

# „Zahlen versus Wertschöpfung“

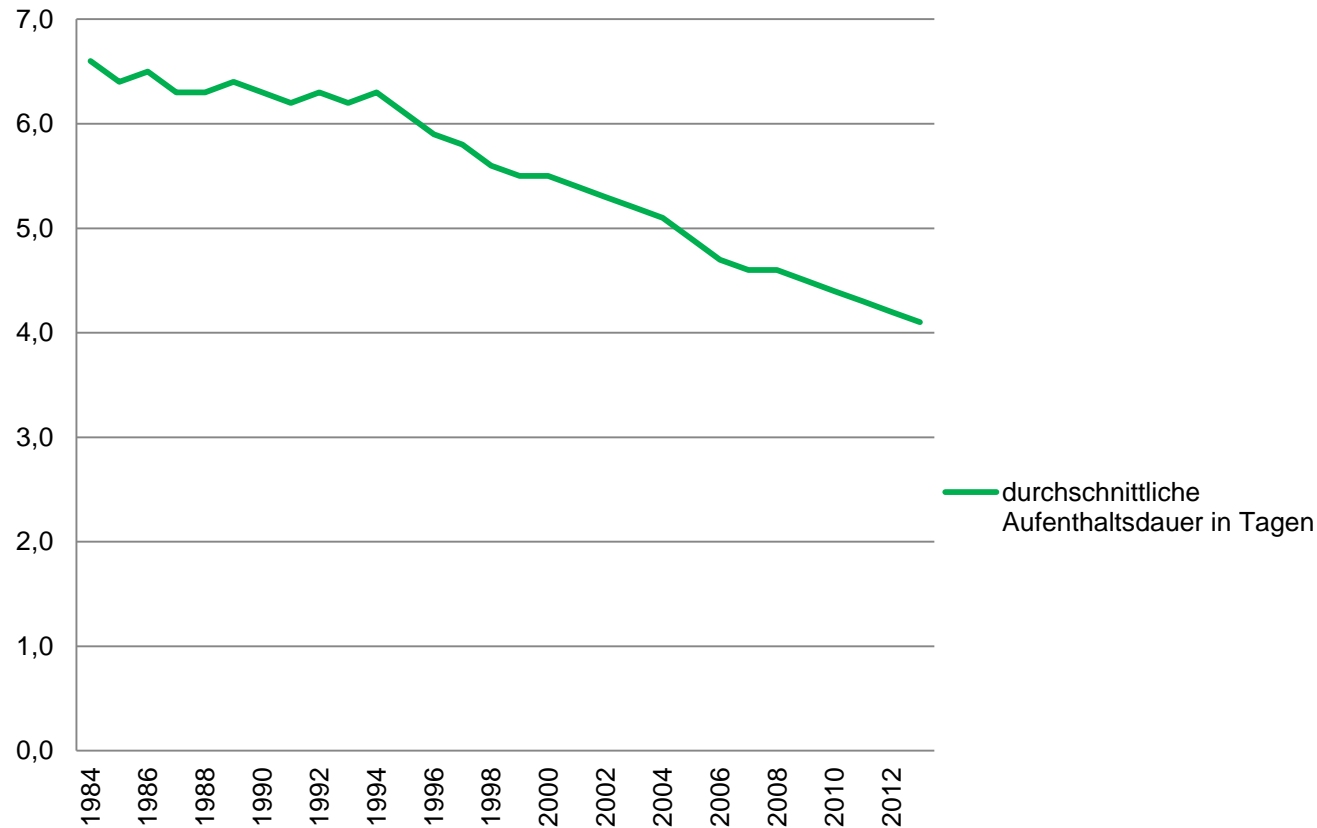
Die Notwendigkeit von Innovation und touristischen Leuchttürmen für den Bayerischen Wald



# Tourismusentwicklung 1984 bis 2013

Die Aufenthaltsdauer ist von 6,6 auf 4,1 Tage  
und damit um 40% gesunken!!!

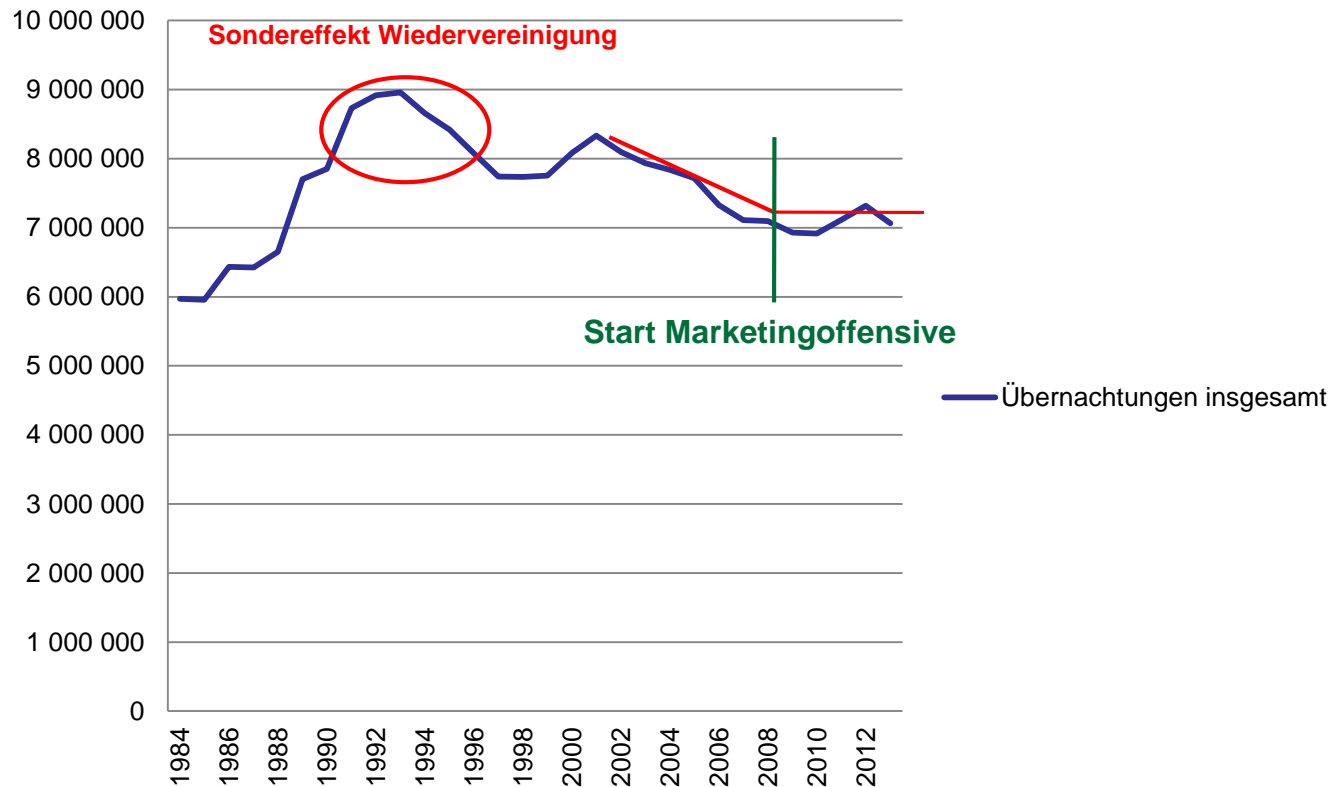
durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen



# Tourismusentwicklung 1984 bis 2013

Die Zahl der Übernachtungen ist um 18% höher als 1984,  
aber um 27% niedriger als 1993!!!

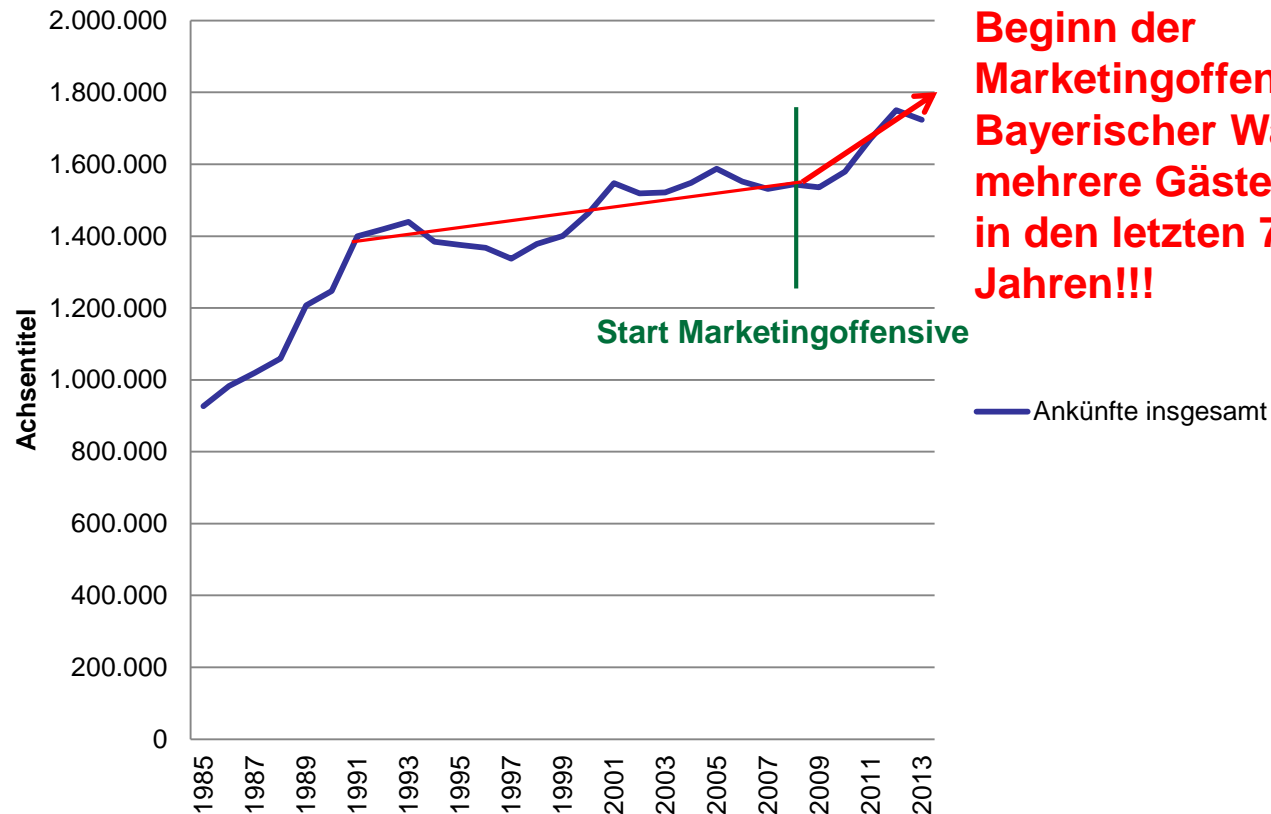
## Übernachtungen insgesamt



# Tourismusentwicklung 1984 bis 2013

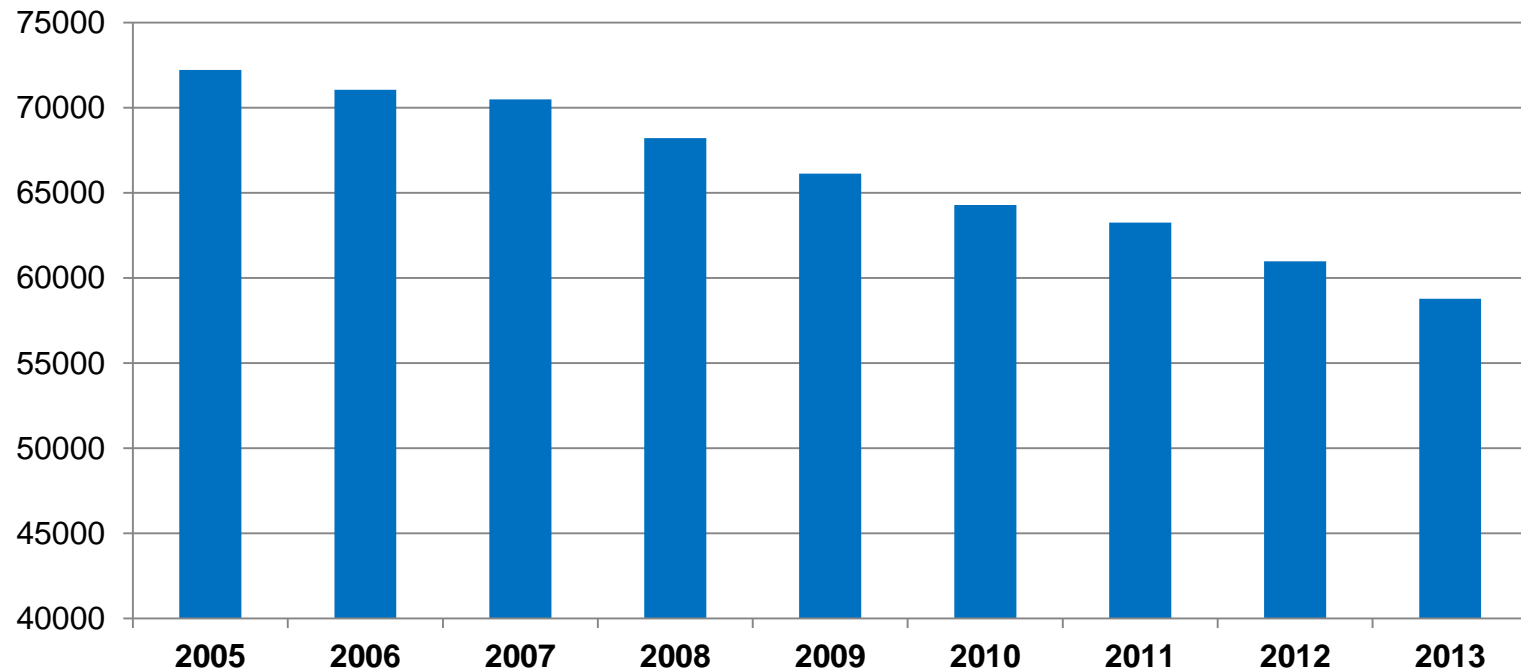
Die Zahl der Gäste im Bayerischen Wald ist um 90 % gestiegen!!!

## Ankünfte insgesamt



# Entwicklung der gewerblichen Betten von 2005 bis 2013

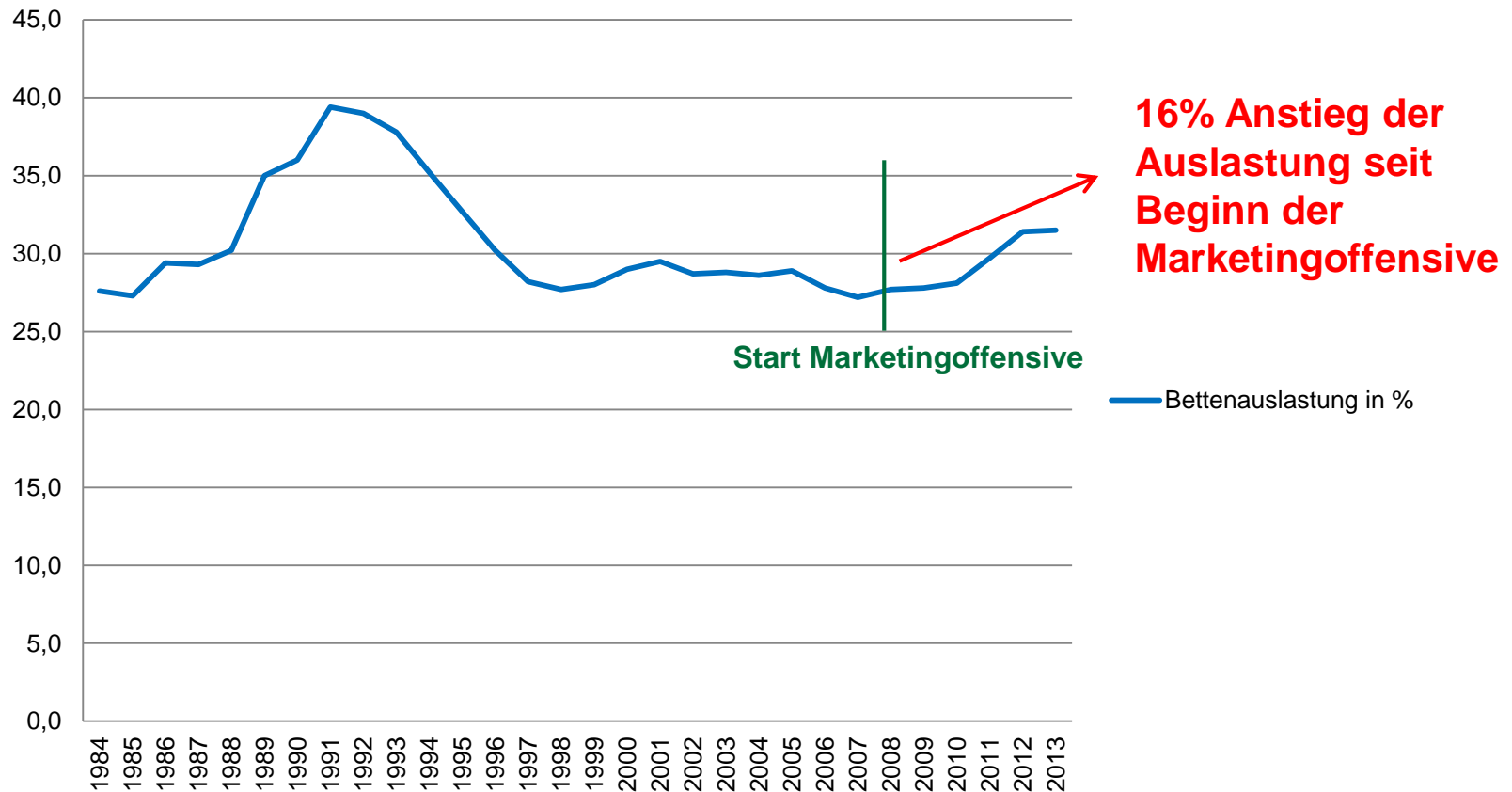
**Bayerischer Wald 2005 - 2013:  
angebotenen Betten**



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

# Entwicklung der Auslastung von 1984 bis 2013

## Bettenauslastung in %





# Touristische Wertschöpfung in Ostbayern\*

**1998**

**2,05 Mrd. Euro** Bruttoumsatz bei 23 Mio. Übernachtungen

**2010**

**4,35 Mrd. Euro** Bruttoumsatz bei 19 Mio. Übernachtungen

davon **1,1 Mrd. Euro im Bayerischen Wald**

⇒ + 115 %

⇒ + **85 %** (inflationsbereinigt) bei 17 % weniger Übernachtungen

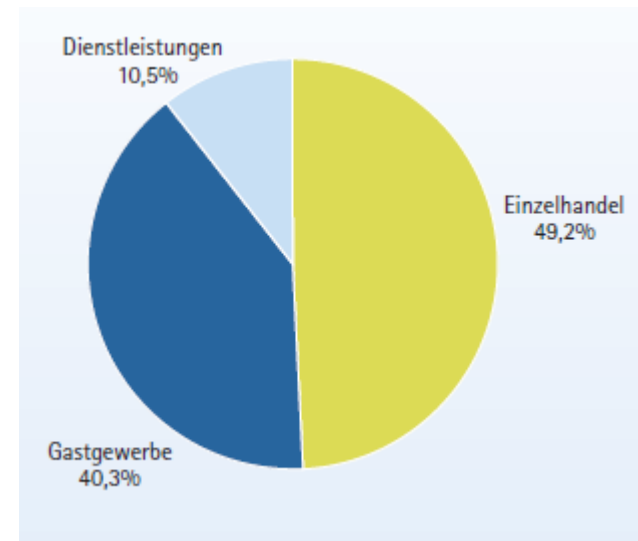
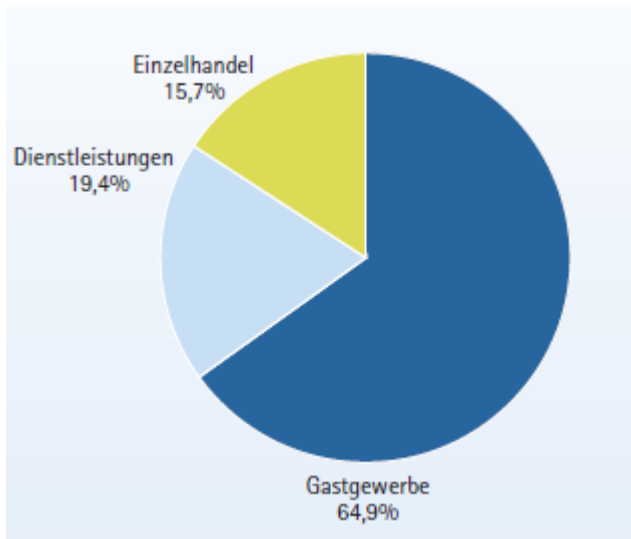
\* Quelle: Studie Wirtschaftsfaktor Tourismus in Niederbayern und der Oberpfalz 2010, dwif , IHK Niederbayern und IHK Oberpfalz;  
Studie Wirtschaftsfaktor Tourismus Ostbayern 1999, dwif

# Wer verdient am Tourismus im Bayerischen Wald?



Übernachtender Tourismus  
insg. 786 Mio Euro

Tagesbesucher  
insg. 326 Mio Euro



26.500 Personen leben vom Tourismus (Einkommenäquivalent)  
24,4 Mio Steueraufkommen für die Kommunen im Bayerischen Wald



# Zahlen versus Wertschöpfung 1998 zu 2010



<b>Aufenthaltsdauer</b>	<b>- 21 %</b>
<b>Übernachtungen</b>	<b>- 10 %</b>
<b>Ankünfte</b>	<b>+ 14 %</b>
<b>Wertschöpfung*</b>	<b>+ 85 %</b>

\* Wertschöpfungssteigerung Tourismus in Ostbayern



## Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft

- Steigender Konkurrenzdruck sowohl auf der Destinations- als auch der Betriebsebene trifft auf kleinteilige und oftmals semiprofessionelle Betriebsstruktur sowie auf zersplitterte Organisationsstrukturen im öffentlichen Tourismus
- Investitionsstau auf Betriebsebene
- Rasante Veränderungen in der Reisebranche, speziell im technologischen Bereich, und bei unseren Zielgruppen
- Fachkräftemangel
- Klimawandel
- Wandel in der Landwirtschaft und Energiewende
- Fördermittelsituation

**Quelle: Tourismusperspektiven für den ländlichen Raum  
Hrsg.: Bundeswirtschaftsministerium mit dem  
Deutschen Reiseverband als Projektträger**

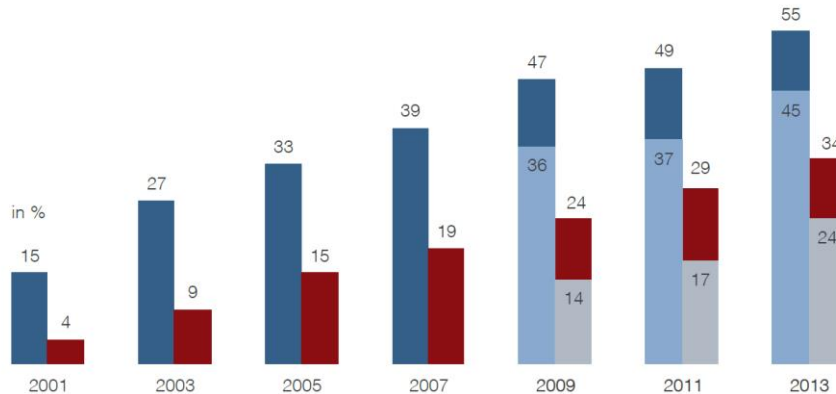
# Handlungsfelder und strategische Handlungsansätze



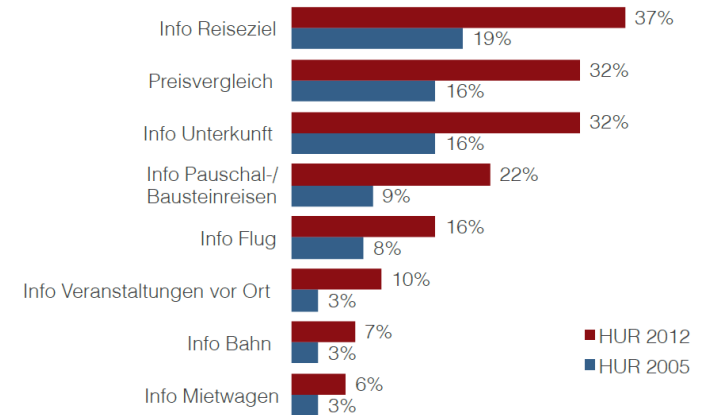
- **Kommunikation und Vertrieb (Innovation)**
- **Produktinszenierung (Innovation und Leuchttürme)**
- Nachhaltige touristische Entwicklung ländlicher Lebensräume
- Stärkung und Weiterentwicklung von Netzwerken
- Infrastruktur und Investitionsmanagement
- Markenbildung
- Optimierung der Organisationsstrukturen
- Fachkräftesicherung und –professionalisierung
- Mobilität
- Barrierefreiheit

Quelle: Tourismusperspektiven für den ländlichen Raum  
Hrsg.: Bundeswirtschaftsministerium mit dem  
Deutschen Reiseverband als Projektträger

# Steigende Bedeutung des Internets



Quelle: RA 2000 bis RA 2013 face-to-face, FUR



- 55% aller Deutschen informierten sich 2013 über Urlaubsreisen, 45% aktiv (im letzten Jahr)  
34% nutzen Internet zur Buchung, 24% in den letzten 12 Monaten  
=> steigender Trend – Verdoppelung seit 2001
- Unterkünfte gehören zu den meistgesuchten Informationen im Netz (HUR= Haupturlaubsreisen der Deutschen)



Jeder Gastgeber, der das Internet nicht als Vertriebsweg nutzt, verliert täglich potentielle Gäste!

# Beispiel: Die Säulen von eFitness®

## eFitness® -Kurse

130 Kurse  
3.000 Teilnehmer

Themen:

- Grundlagen
- SEO
- Web 2.0
- Online-Marketing

## Analyse und Beratung

- Stärken-/Schwächen-Analyse von Internetauftritten
- Beratung für Tourist-Informationen

## Onlinemarketing

- Umsetzung von Onlinemarketing-Kampagnen,
- Permanente Erfolgskontrolle

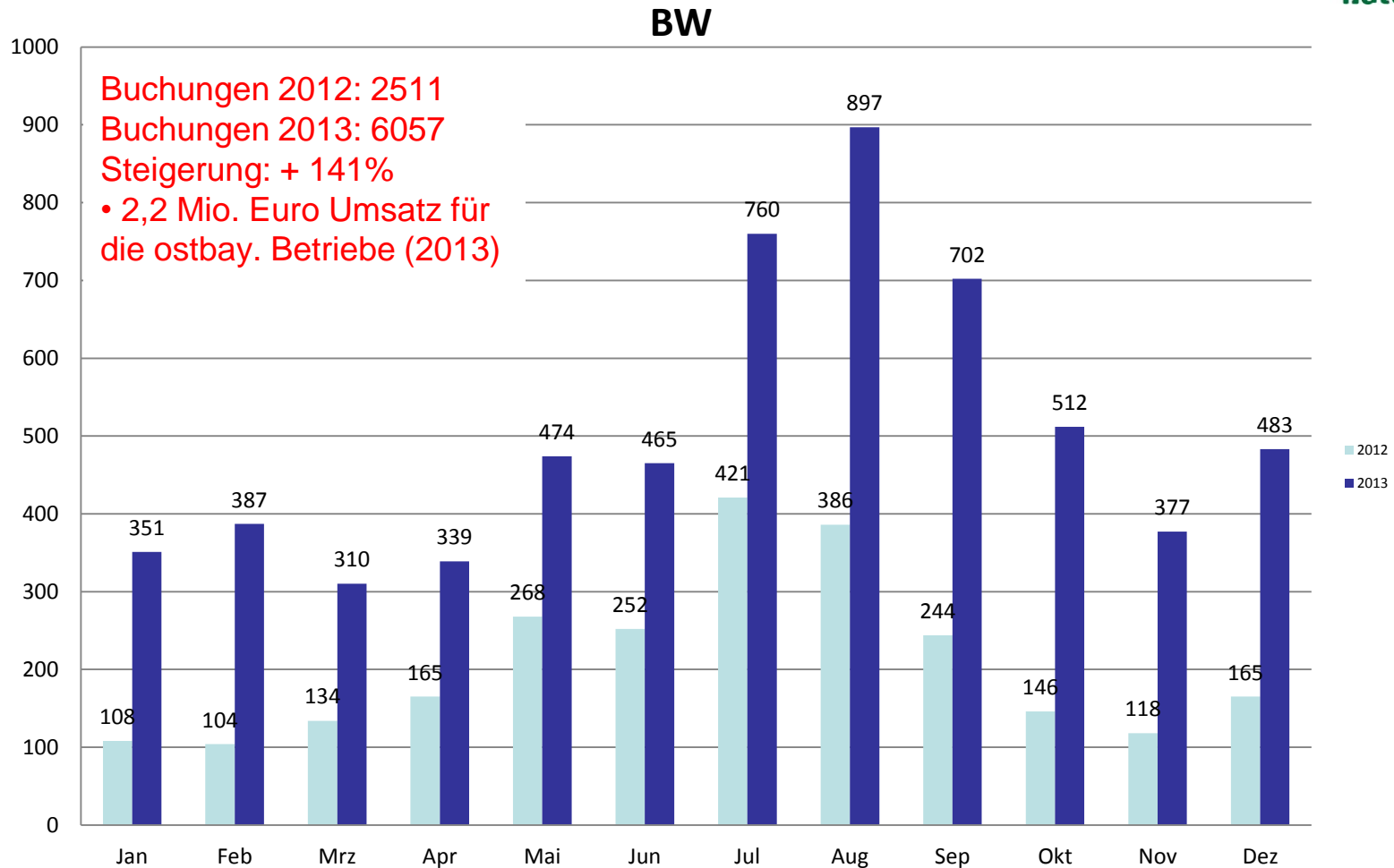


# Onlinemarketing

Wir führen Sie durch den „Dschungel“ und setzen mit Ihnen die optimalen Online-Marketing-Maßnahmen um.

- Festlegung der Marketingziele
- Auswahl der Maßnahmen entsprechend der festgelegten Ziele
- Umsetzung der Online-Marketing-Kampagnen
- Permanente Erfolgskontrolle (Monitoring) und Optimierung der Kampagnen
- Detailliertes Reporting

# Online Buchung – Bayerischer Wald



# Beispiel: Innovative Produktentwicklung



**Bayerwald-Expeditionen**  
Outdoor | Abenteuer | Natur | Entdecken

Der Bayerische Wald  
Bayerwald Expeditionen

Angebote für Ihren Erlebnisurlaub im Bayerischen Wald unter [bayerwald-expeditionen.de](http://bayerwald-expeditionen.de), z.B. „Höhenrausch im Nationalpark“  
3 ÜF, Eintritt in den Baumwipfelpfad, gef. Wanderung im Tierfreigelände, ÖPNV kostenlos  
124 € p.P.

Bayern

[www.bayerwald-expeditionen.de](http://www.bayerwald-expeditionen.de)

Wandern in die Natur:  
Ihre individuelle Traumreise im Bayerischen Wald zusammen:

SCHRITT II:  
Füllen Sie Ihren Aufenthalt mit vielen spannenden Angeboten unserer Erlebnisanbieter.

Ihre individuelle Traumreise in den Bayerischen Wald

Erfrischend natürlich.

Bayern

Insgesamt wurden 12 Unterkünfte gefunden. Sie sehen Seite 1 von 2.

[erste] 1 2 [letzte]

Warenkorb • Merkliste

Sortierung ändern: Name absteigend

**"Wandern light" (5 Nächte im DZ)**  
Stille Wälder und sanfte Hügellandschaft laden sie ein, die Schönheit unserer Region kennen zu lernen. Enthaltene Leistungen:- 5 Tage Übernachtung mit...

[Details & buchen >](#)

**"Genussradeln mit dem E-Bike" (3 Nächte im DZ)**  
Enthaltene Leistungen:- 3 Tage Halbpension incl. Vital-Frühstück vom Buffet und abends 3-Gang-Menu mit Wahl des Hauptganges- Leih-E-Mountainbike für 2...

[Details & buchen >](#)

**"Kurzurlaub für Ge(h)nießer" (4 Nächte im DZ)**  
Verlassen Sie einfach mal den Alltag für ein paar Tage und gönnen Sie sich eine kleine „Verschnaufpause“. Freuen Sie sich auf einen Urlaub...

[Details & buchen >](#)





## Was sind die Bayerwald-Expeditionen?

- Bezeichnung für spannenden **Naturerlebnisurlaub im Bayerischen Wald**
- **Urlaubsprogramm mit „Expeditionscharakter“** in Form von Routenvorschlägen zu Attraktionen
- **Bewerbung** der Urlaubsangebote und Attraktionen **unter einer Produktmarke**

### Zielsetzung für diese Produktlinie

- Hochwertige Naturerlebnisse für unsere Gäste (**emotionale Bindungen**)
- Naturerlebnis mit allen Sinnen (**neue Erfahrungen**)
- Schaffung kreativer Angebote (**Alleinstellungsmerkmale**)
- Vernetzung der vielfältigen schon existierenden Angebote (**Synergieeffekte**)

# Beispiel: Leuchttürme





Erfrischend natürlich.

# Beispiel: Leuchttürme Premiumpartner



# Der Qualitätswanderweg Goldsteig im Steckbrief

## Steckbrief

660 km Haupttrasse und 750 km Zuwege und Alternativrouten – Deutschlands längster Qualitätsweg

Start in Marktredwitz  
ab Thanstein Gabelung in Süd- und Nordroute

Endpunkt in Passau

seit 31.08.2007: Prädikat als Qualitätsweg  
„Wanderbares Deutschland“;

Mitglied der Top Trails of Germany



## Der Goldsteig – ein Wirtschaftsfaktor



Umsätze (Etappenwanderer) im Jahr  
von Reiseveranstaltern am Goldsteig  
€ 125.000 (ca. 3,0%)



Umsätze durch Etappenwanderer am  
Goldsteig gesamt ca. € 4,2 Mio (97,0%)  
(= 10.000 Etappenwanderer!)

# Radoffensive Ostbayern – Entwicklung einer Mountainbikeregion Bayerischer Wald



## Ansatz – Profilierungsspitze MTB-Hotspots oder/und Xing: Synergien mit Genussradeln inklusive

- Weiterentwicklung lokaler MTB-Hotspots:
  - (Flow)-Trails („Köner“/normale Biker)
  - E-Bike-Routen („Einsteiger“/normale Biker)
  - Qualifizierung Gastgeber
- Aufbau regional verbindenden Streckenrückgrats („Xing“)
  - Verbinder der MTB-Hotspots (A-B oder Runde)
  - Traillastig (anspruchsvoll), + einfachere Passagen
  - Einbindung weiterer Radorte (profilierter Gastgeber!)
  - Einheitlich beschildert
  - Sofern möglich: Nutzung bestehender Strecken und Trails



➔ *Sportlich-natürliche Profilierung, Übernachtungsrelevanz, Effekte auch für Angebote und Akteure des Radfahrens allgemein*



**Vielen Dank!**

