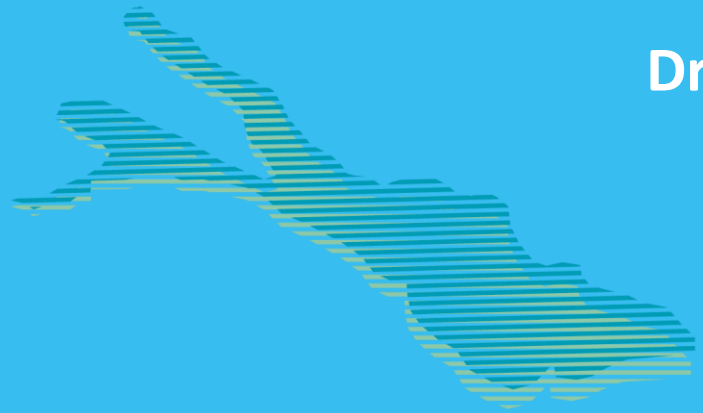
DenkRaumBodensee

Die Tourismusregion Bodensee – wohin geht die Reise ?

Dr. Roland Scherer



Kartause Ittingen, den 22. März 2018

Facts & Figures zum Tourismus am Bodensee

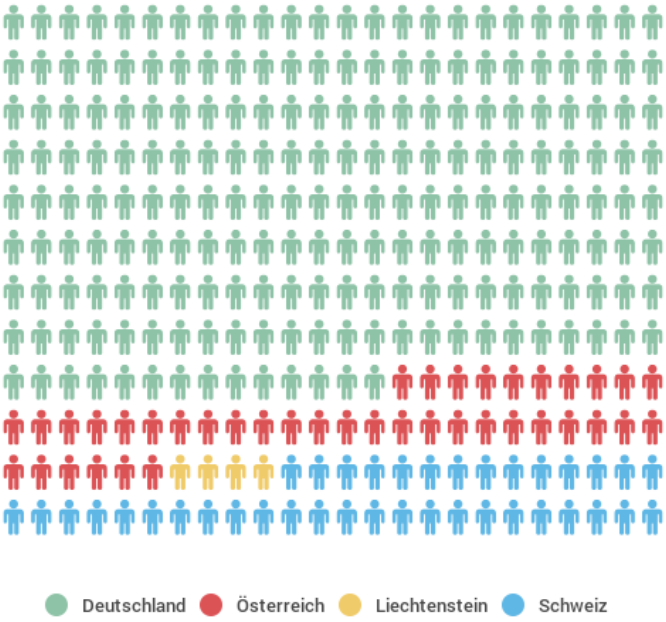
Das Wichtigste aus 2016 in Kürze

Anzahl Übernachtungsbetriebe	1.600
Anzahl Betten	94.600
Gästeankünfte	4,2 Mio.
Logiernächte	11,6 Mio.

bezogen auf das Gebiet der IBT-Gesellschafter

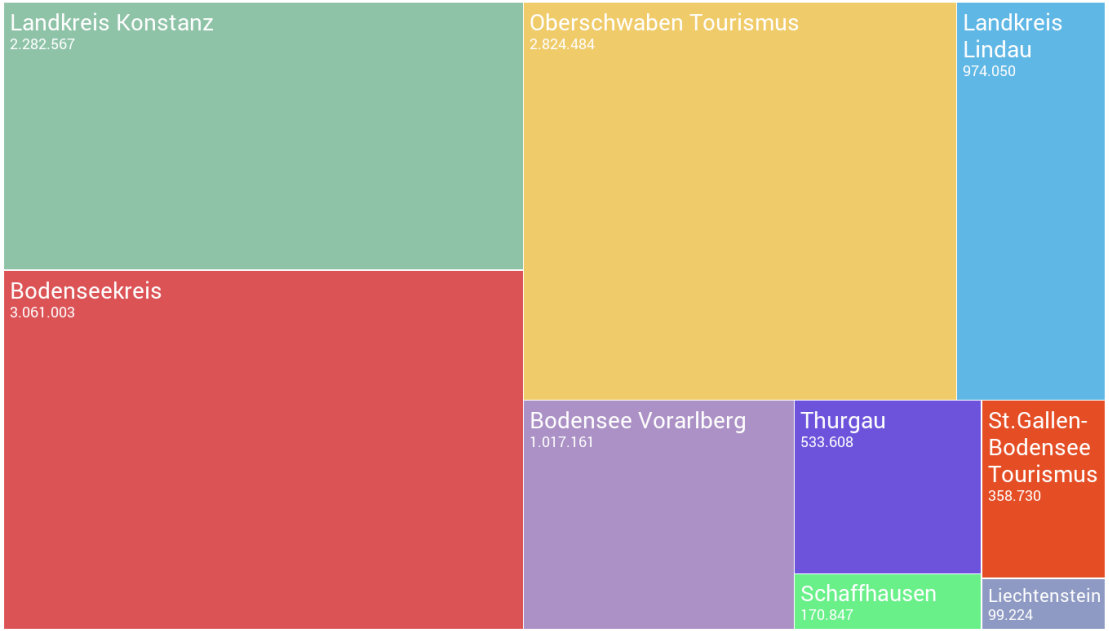
Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Die Logiernächte nach Ländern 2016



Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Logiernächte nach Destinationen 2016

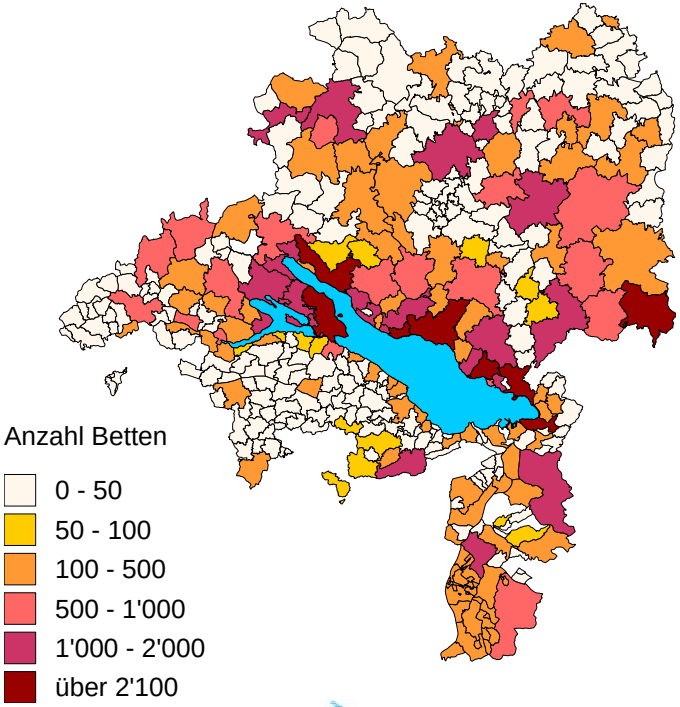


Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Die wichtigsten Tourismusorte 2016

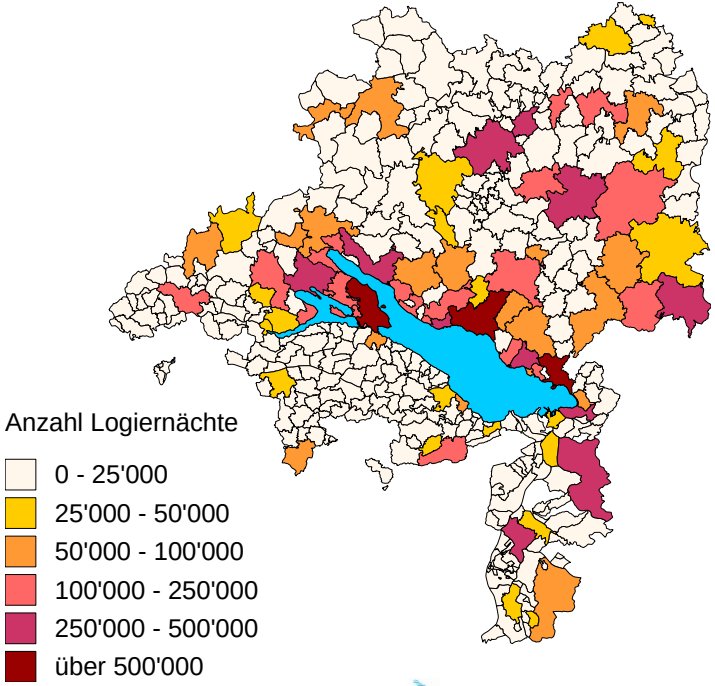
Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Anzahl Betten nach Gemeinden 2016



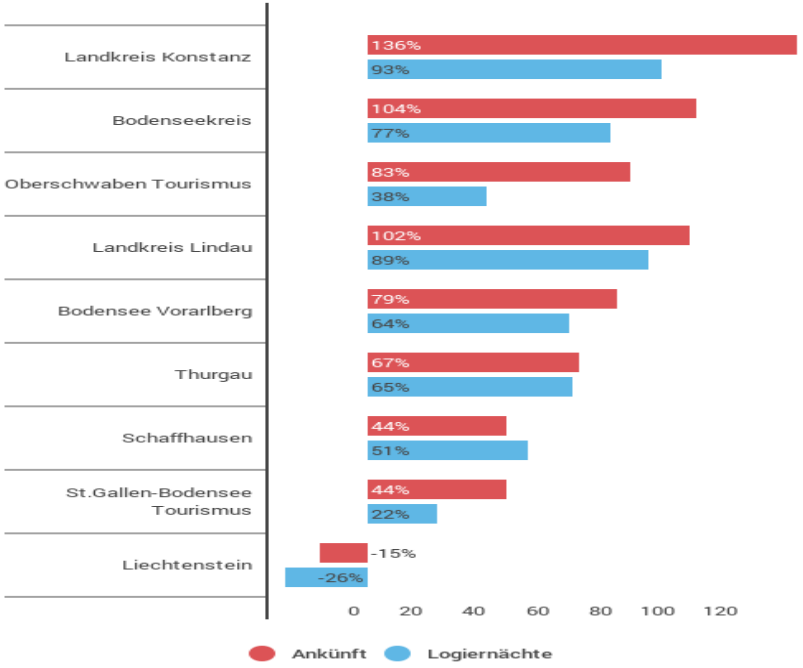
Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Nächtigungen nach Gemeinden 2016



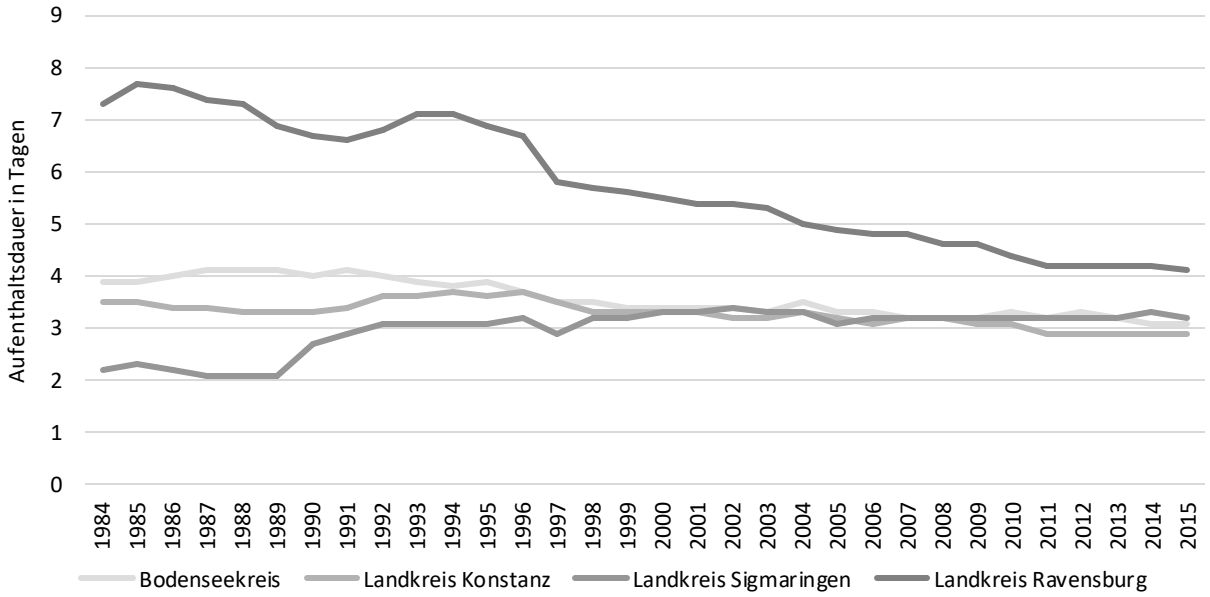
Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Die Veränderung der Logiernächte 1997-2016



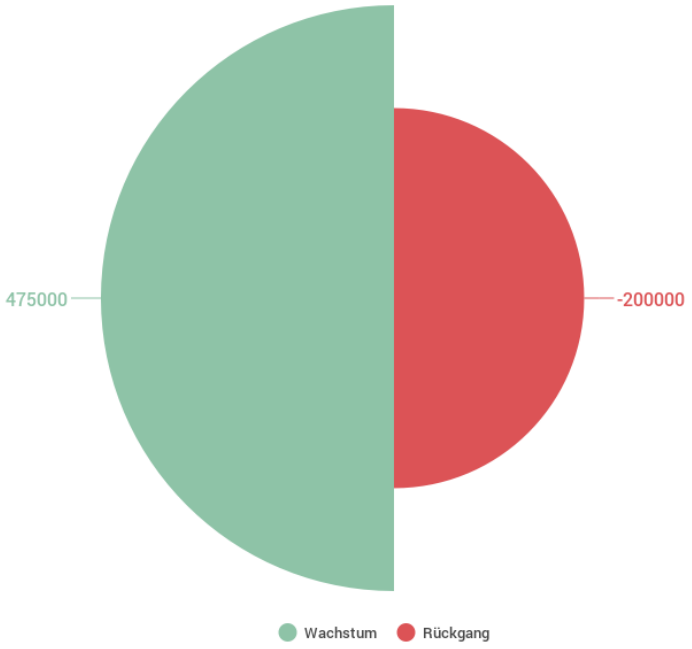
Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Langfristige Entwicklung der Aufenthaltsdauer



Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Die Veränderungsdynamik der Gemeinden 2015-2016

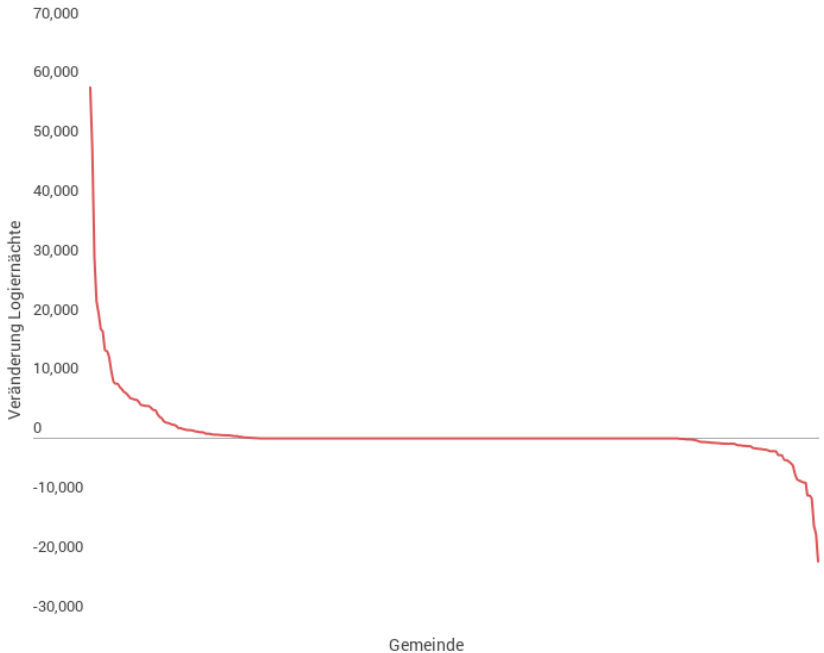


Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Die wichtigsten Wachstumstreiber 2016

Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Die Logiernächteveränderungen der Gemeinden 2016



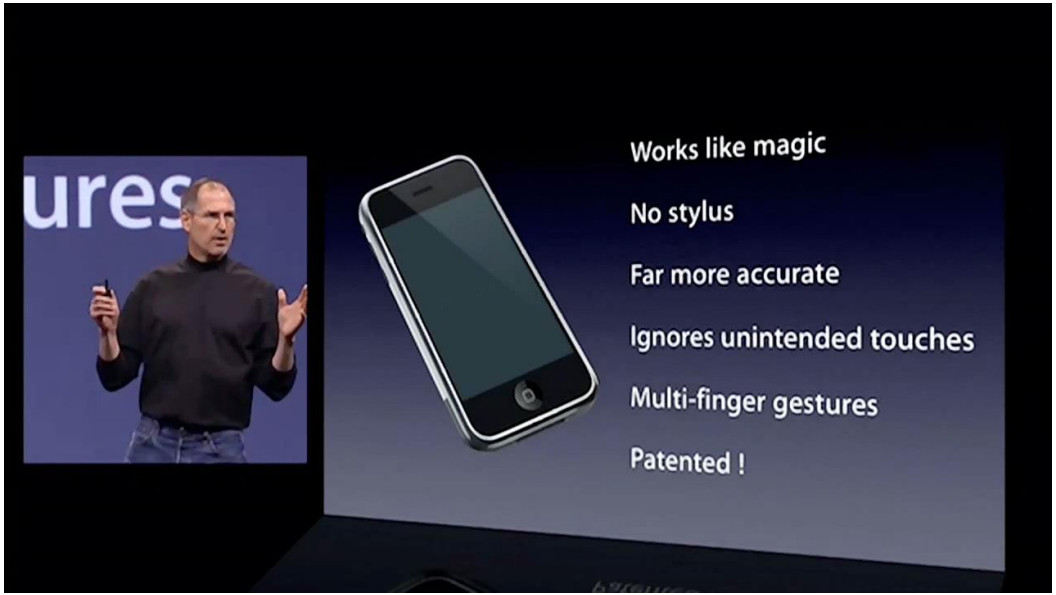
Quelle: Statistiken der Länder und Kantone

Ein erstes Fazit zur Tourismusregion Bodensee

- Der Tourismus am Bodensee hat sich in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt und die touristischen Kennzahlen sind stark gestiegen.
- Die Entwicklung verlief dabei aber sehr unterschiedlich: Zum einen bestehen erhebliche Differenzen zwischen dem deutschen und dem schweizerischen Bodenseeufer. Zum anderen verläuft die Entwicklung aber auch zwischen den einzelnen Gemeinden sehr unterschiedlich.
- Klarer Treiber der positiven Tourismusentwicklung sind die drei grösseren Städte am Bodensee, die allein für ein Drittel der Zuwächse verantwortlich sind. Zahlreiche Gemeinden dagegen zeigen trotzt dem gesamtregionalen Wachstum einen Rückgang der Besucherzahlen auf.
- Die Entwicklung des Tourismus am Bodensee ist klar angebotsgetrieben: Je mehr Kapazitäten desto mehr Logiernächte – bei gleichzeitiger Professionalisierung der Strukturen !!!
- Der Tourismus am Bodensee ist bislang NICHT internationalisiert und lebt bislang ausschliesslich vom DACH-Raum.

Aktuelle und zukünftige Herausforderungen

2007: Die Präsentation des iPhones



Paul Thurlby

Bevölkerungs-entwicklung
Wertewandel und gesellschaft-liches Engagement
Wissens-basierte Ökonomie
Globalisierung und Regionali-sierung
Digitalisierung
Klima und Ressourcen
Relevante Trends für Standorte

Bevölkerungsentwicklung: Trends

- **Wachstum der Weltbevölkerung** - aber Schrumpfung der Bevölkerung in den westlichen Industrienationen.
- **Alterung der Bevölkerung** und demografische Verwerfungen.
- **Anwachsende Migrationsströme**.
- **Weltweite Urbanisierung und Landflucht**.
- **Suburbanisierung und „Reurbanisierung“** in Europa.
- **Anpassung Infrastrukturen**: Notwendigkeit für angepasste Infrastrukturlösungen und Systeminnovationen für nachhaltige Stadtentwicklung.

Bevölkerungsentwicklung: Bedeutung für Tourismus

- **Veränderungen der Zielgruppen und der Nachfrage in den Zielmärkten:** Die Gruppe der (finanzstarken) Ü50-Jährigen wird in den kommenden Jahren gerade in den starken Stammmärkten stark zu nehmen. Ebenfalls wachsen wichtige Auslandsmärkte auf denen die Bodenseeregion bislang nicht vertreten ist.
- **Entwicklung neuer Produkte und Angebote:** Die stark wachsenden Zielgruppen haben grundsätzlich neue Anforderungen an ihre Urlaubs- und ihre Freizeitgestaltung .
- **Personal- und Fachkräfterekrutierung:** Auch für den Tourismus wird sich aufgrund des demografischen Wandels, aber auch veränderter Lebenseinstellungen die heute schon prekäre Situation auf dem Arbeitsmarkt weiter verschärfen.
- **Städte als Konkurrenz:** Die Attraktivität der Metropolräume nimmt auch im Tourismus ständig zu. Gerade bei den starken Zielgruppen steht der Bodensee in zunehmender Konkurrenz mit den globalen Metropolen.

Wertewandel: Bedeutung für den Tourismus

- **Kundenspezifische Produkte und Angebote**: Auch touristische Unternehmen werden eine zunehmende Individualisierung und Personalisierung von Angeboten gewährleisten und damit auf die immer individuelleren und multioptionalen Kundenbedürfnisse eingehen müssen.
- **Unternehmen als Arbeitgeber**
- **Neue Geschäftsmodelle**: Auch im Tourismus entstehen neue kollaborative Wirtschaftsformen, z. B. im Bereich der Sharing Economy. Dies gilt sowohl für kommerzielle Geschäftsmodelle als auch für nicht-kommerzielle Angebote. Diese lösen, wie im Bereich der Buchungsplattformen, bestehende Modelle ab.
- **Stellenwert des Tourismus**: Die gesellschaftliche Akzeptanz von wirtschaftlichen Aktivitäten nimmt auch im Tourismussektor ab.

Globalisierung und Regionalisierung: Bedeutung für den Tourismus

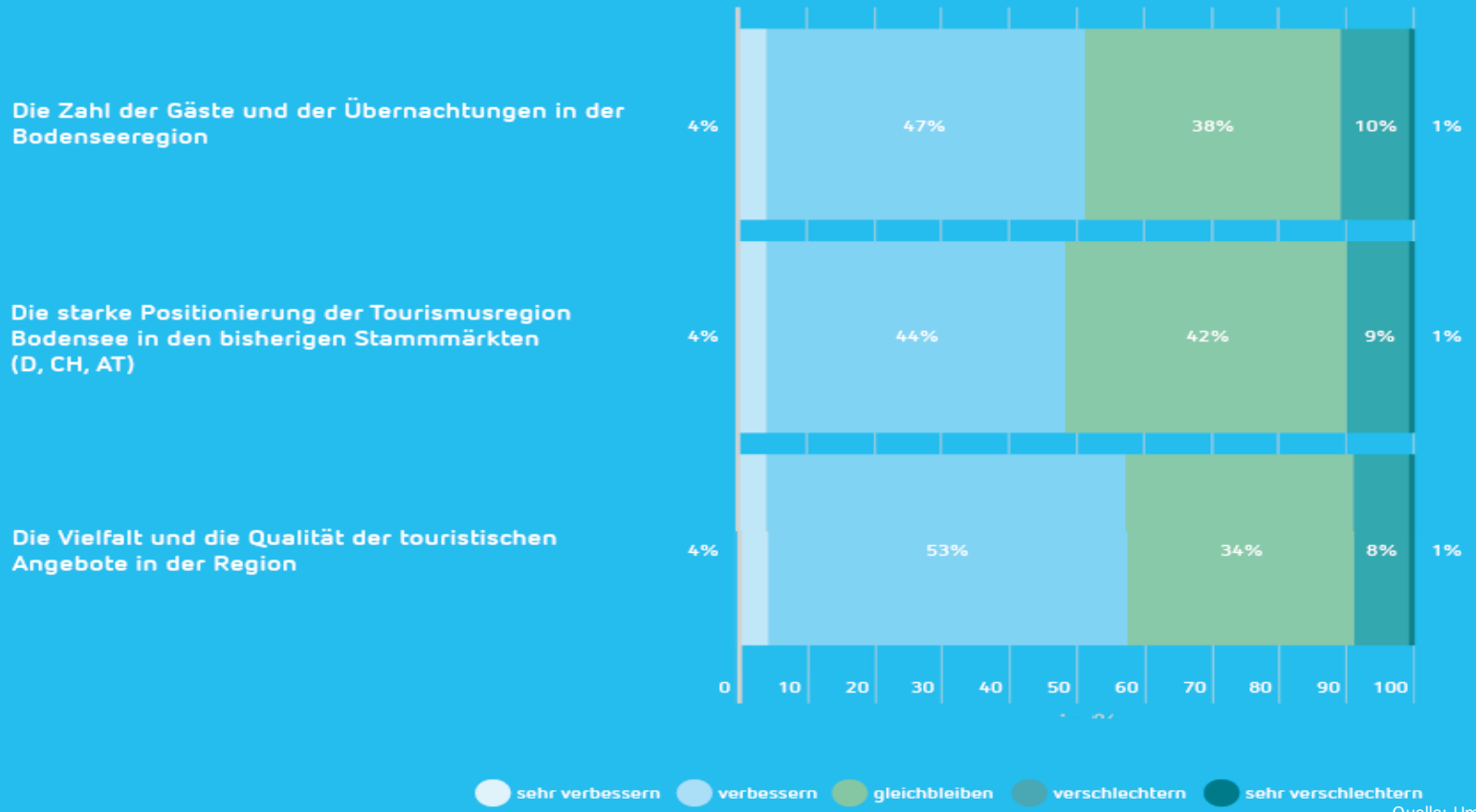
- **Internationalisierung**: Die Internationalisierung schreitet beim Incoming als auch beim Outgoing rasant voran und die weltweite Reisetätigkeit nimmt sprunghaft zu. Systembedingt besteht eine sehr hohe Standort-gebundenheit und das Produkt kann nicht verlagert werden.
- **Regionalisierung**: Veränderungen bei den Reisegewohnheiten führen zum Bedeutungsverlust des „klassische“ Jahresurlaub. Parallel zum Anstieg der internationalen Reisen findet dabei eine Wiederentdeckung der Heimat stattfindet.
- **Vulnerabilitäten**: Mit der internationalen Verflechtung steigt die Anfälligkeit für globale Dominoeffekte und das Thema Sicherheitsrisiken nimmt massiv zu, wovon vermeintlich „sichere“ Destinationen profitieren.
- **Diversität im Tourismus**: Mit der Internationalisierung der Gäste entstehen auch neue Anforderungen an den Tourismussektor, z.B. Sprachkompetenzen sowie interkulturelle Kompetenzen.

Digitalisierung: Bedeutung für den Tourismus

- **Neue Verkaufs- und Vertriebsmodelle**: Durch das Auftauchen neuer Buchungsplattformen verändern sich die bislang bestehenden Verkaufs- und Vertriebskanäle fundamental. Die Gästeindividueller als in der Vergangenheit ihre gewünschten Angebote suchen und gleichzeitig auch kaufen.
- **Neue Informationswege**: Das Informationsverhalten der Gäste wird durch die neuen Plattformen und Bewertungsportale individueller und damit zusammenhängend werden auch die Verhaltensentscheidungen immer kurzfristiger: Es wird aufgrund der aktuell und individuell vorhandenen Informationen jeweils das optimale Angebot gewählt.
- **Risikoschutz**: Mit der zunehmenden Digitalisierung sind wachsende Herausforderungen für Datenschutz, Schutz des intellektuellen Kapitals sowie die Sicherheit der Unternehmensdaten verbunden. Von zentraler Bedeutung wird der Umgang mit negativer oder gar herabwürdigender Kritik sein.

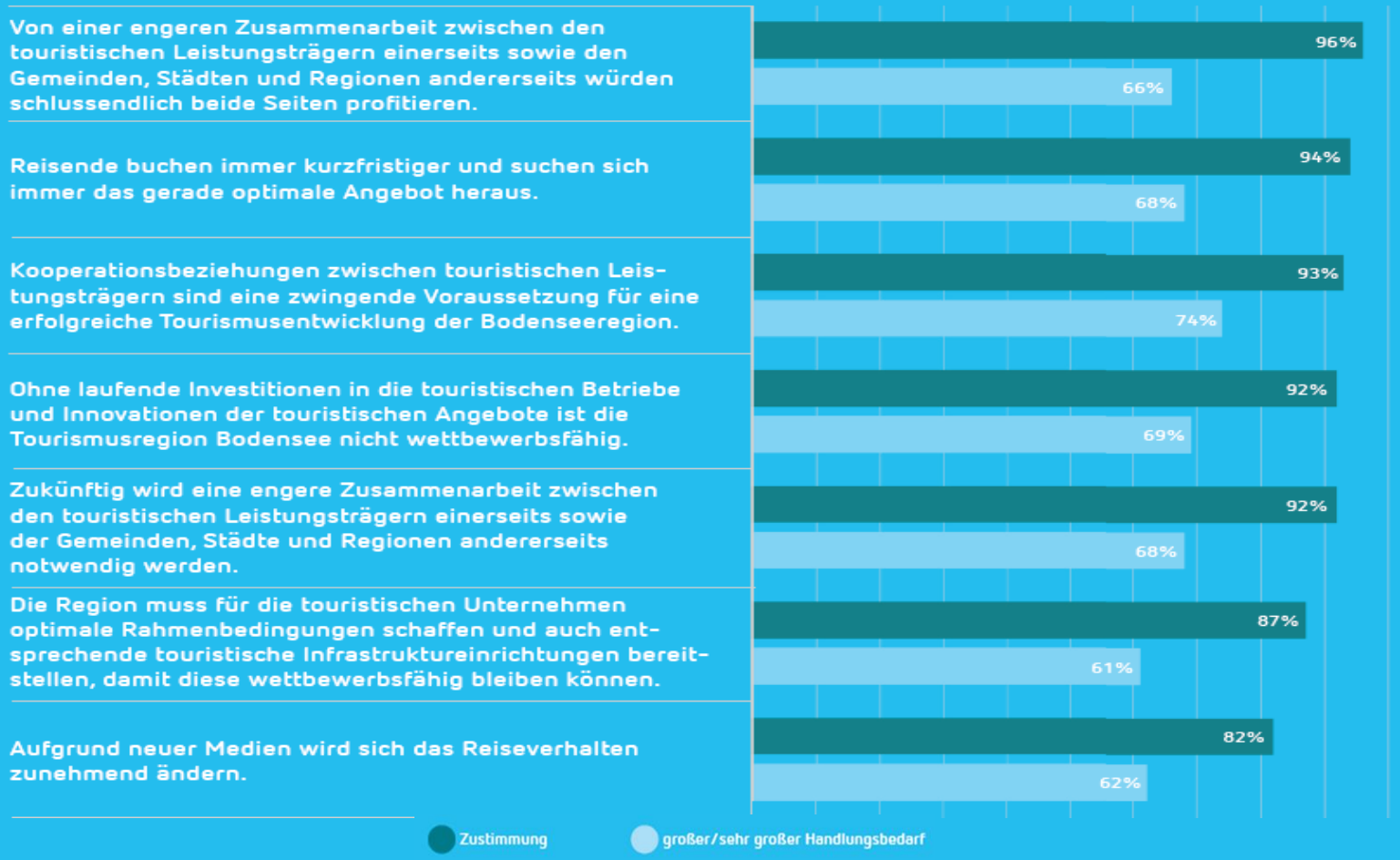
Die Bedeutung der Trends für die Bodenseeregion

Tourismus:
Wie wird die zukünftige Entwicklung in der Region eingeschätzt?



Quelle: Umfrage Bodensee 2030

Was wird für die Zukunft der Region als wichtig angesehen?



Quelle: Umfrage Bodensee 2030

Rang	Handlungsempfehlungen	lokale Ebene	regionale Ebene	Bodenseeraum
1	Die (grenzüberschreitende) Vernetzung der touristischen Angebote ausbauen.	–	10%	90%
2	Attraktive Tarifangebote für den öffentlichen Verkehr in Verbindung mit touristischen Angeboten schaffen.	–	9%	91%
3	Die grenzüberschreitende Kooperation beim touristischen Marketing intensivieren.	3%	8%	90%
4	Neue touristische Ganzjahresangebote initiieren.	4%	33%	63%
5	Touristische Angebote mit den Freizeitangeboten der regionalen Bevölkerung verknüpfen.	9%	53%	38%

Herausforderungen für den Bodensee-Tourismus

Die zentralen Handlungsfelder der Zukunft aus Sicht der regionalen Stakeholder

- **Grenzüberschreitende Kooperation im Tourismus**: Die Bodenseeregion mit ihren unterschiedlichen touristischen Teilräumen muss weiterhin über die Grenzen hinweg zusammenarbeiten und sich als ein wettbewerbsfähiger Gesamtraum positionieren. Eine enge Kooperation zwischen den touristischen Leistungsträgern untereinander und mit den Gemeinden, Städten und Regionen ist dafür eine zwingende Grundlage. (*Zustimmung 99%)*

- **Digitalisierung berücksichtigen**: Die fortschreitende Digitalisierung wird auch das Freizeit- und Reiseverhalten der Menschen grundsätzlich verändern. Das Entstehen neuer Buchungsformen, das immer kurzfristigere Entscheidungsverhalten bei der Reisewahl oder auch das Informationsverhalten vor Ort sind nur einige Ausprägungen dieses Wandels. Gerade aufgrund der Grenzraumsituation mit ihren unterschiedlichen tariflichen Angeboten muss die touristische Bodenseeregion frühzeitig auf die Digitalisierung reagieren und die entsprechenden Rahmenbedingungen bzw. Angebote schaffen. (*Zustimmung 98%)*

Die zentralen Handlungsfelder der Zukunft aus Sicht der regionalen Stakeholder

- **Strukturwandel aktiv begleiten**: Im Tourismussektor wird auch in der Bodenseeregion ein grundsätzlicher Strukturwandel im Bereich der Beherbergungsbetriebe und bei anderen Leistungsträgern stattfinden. Um in diesem Strukturwandel bestehen zu können, sind zwingend Innovationen und Investitionen in die touristischen Angebote notwendig. Nur so kann die Tourismusregion Bodensee wettbewerbsfähig bleiben. Die öffentliche Hand muss diesen Strukturwandel aktiv begleiten und die entsprechenden Innovationen fördern. (*Zustimmung 95%)*

- **Neue Angebote im Zeichen des demografischen Wandels**: Die touristische Entwicklung in der Bodenseeregion wird stark durch den demografischen Wandel und die Alterung der Gesellschaft beeinflusst werden. Vor allem in den deutschsprachigen Stammmärkten wird es zu starken Veränderungen kommen, die langfristig zu einem absoluten Rückgang der potenziellen Kunden in den relevanten Zielgruppen führen werden. Die Tourismusregion Bodensee muss darauf mit der Schaffung entsprechender neuer Angebote und der Erschließung neuer Märkte reagieren. (*Zustimmung 90%)*

Die zentralen Handlungsfelder der Zukunft aus Sicht der Wissenschaft

Kundenorientierte Innovation

Die touristischen Angebote in der Bodenseeregion müssen laufend weiterentwickelt werden und sich dabei an den aus den übergeordneten Trends resultierenden neuen Kundenbedürfnissen orientieren.

Ein Stichwort ist hier z. B. die Digitalisierung, aus der komplett veränderte Buchungsabläufe resultieren sowie die gesamte Bewegung des Gastes vor Ort durch individuelle digitale Informationen.

Andere Stichworte sind der gesellschaftliche Wertewandel, der zu neuen Formen des Reisens führt oder auch der Klimaschutz, der nach neuen Mobilitätsformen und Angeboten verlangt.

In all diesen Bereichen zeichnet sich ein erheblicher Innovationsbedarf für die Bodenseeregion ab.

Die zentralen Handlungsfelder der Zukunft aus Sicht der Wissenschaft

Kooperation und Wettbewerb

Der Bodenseetourismus ist bislang sowohl bei den Leistungsträgern als auch bei den Destinationsmanagementorganisationen durch sehr kleinteilige Strukturen gekennzeichnet.

Durch eine intensive Kooperation zwischen den verschiedenen Akteuren können hier vielfältige Potenziale genutzt werden, um weiterhin auf dem bestehenden Wachstumspfad zu bleiben.

Dies gilt vor allem für die Angebotsentwicklung, das „Schnüren“ von Packages und für die internationale Vermarktung.

Aufgrund der starken teilregionalen Unterschiedlichkeiten ist aber ein gewisser Grad an Wettbewerb zwischen den verschiedenen Räumen ebenso wünschenswert wie der Wettbewerb zwischen verschiedenen Leistungsträgern. Koopetition kann hier eine Lösung für die Zukunft darstellen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit