

Institut für Systemisches Management
und Public Governance



Universität St.Gallen

Ergebnisse Tourismusmonitoring Bodensee 2015 - Langfassung –

August 2015

Tourismusregion Internationaler Bodensee

Tourismusstatistik
Liechtenstein

Landesstatistik
Vorarlberg

Gemeinsame
Datengrundlage
Tourismusregion
Internationaler Bodensee
IBT-Gebiet

Daten Statistik
Bayern

Daten Statistisches
Landesamt BW

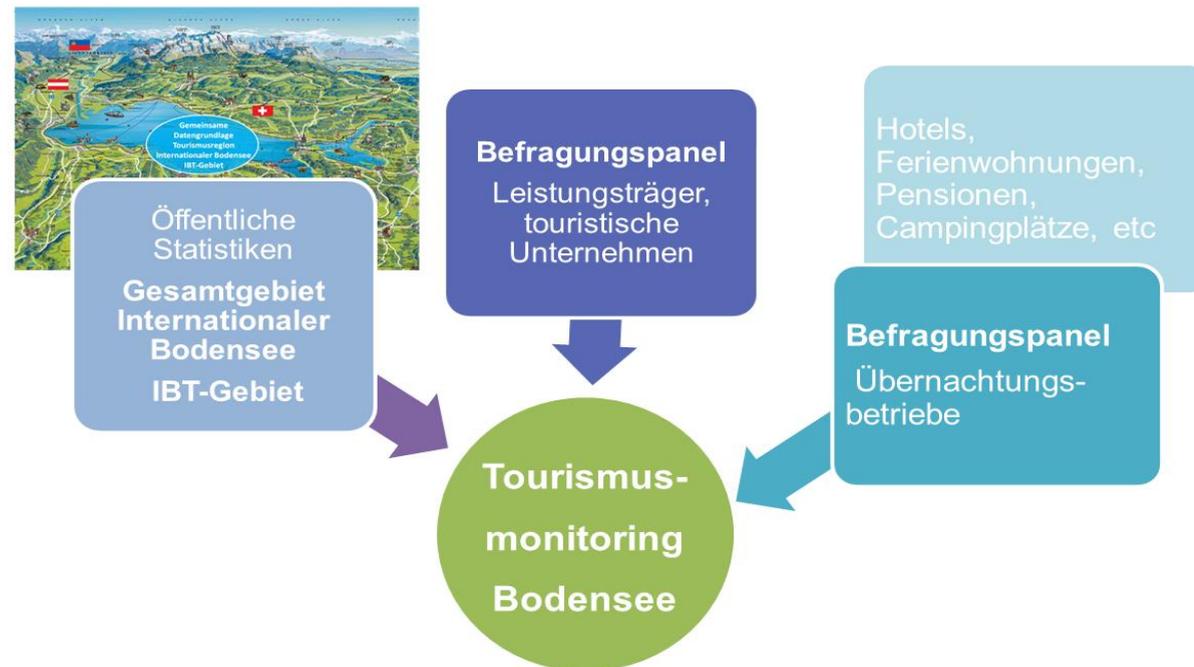
Fachstelle für Statistik einzelner
Schweizer Kantone, Destinationen



Die 3 Säulen des Tourismusmonitoring Bodensee

- [Öffentliche Statistiken](#)
- [Befragungspanel Betriebe](#)
- [Anhang](#)

Die 3 Säulen des Tourismusmonitoring Bodensee



Tourismusmonitoring Bodensee 2015 – Säule 1

→ **Bezugsjahr 2014**

→ **Säule 1:**

Auswertung der öffentlichen Tourismusstatistiken für das Gesamtgebiet der IBT-Gesellschafter in Bezug auf folgende Indikatoren:

- Anzahl Betriebe
- Bettenangebot
- Ankünfte
- Logiernächte
- Herkunft nach Nationalitäten

→ **Säulen 2 + 3:** Online-Umfrage bei Übernachtungsbetrieben und Attraktionspunkten und Ausflugszielen (03/15 – 4/15) in der Bodenseeregion

Ergebnisse Säule 1: Öffentliche Statistiken Gesamtregion Internationaler Bodensee



**Öffentliche
Statistiken**
Gesamtgebiet
Internationaler
Bodensee
IBT-Gebiet

**Tourismus-
monitoring
Bodensee**

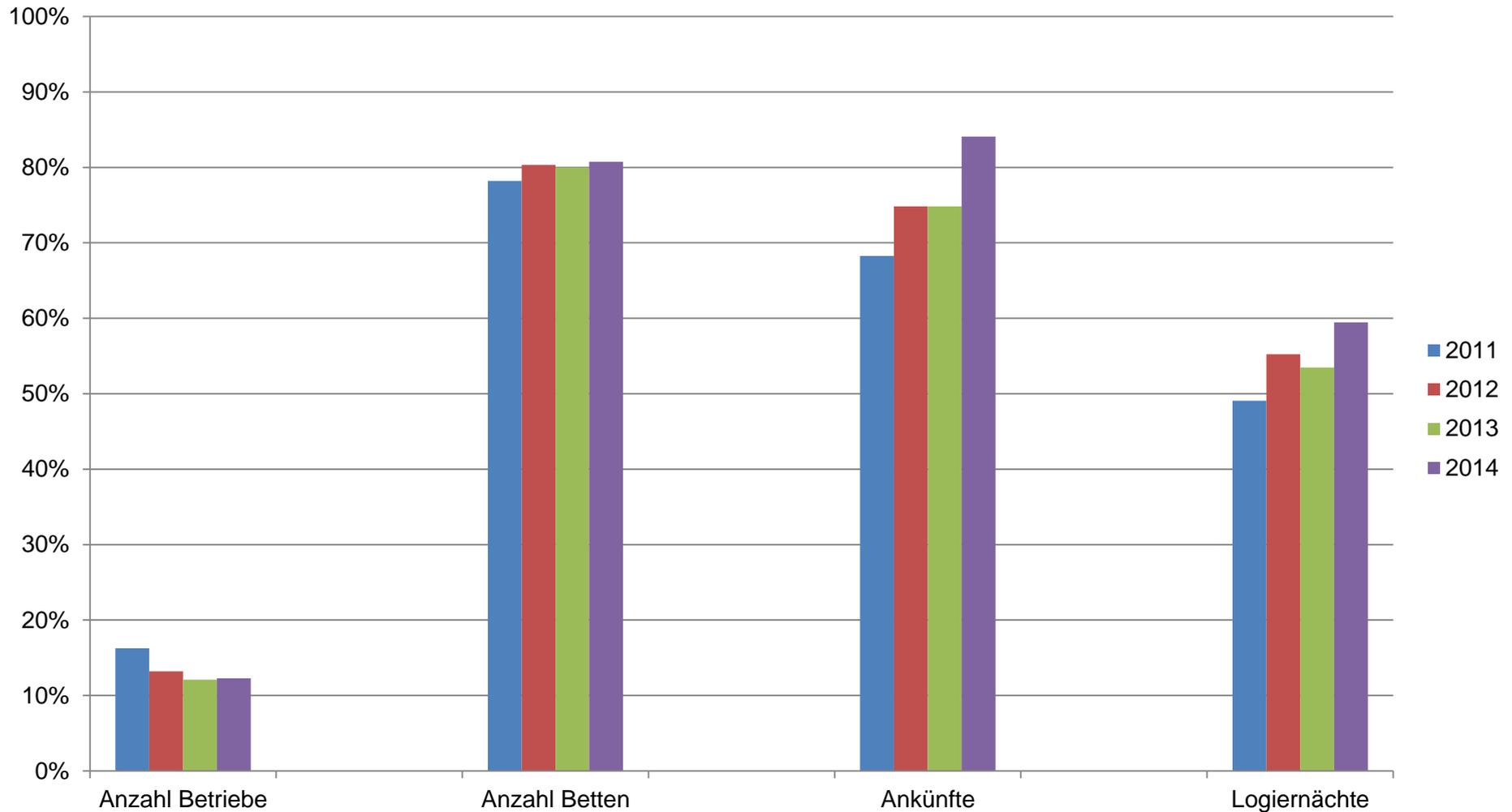
Statistische Kennzahlen

Das Wichtigste aus 2014 in Kürze

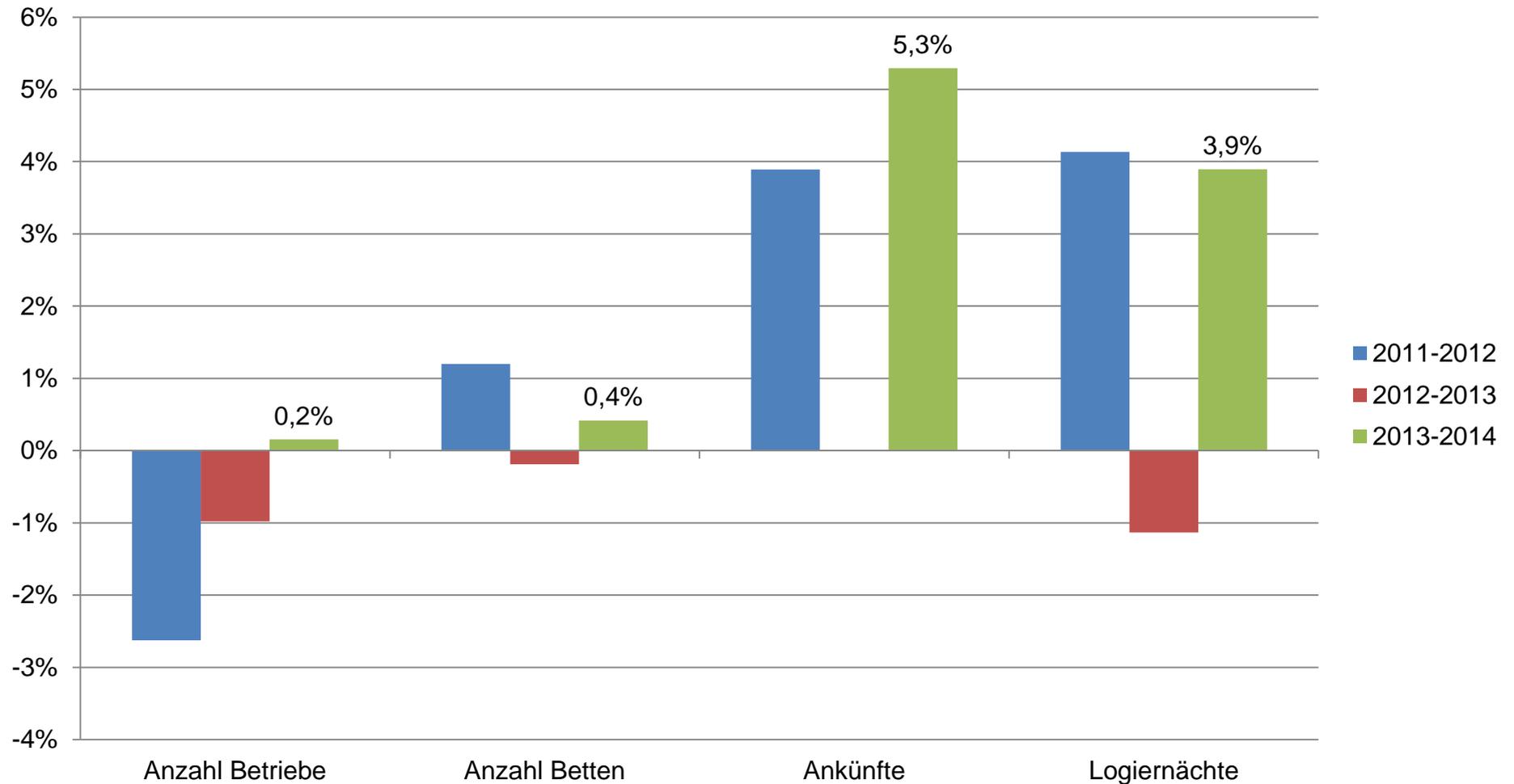
| | |
|------------------------------|-----------|
| Anzahl Übernachtungsbetriebe | 1.600 |
| Anzahl Betten | 94.400 |
| Gästeankünfte | 3,9 Mio. |
| Logiernächte | 11,1 Mio. |

bezogen auf das Gebiet der IBT-Gesellschafter

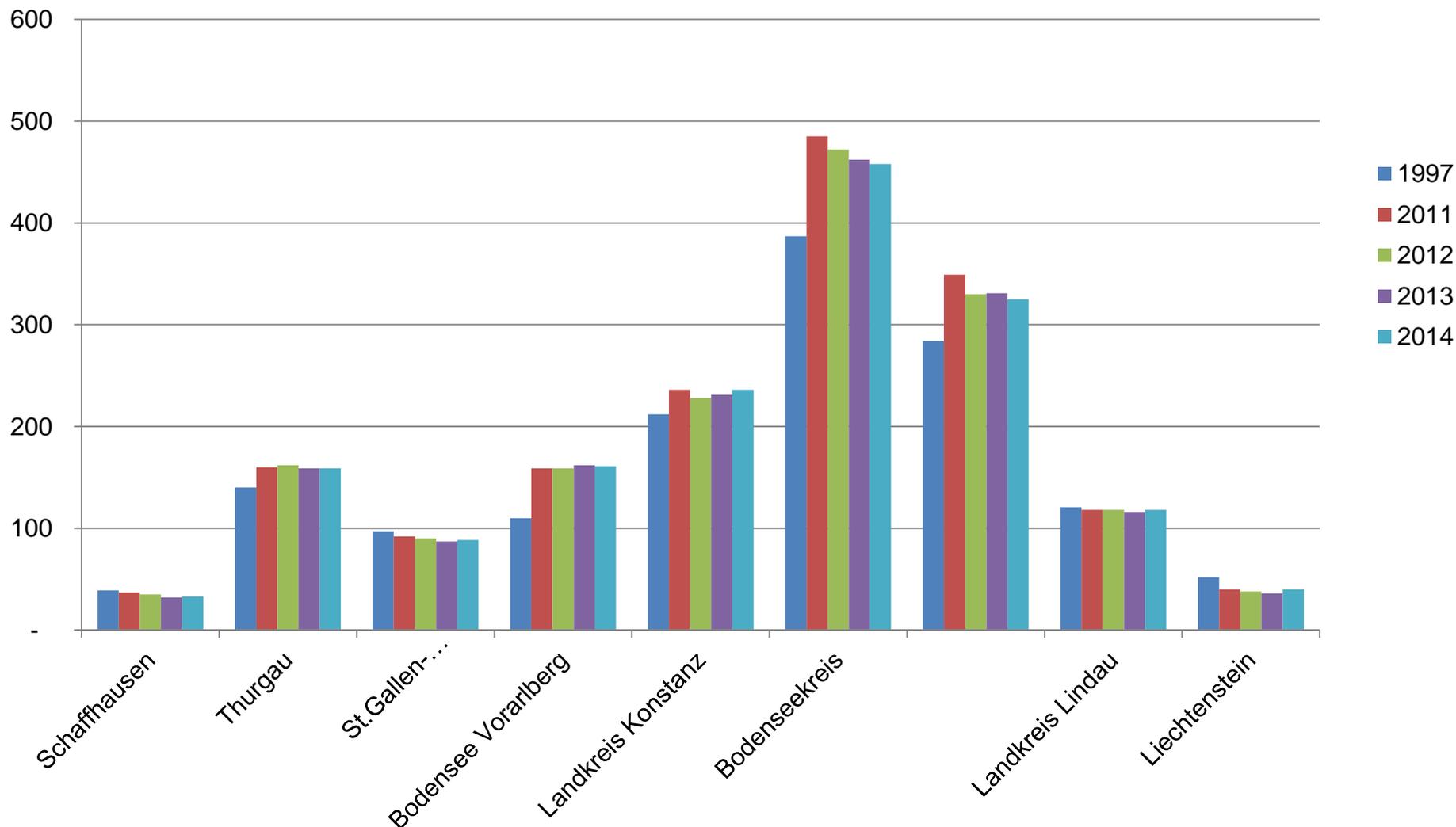
Kennzahlen zur Tourismusedwicklung Bodenseeregion gesamt, Veränderung 1997 – 2011/2012/2013/2014 in %



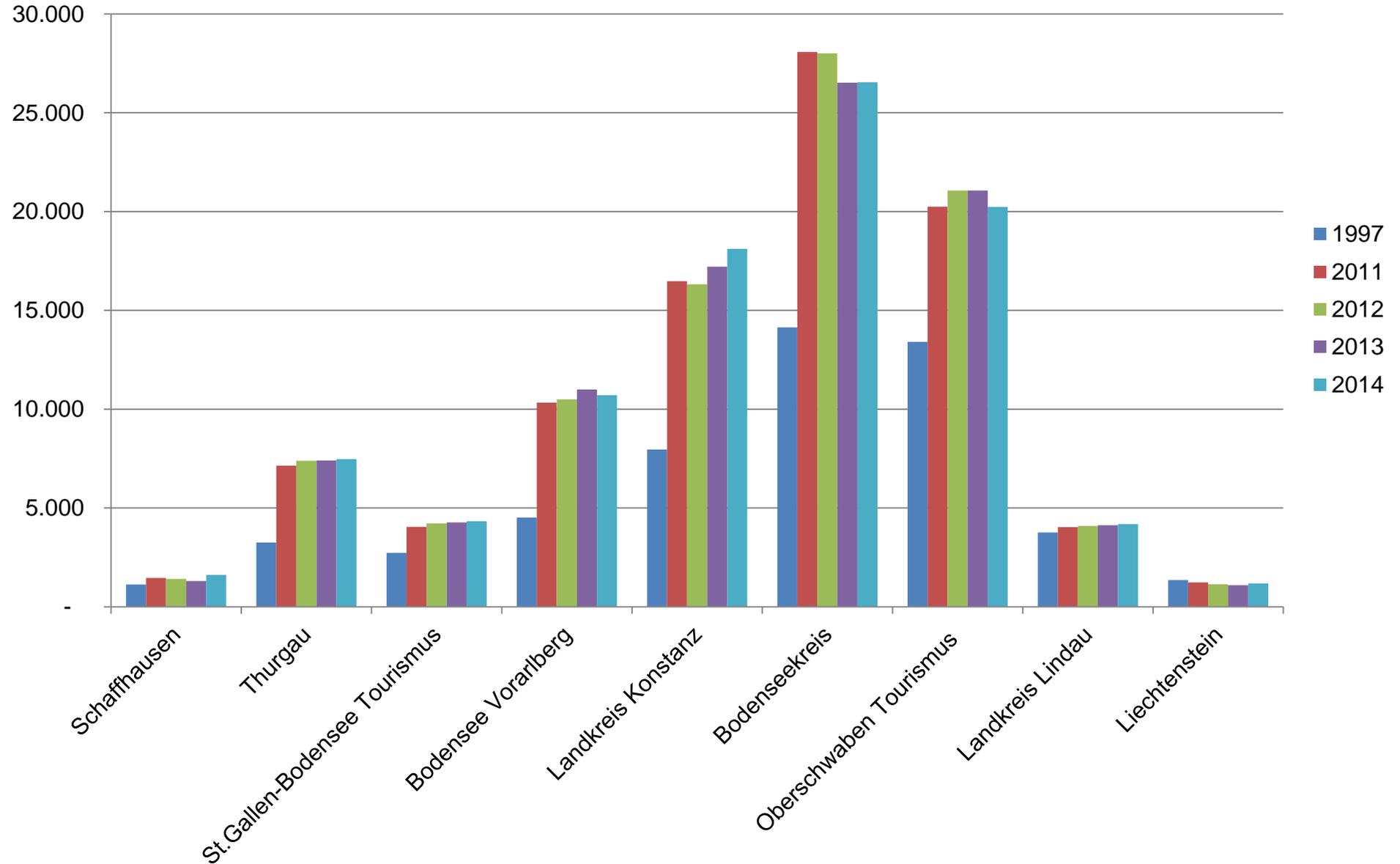
Veränderungen der Kennzahlen von 2011-2012, 2012-2013 und 2013-2014



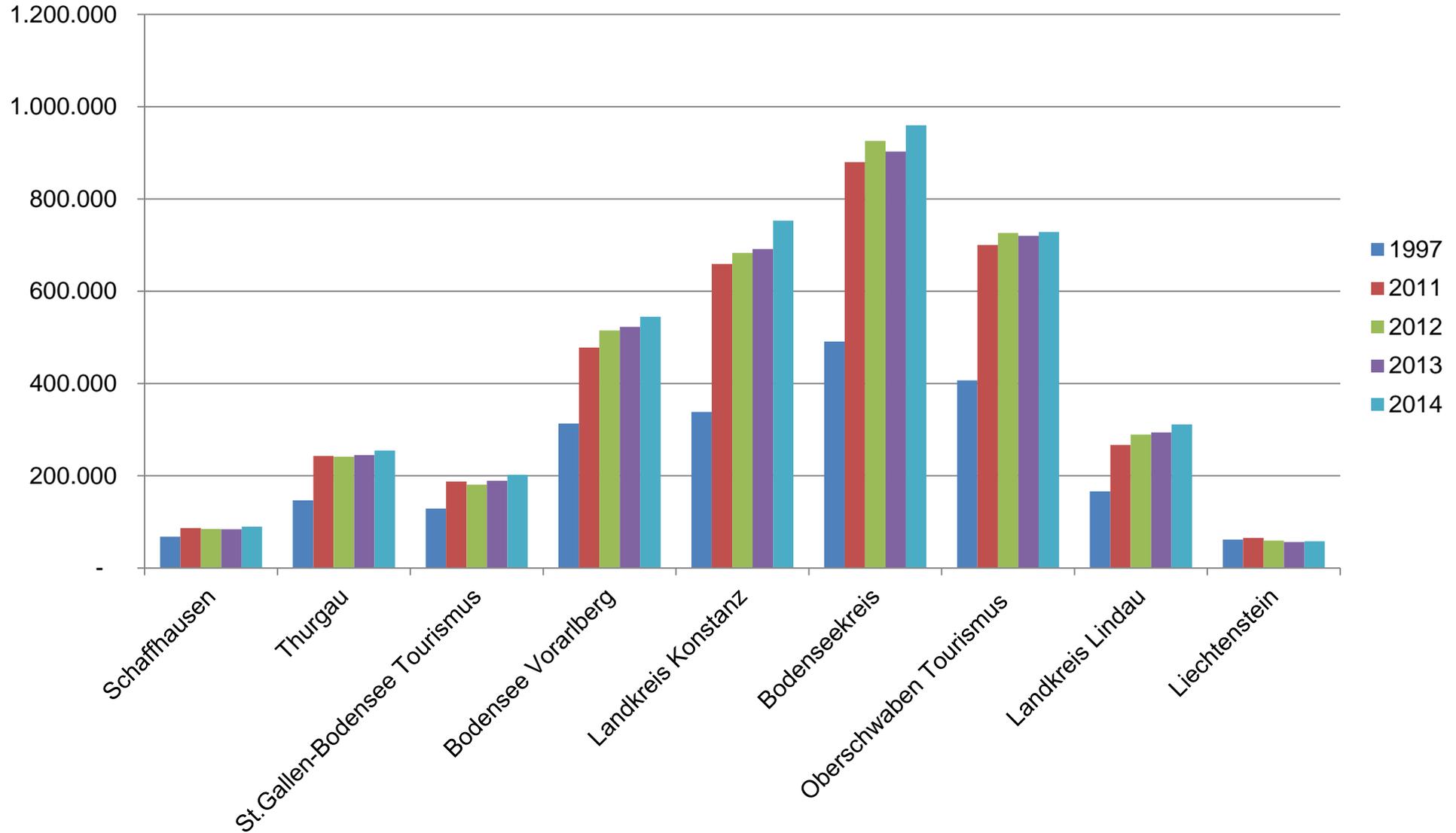
Entwicklung Anzahl Betriebe 1997-2011/2012/2013/2014 absolut



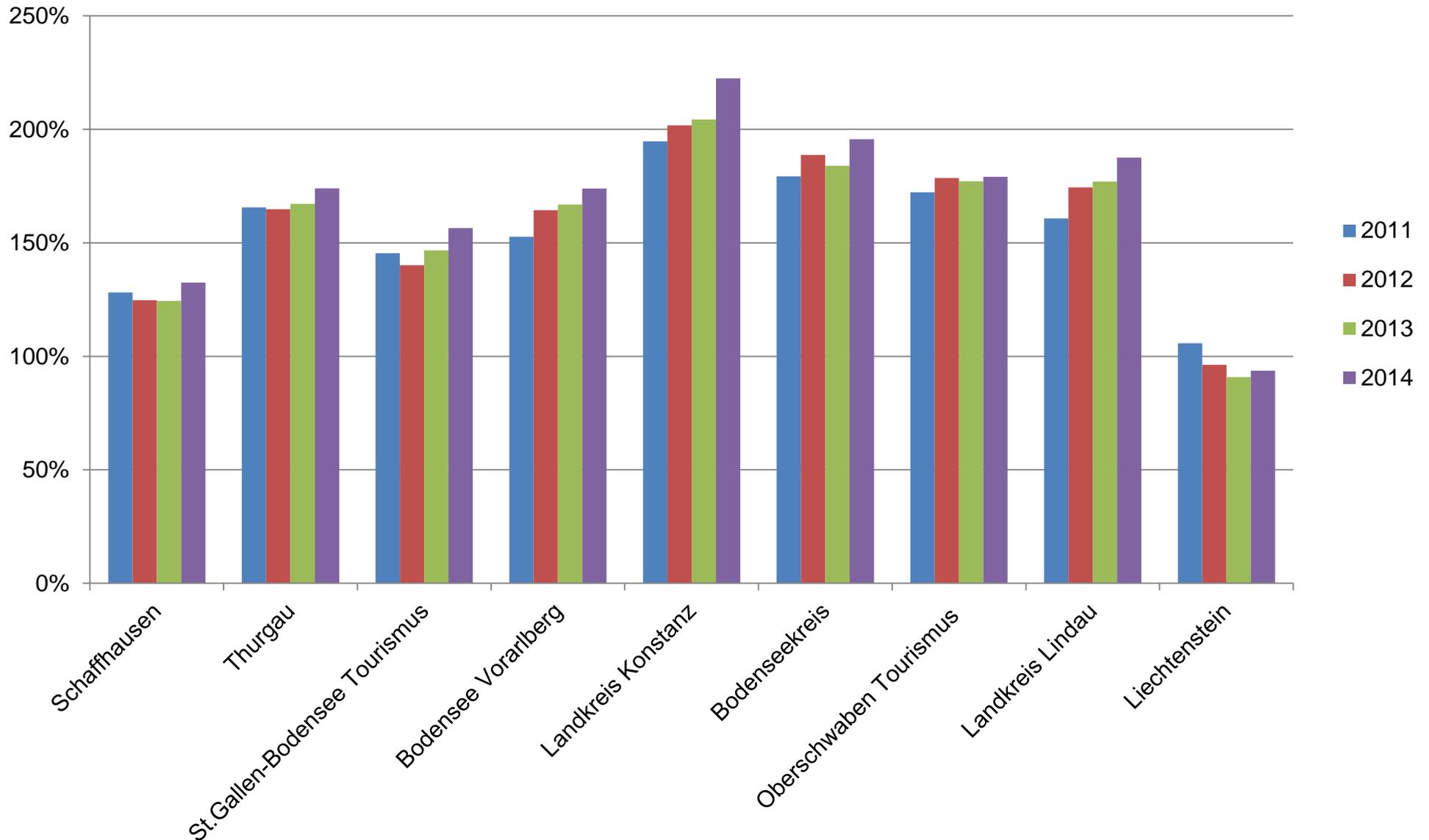
Entwicklung Anzahl Betten 1997-2011/2012/2013/2014 absolut



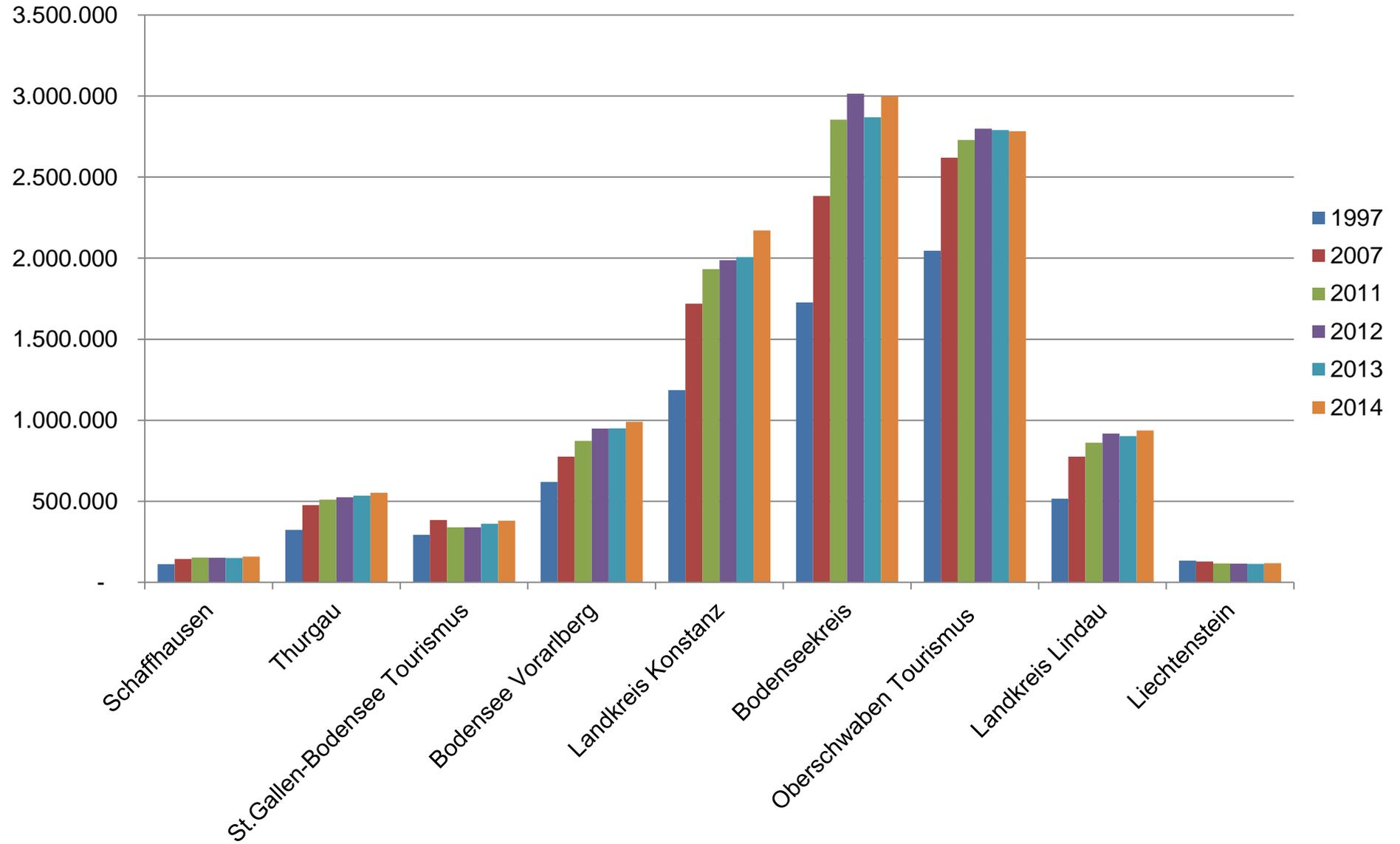
Entwicklung Ankünfte 1997 - 2011/2012/2013/2014 absolut



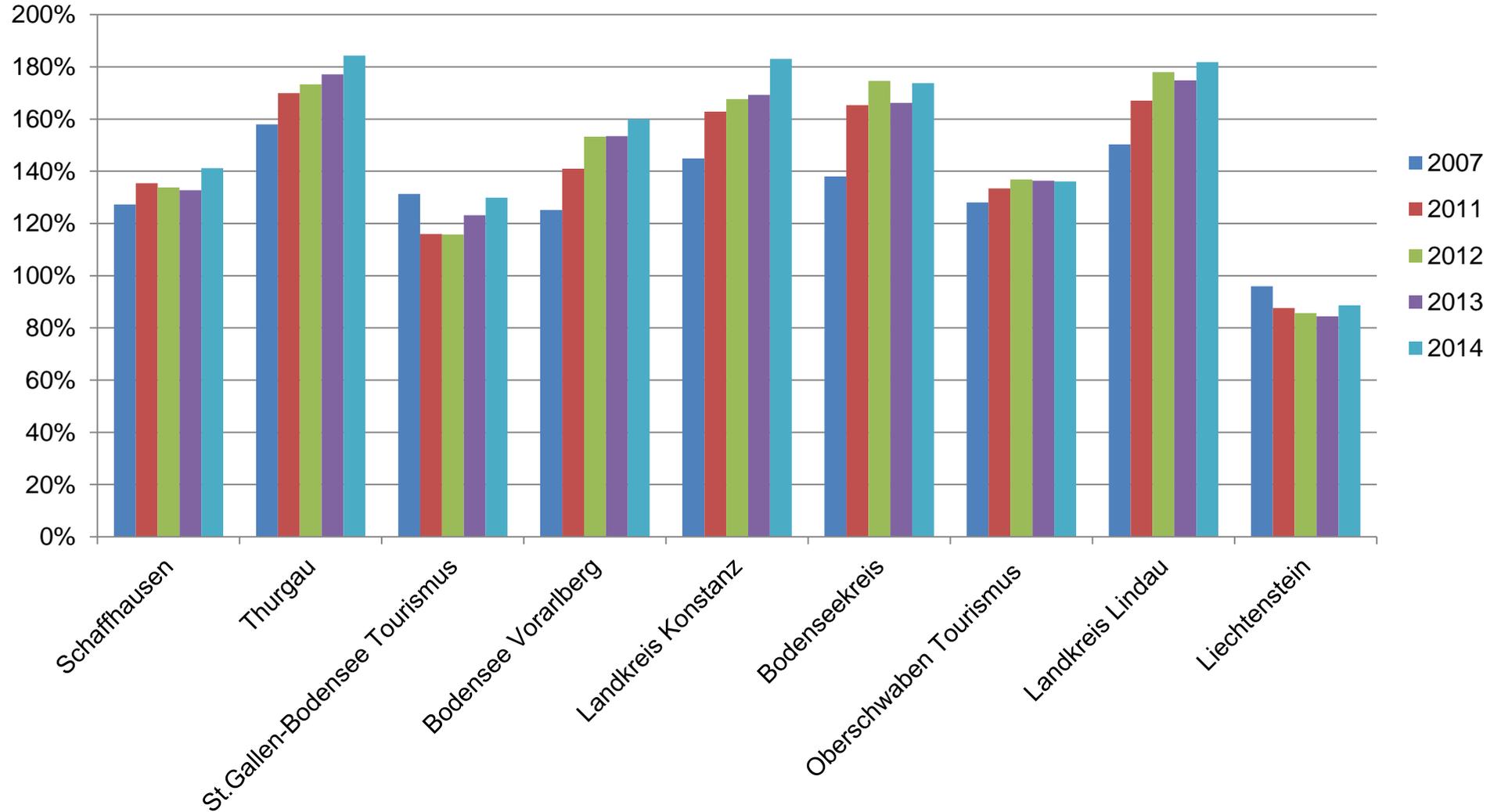
Veränderung Ankünfte im Vergleich zu 1997 in %



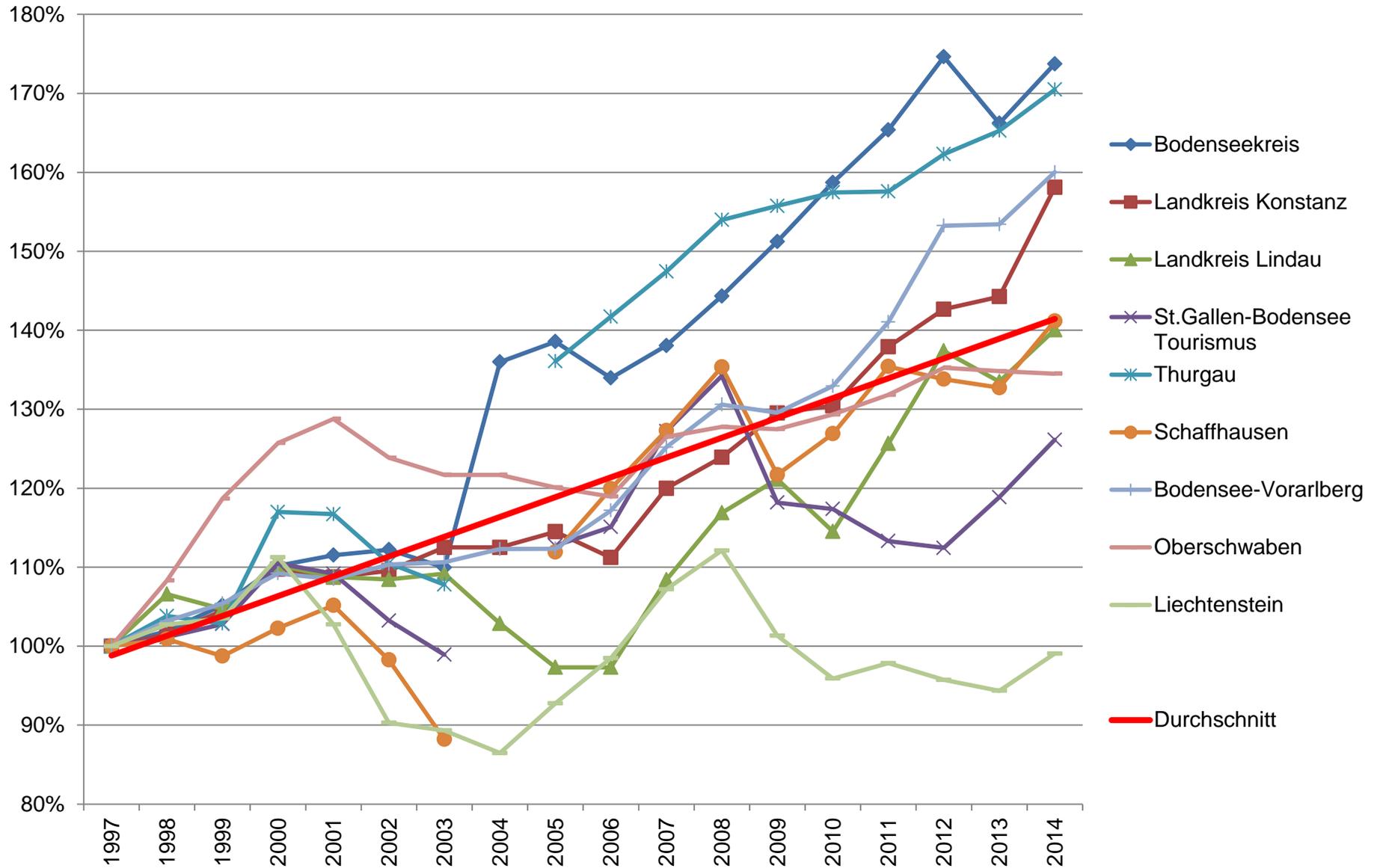
Entwicklung Logiernächte 1997 – 2011/2012/2013/2014 absolut



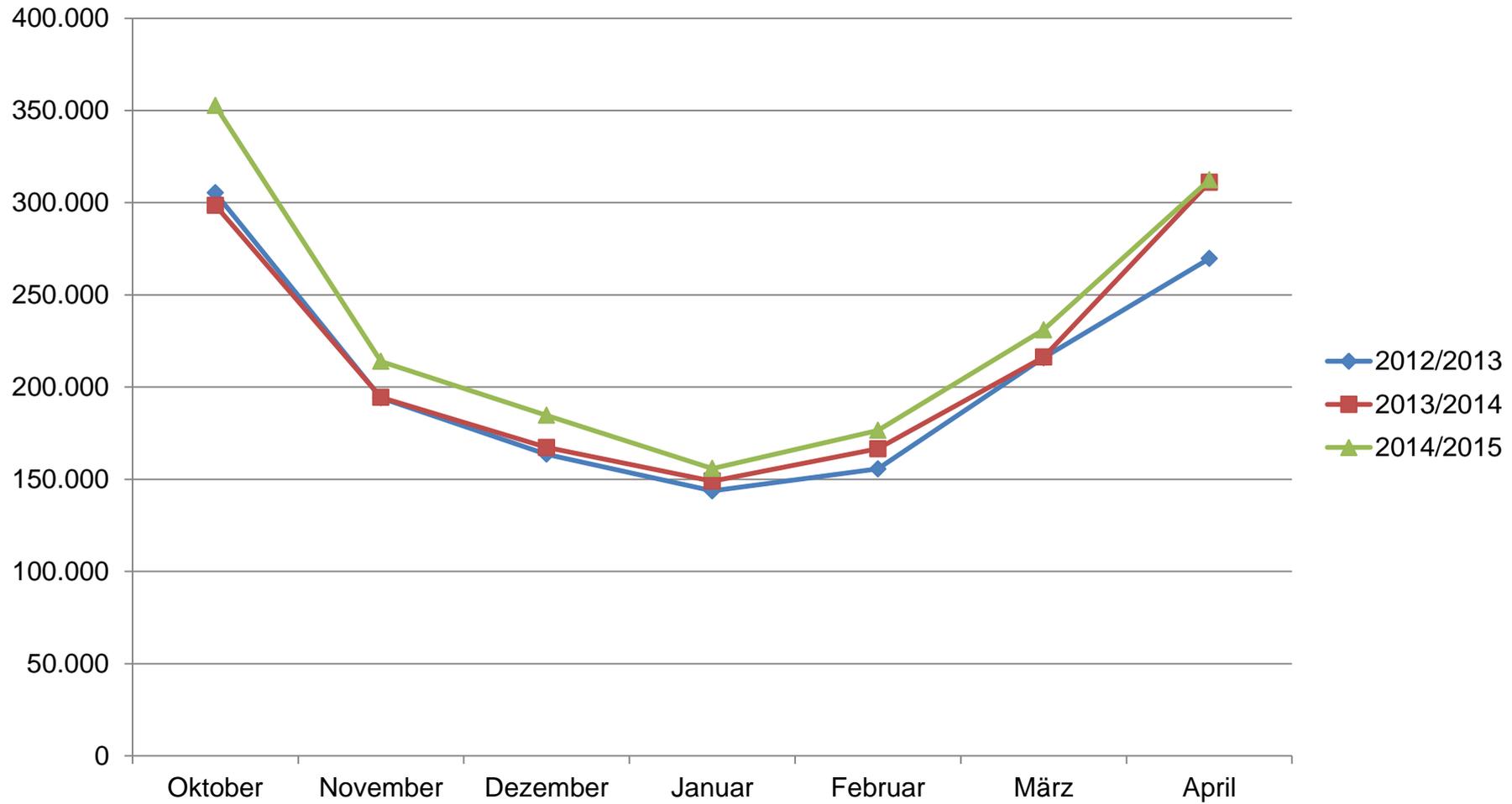
Veränderung Logiernächte im Vergleich zu 1997 in %



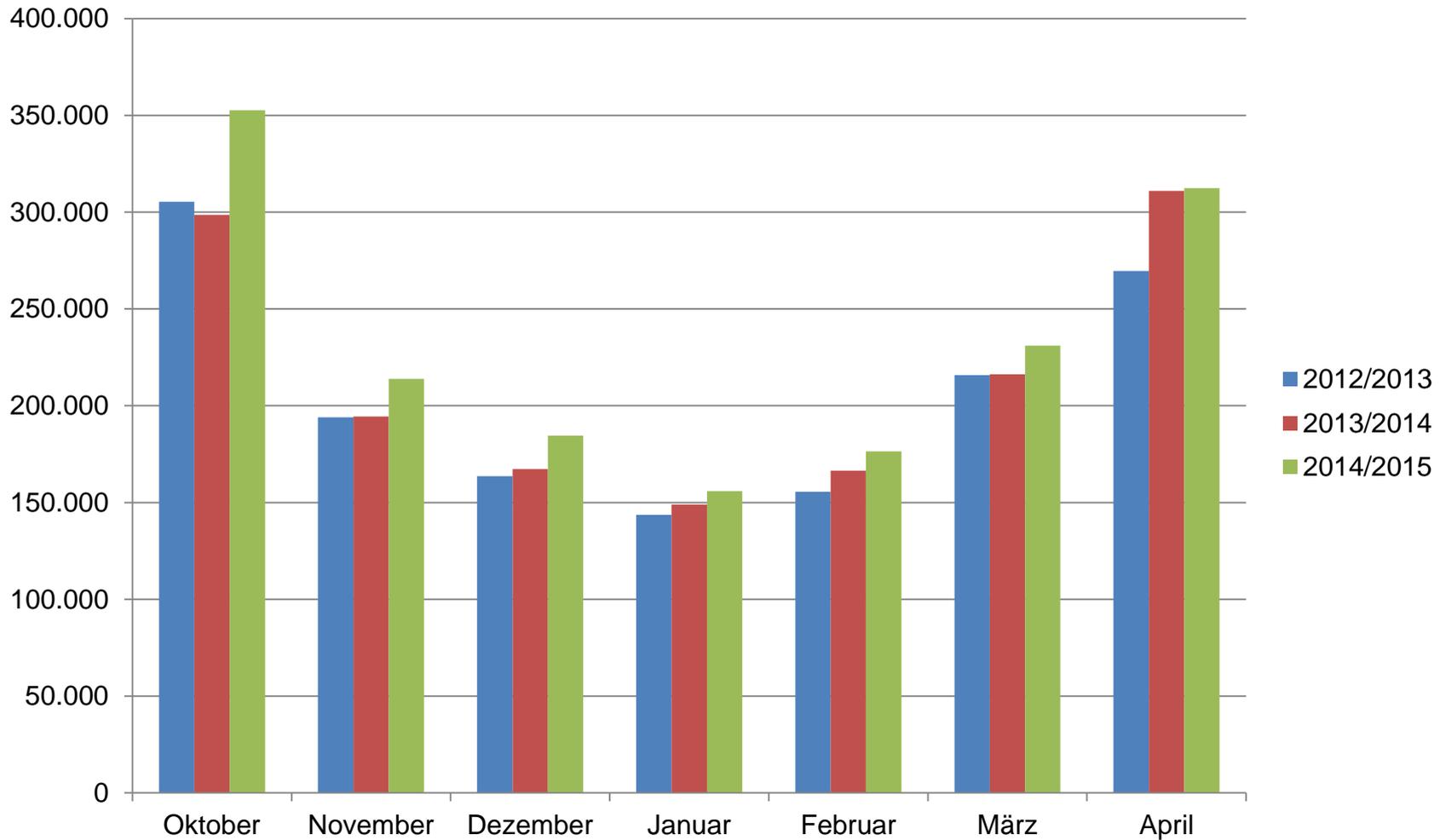
Entwicklung Logiernächte nach Destinationen 1997 - 2014



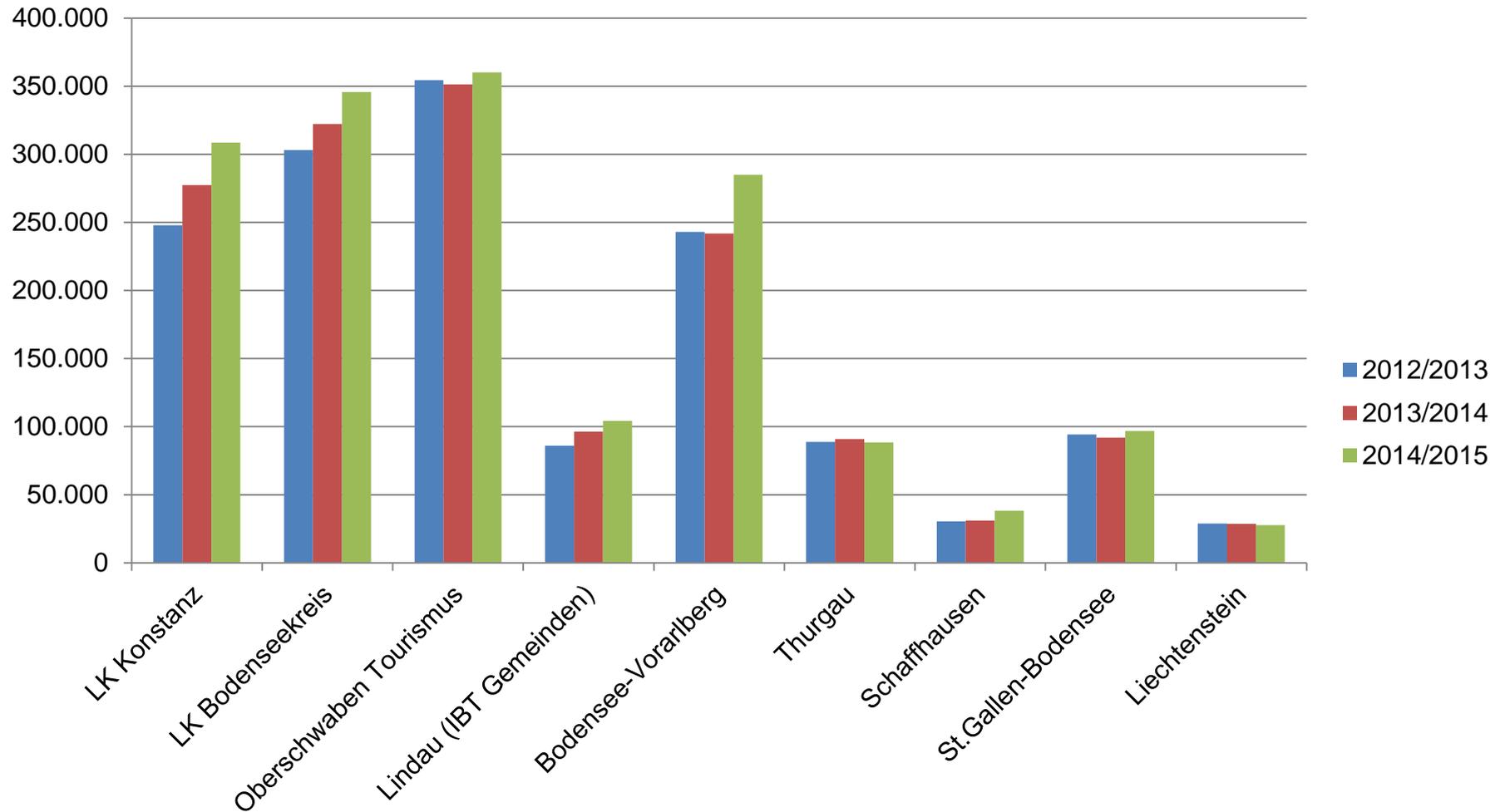
Ankünfte monatlich IBT gesamt: Vergleich Wintersaison 2012/2013, 2013/2014 und 2014/2015



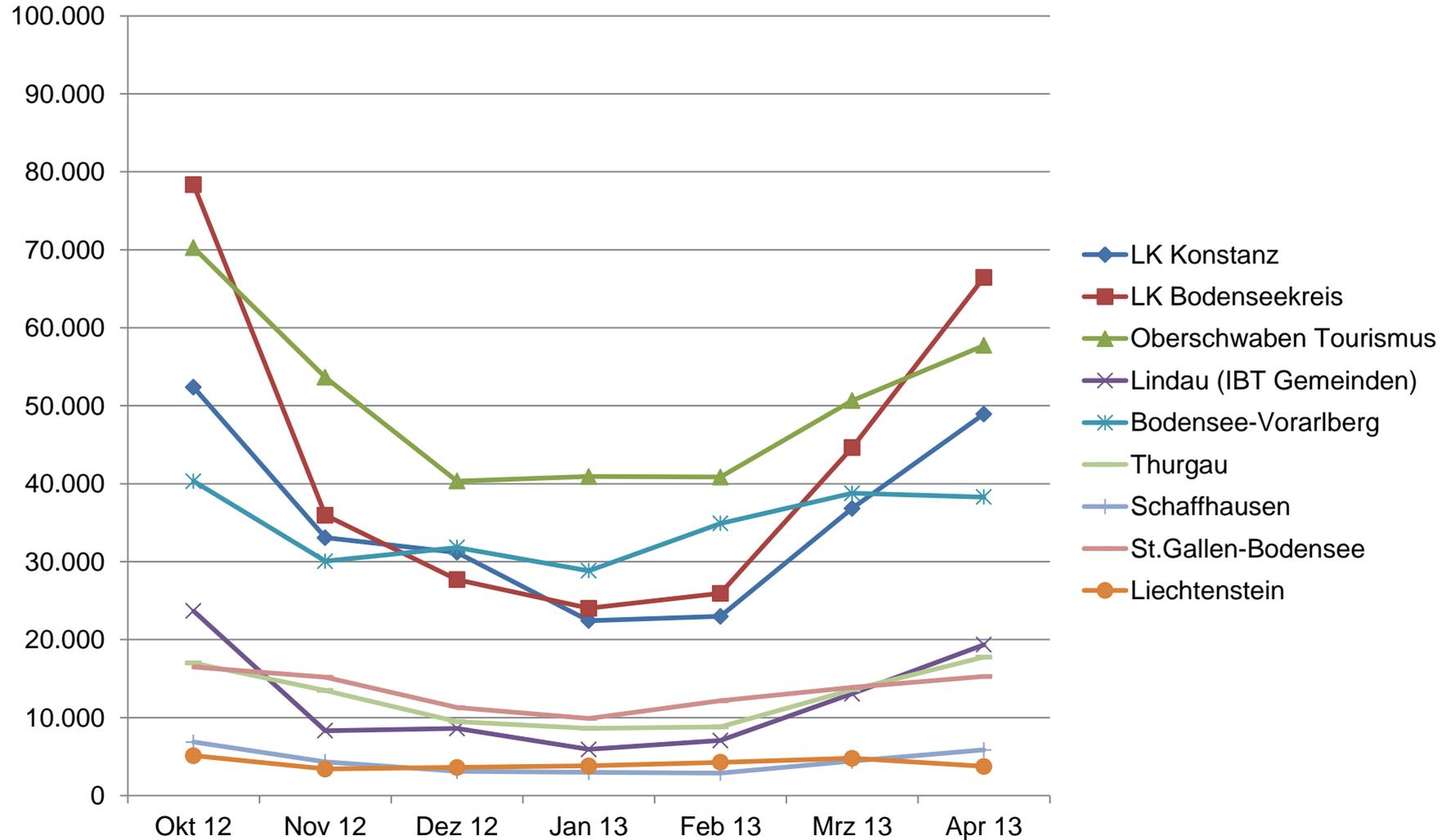
Ankünfte monatlich IBT gesamt: Vergleich Wintersaison 2012/2013, 2013/2014 und 2014/2015



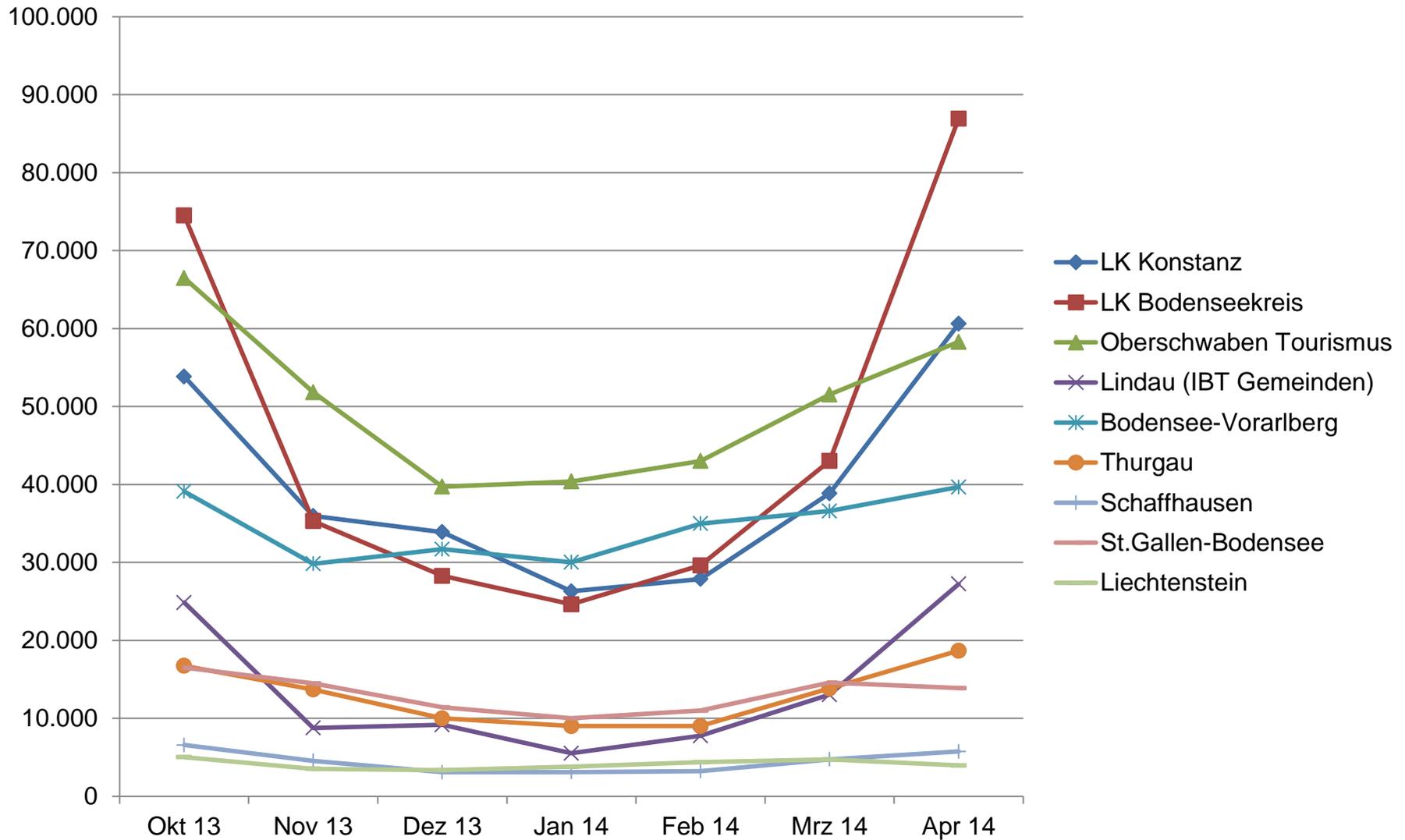
Ankünfte gesamte Wintersaison nach Destinationen: Vergleich Wintersaison 2012/2013, 2013/2014 und 2014/15



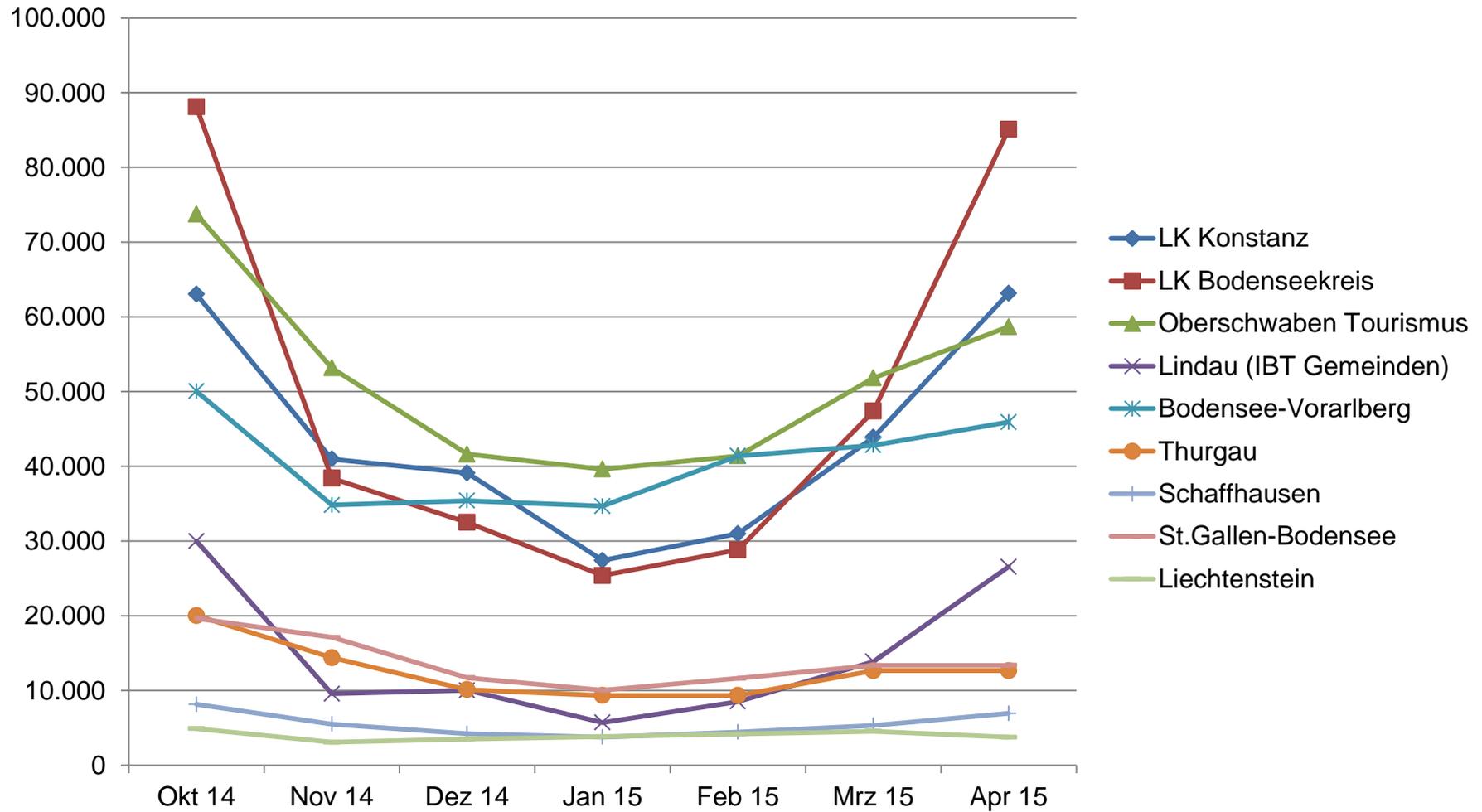
Ankünfte monatlich nach Destinationen in der Wintersaison 2012/2013



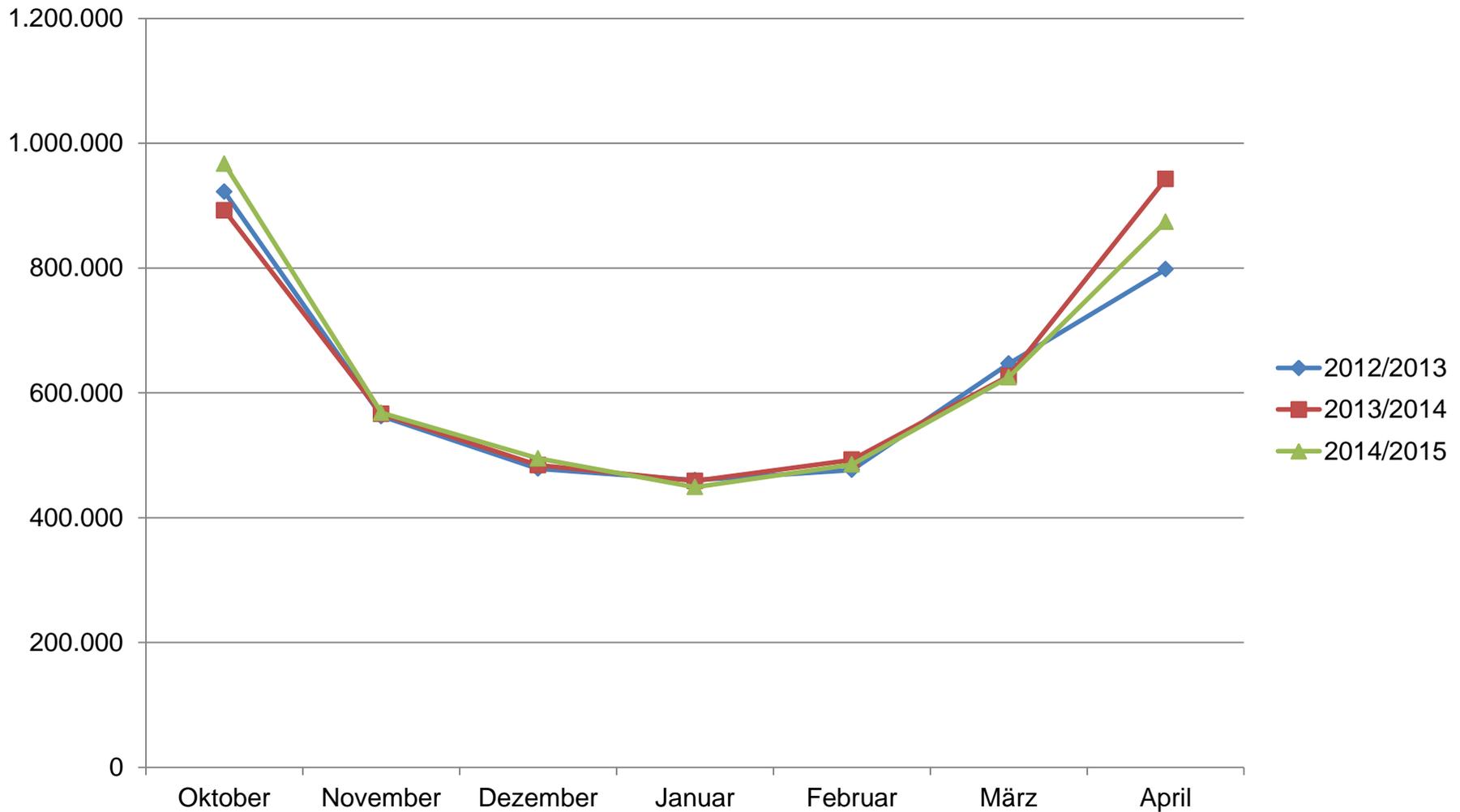
Ankünfte monatlich nach Destinationen in der Wintersaison 2013/2014



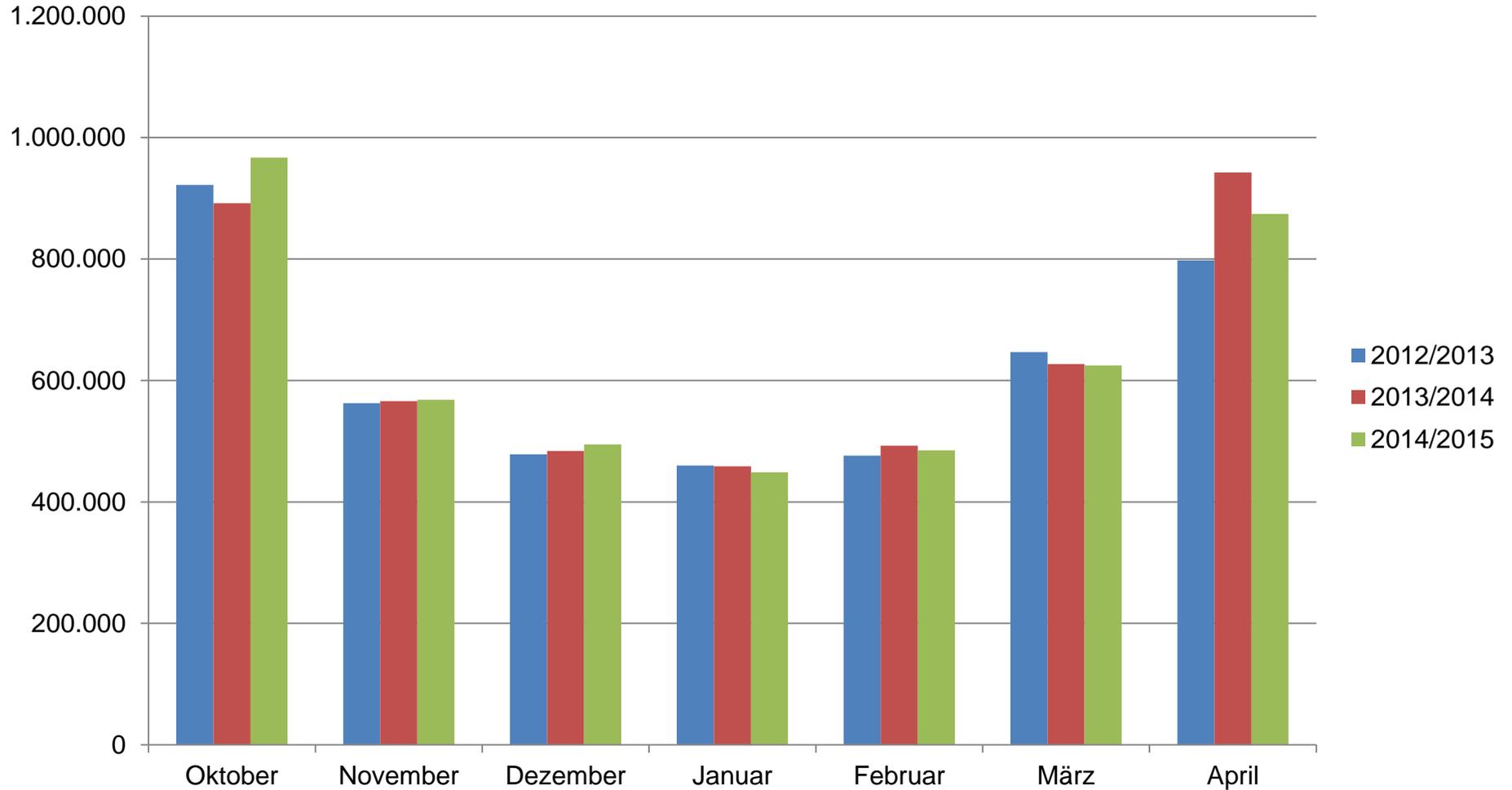
Ankünfte monatlich nach Destinationen in der Wintersaison 2014/2015



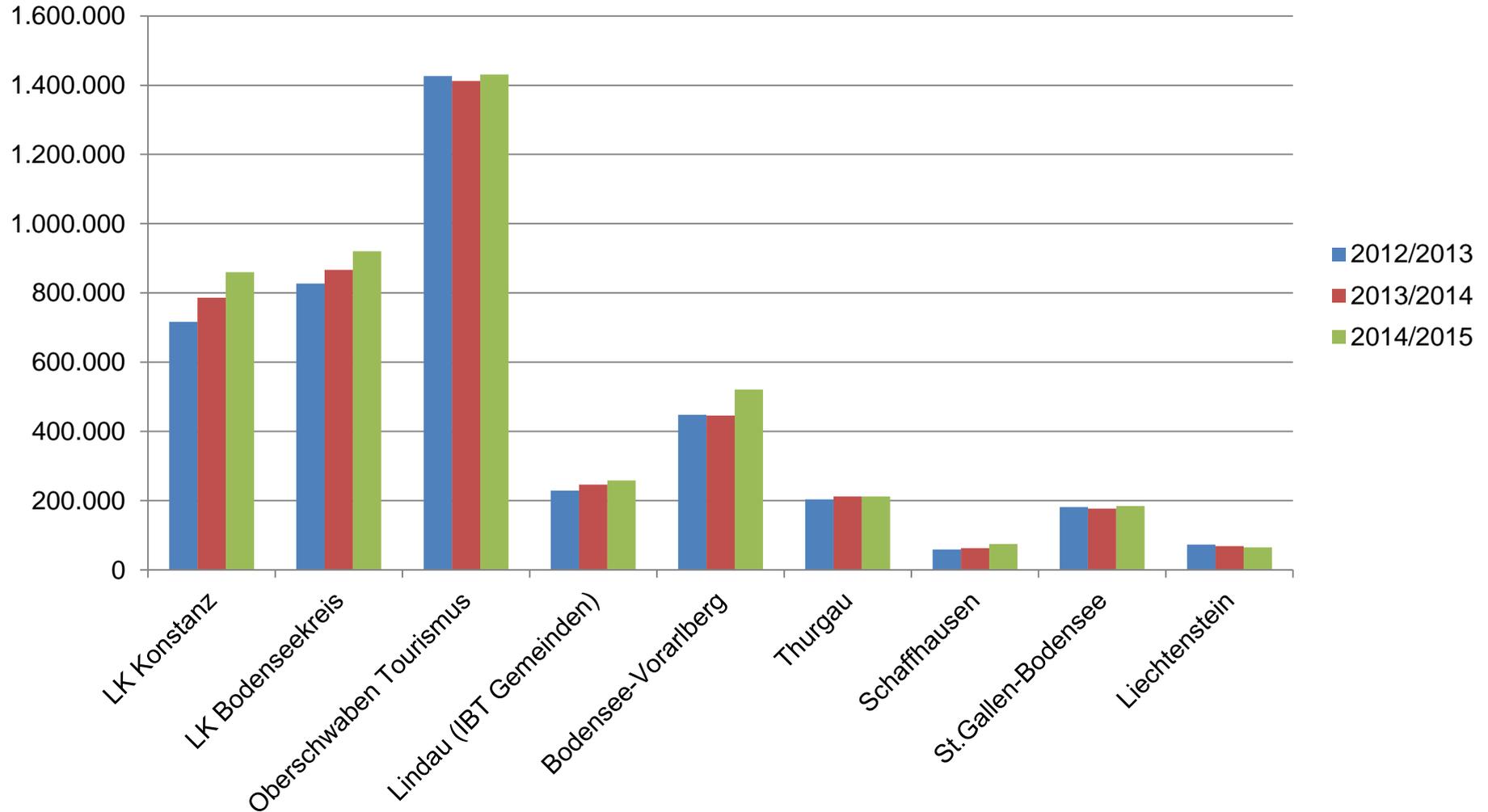
Logiernächte monatlich IBT gesamt: Vergleich Wintersaison 2012/2013, 2013/2014 und 2014/2015



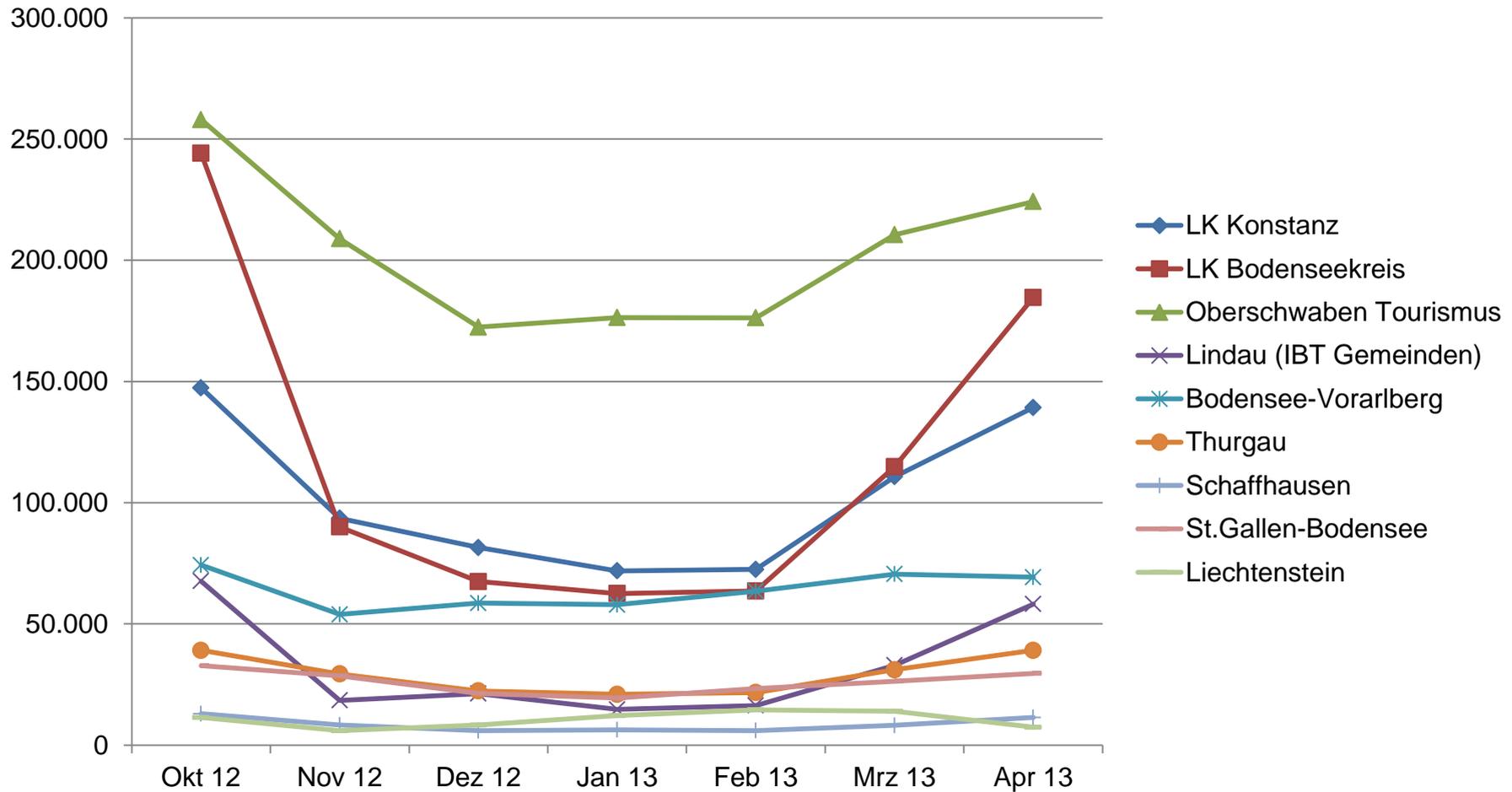
Logiernächte monatlich IBT gesamt: Vergleich Wintersaison 2012/2013, 2013/2014 und 2014/2015



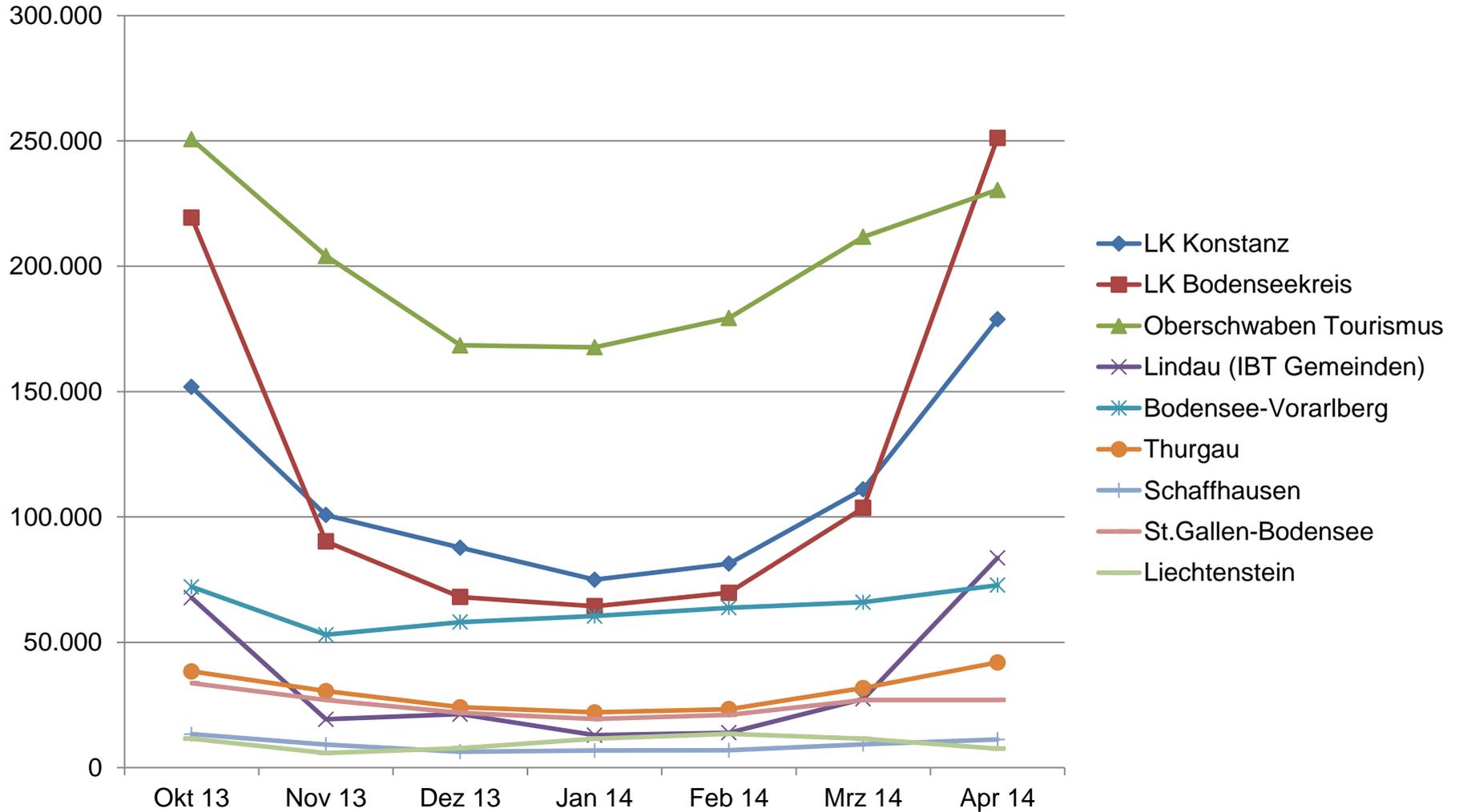
Logiernächte gesamte Wintersaison nach Destinationen: Vergleich Wintersaison 2012/2013, 2013/2014 und 2014/15



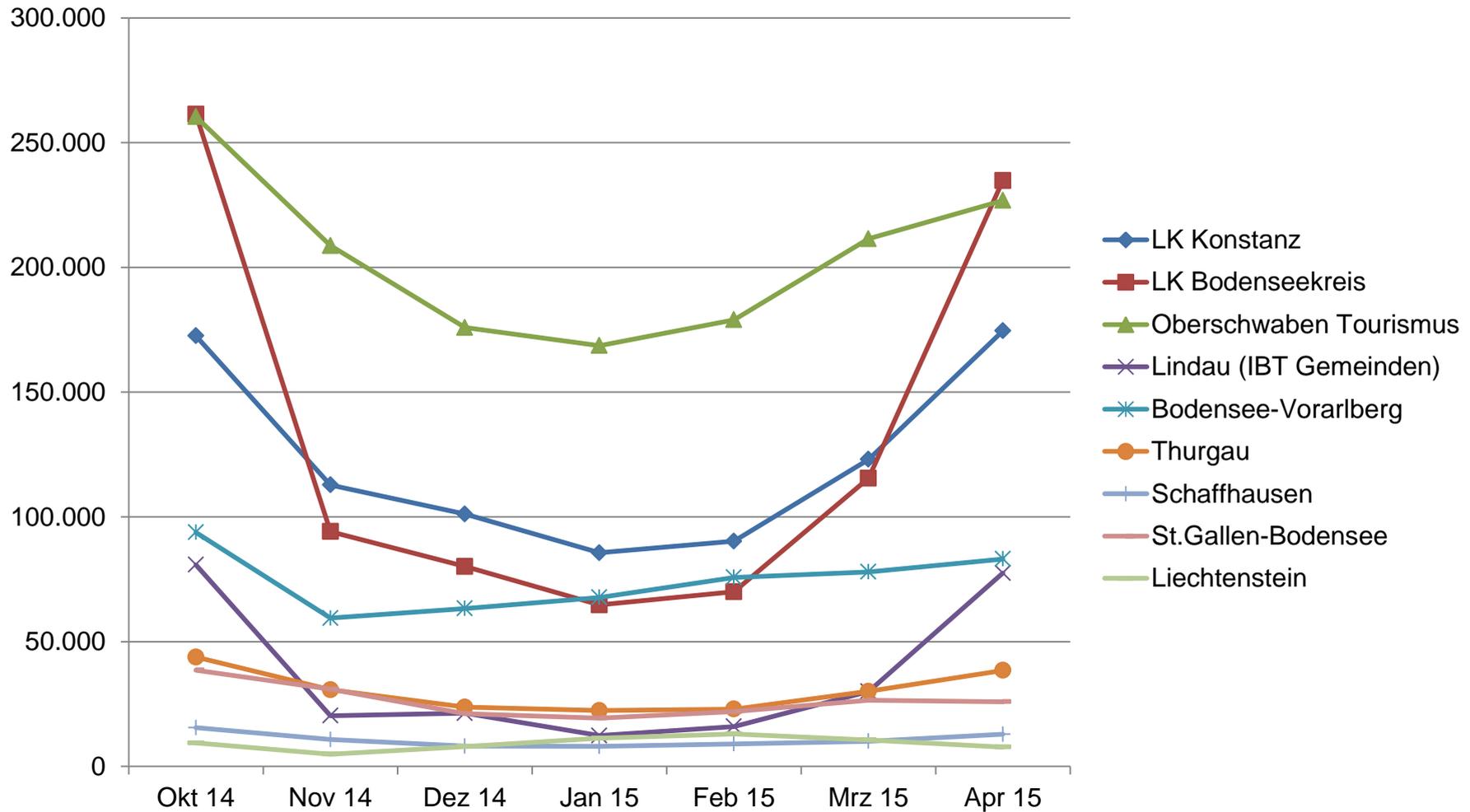
Logiernächte monatlich nach Destinationen in der Wintersaison 2012/2013



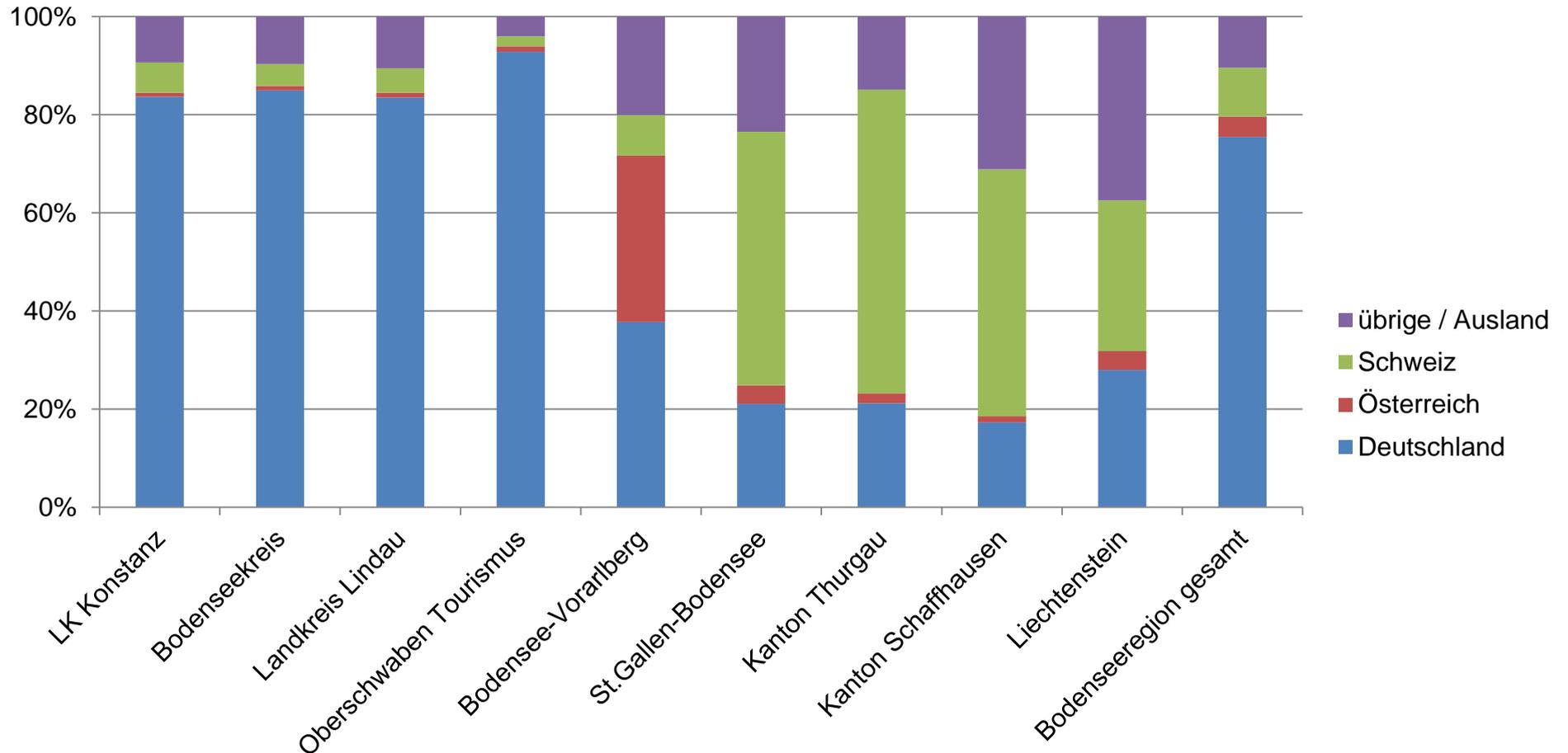
Logiernächte monatlich nach Destinationen in der Wintersaison 2013/2014



Logiernächte monatlich nach Destinationen in der Wintersaison 2014/2015

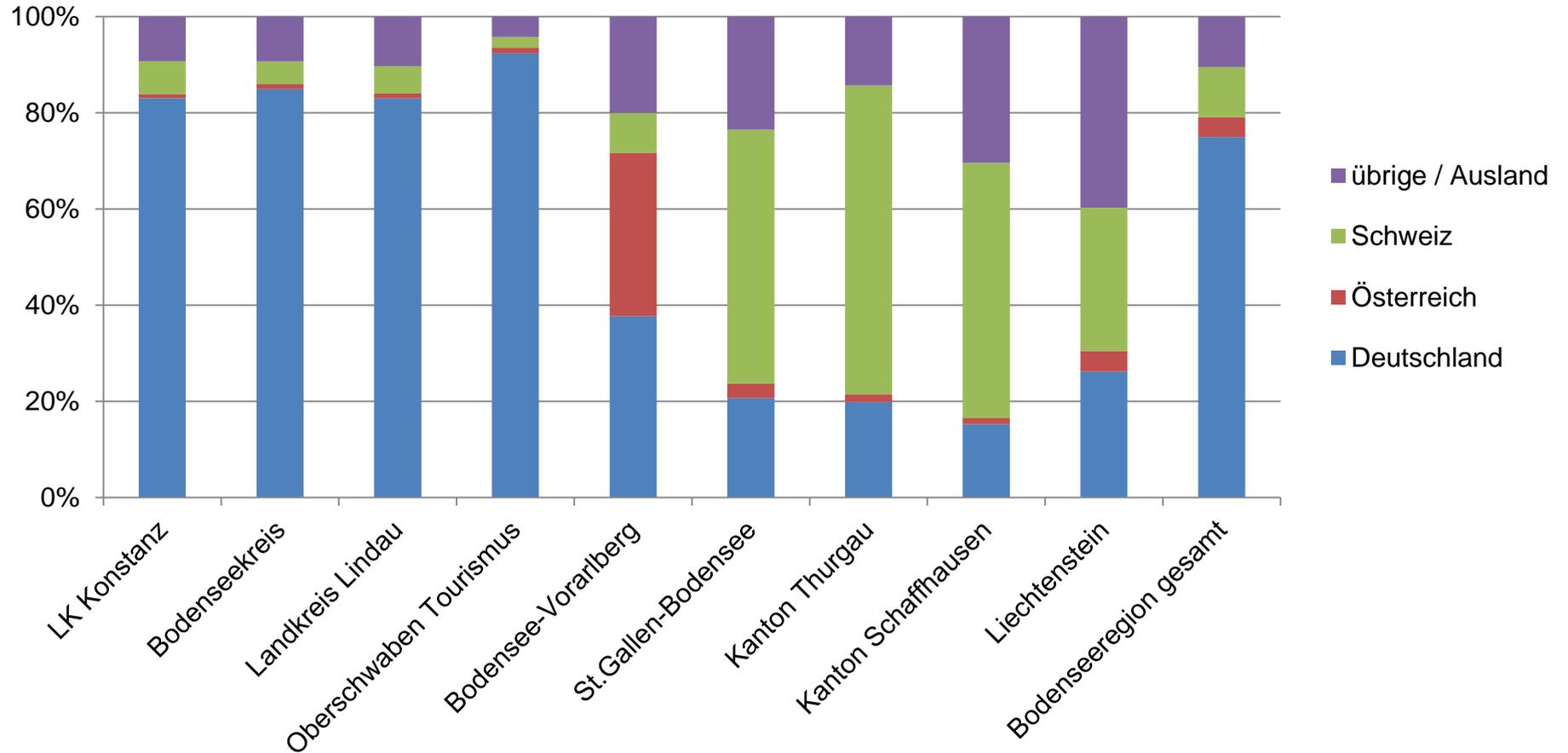


Gästeherkunft 2013 – Anteile bezogen auf Logiernächte



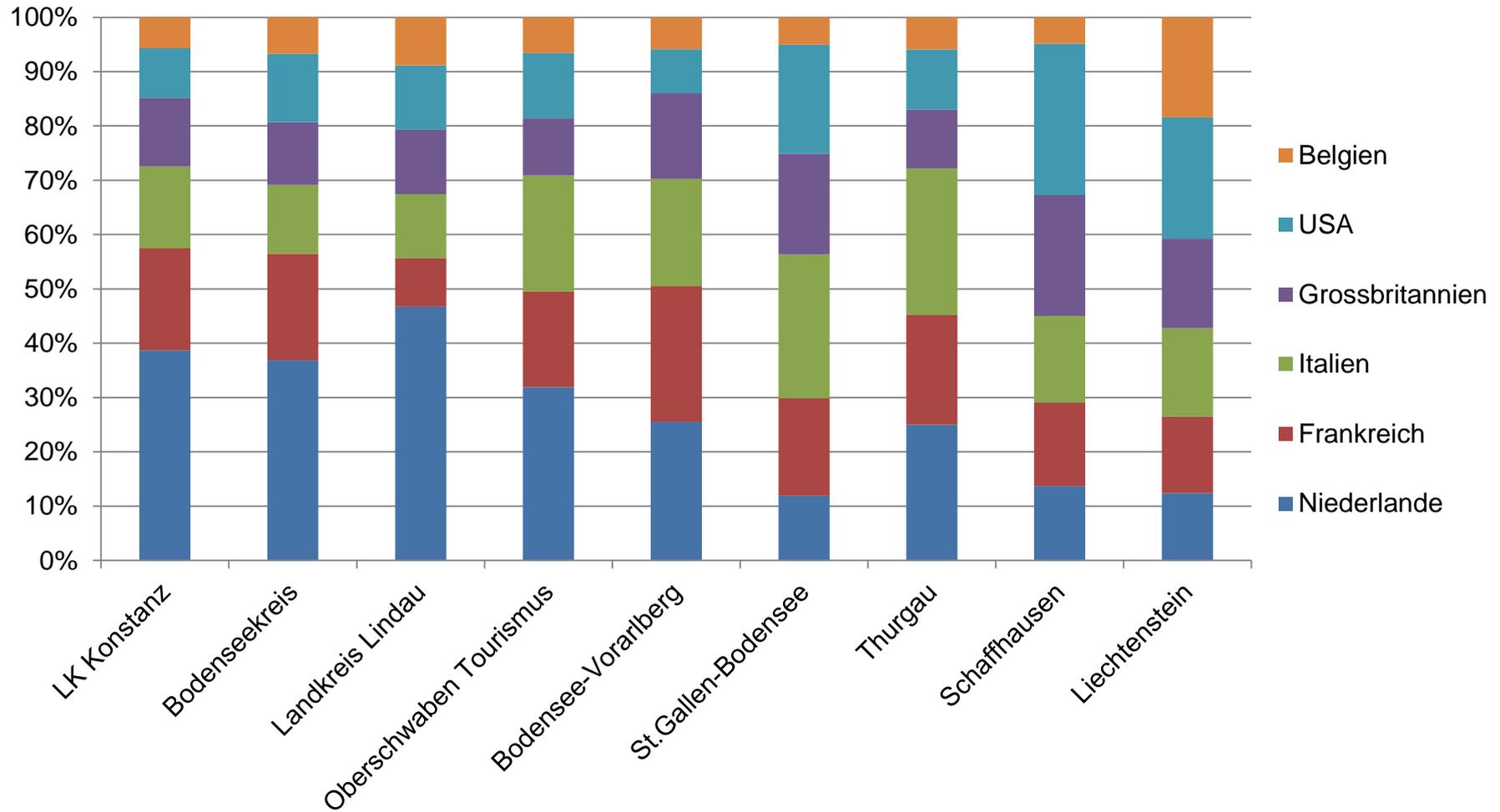
Über die gesamte Bodenseeregion liegt der Anteil der Gäste, die nicht aus D-A-CH kommen, bei 10,5%.

Gästeherkunft 2014 – Anteile bezogen auf Logiernächte

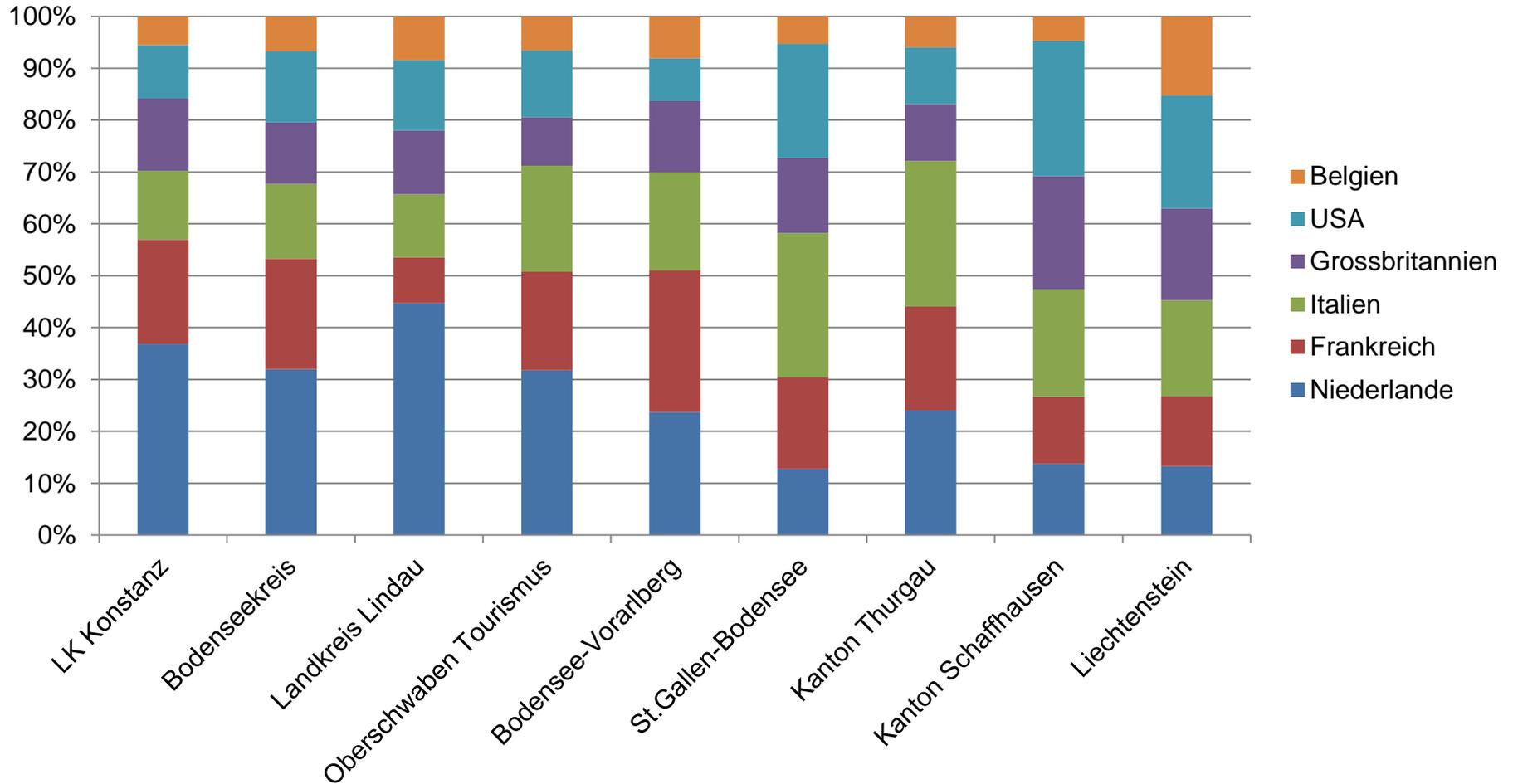


Über die gesamte Bodenseeregion liegt der Anteil der Gäste, die nicht aus D-A-CH kommen, bei 10,5%.

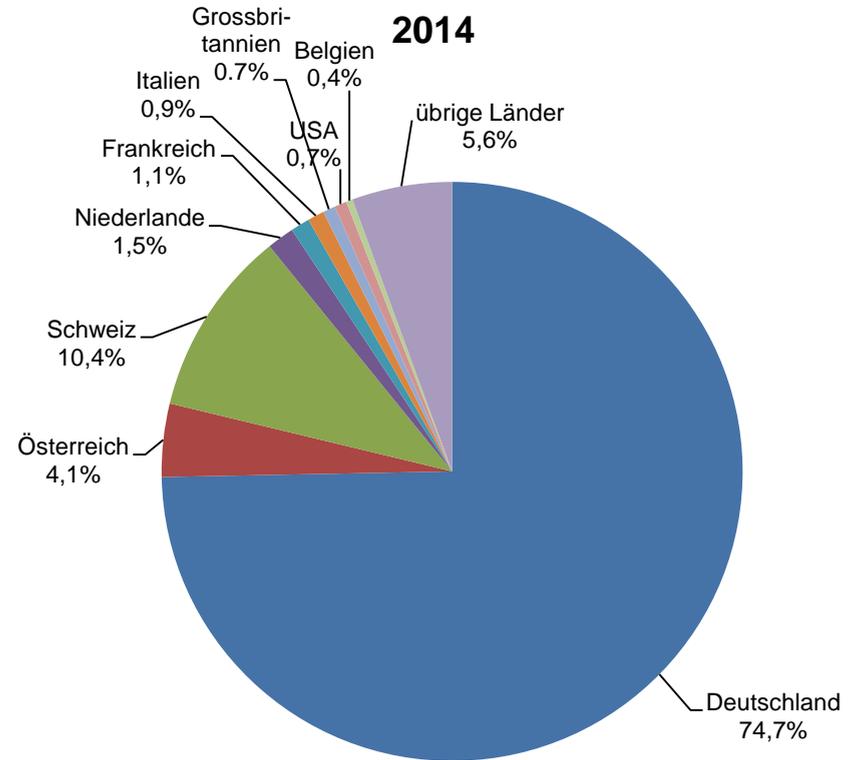
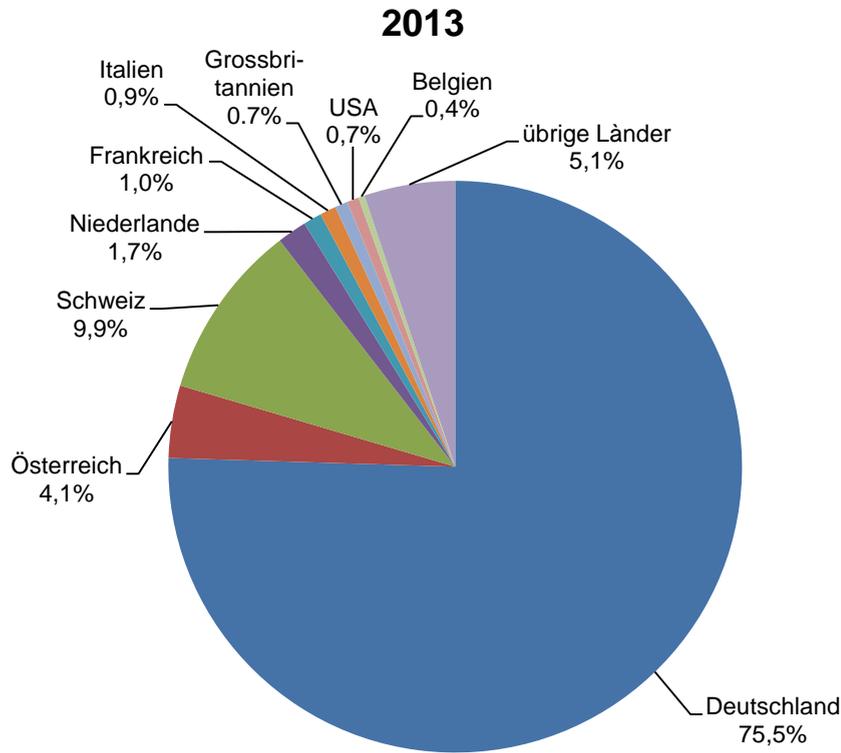
Herkunft internationale Gäste (priorisierte Märkte der IBT GmbH) 2013 – Anteile bezogen auf internationale Logiernächte



Herkunft internationale Gäste (priorisierte Märkte der IBT GmbH) 2014 – Anteile bezogen auf internationale Logiernächte



Internationale Gäste 2013 und 2014

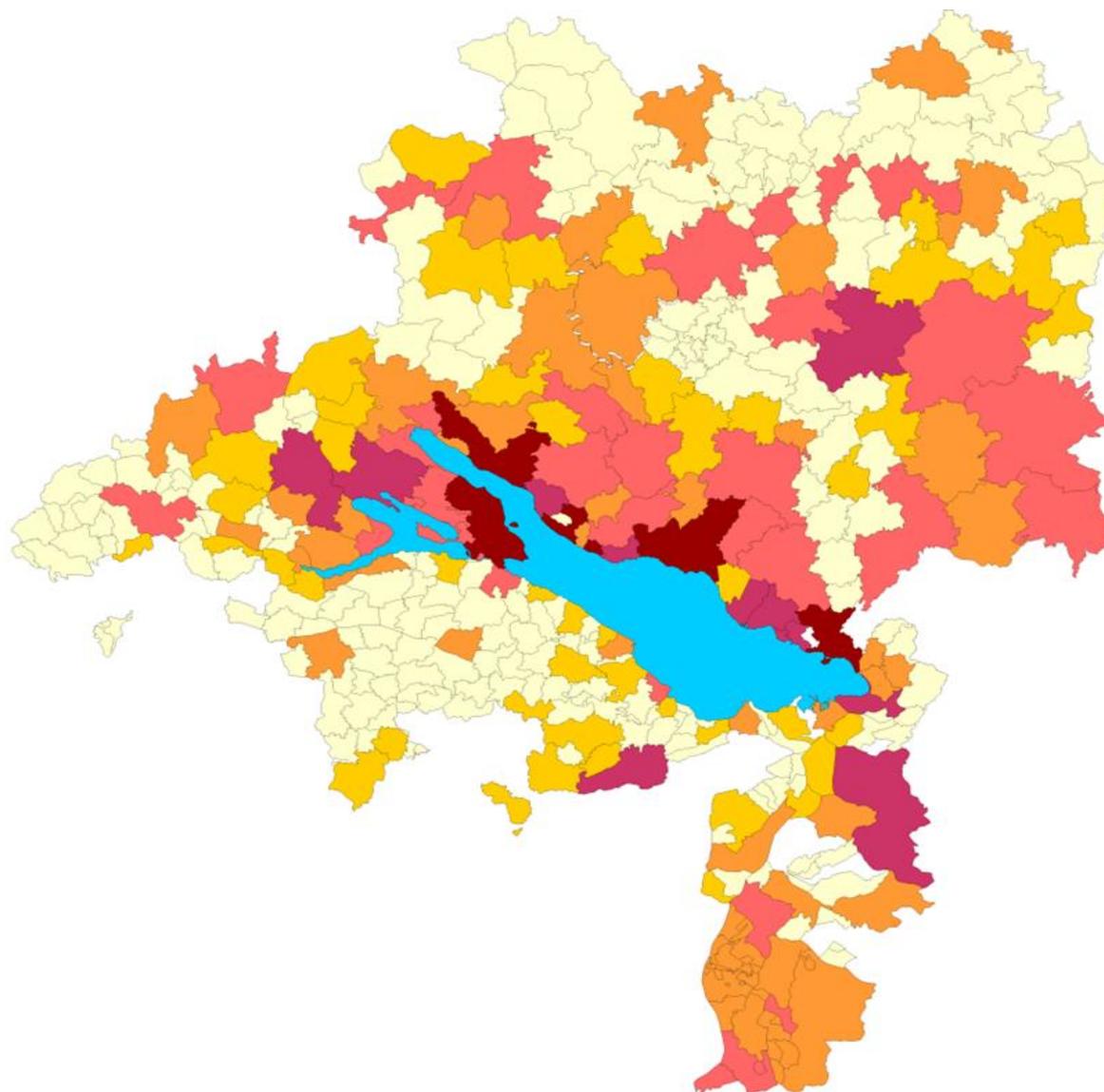
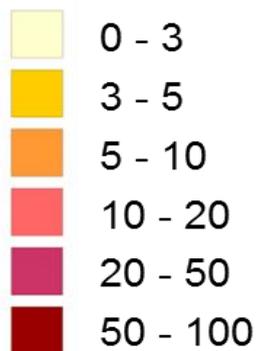


Internationale Gäste 2013 und 2014

| | Anteil an allen Gästen | | Anteil an allen internationalen Gästen | |
|-----------------|------------------------|-------------|----------------------------------------|--------------|
| | 2013 | 2014 | 2013 | 2014 |
| Niederlande | 1.7% | 1.5% | 15.9% | 14.5% |
| Frankreich | 1.0% | 1.1% | 9.8% | 10.2% |
| Italien | 0.9% | 0.9% | 8.8% | 8.8% |
| Grossbritannien | 0.7% | 0.7% | 6.8% | 6.6% |
| USA | 0.7% | 0.7% | 6.4% | 6.6% |
| Belgien | 0.4% | 0.4% | 3.4% | 3.5% |
| Summe | 5.4% | 5.3% | 51.1% | 50.1% |

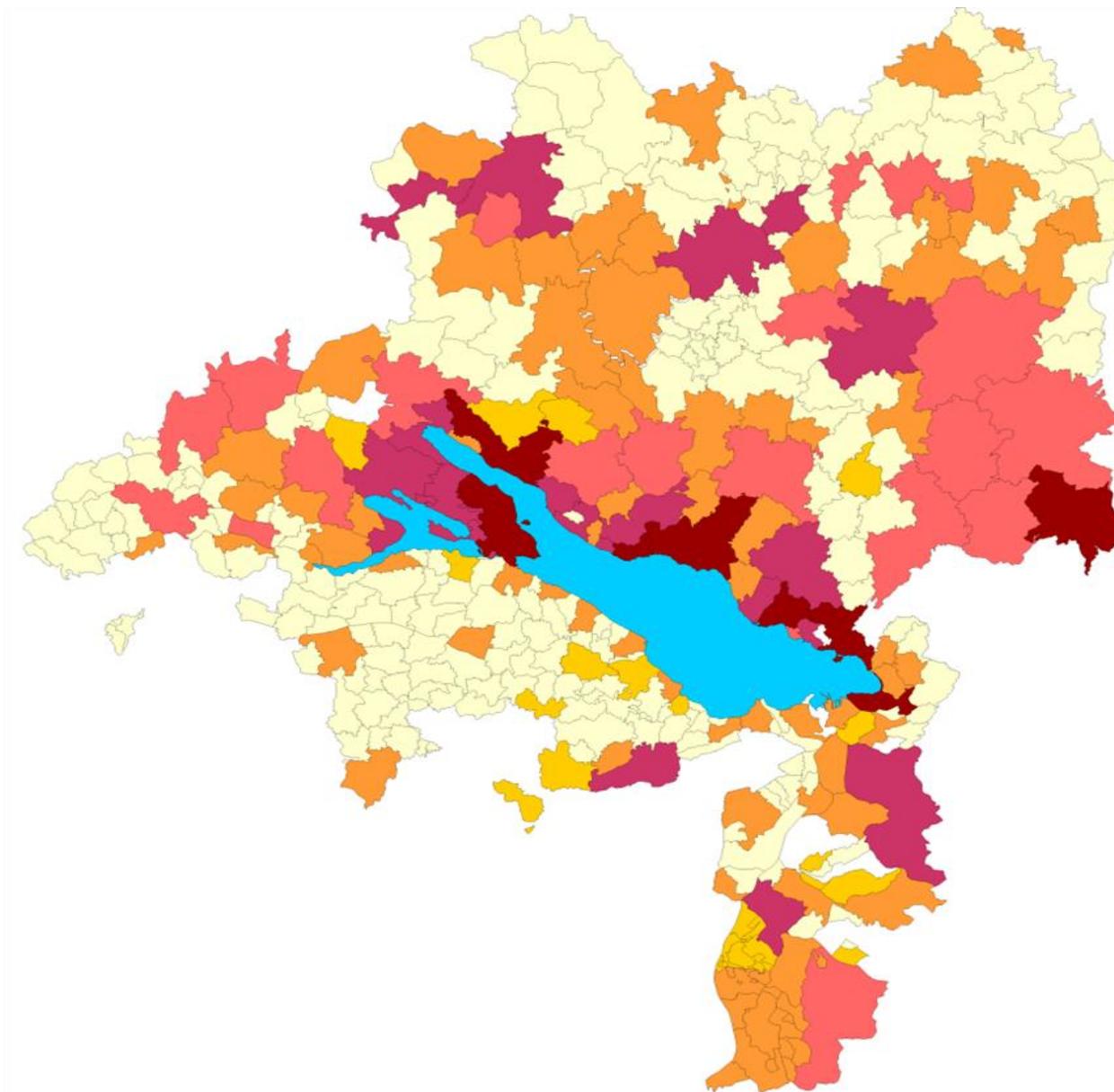
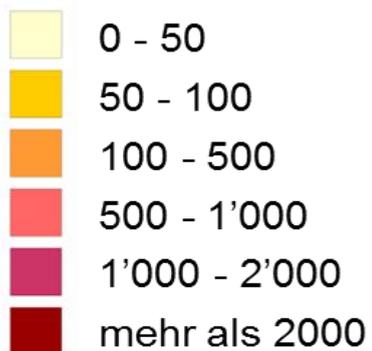
Anzahl Betriebe nach Gemeinden 2014

Anzahl Betriebe 2014



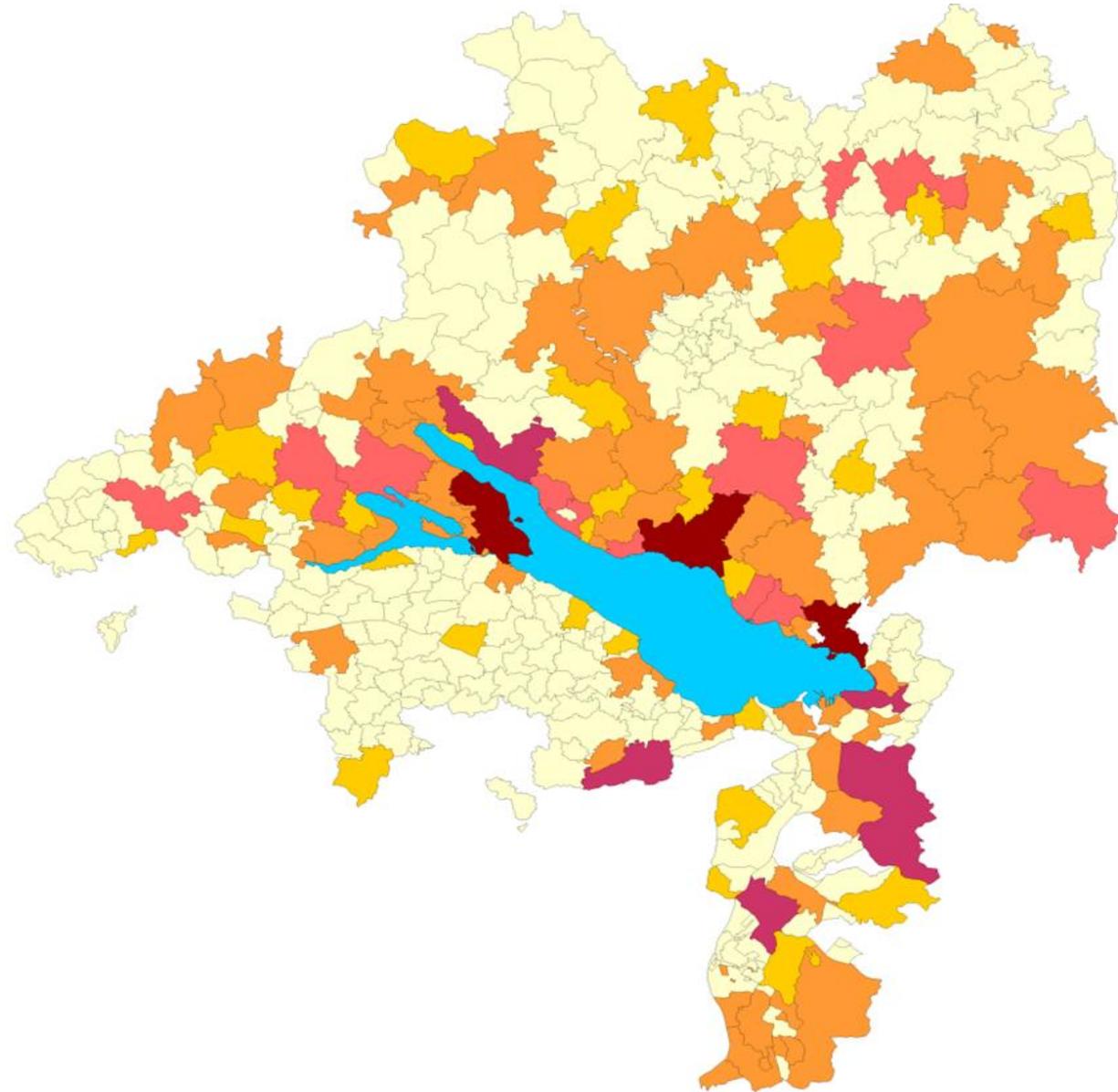
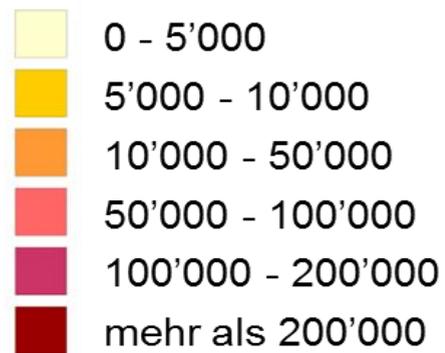
Anzahl Betten nach Gemeinden 2014

Anzahl Betten 2014



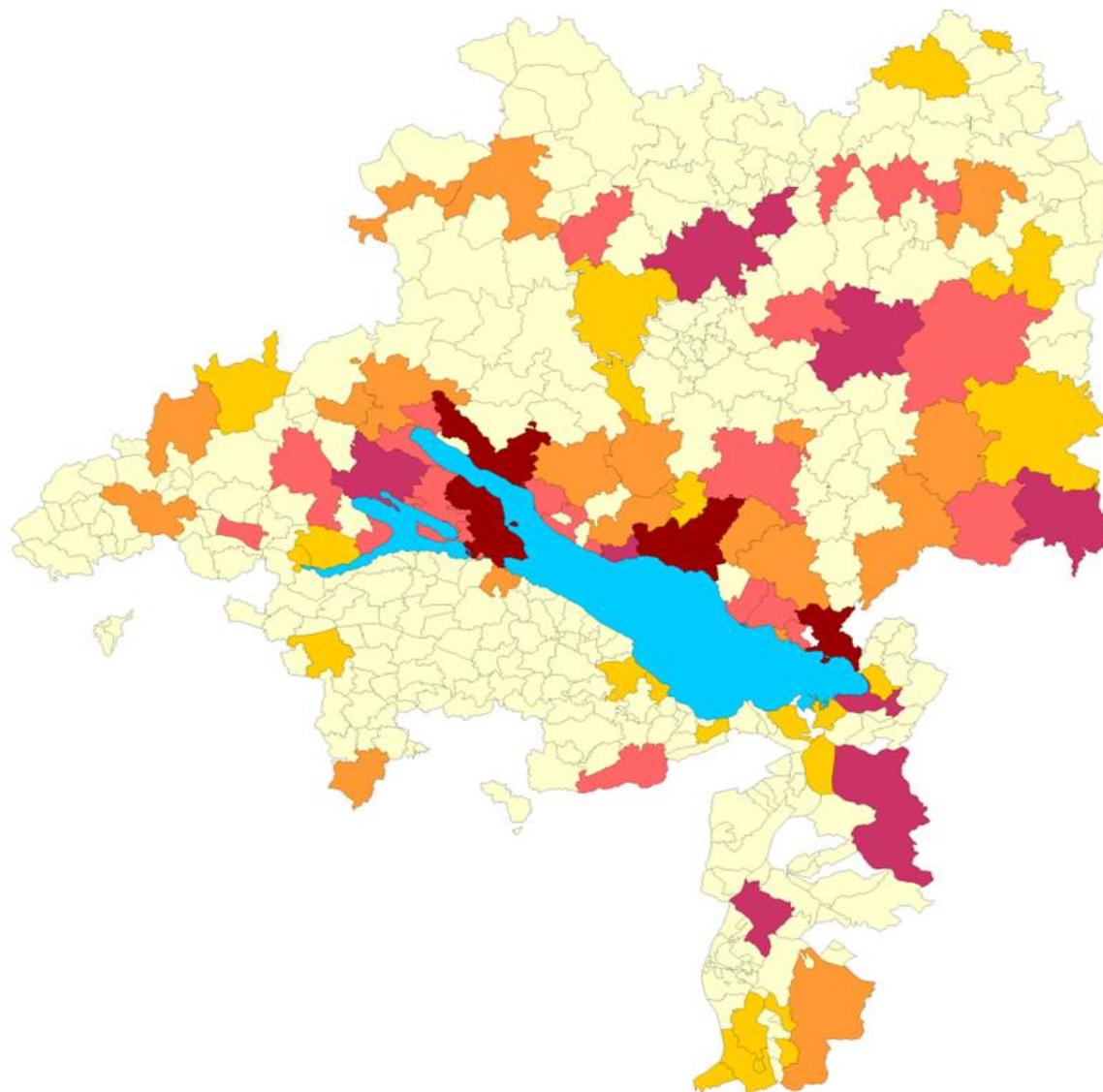
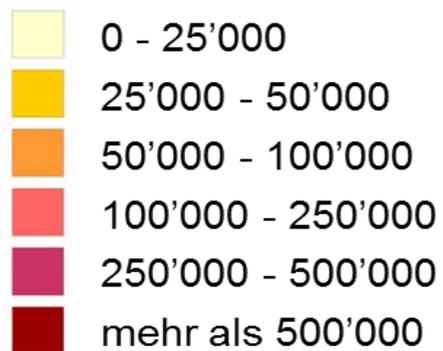
Ankünfte nach Gemeinden 2014

Gästekünfte 2014

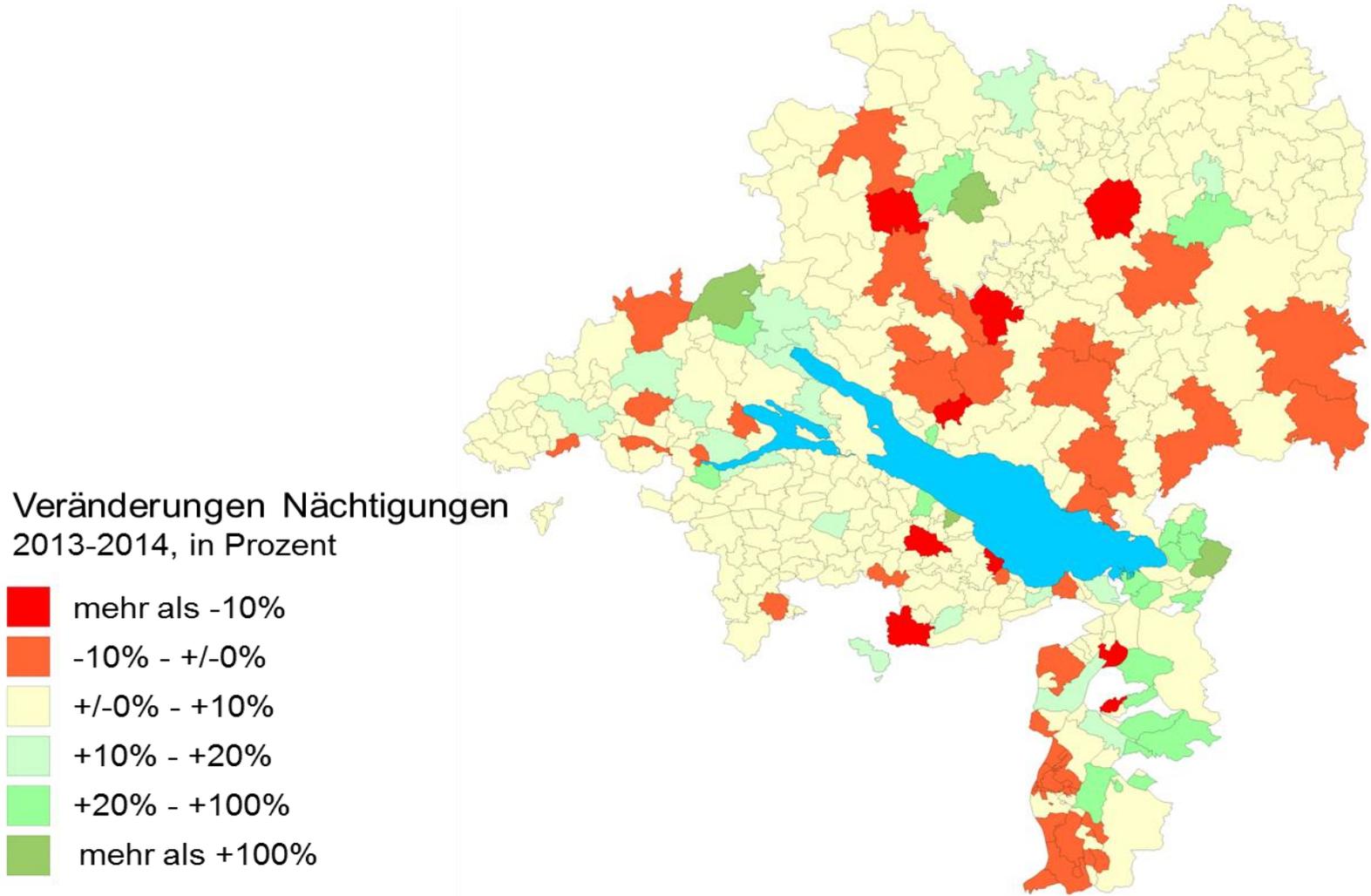


Nächtigungen nach Gemeinden 2014

Nächtigungen 2014

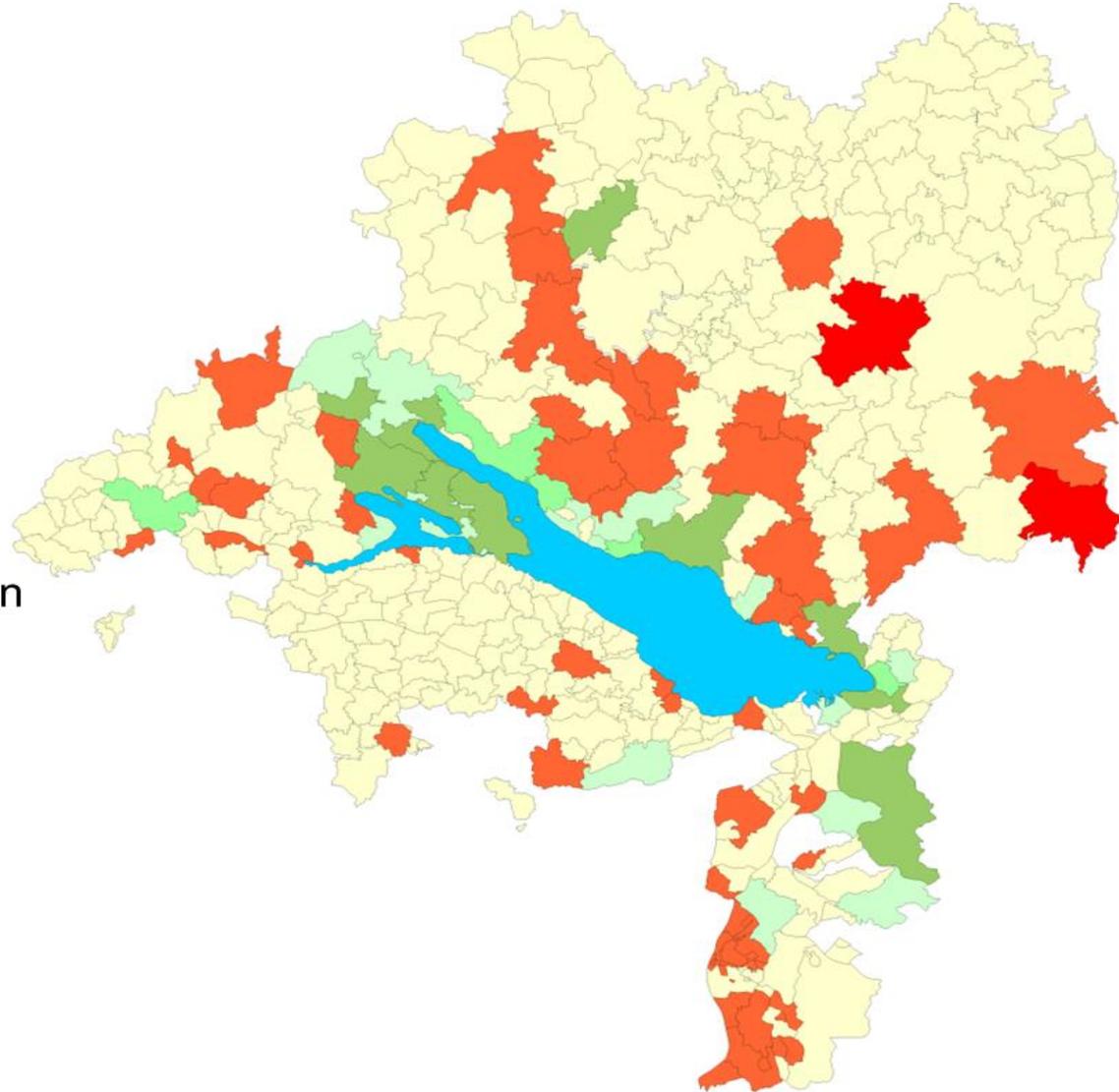


Veränderung Nächtigungen nach Gemeinden 2013-2014 (in %)



Veränderungen Nüchtigungen nach Gemeinden 2013-2014 (absolut)

Veränderungen Nüchtigungen
2013-2014, absolut



Ergebnisse Säulen 2 + 3: Befragungspanels



Befragungspanel
Leistungsträger,
touristische
Unternehmen

Hotels,
Ferienwohnungen,
Pensionen,
Campingplätze, etc.

Befragungspanel
Übernachtungs-
betriebe

**Tourismus-
monitoring
Bodensee**

Ergebnisse Umfrage Übernachtungsbetriebe, Attraktionspunkte und touristische Leistungsträger

Zusammenfassung Umfrage

- Die [monatliche Auslastung](#) der Betriebe erreicht im August mit über 80% ihr Maximum, in den Monaten November bis März liegt die Auslastung unter 40%.
- Mehr als 70% der Betriebe sind mit dem [Saisonverlauf 2014](#) zufrieden, rund 40% bewerten dieses Jahr besser als das Vorjahr, wobei die Wintersaison von 1/3 als schlecht angesehen wurde.
- Deutschland ist mit grossem Abstand wichtigstes [Herkunftsland](#) (76%) der deutschsprachigen Bodenseegäste, der Anteil der internationalen und der Schweizer Gäste ist gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen.
- Baden-Württemberg und NRW sind die wichtigsten Bundesländer für den [deutschen Markt](#), die Gästeanteile aus Ba-Wü und Ostdeutschland sind leicht gestiegen.
- [Internationale Gäste](#) haben eine vergleichsweise geringe Bedeutung, wobei vermehrt Gäste aus Frankreich und den USA sowie von ausserhalb der Kernmärkte 2014 in die Bodenseeregion kamen.

Zusammenfassung Umfrage

- Tagesgäste sind die wichtigste Besuchergruppe für Attraktionspunkte.
- Paare sind die wichtigste Gästegruppe. Der Anteil Familien liegt nur bei 27%.
- Der Anteil der Gäste mit einem Aufenthalt von mehr als vier Nächten konnte deutlich erhöht werden.
- Die wichtigsten Investitionsbereiche der Betriebe sind nach wie vor Modernisierungen und Angebotsverbesserungen.
- Die aktuelle Geschäftslage wird von rund $\frac{1}{4}$ der Betriebe besser als im Vorjahr bewertet, im kommenden Jahr wird mit einem leicht erhöhtem Umsatz und vermehrten Investitionen gerechnet.
- Gäste- bzw. Besucherzahlen halten, die Gästezufriedenheit, Auslastung und wirtschaftliche Aspekte sind die grössten Herausforderungen für die Betriebe.
- Bezogen auf die Bodenseeregion werden der Verkehr und die Saisonverlängerung werden als grösste Herausforderungen angesehen.

Befragung Betriebe

→ Themen

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

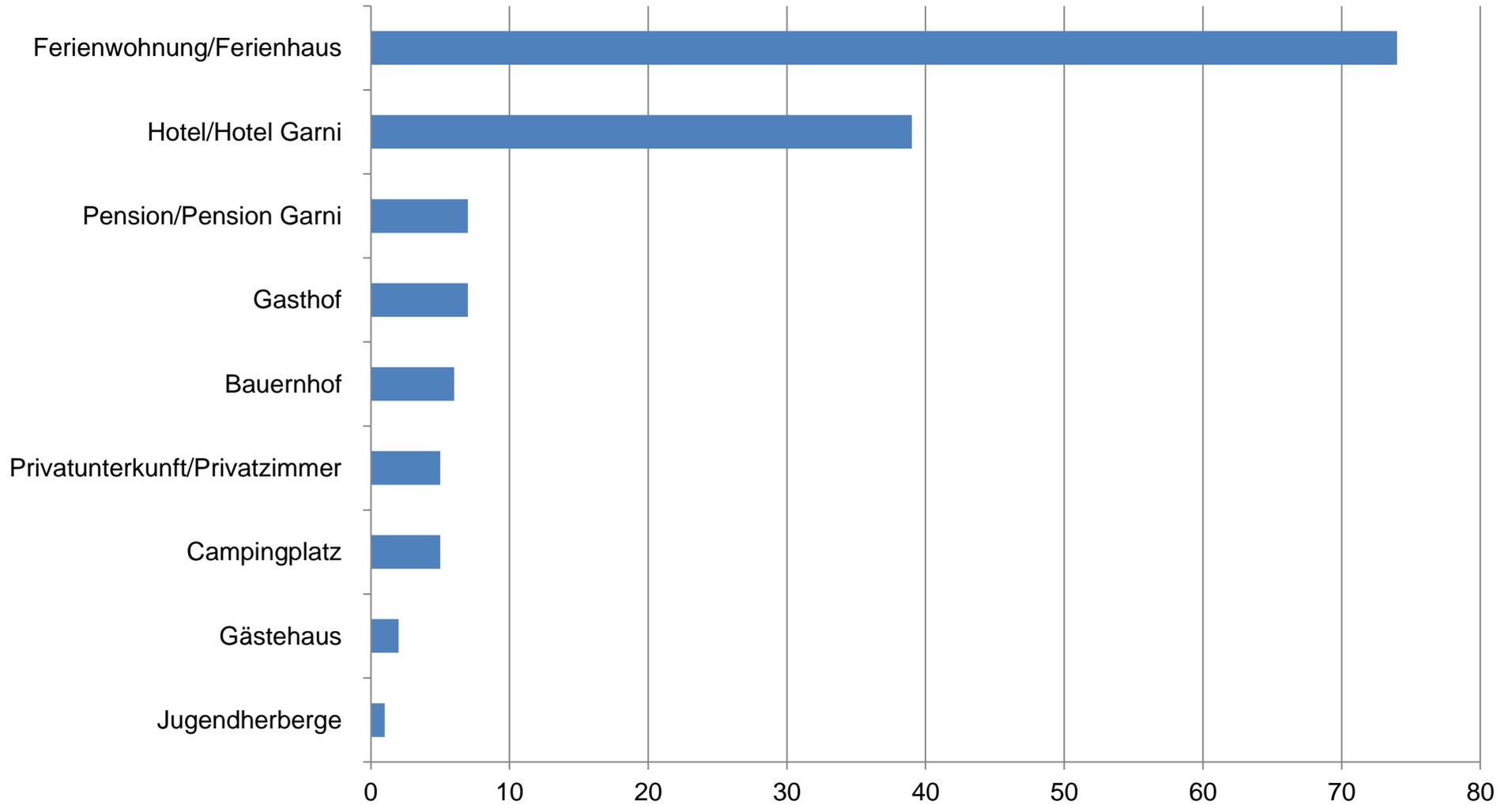
→ Online-Befragung von Übernachtungsbetrieben in der Bodenseeregion

- Befragungszeitraum: 03/15 – 04/15

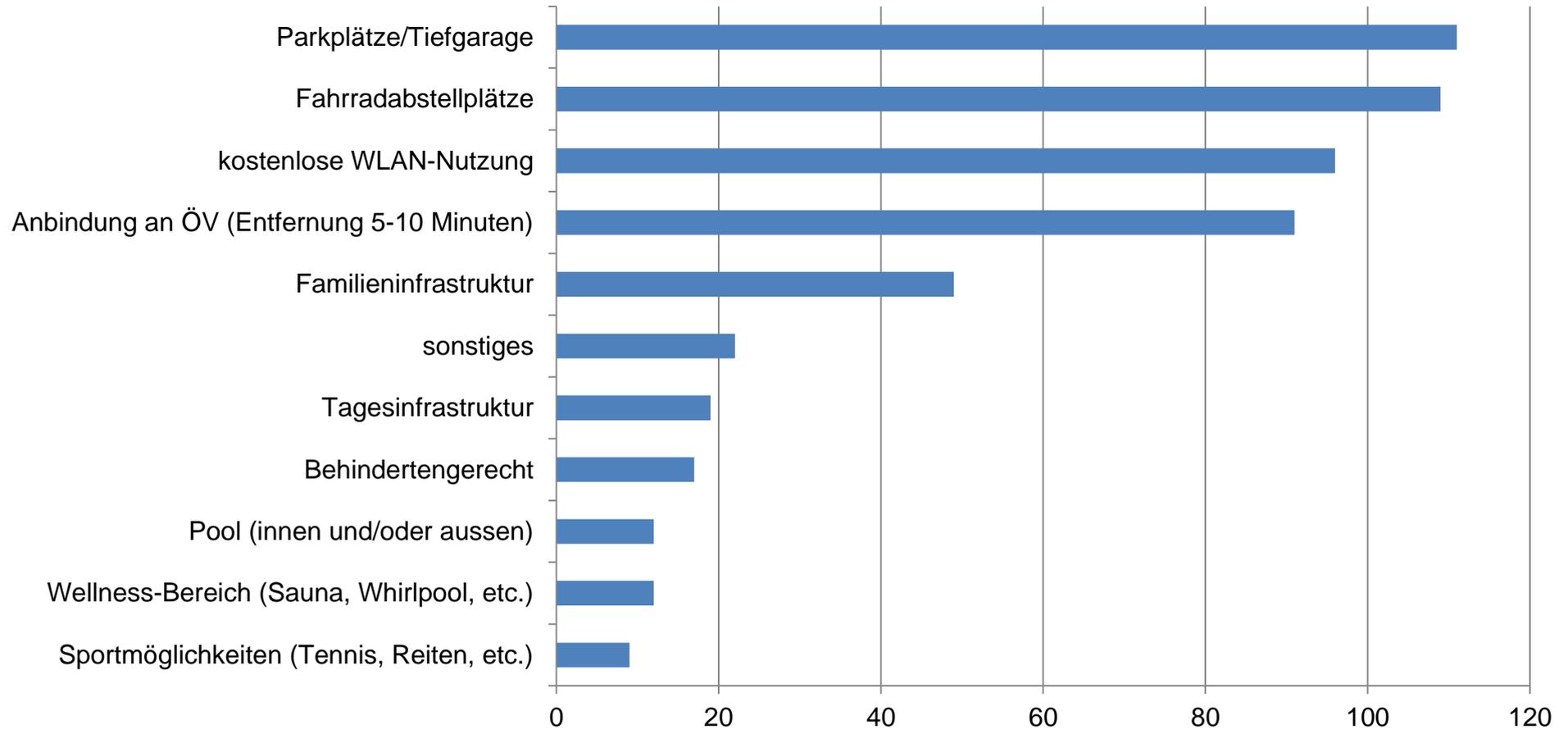
→ Offene Umfrage, Daten von 196 Betrieben konnten ausgewertet werden, darunter

- 174 Übernachtungsbetriebe und
- 22 Attraktionspunkte und Leistungsträger

Betriebsart (ÜB)



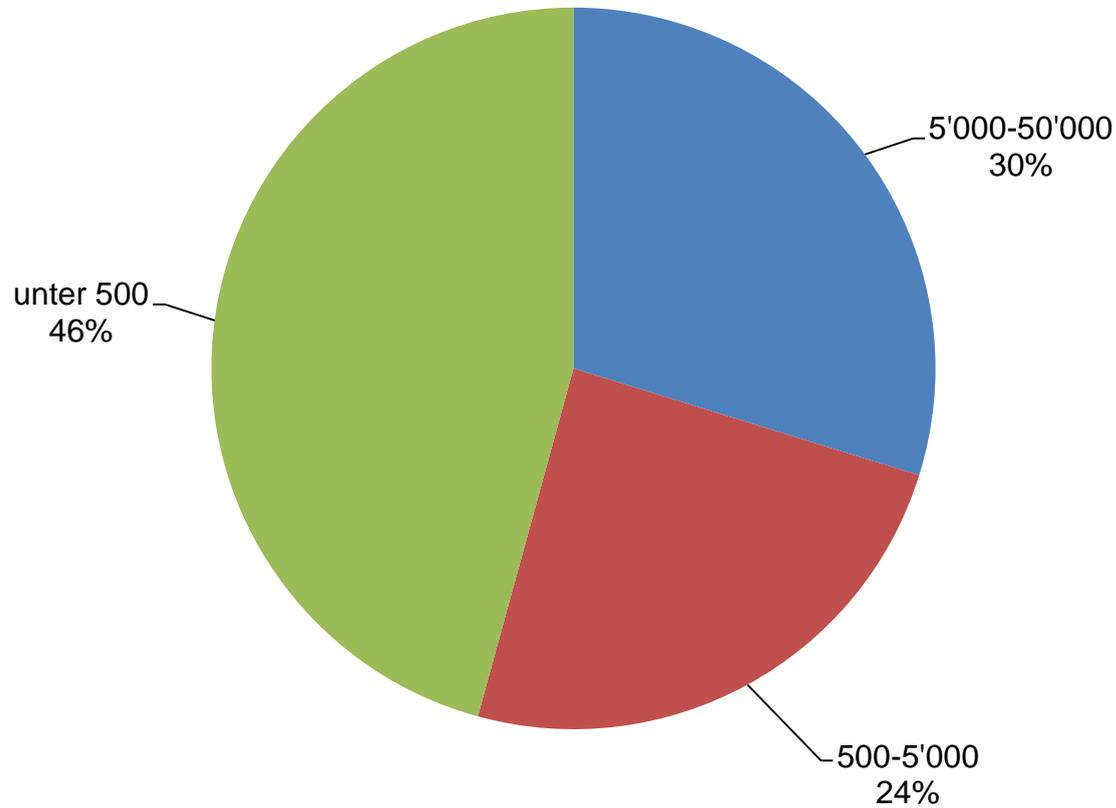
Ausstattung (ÜB)



Sonstiges: vor allem Seezugang und Leihräder

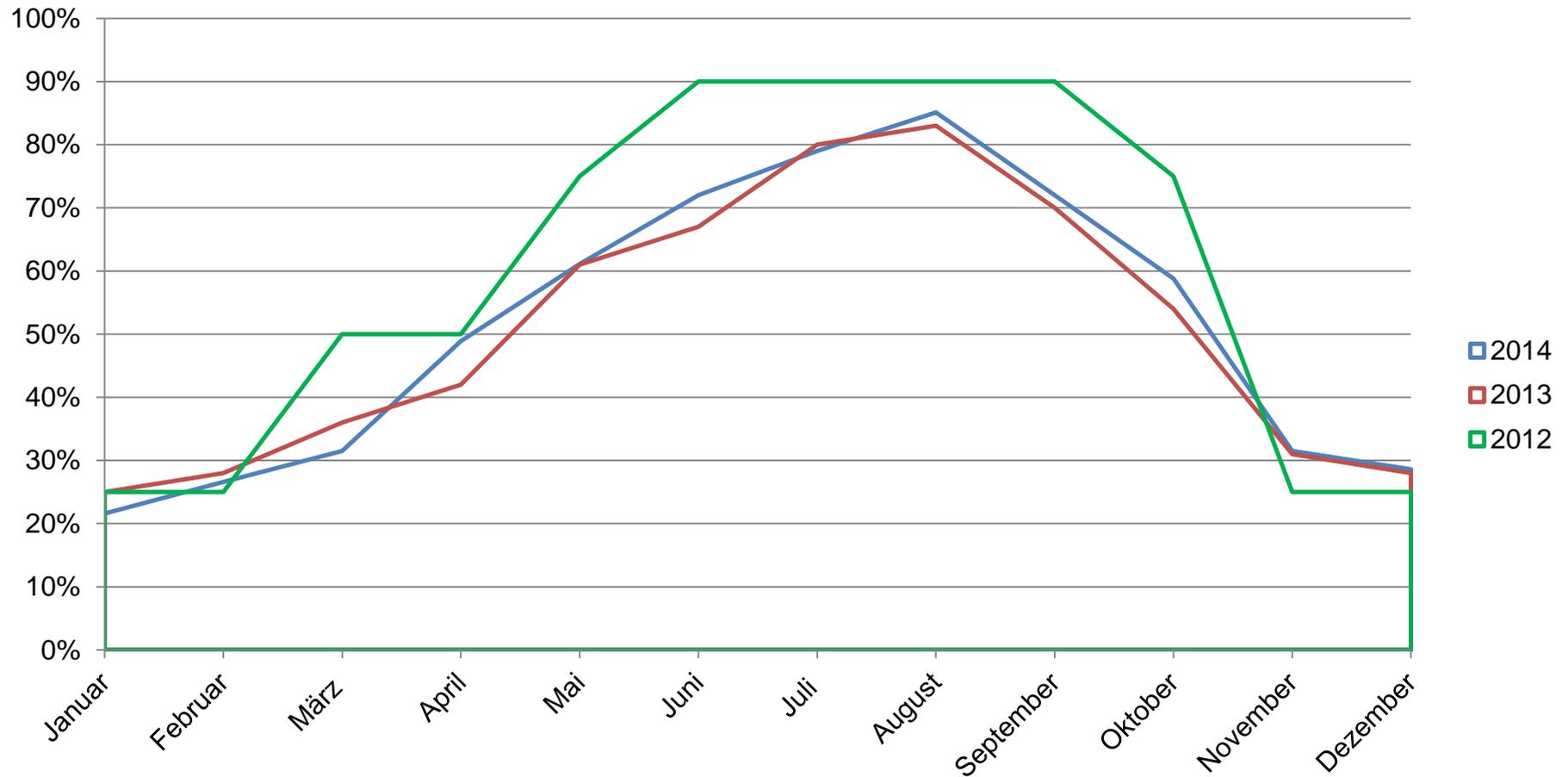
Fast alle Betriebe verfügen über Auto- und Fahrradabstellplätze und eine gute Anbindung an den ÖV, die kostenlose Nutzung von W-LAN ist ebenso Standard.

Anzahl Nächtigungen (ÜB)



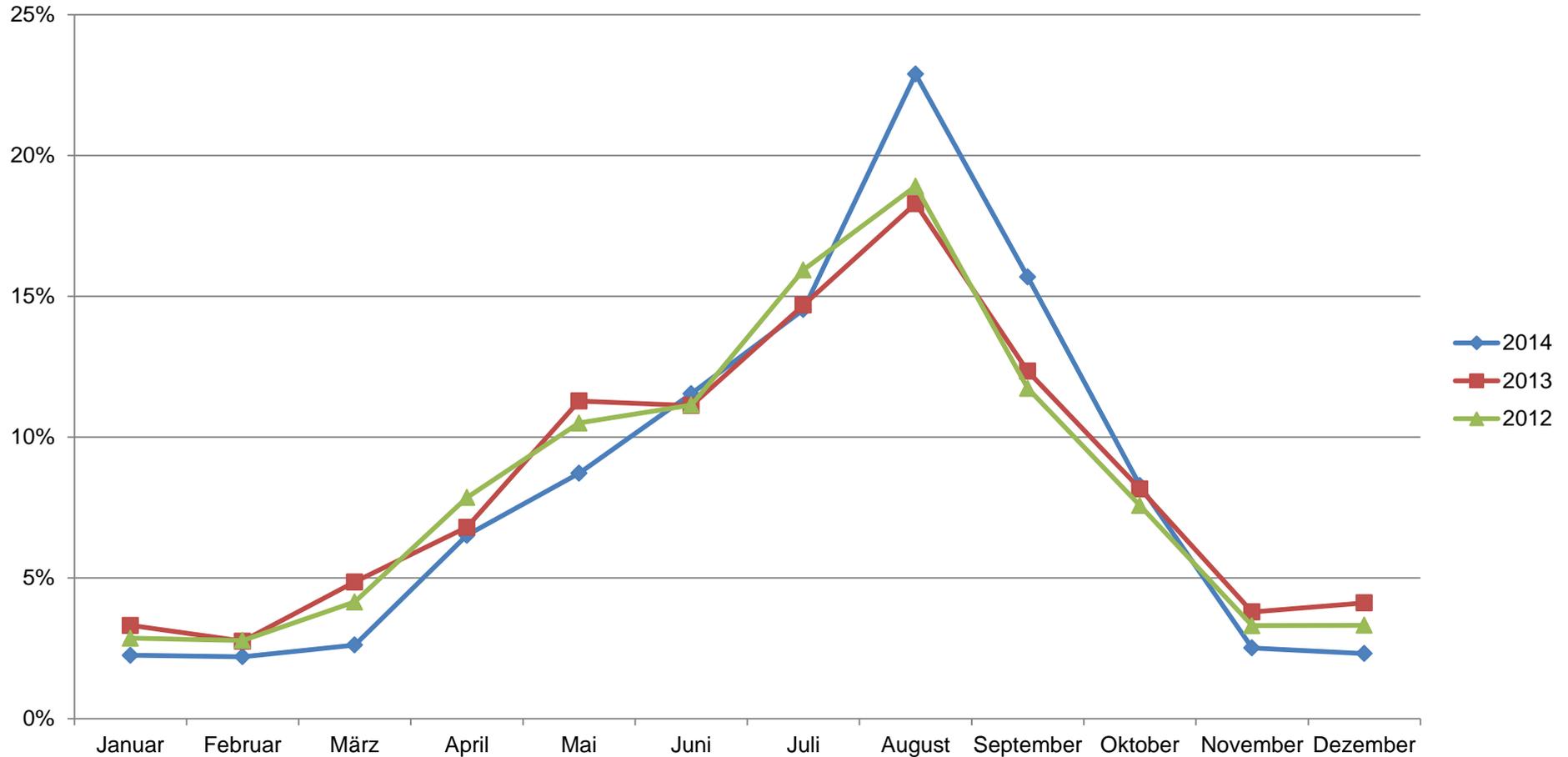
71% der Betriebe haben unter 5'000 Nächtigungen pro Jahr (in 2013: 68%).

Durchschnittliche monatliche Auslastung 2012 – 2014 (ÜB)



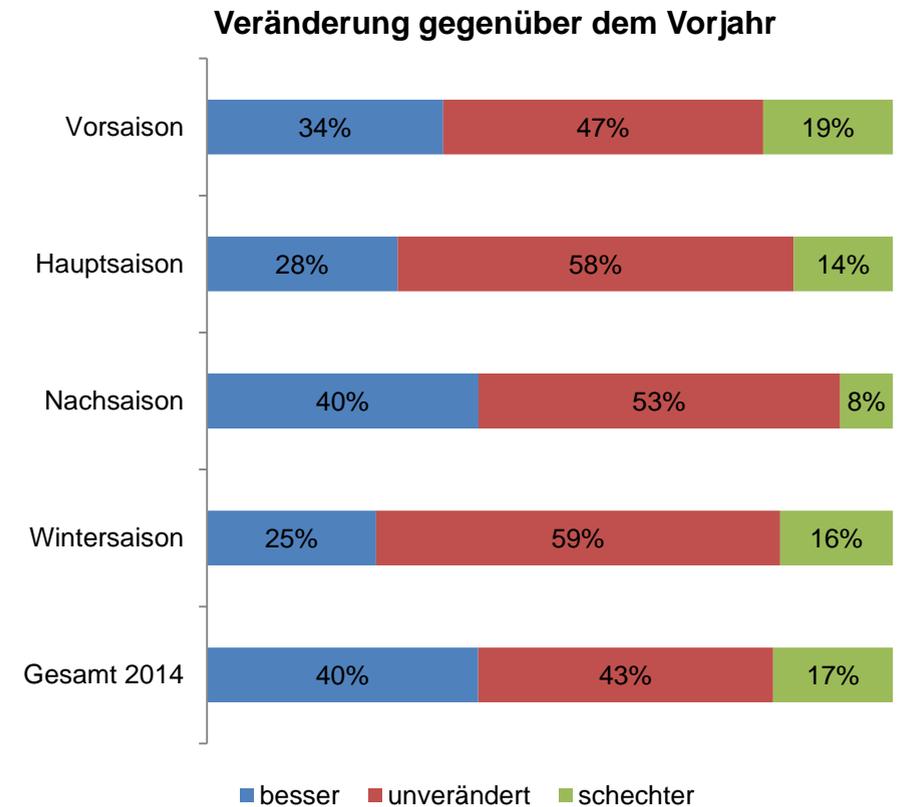
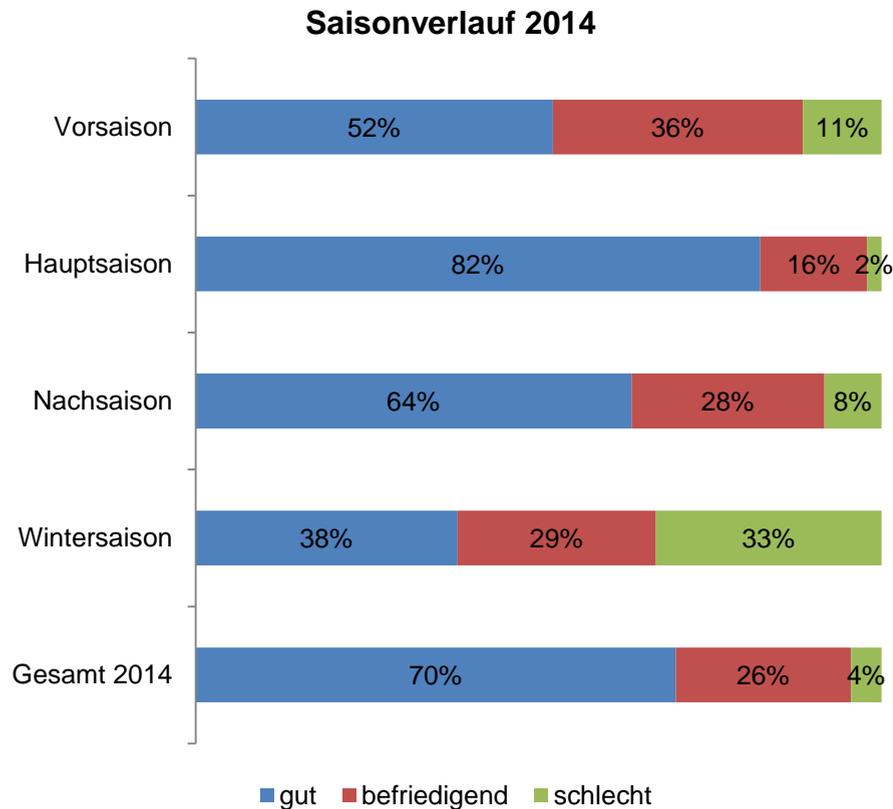
Die durchschnittliche Auslastung für das Jahr betrug 2014 wie 2013 51%.

Besucherzahlen im Jahresverlauf 2012 – 2014 (Attraktionspunkte und Leistungsträger)



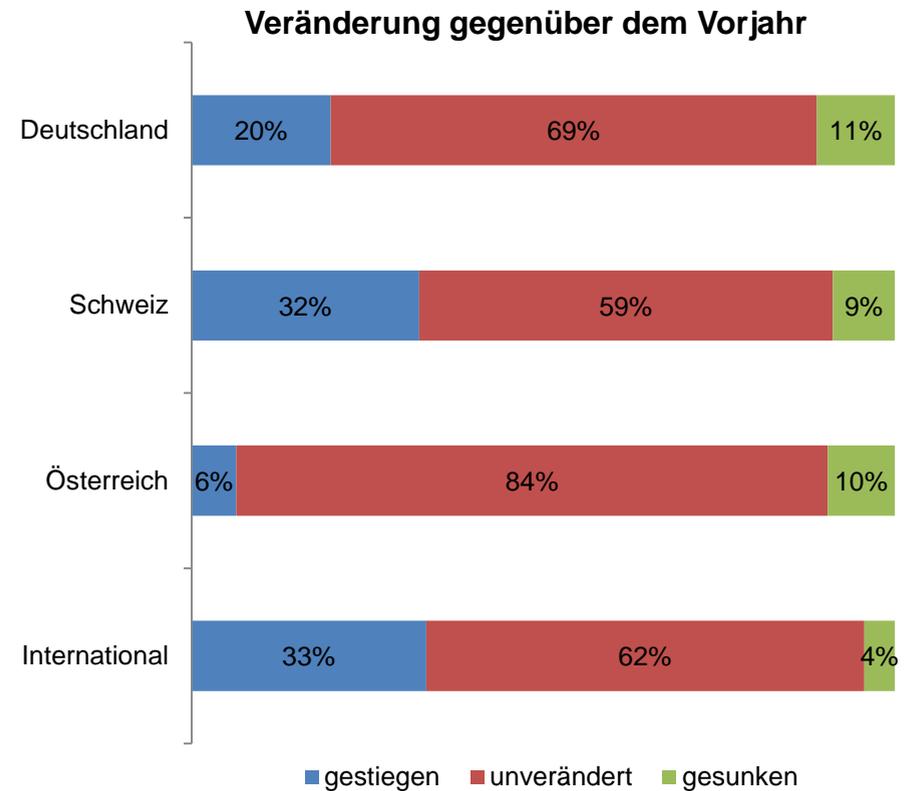
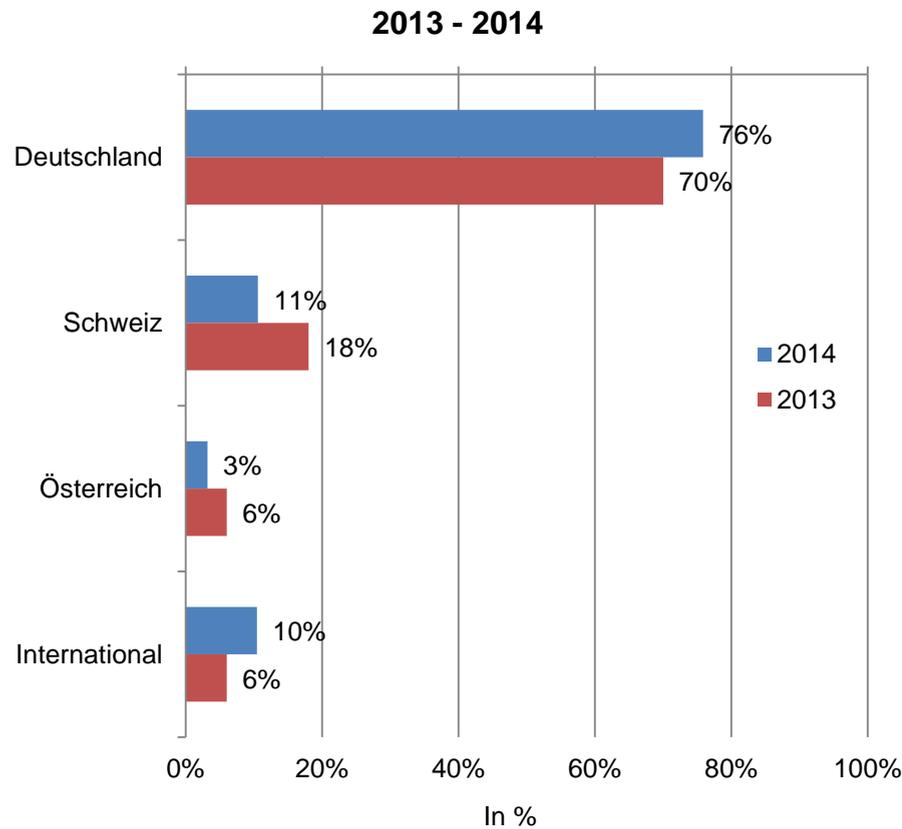
In den Monaten April bis Oktober kommen 88% aller Besucher.

Saisonverlauf und Vergleich zum Vorjahr (alle)



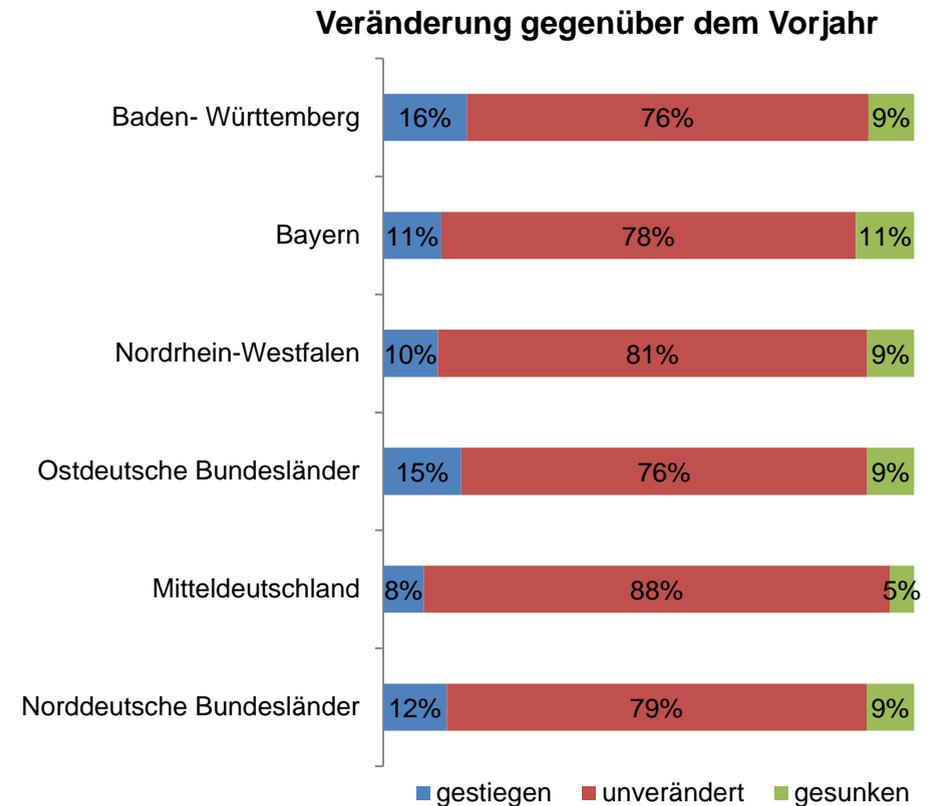
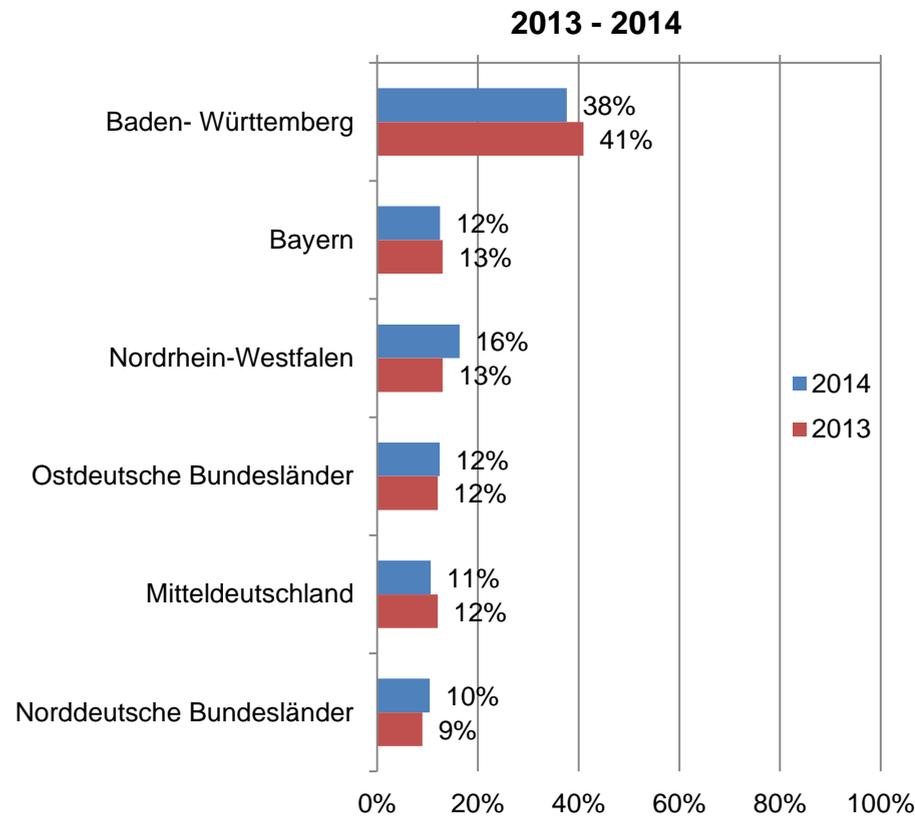
Die Saison 2014 wird überwiegend als gut angesehen (70%), wobei die Wintersaison von 33% als schlecht beurteilt wurden.

Gästeherkunft 2014 (deutschsprachige Länder) (alle)



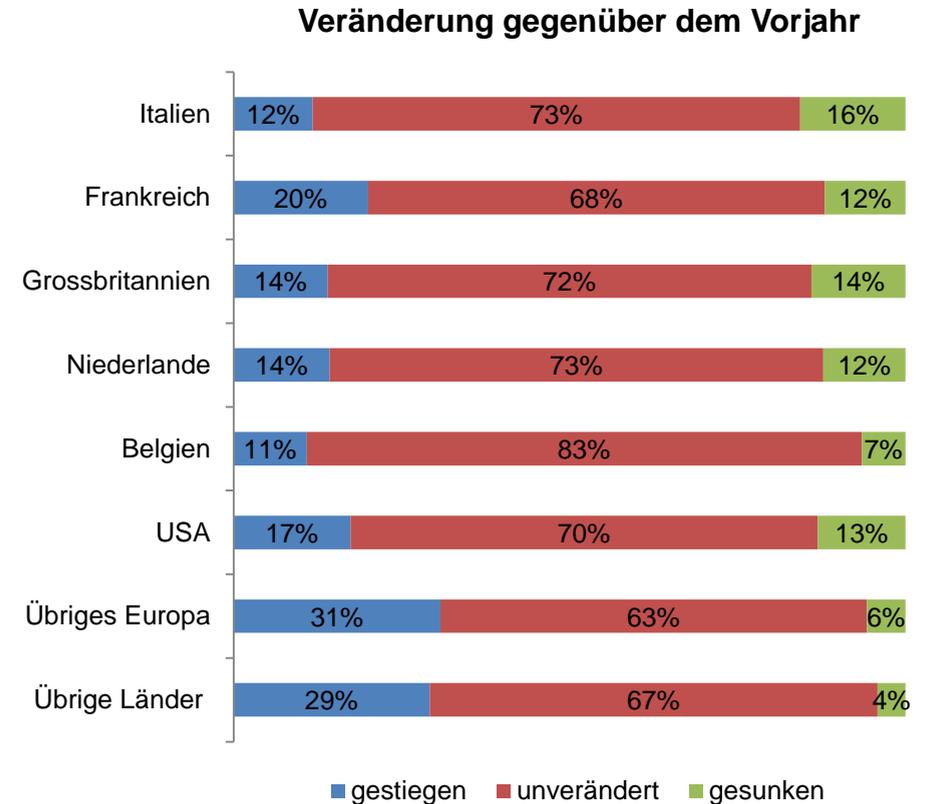
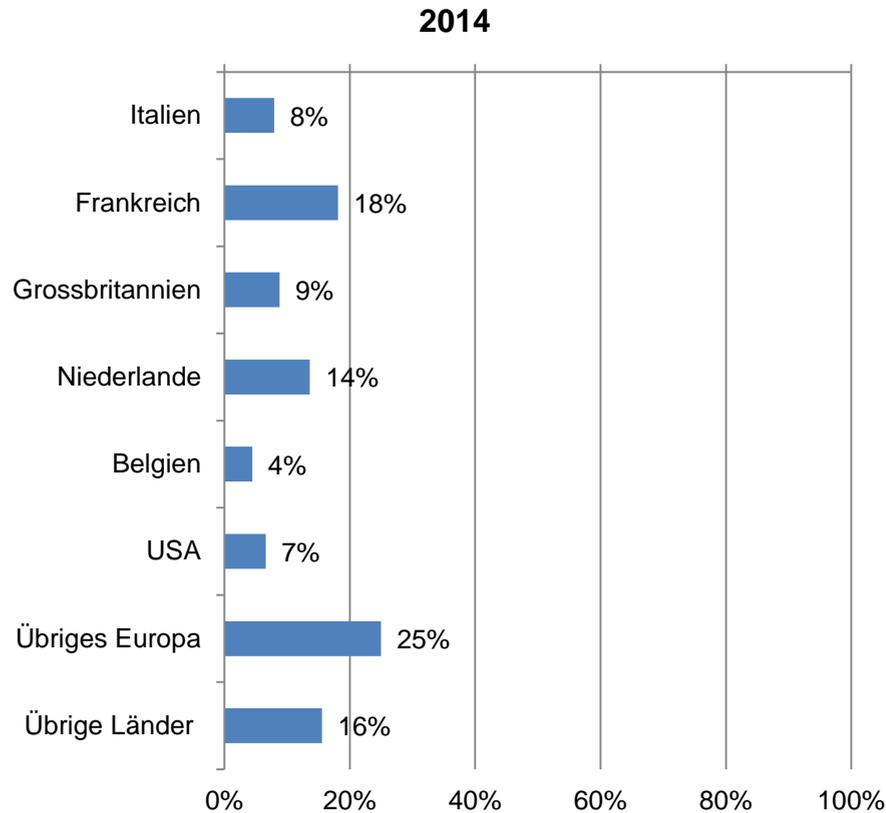
**Insgesamt kommen 90% der Gäste aus deutschsprachigen Ländern (94% in 2013).
1/3 der Betriebe verzeichnet einen gestiegenen Anteil internationaler Gäste.**

Deutsche Gäste nach Regionen (alle)



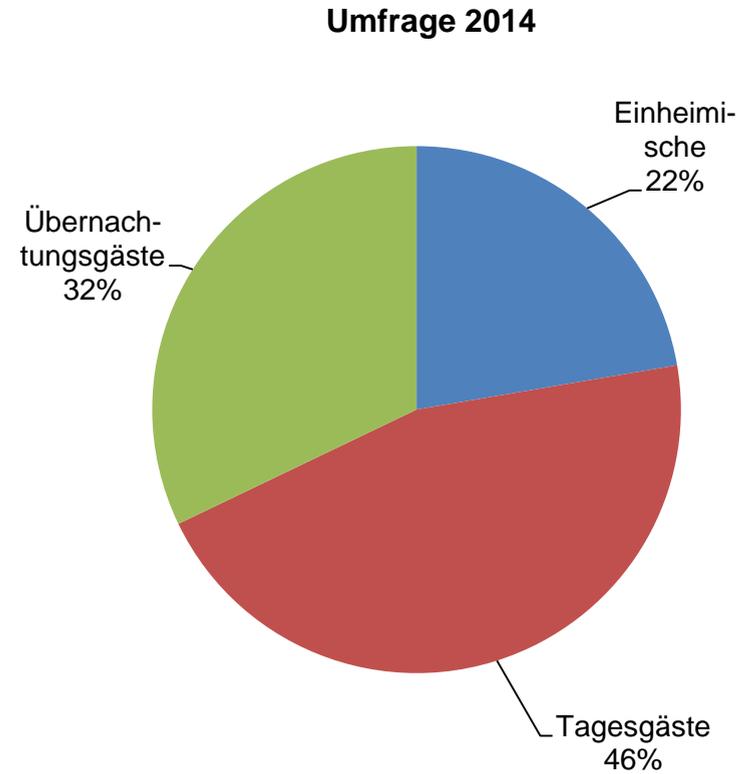
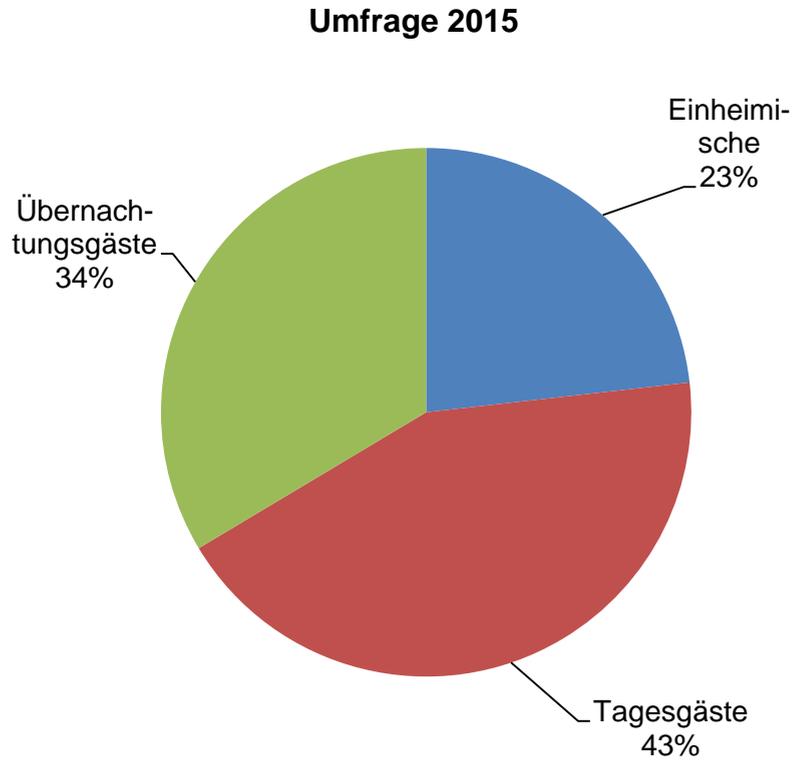
38% der deutschen Gäste kommen aus Baden-Württemberg, die übrigen Region sind etwa gleich verteilt.

Gästeherkunft International (alle)



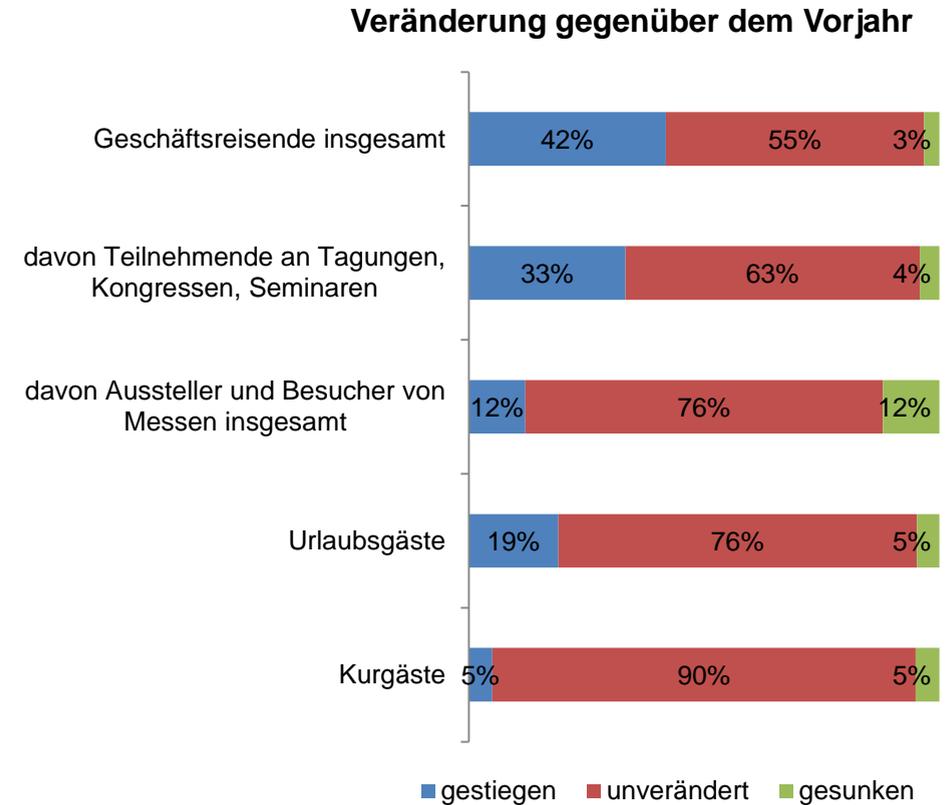
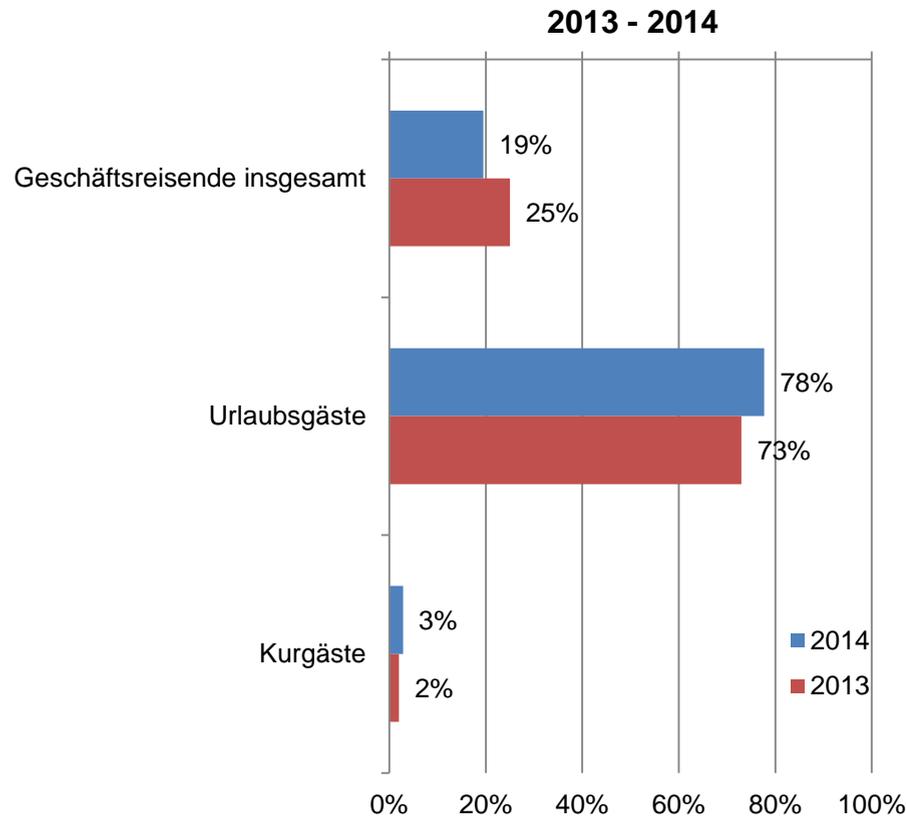
Frankreich und Niederlande sind die wichtigsten europäischen Herkunftsländer. Frankreich und die USA weisen die höchsten Zuwächse auf.

Gästegruppen (Attraktionspunkte)



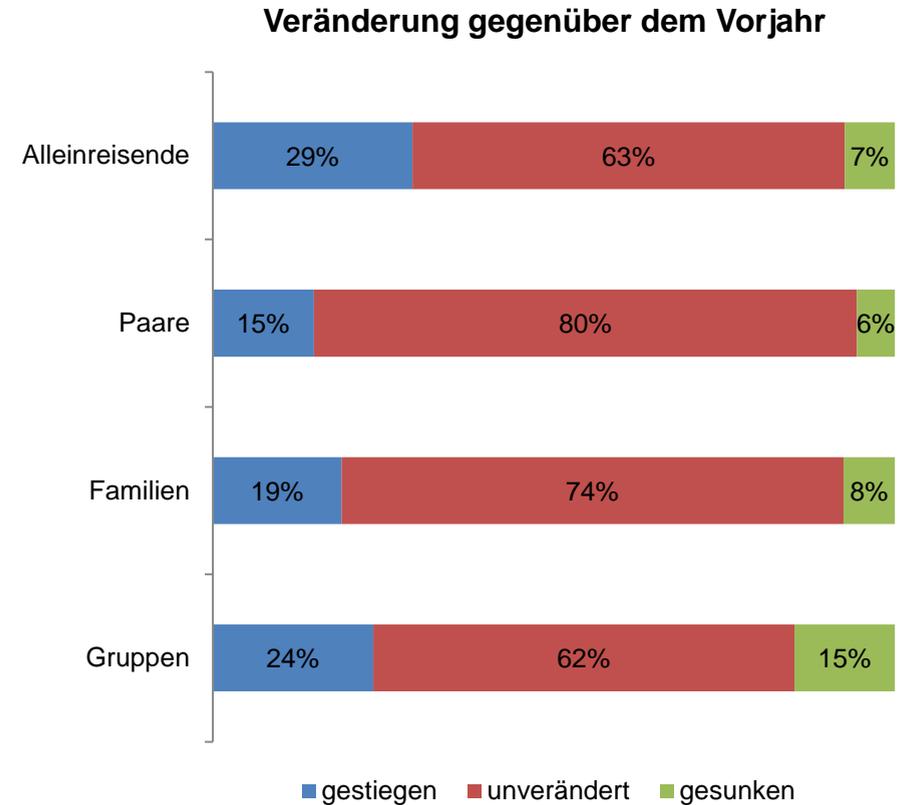
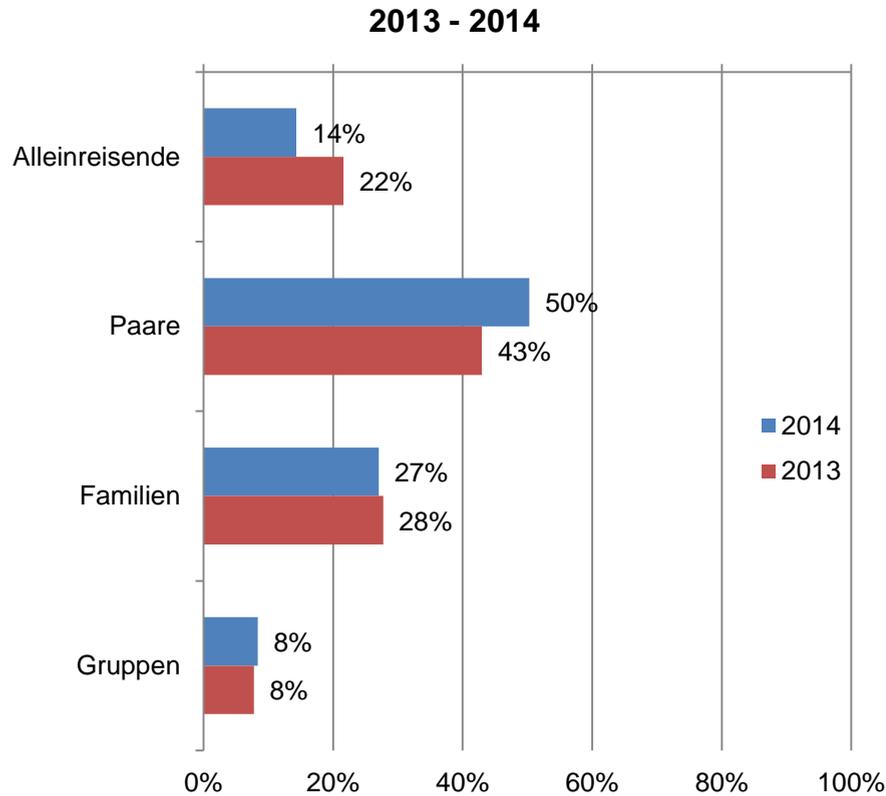
Tagesgäste sind für die Attraktionspunkte die wichtigste Zielgruppe.

Gästegruppen (ÜB)



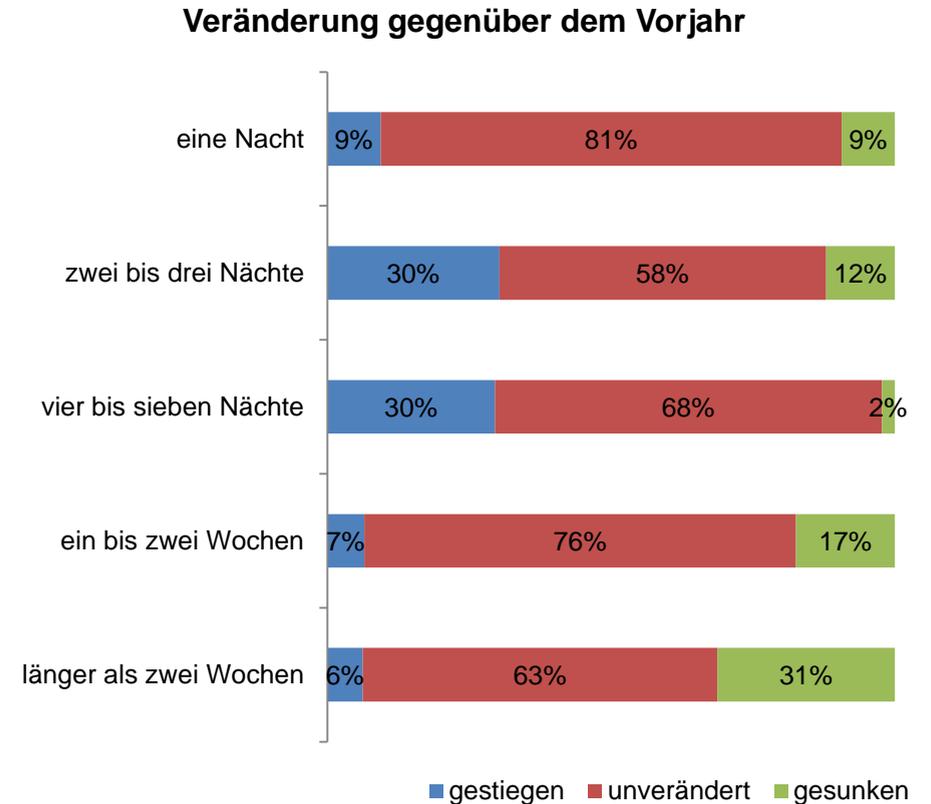
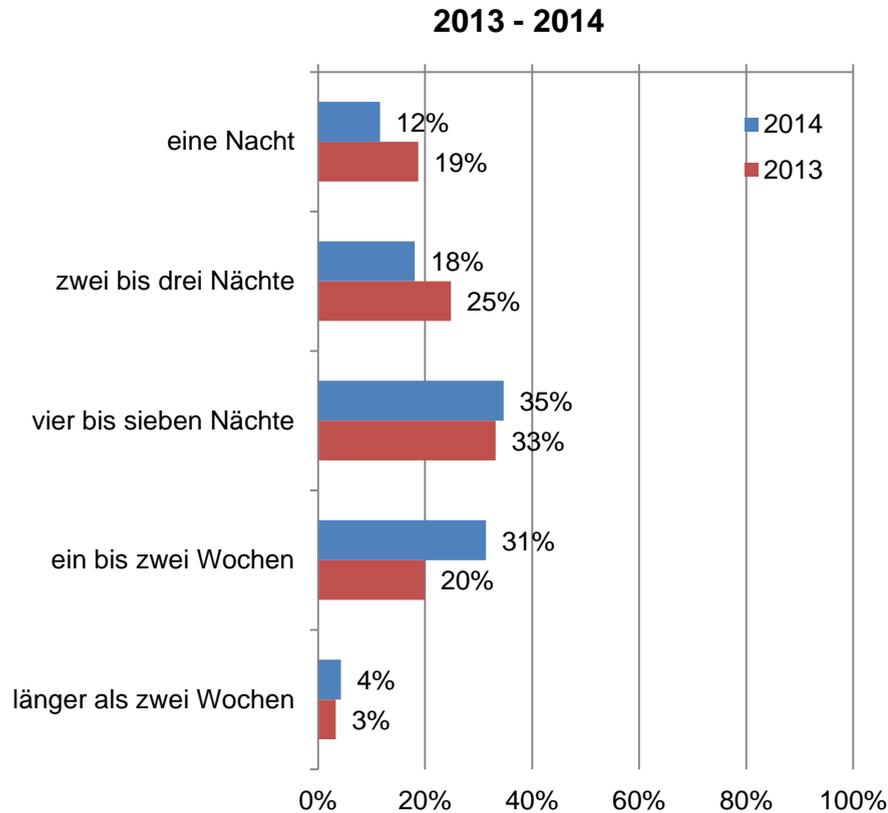
Urlauber sind mit Abstand die wichtigste Gästegruppe, der Anteil Geschäftsreisender liegt bei 19% (25% in 2013).

Gästesegmente (alle)



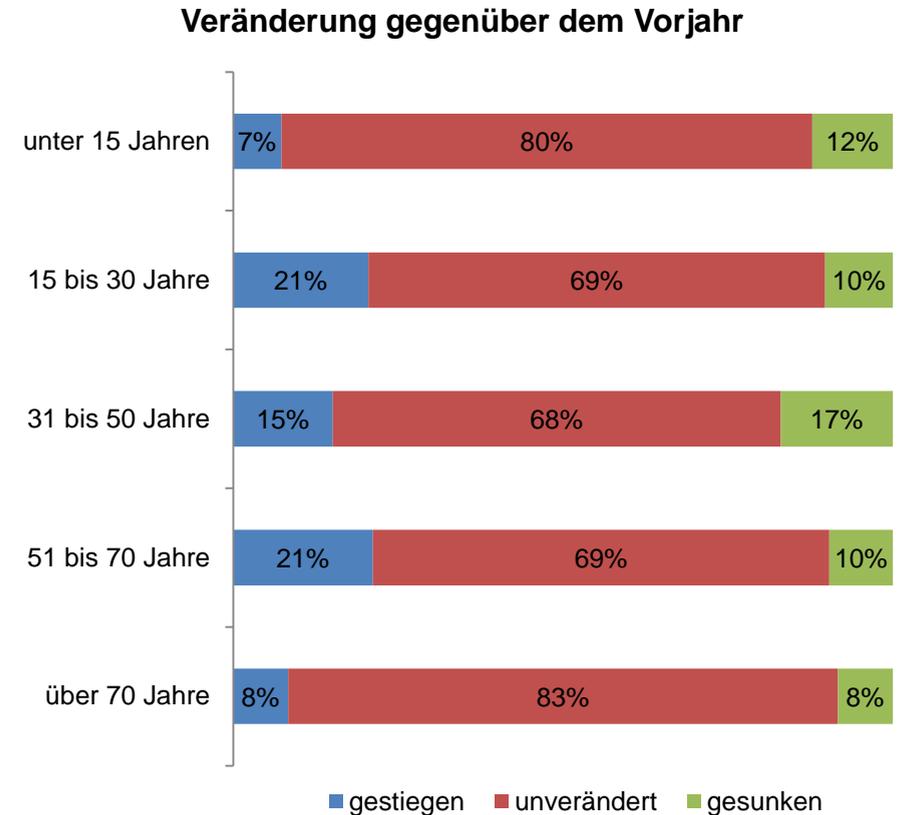
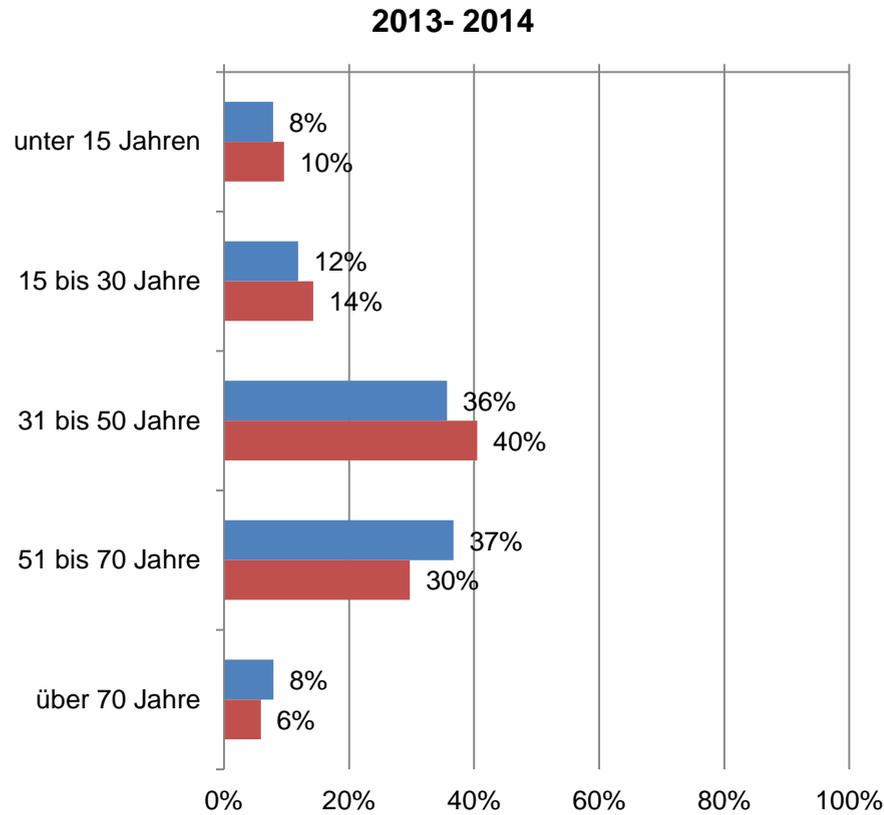
Familien haben nur einen Anteil von 27%, Paare sind mit 50% (43% in 2013) die häufigste Gästegruppe.

Aufenthaltsdauer (ÜB)



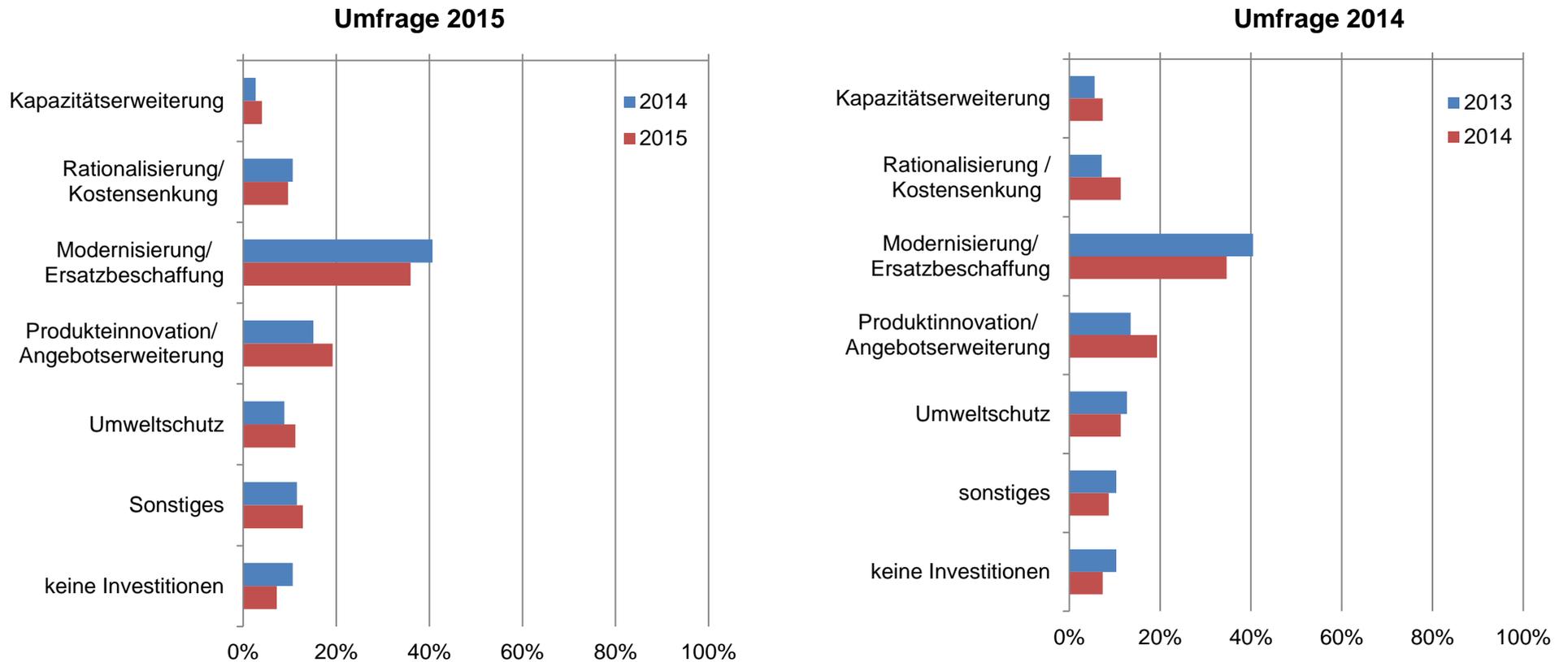
30% (44% in 2013) der Gäste verbringen max. 3 Nächte in der Bodenseeregion, nur 35% (23% in 2013) länger als eine Woche.

Altersstruktur (alle)



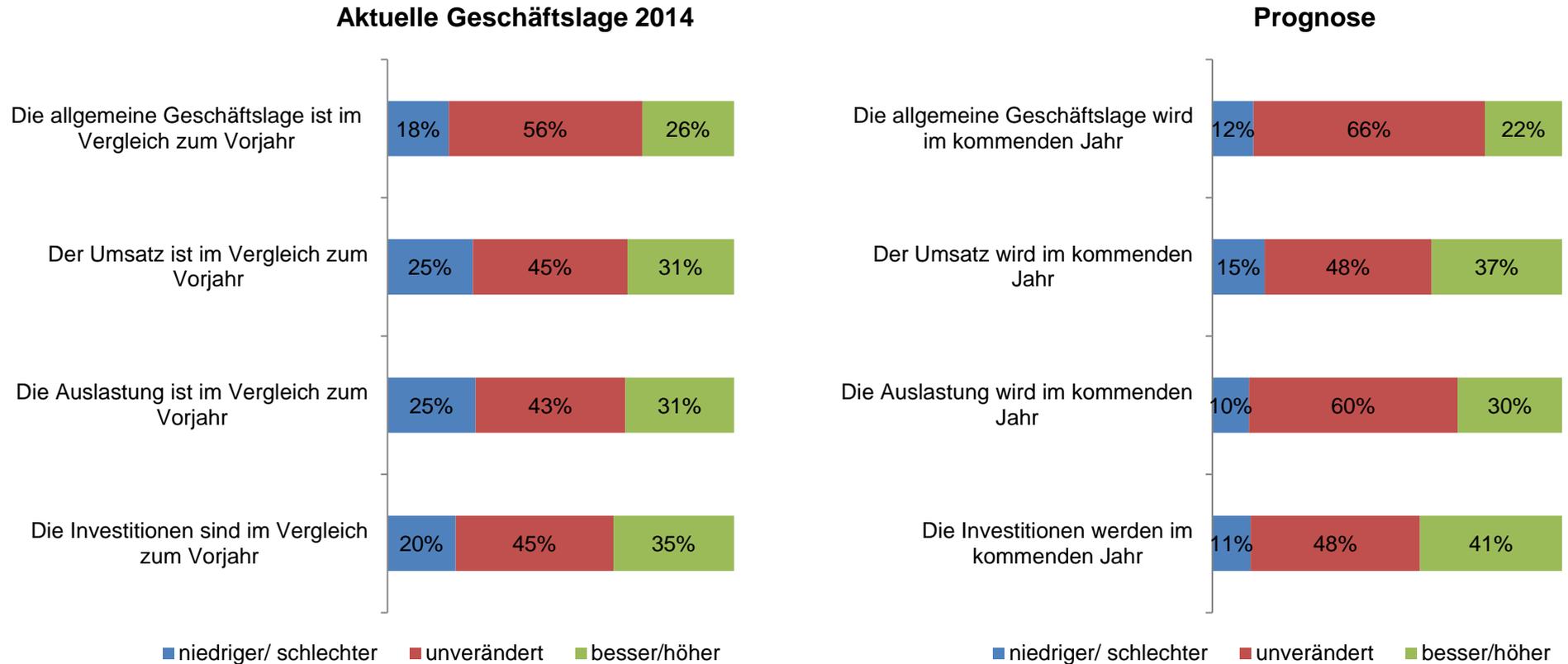
45% (36% in 2013) der Gäste ist über 50 Jahre alt, 71% sind zwischen 30 und 70 Jahre.

Getätigte Investitionen in 2014 und geplante Investitionen in 2015 (Vergleich mit Umfrage 2014) (alle)



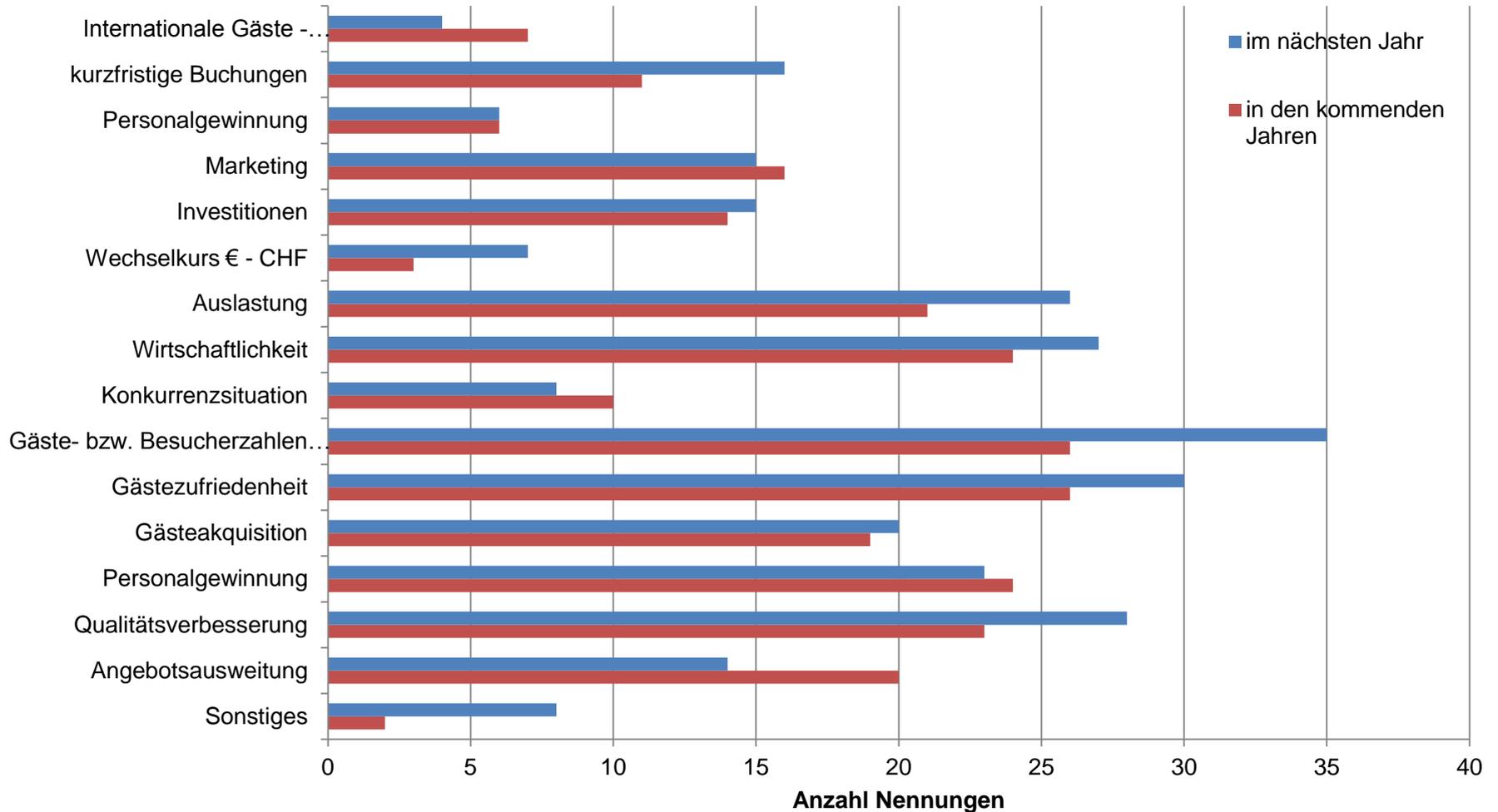
Modernisierungen planen rund 40% der Betriebe, andere Investitionsbereiche spielen eine deutlich geringere Rolle.

Aktuelle Geschäftslage und Prognose (alle)



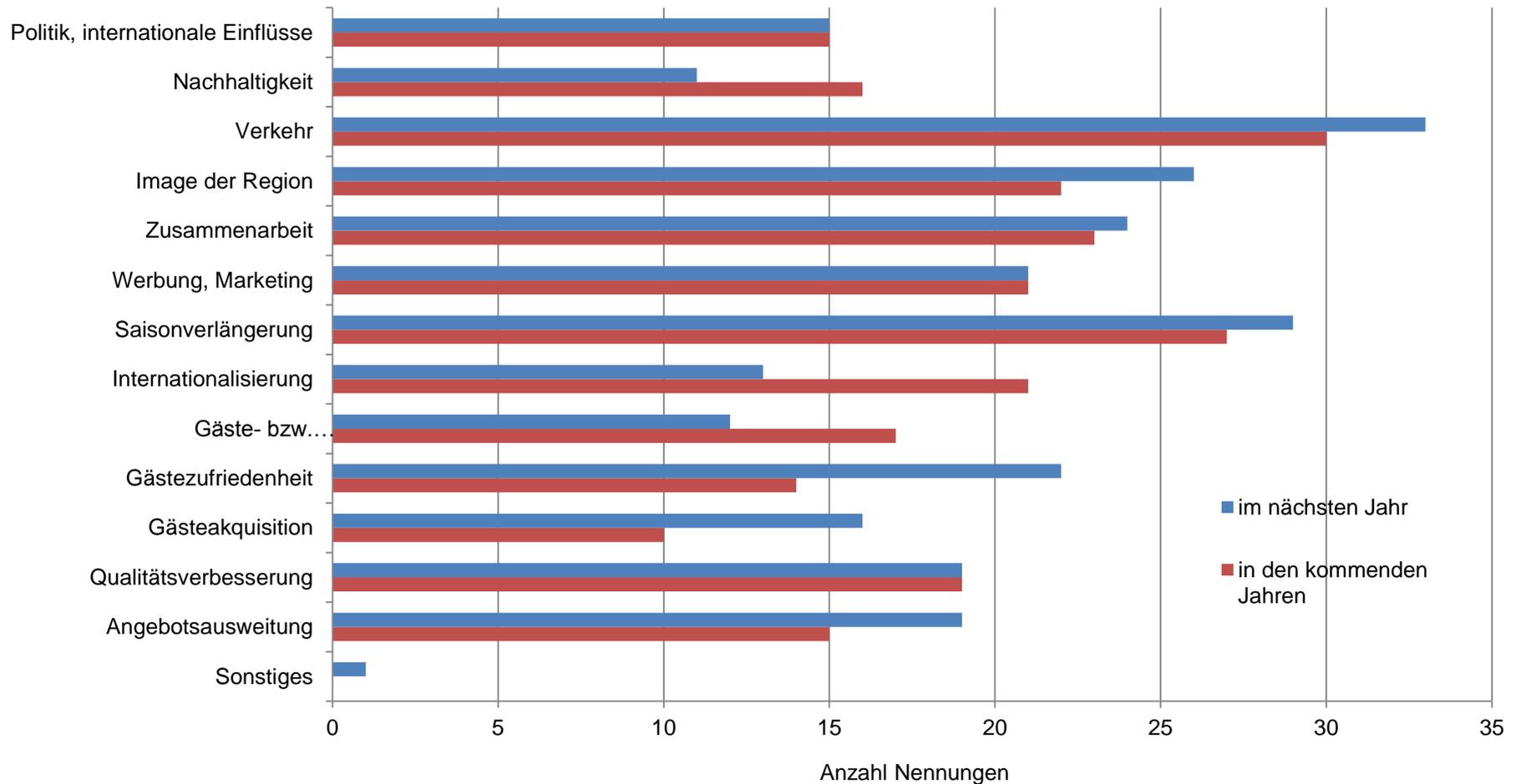
56% der Betriebe sehen die allgemeine Geschäftslage als unverändert an, für das kommende Jahr erwarten 37% Umsatzsteigerungen.

Herausforderungen für den Betrieb (alle)



Gäste- bzw. Besucherzahlen halten, die Gästezufriedenheit, Auslastung und wirtschaftliche Aspekte sind die grössten Herausforderungen.

Herausforderungen für den Tourismus in der internationalen Bodenseeregion



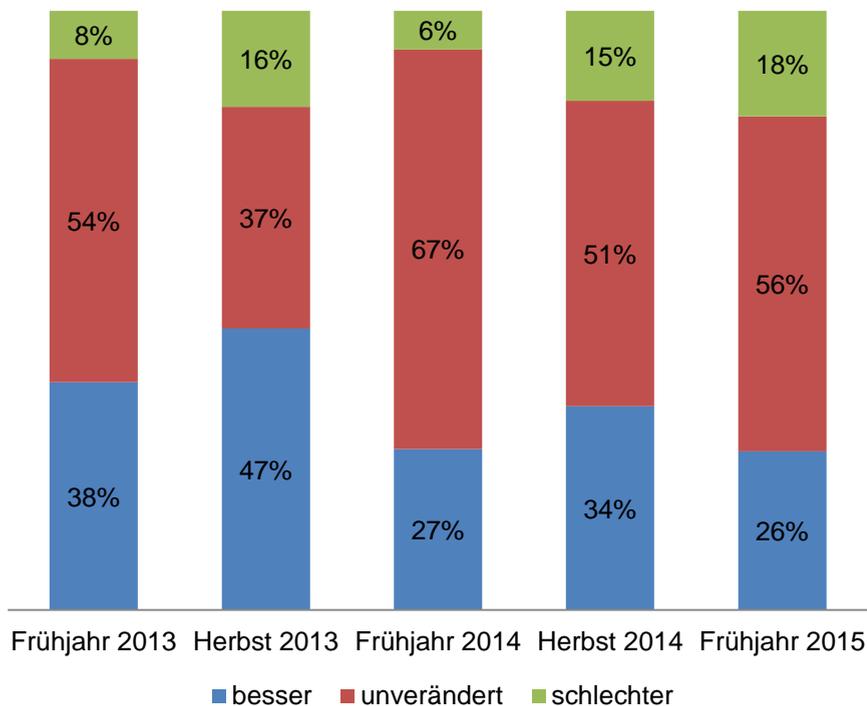
Der Verkehr und die Saisonverlängerung werden als grösste Herausforderungen für den Tourismus in der Bodenseeregion angesehen.

Anhang

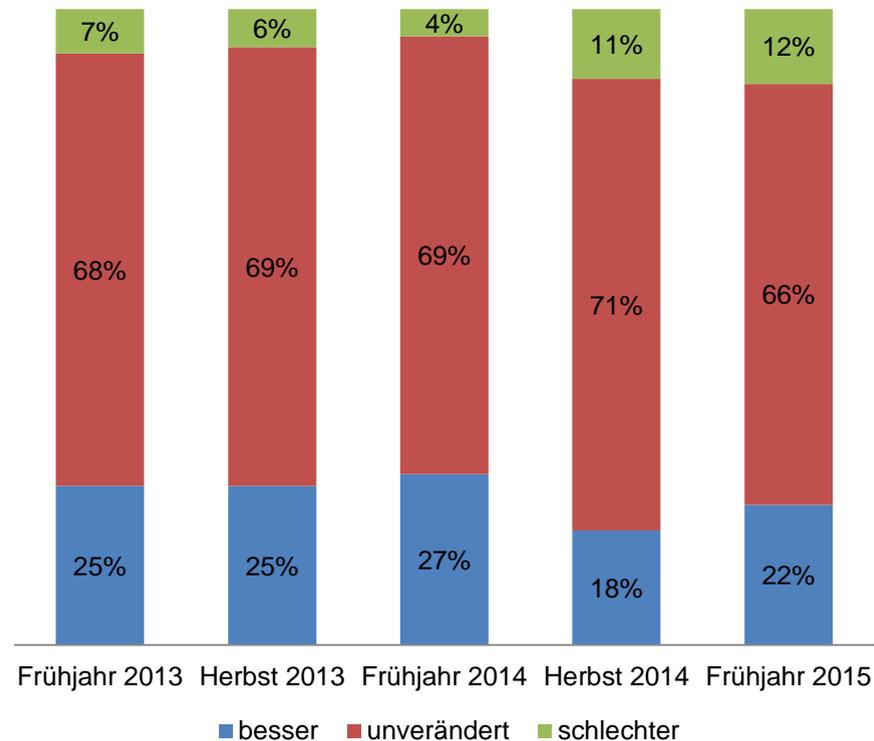
Vergleich ausgewählter Ergebnisse der Umfrage 2014 und 2015

Geschäftslage und Erwartungen

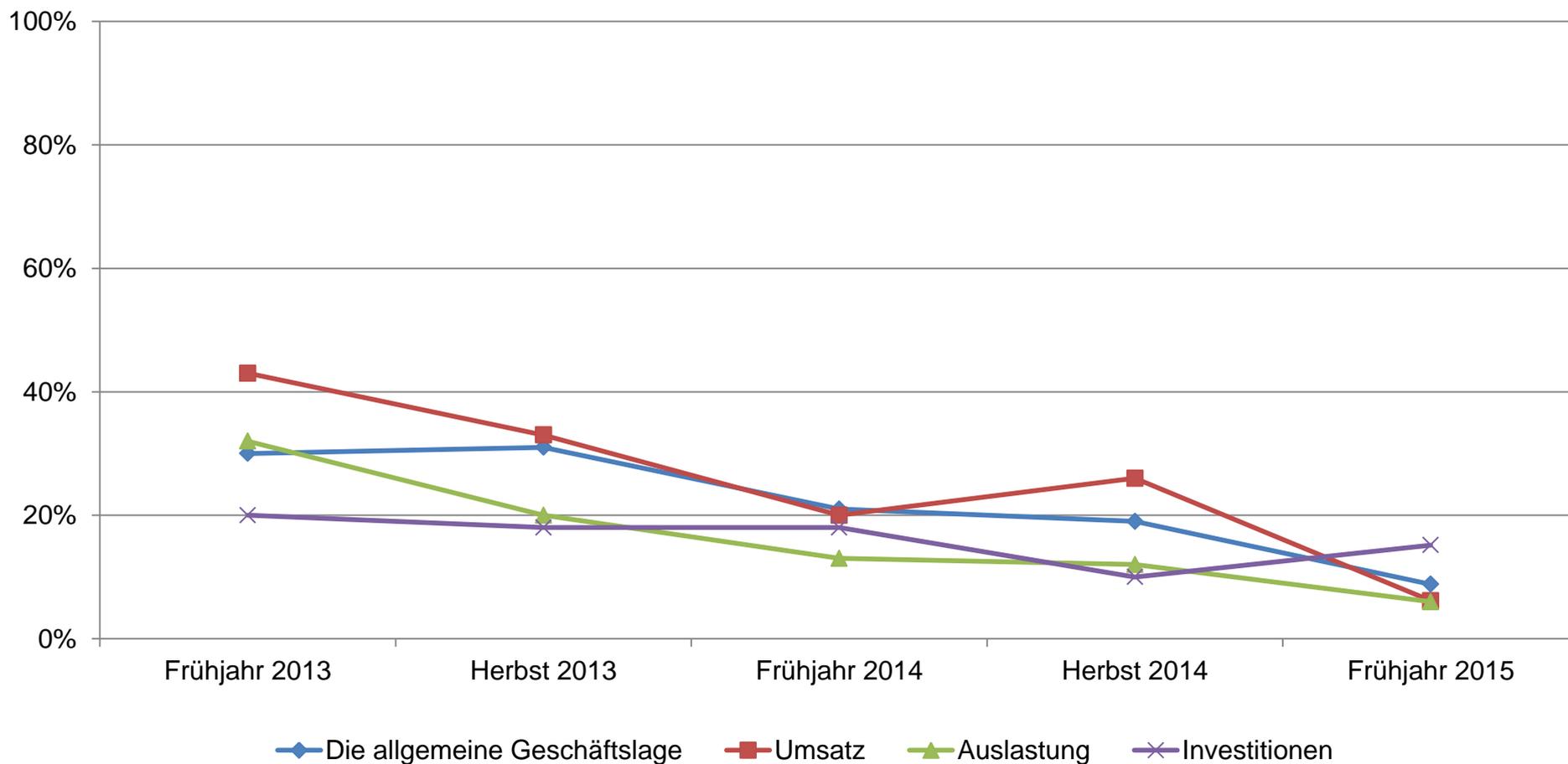
Allgemeine Geschäftslage im Vergleich zum Vorjahr



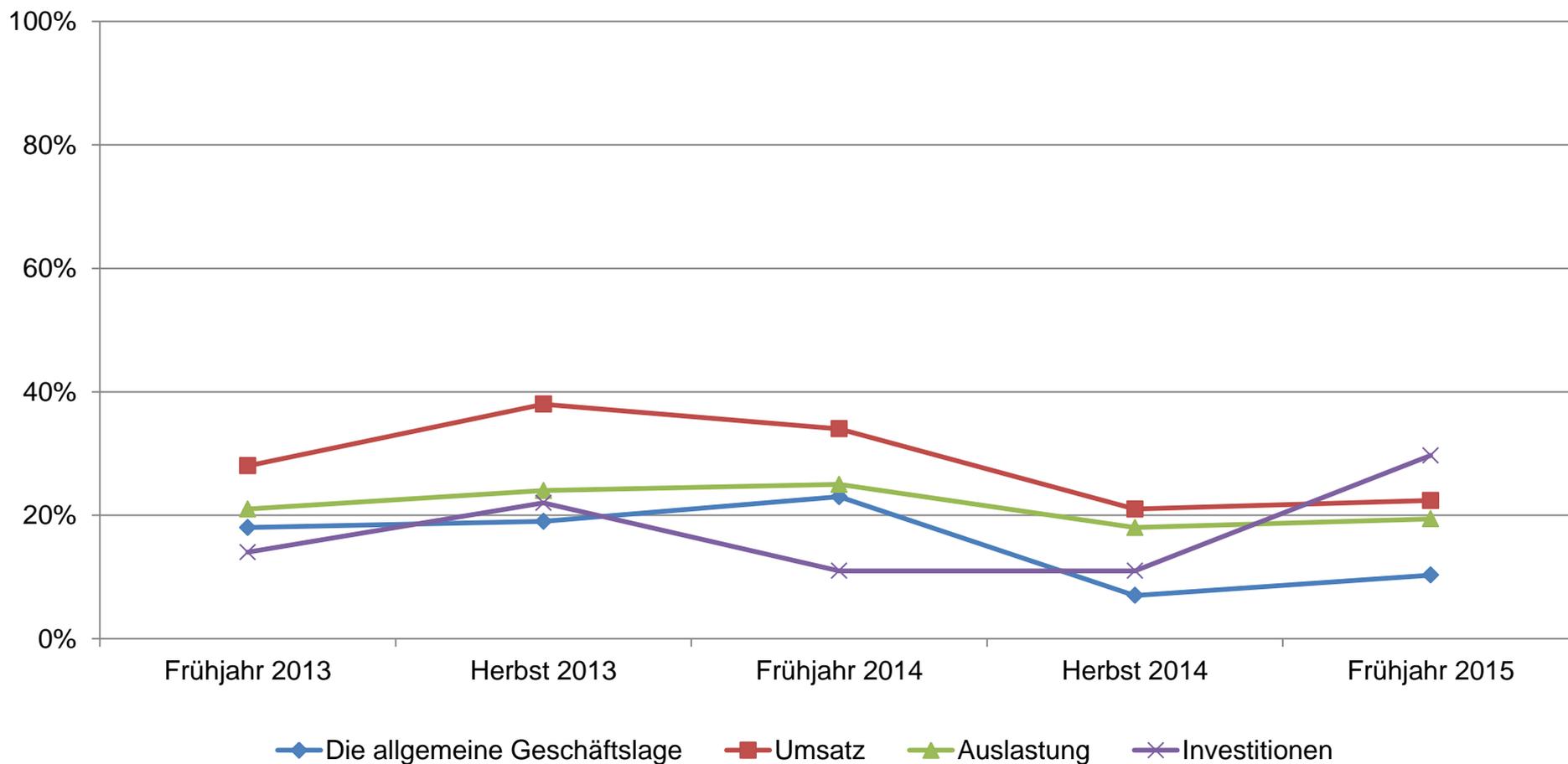
Prognose der Geschäftsentwicklung



Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr – Saldo der besser – schlechter Anteile

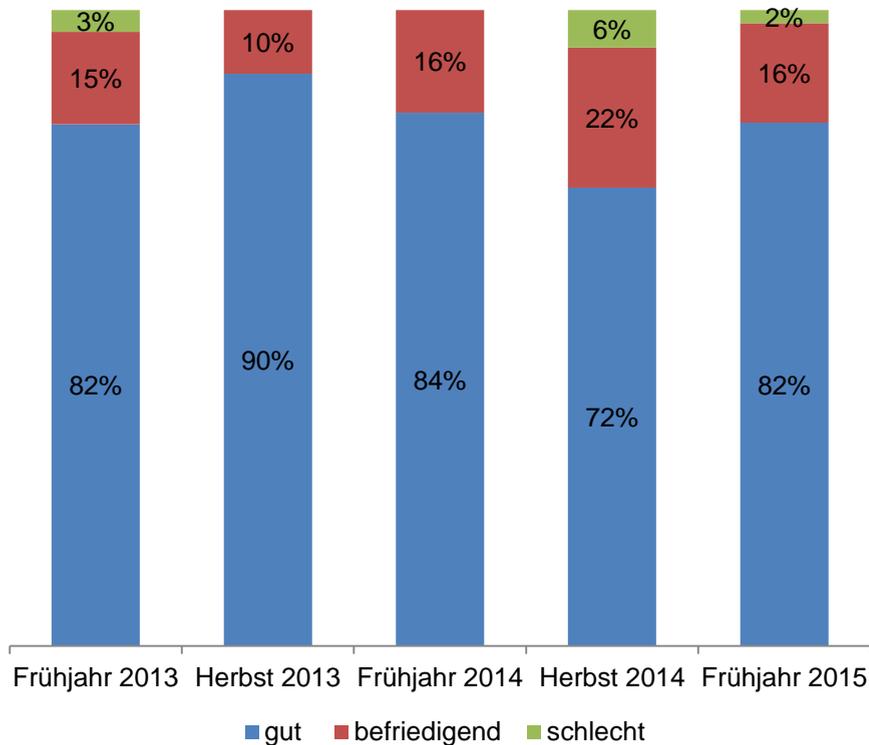


Prognose der Entwicklung – Saldo der besser – schlechter Anteile

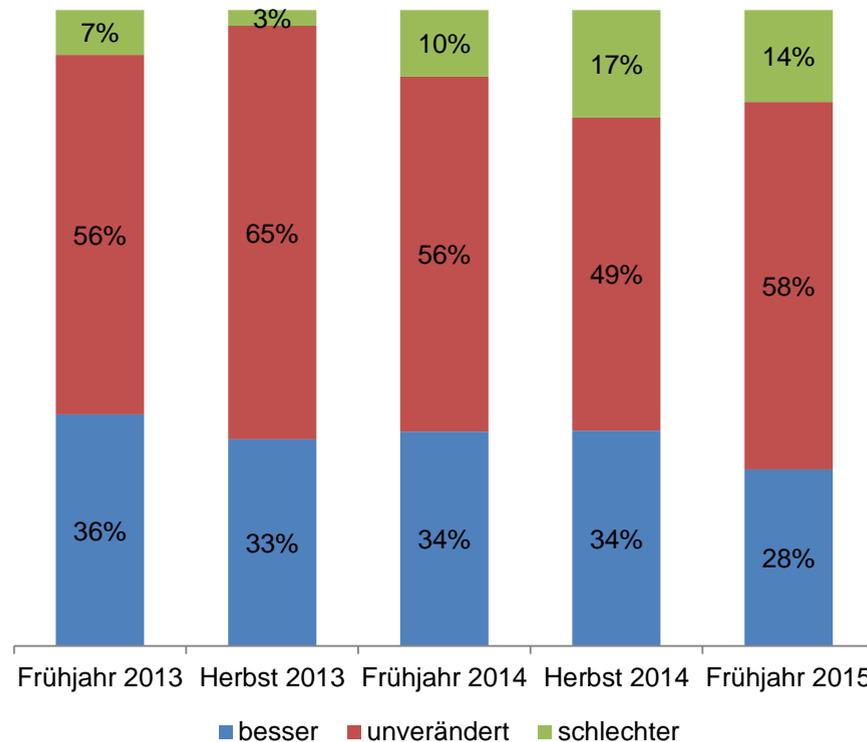


Saisonverlauf Hauptsaison und Vergleich zum Vorjahr

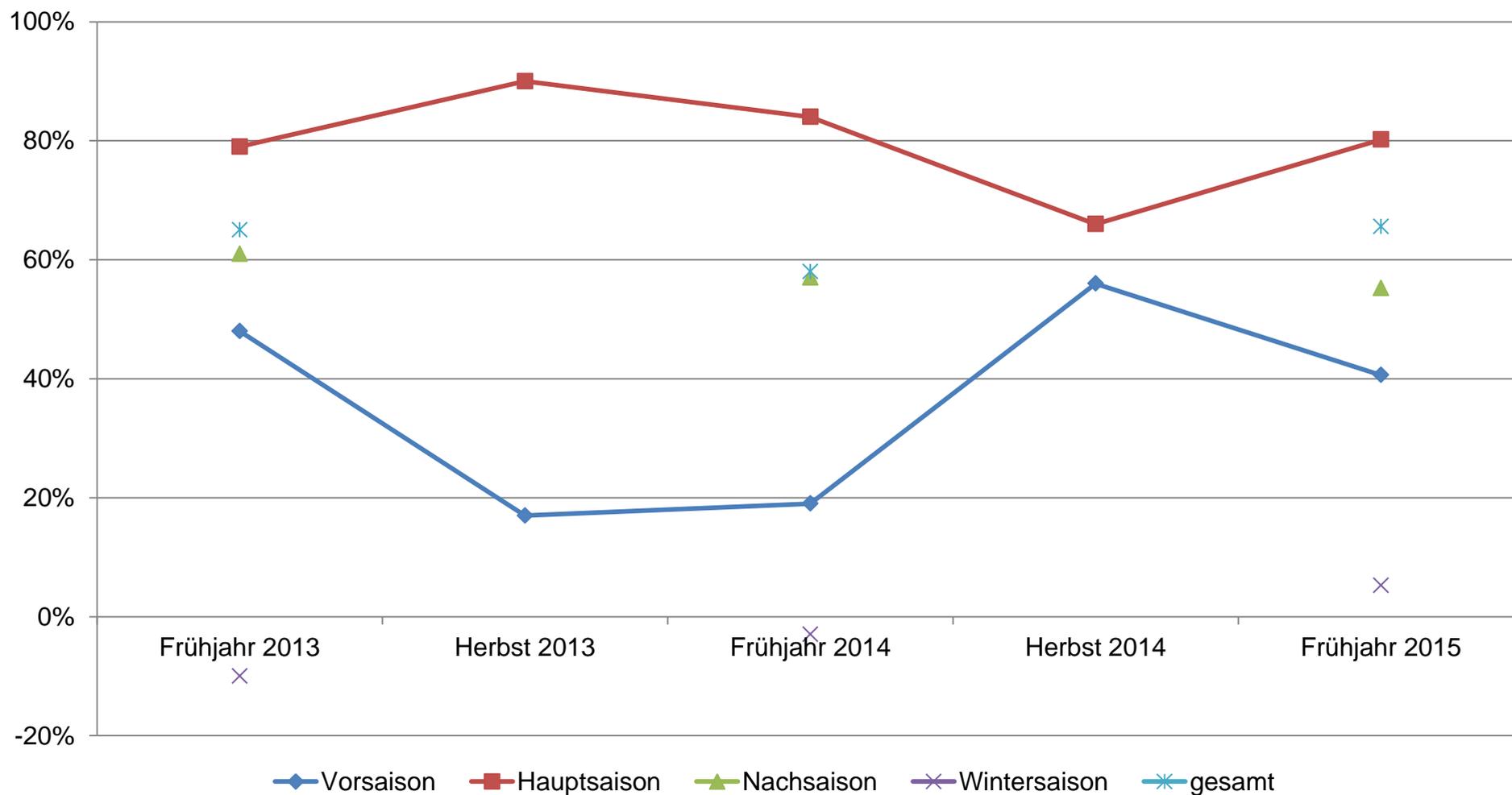
Verlauf Hauptsaison



Hauptsaison im Vergleich zum Vorjahr



Einschätzung Veränderung Saisonverlauf – Saldo der gut – schlecht Anteile



Einschätzung Saisonverlauf gegenüber dem Vorjahr – Saldo der besser – schlechter Anteile

