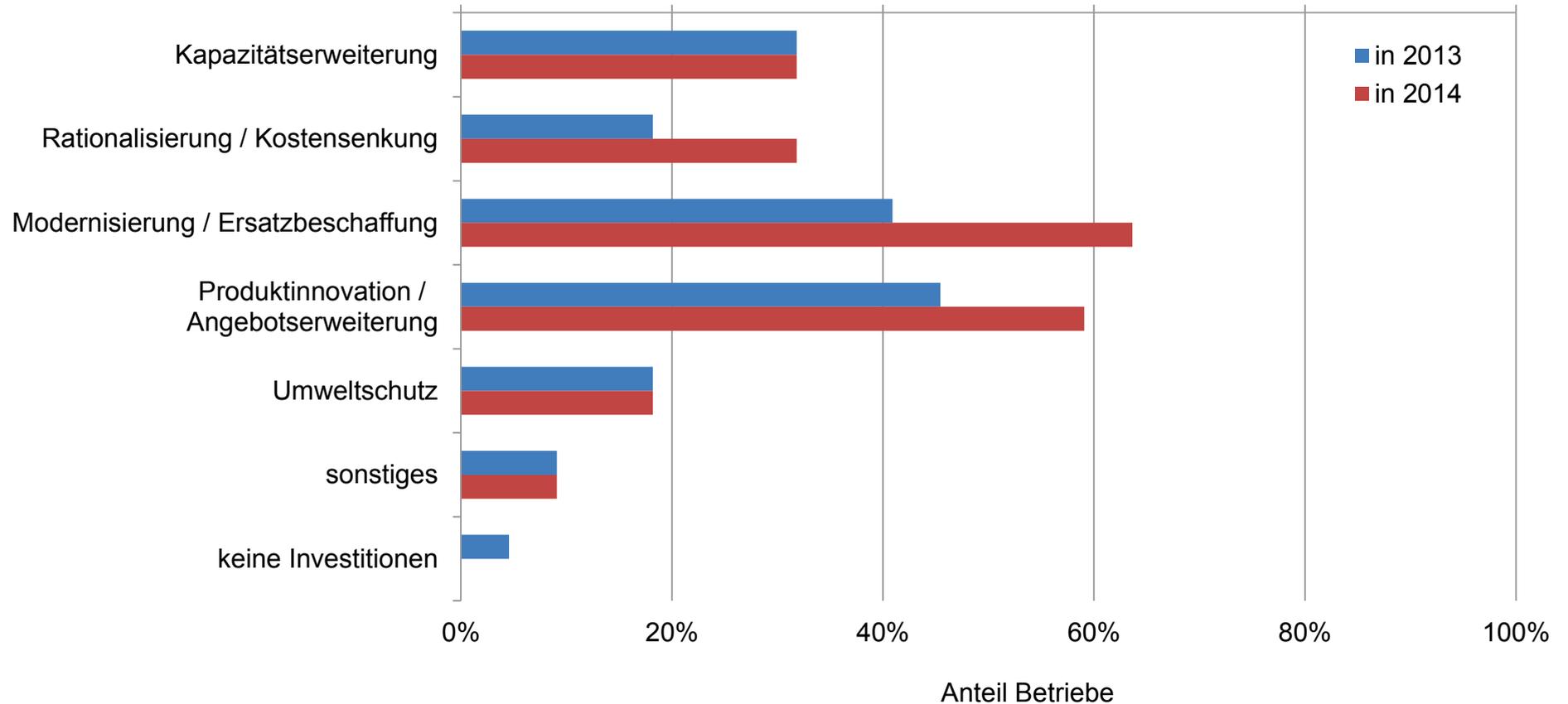
Gut die Hälfte der Betriebe werten die Saison 2013 als befriedigend, ebenso viele beurteilen sie schlechter als das Vorjahr.

Gästegruppen



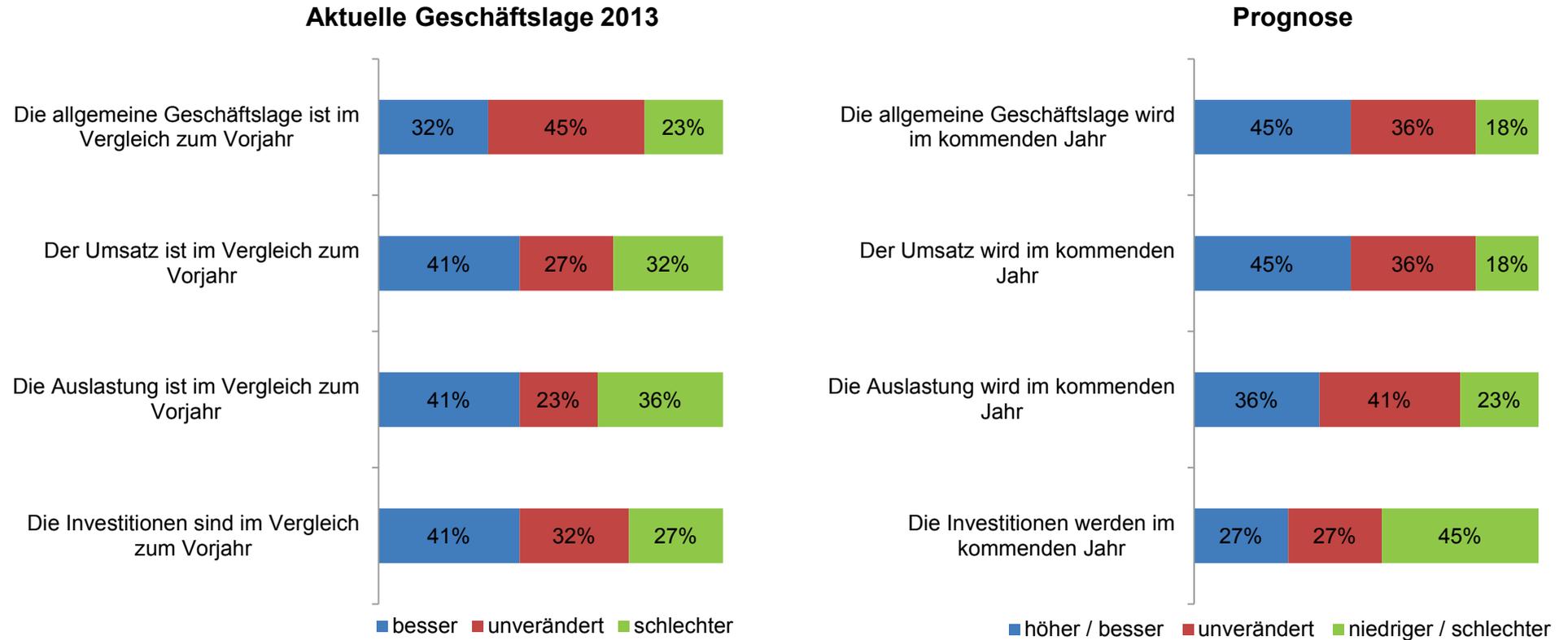
Einheimische sind mit 22% der Gäste für die Attraktionspunkte eine wichtige Zielgruppe.

Getätigte und geplante Investitionen



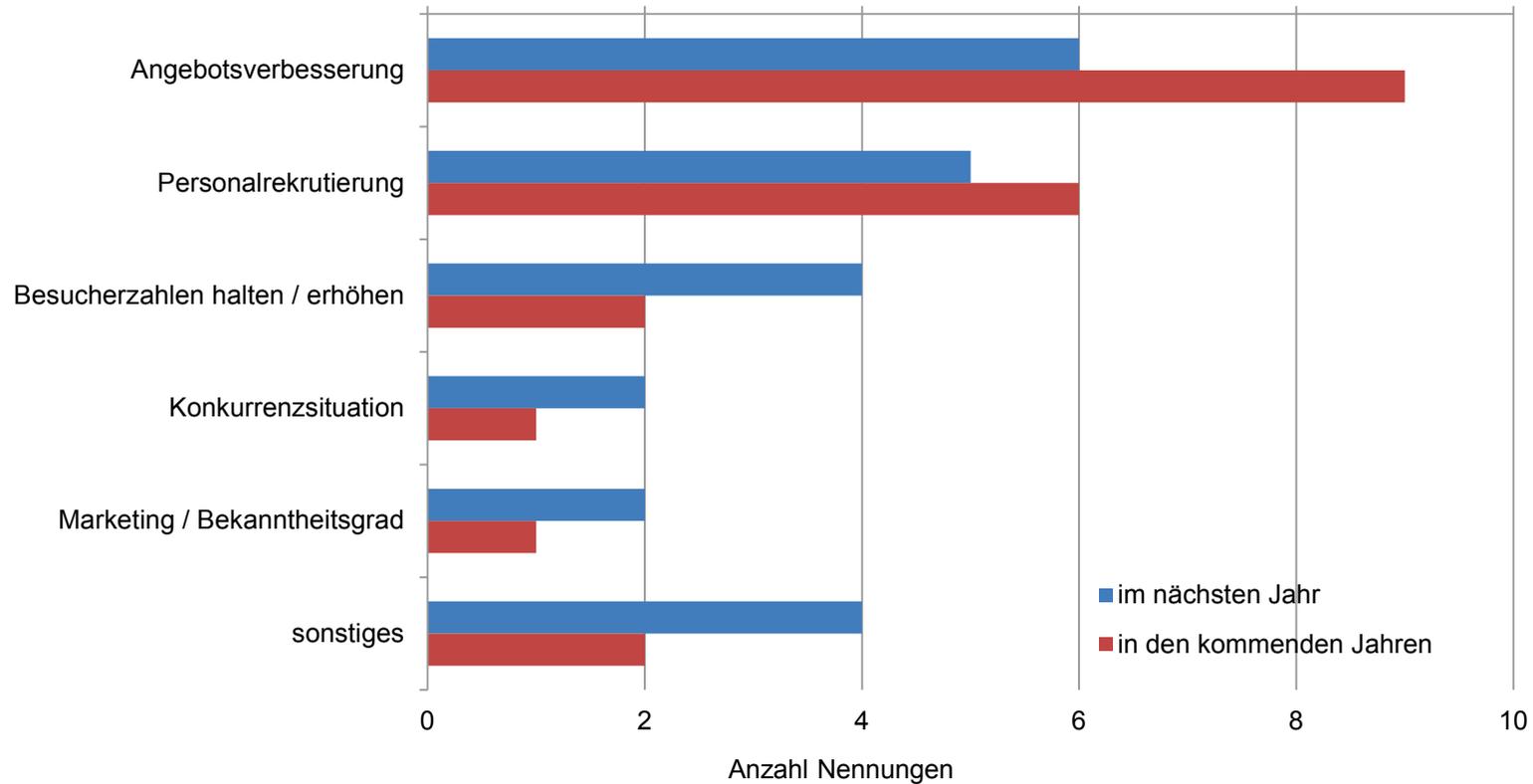
Investitionen in Modernisierung und Angebotserweiterung sind vor allem für das kommende Jahr geplant.

Aktuelle Geschäftslage und Prognose



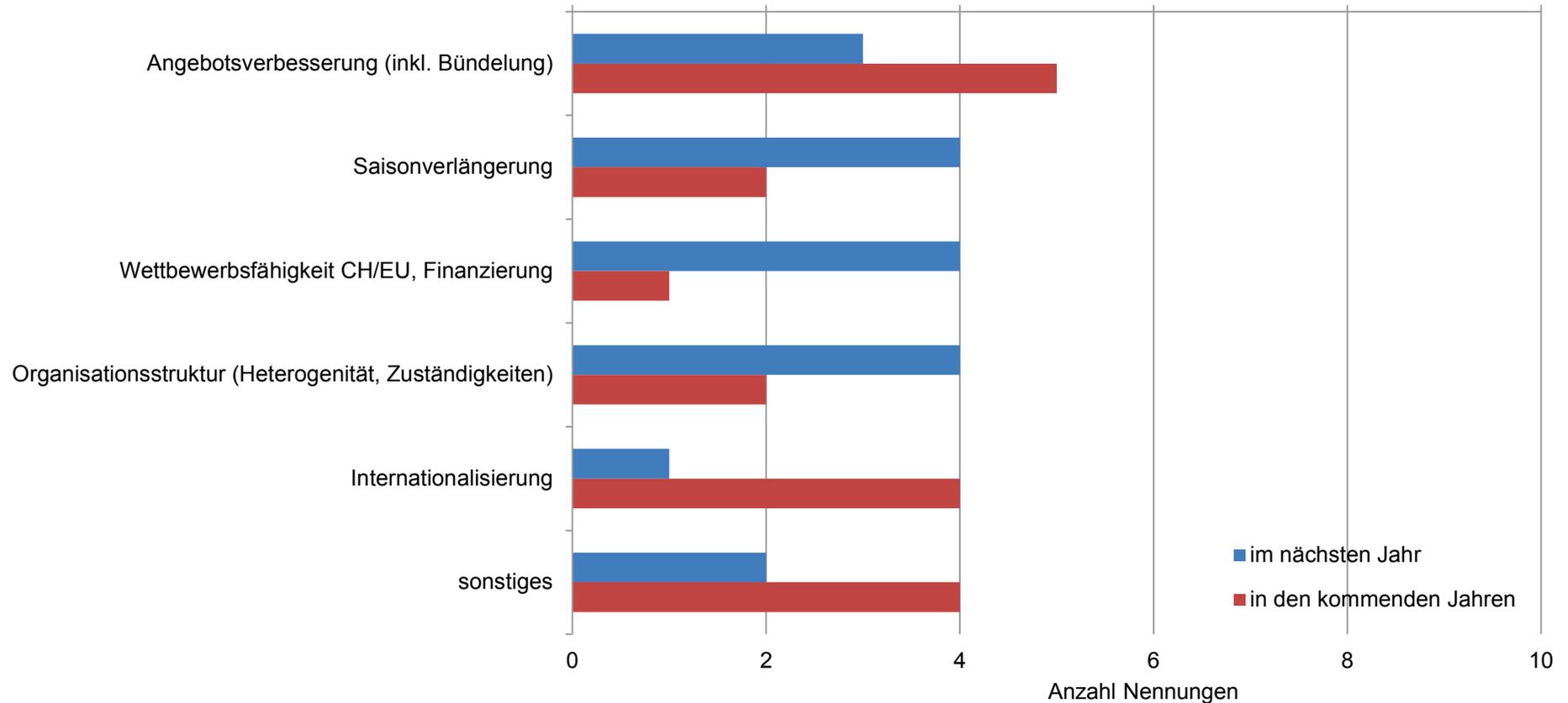
Die aktuelle Geschäftslage wird sehr unterschiedlich beurteilt, für das kommende Jahr werden relativ wenig Investitionen erwartet.

Herausforderungen für den Betrieb



Die Verbesserung des Angebots ist kurz- und mittelfristig die wichtigste Herausforderung, Personalrekrutierung spielt ebenfalls eine wichtige Rolle.

Herausforderungen für die Bodenseeregion

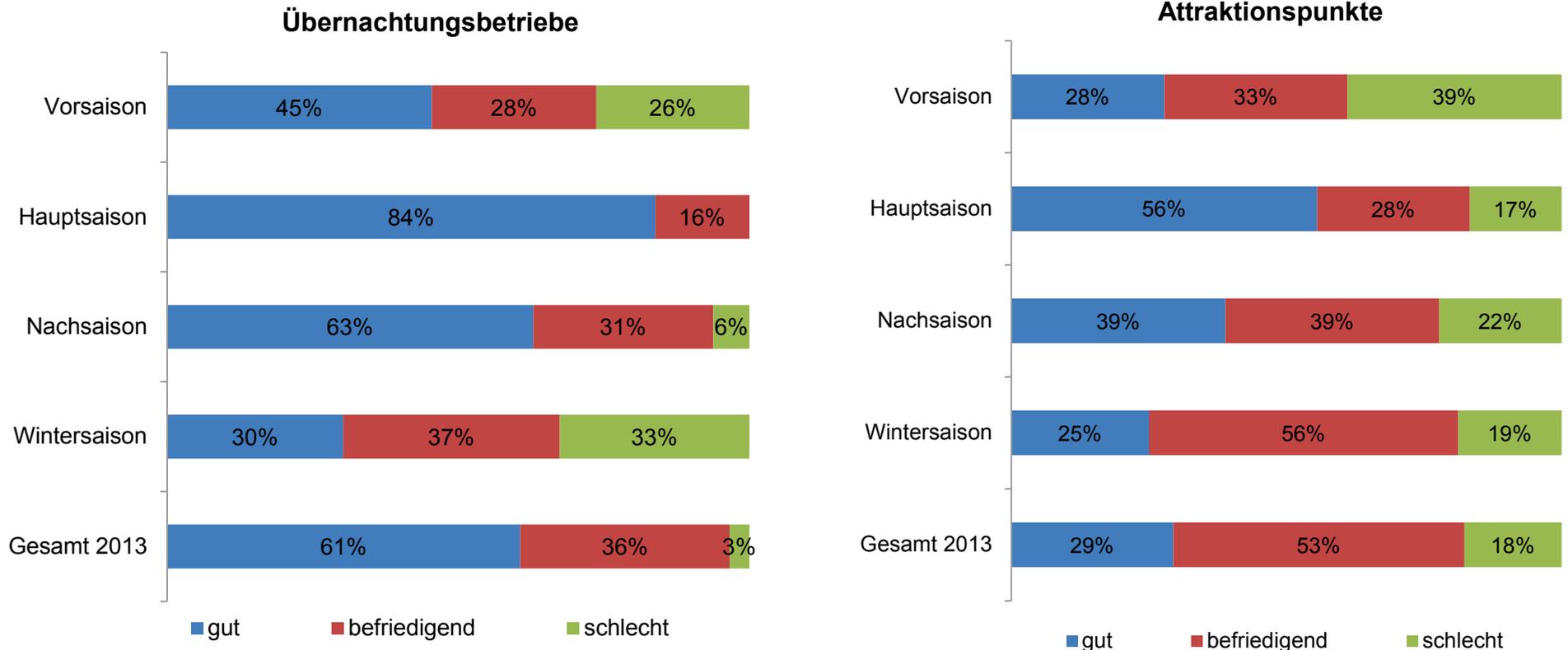


Die Verbesserung des Angebots sowie Massnahmen zur Saisonverlängerung und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit werden als grösste Herausforderungen für die Bodenseeregion angesehen.

Anhang

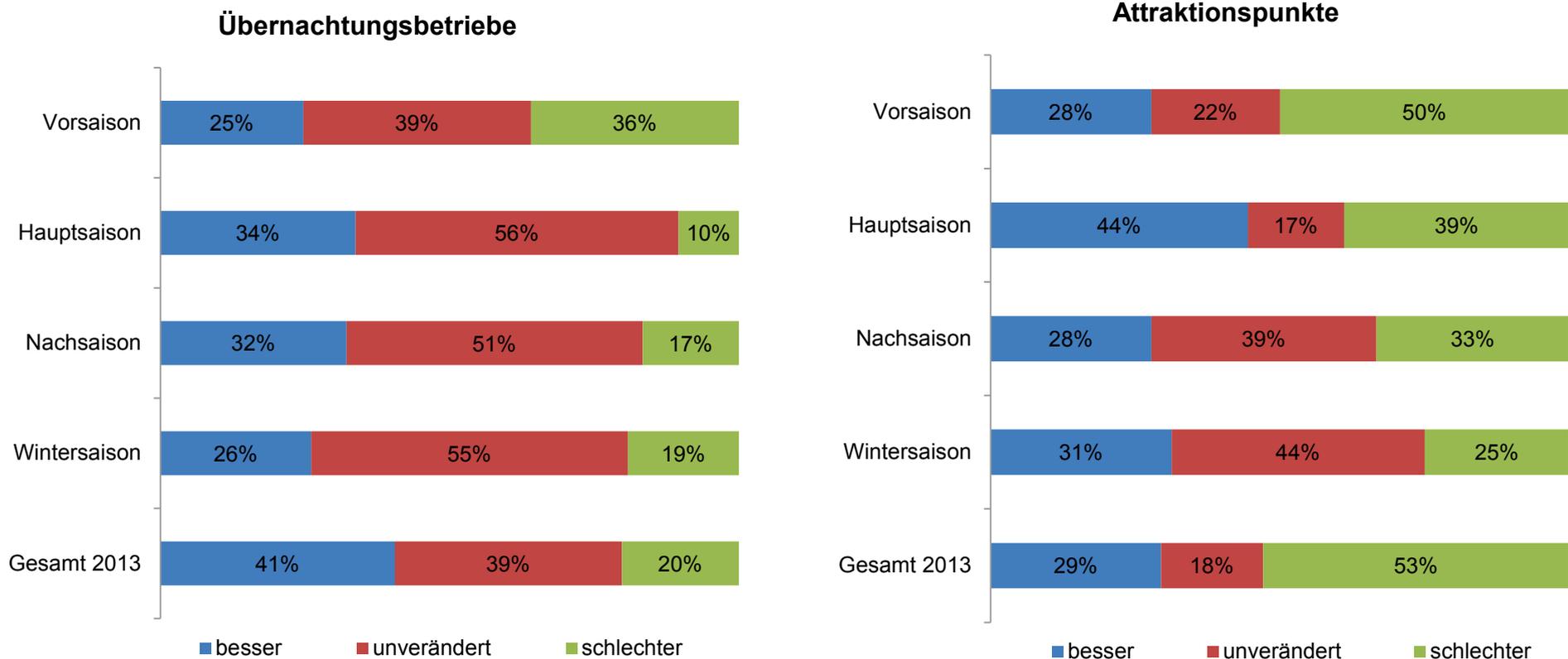
Vergleich ausgewählter Kennzahlen: Übernachtungsbetriebe und Attraktionspunkte

Vergleich Ergebnisse Übernachtungsbetriebe und Leistungsträger – Saisonverlauf 2013



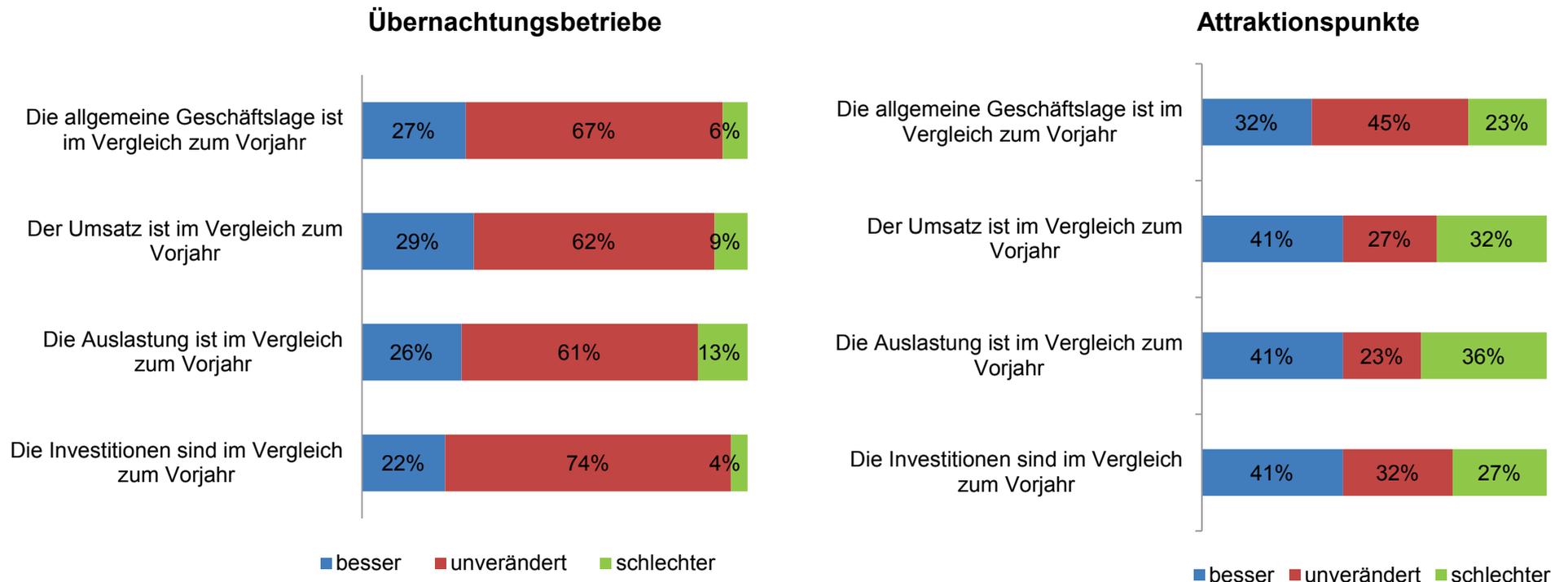
Der Saisonverlauf wird von Übernachtungsbetrieben deutlich positiver beurteilt als von den Attraktionspunkten, deren Vor- und Nachsaison deutlich schlechter verlief.

Vergleich Ergebnisse Übernachtungsbetriebe und Leistungsträger – Saisonverlauf 2013 im Vergleich zum Vorjahr



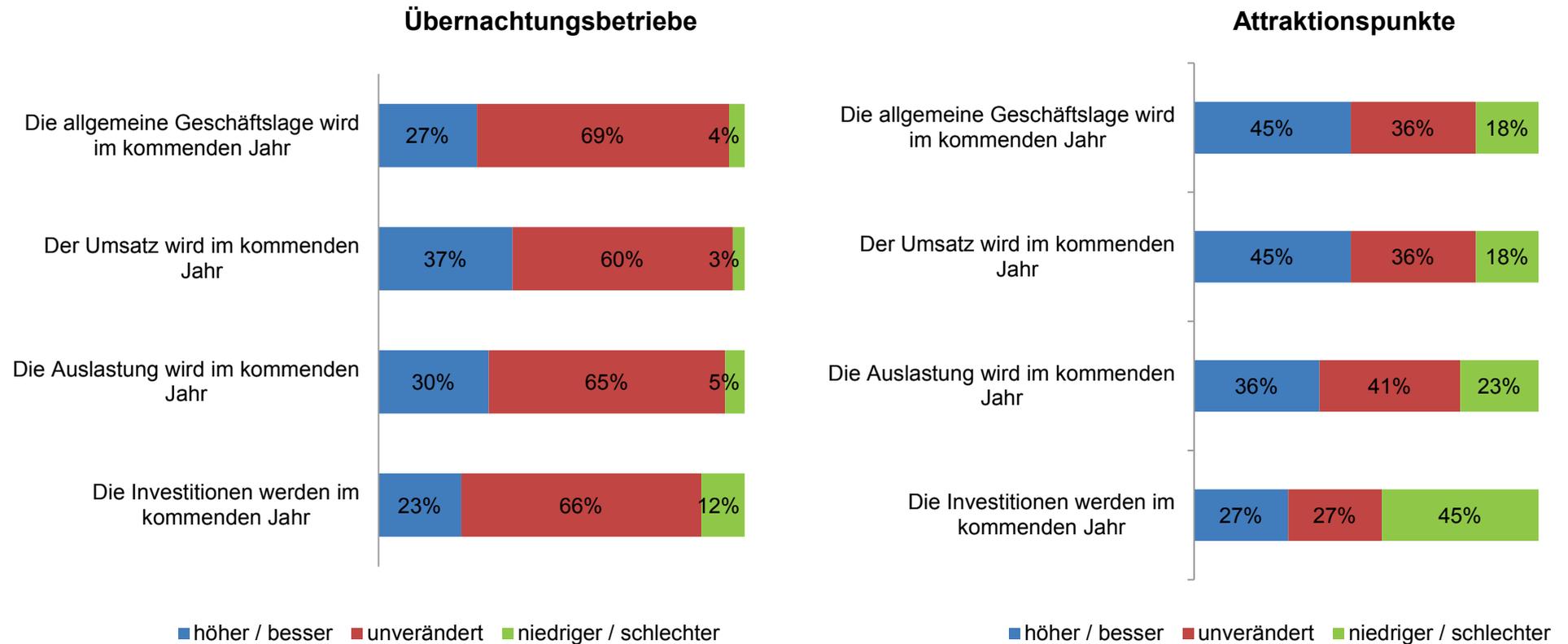
Die schlechte Vorsaison prägt den Vergleich zum Vorjahr und den Gesamteindruck der Saison. Bei den Attraktionspunkten konnten nur wenige in 2013 eine bessere Saison als in 2012 verzeichnen.

Vergleich Bewertung aktuelle Geschäftslage 2013



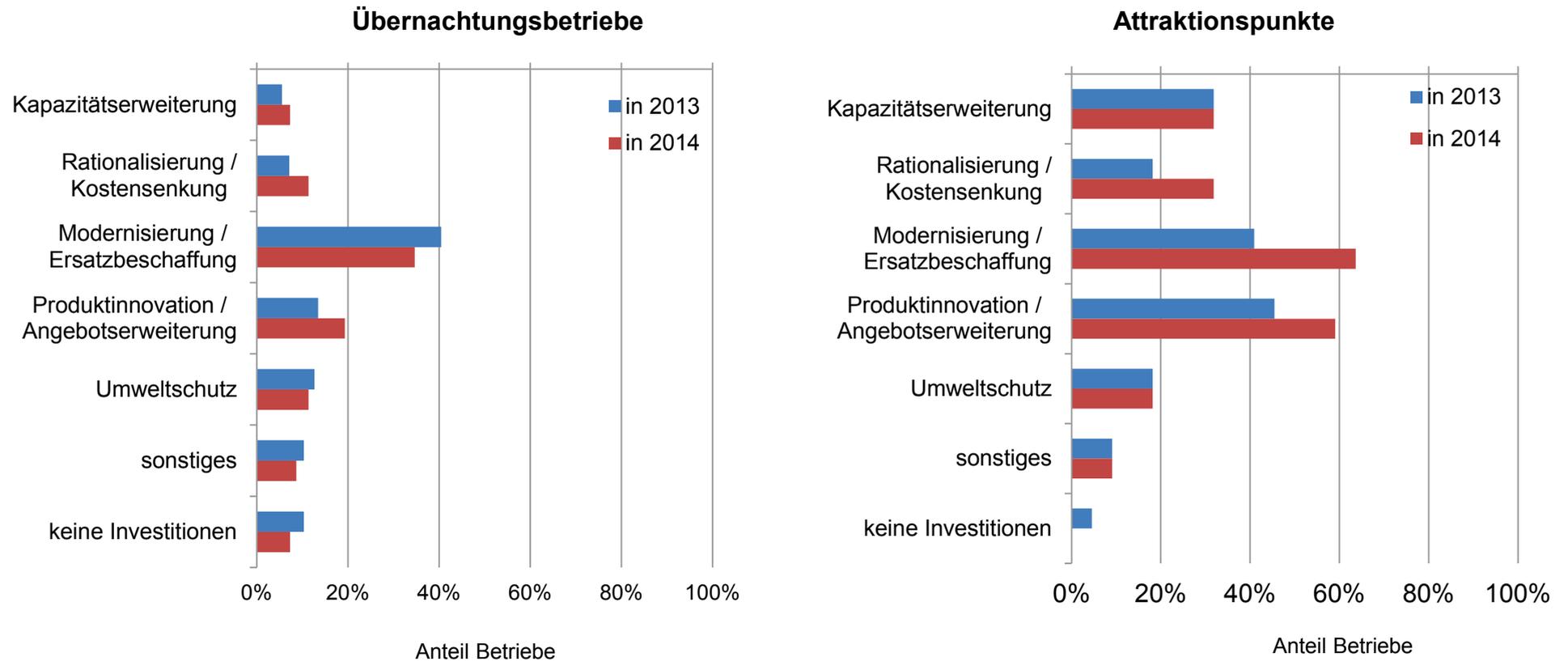
Die allgemeine Geschäftslage von den meisten Übernachtungsbetrieben als unverändert zum Vorjahr angesehen. Bei den Attraktionspunkten überwiegen positive oder negative Entwicklungen.

Vergleich Prognose Geschäftsentwicklung



Die Erwartungen der zukünftigen Geschäftsentwicklung sind bei allen Betrieben positiv, bei den Attraktionspunkten besonders hoch in Hinblick auf die eher schlechte Saison 2013.

Vergleich Ergebnisse Übernachtungsbetriebe und Attraktionspunkte – Investitionen

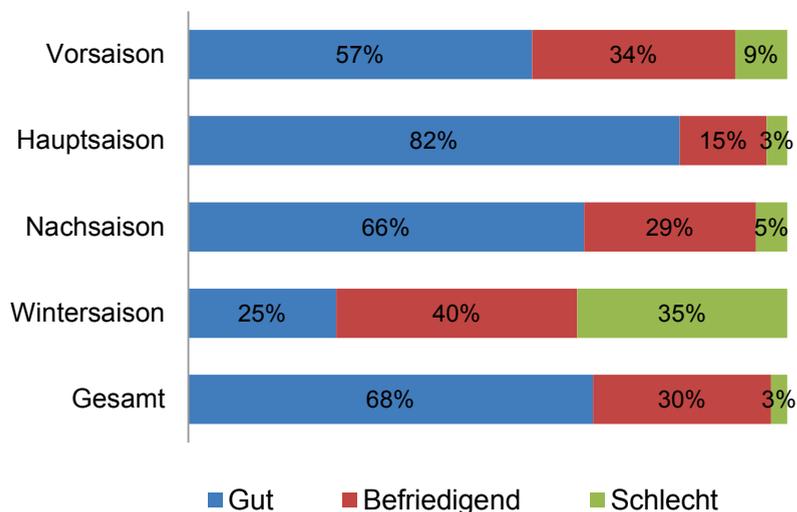


Modernisierungen und Ersatzbeschaffungen sowie Angebotserweiterungen spielen für alle Betriebe eine wichtige Rolle. Kapazitätserweiterungen sind für Attraktionspunkte wichtiger.

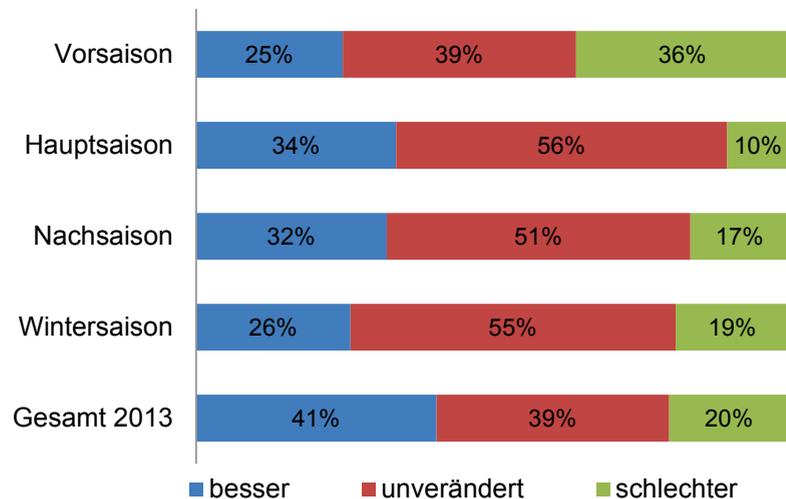
Vergleich ausgewählter Kennzahlen Umfrage 2013 und 2014

Vergleich Ergebnisse Saisonverlauf 2012 und 2013 - Übernachtungsbetriebe

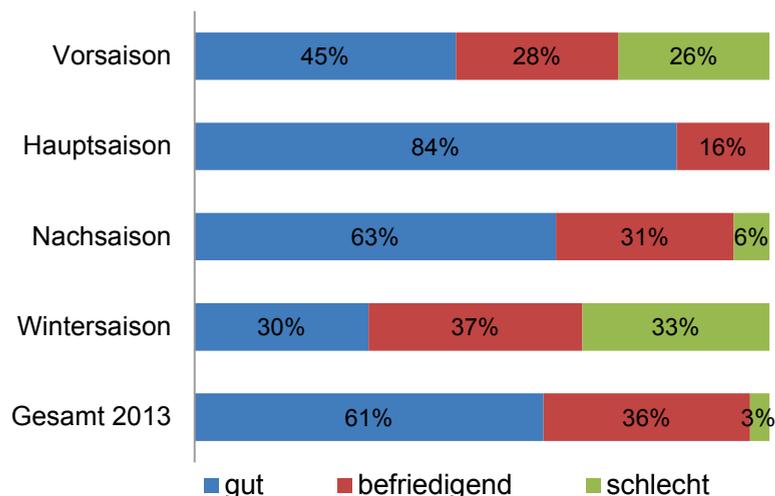
Saisonverlauf 2012



Veränderung gegenüber dem Vorjahr 2013



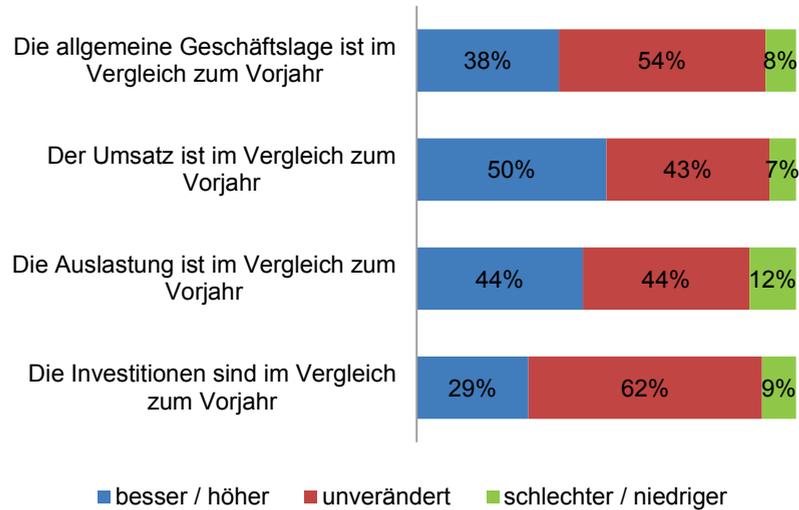
Saisonverlauf 2013



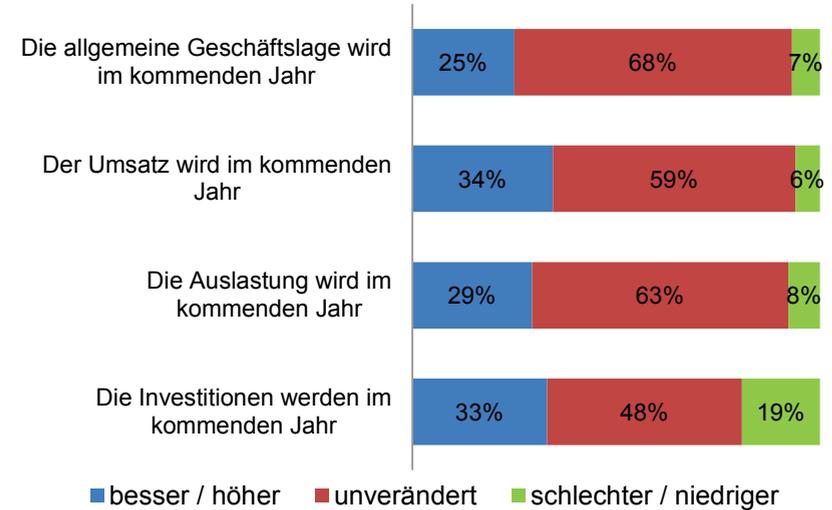
Insbesondere der Verlauf der Vorsaison wurde in 2013 schlechter beurteilt als 2012, dies spiegelt sich auch in Veränderungen gegenüber Vorjahr. Insgesamt bestätigen die Abfragen für 2013 und 2012 die wahrgenommenen Veränderungen gegenüber dem Vorjahr.

Vergleich Ergebnisse Geschäftslage 2012 und 2013 – Übernachtungsbetriebe

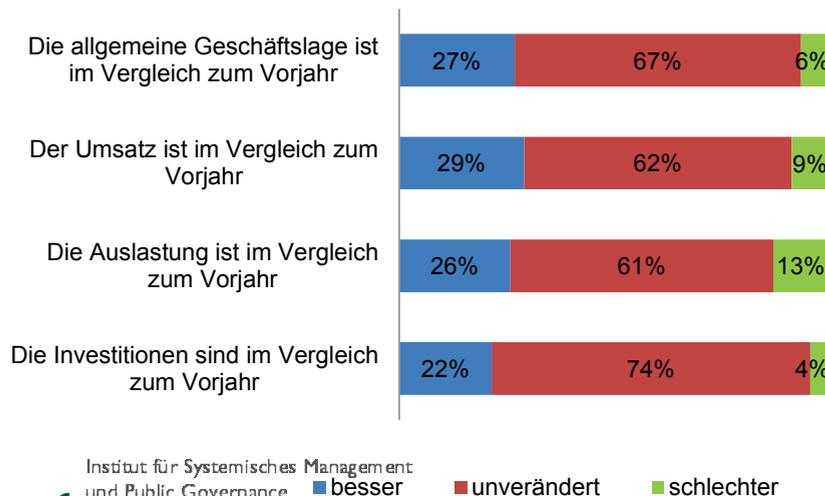
Aktuelle Geschäftslage 2012



Prognose für 2013

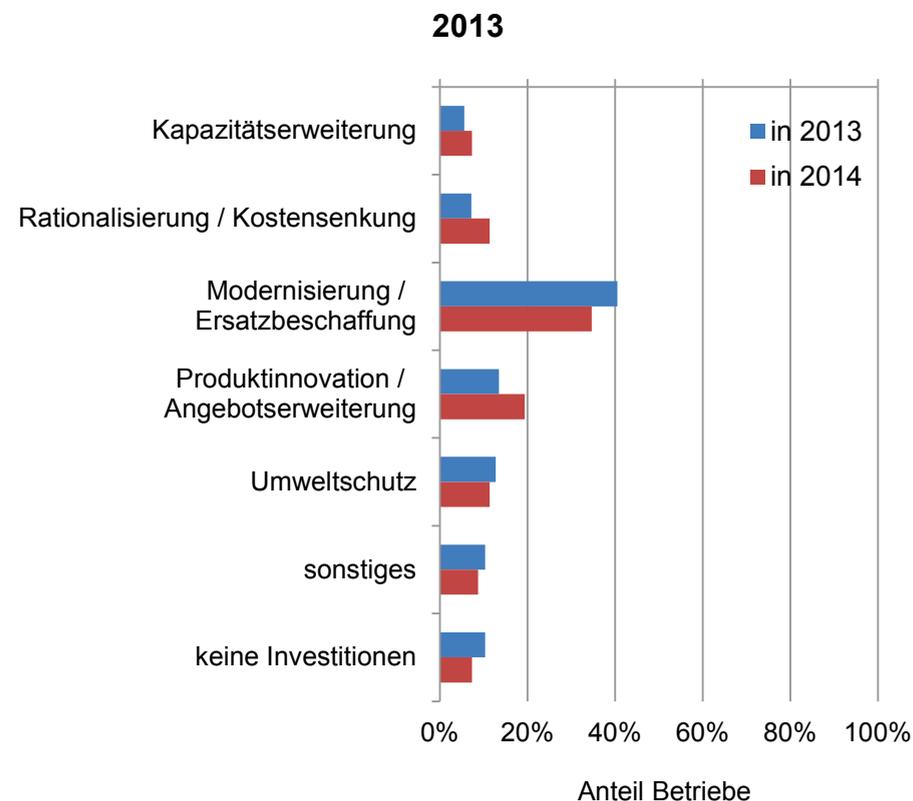
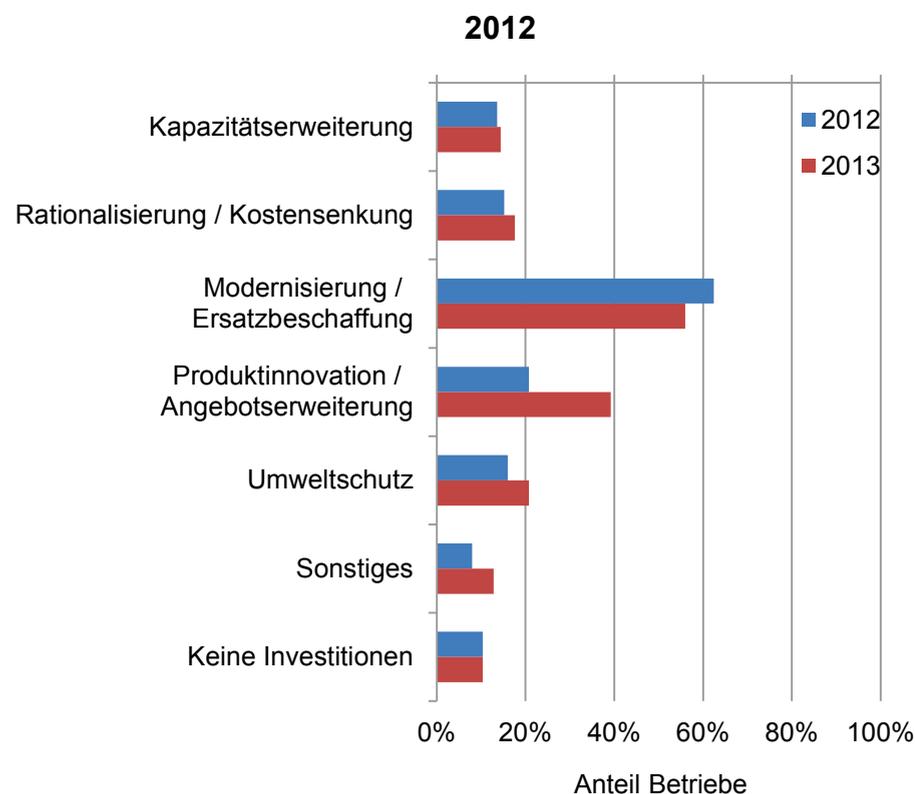


Aktuelle Geschäftslage 2013



In 2013 war die Auslastung schlechter als erwartet. Hingegen wurden mehr Investitionen getätigt als für das Jahr 2013 prognostiziert wurde.

Vergleich Ergebnisse Investitionen 2012 und 2013 - Übernachtungsbetriebe



Die erwarteten Investitionen in Modernisierung und Ersatzbeschaffung für 2013 haben sich bestätigt. Die Investitionen in Produktinnovation und Angebotserweiterung scheinen eher in die folgenden Jahre verschoben zu werden..