

St. Galler Schriften für Tourismus und Verkehr

Band 11

Institut für Systemisches Management
und Public Governance



Universität St.Gallen

Innovative Konzepte im alpinen Tourismus

Schweizer Jahrbuch für Tourismus
2019/2020

Herausgegeben von

Prof. Dr. Thomas Bieger

Prof. Dr. Pietro Beritelli

Prof. Dr. Christian Laesser

Mit Beiträgen von

Dr. Monika Bandi Tanner

Dr. Birgit Bosio

Prof. Dr. Christian Buer

Florian Eggli

Lisa Fickel

Dr. Daniel Fischer

Prof. Dr. Michael Fux

Carmen Heinrich

Annika Herold

Lukas Huck

Dominic Juon

Prof. Blaise Larpin

Dr. Therese Lehmann Friedli

Roland Lymann

Julien Mabillard

Prof. Dr. Harald Pechlaner

Prof. Dr. Miriam Scaglione

Prof. Dr. Roland Schegg

Sebastian Schlender

Dr. Roger Sonderegger

Prof. Dr. Jürg Stettler

Hannes Thees

Dr. Franziska Thiele

Dr. Anna Wallebohr

David K. Walter

Dr. Fabian Weber

Dr. Roland Zegg

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
ESV.info/978-3-503-19166-6

Gedrucktes Werk: ISBN 978-3-503-19166-6

eBook: ISBN 978-3-503-19167-3

ISSN 1869-5345

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2020

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO Norm 9706.

Druck und Bindung: Difo-Druck, Bamberg

Inhaltsverzeichnis

Thomas Bieger, Pietro Beritelli, Christian Laesser
Vorwort der Herausgeber VII

Trends

Roland Lymann, Lisa Fickel, Anna Wallebohr
Wellnessangebote als Wettbewerbsinstrument auf dem Arbeitsmarkt:
Ideen und Anregungen zur Angebotsentwicklung 1

Hannes Thees, Harald Pechlaner, Franziska Thiele
Tourismus in Deutschland 2030 - Chancen und Herausforderung der
Digitalisierung 11

Touristische Destinationen

Daniel Fischer, Annika Herold
Strategische Weiterentwicklung von Destinationen im Alpenraum 25

Therese Lehmann Friedli, Monika Bandi Tanner
Tourismusökonomische Entwicklung als Nährboden für ein gestärktes
Tourismusverständnis - Ein Vergleich touristischer Gemeinden im
Berner Oberland und Empfehlungen zur Sensibilisierung 37

David K. Walter, Roger Sonderegger
Zweitwohnungen in Sigriswil - Volkswirtschaftliche Bedeutung,
Nutzung und gesellschaftliches Engagement der
Zweitwohnungsbesitzenden 51

Jürg Stettler, Florian Eggli, Fabian Weber, Lukas Huck
Overtourism in der Schweiz: Herausforderungen und
Lösungsmöglichkeiten - Das Fallbeispiel Luzern 69

Christian Buer, Sebastian Schlender
Wirtschaftsfaktoren und Erfolgsfaktoren in der Hotellerie - Korrelative
Einflussfaktoren nach Standorten in Deutschland - Eine
Regressionsanalyse anhand ausgewählter Indikatoren für deutsche A-,
B- und C- Standorte 92

Digitale Kommunikation, Vertrieb und Verkauf

*Blaise Larpin, Julien Mabillard, Miriam Scaglione, Roland Schegg,
Dominic Juon, Michael Fux*

Eine Analyse der regionalen Entwicklungen von Airbnb in der Schweiz
- Erkenntnisse über die Wachstumsmuster einer P2P-Plattform 121

Roland Schegg, Michael Fux, Birgit Bosio

Die Nutzung von Social Media und Online Marketing in alpinen
Tourismusregionen: Ein Vergleich von Schweizer und Tiroler
Tourismusdestinationen 131

Roland Zegg, Carmen Heinrich

Dynamic Pricing für Bergbahn-Unternehmen - Es geht nicht um billig,
sondern um eine optimale Preispolitik im aktuellen Wettbewerbsumfeld 143

Autorenverzeichnis 159

Vorwort der Herausgeber

Mit dieser Ausgabe des Jahrbuchs für Tourismus liefern wir aktuelle Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis in einer von Herausforderungen geprägten Branche. Digitalisierung, die Entwicklung von Airbnb, Dynamic Pricing, die Nutzung von Social Media und Overtourism sind nur einige dieser Herausforderungen, denen sich unsere Autorinnen und Autoren aus dem In- und Ausland in fundierten Beiträgen widmen. Sie fokussieren nicht nur auf touristische Destination an sich, sondern beleuchten auch Erfolgsfaktoren in der Hotellerie oder Wellnessangebote als Wettbewerbsinstrument auf dem Arbeitsmarkt. Insgesamt bietet dieses Buch einen Querschnitt der aktuellen relevanten Themen im Tourismus mit Best Practice Beispielen und Handlungsempfehlungen.

Roland Lyman, Lisa Fickel und Anna Wallebohr nehmen im ersten Beitrag den Trend der Gesundheitsvorsorge und -förderung in Betrieben auf. Gesundheitsfördernde Angebote steigern die Produktivität und Motivation der Mitarbeitenden. Der Artikel zeigt auf, wie und nach welchen Kriterien diese Angebote ausgestaltet werden sollten, um erfolgreich zu sein. Auch die Finanzierung und Vermarktung derselben wird erläutert. Die Autorinnen und Autoren kommen zum Schluss, dass die Angebote durch die Nutzniesser gemischtfinanziert sein sollten, und weisen auf die notwendige Zusammenarbeit mit Unternehmen, Krankenkassen und Anbieter im Wellness- und Gesundheitstourismus hin.

Hannes Thees, Harald Pechlaner und Franziska Thiele wagen in ihrem Beitrag mit Thesen zur Digitalisierung der deutschen Tourismusbranche einen Ausblick ins Jahr 2030. Sie stellen fest, dass im touristischen Marketing das Datenmanagement immer wichtiger wird und es eine Innovationskultur braucht, um mit der technologischen Entwicklung Schritt halten zu können. Es werden verbesserte Rahmenbedingungen gefordert, die Produkt- und Prozessinnovationen unterstützen. Weniger Bürokratie, Bildung und eine Kultur des Scheiterns gehören dazu.

Ob DMOs künftig DDOs (Destination Development Organisations) heissen sollen, stellen Daniel Fischer und Annika Herold in Frage. Sie umreissen in ihrem Beitrag den Werdegang der DMO von ihren Anfängen 1990 bis heute und diskutieren die mögliche Weiterentwicklung. Statt des Marketings als Hauptaufgabe der bisherigen DMO sollte die künftige DDO ihrer Meinung nach in erster Linie den Standort und Lebensraum nach holistischem Ansatz tourismusübergreifend und gemeinsam mit Nachbardestinationen entwickeln. Diese Idee wird von Gedanken zur Umsetzung ergänzt und mit Vorzeigebispielen angereichert.

In einem weiteren Beitrag von Therese Lehmann Friedli und Monika Bandi Tanner geht es um die Stärkung des Tourismusverständnisses vor dem Hintergrund der

tourismusökonomischen Entwicklung. In sechs Gemeinden des Berner Oberlands werden einzelne wirtschaftliche Indikatoren über die Zeit untersucht und der jeweilige Kosten-Nutzensaldo für die lokale Bevölkerung abgeleitet. Es wird davon ausgegangen, dass dieser Kosten-Nutzensaldo das Tourismusverständnis der Einheimischen entscheidend beeinflusst. Die Schlussfolgerungen zeigen Strategien und Empfehlungen zur Sensibilisierung bzw. Stärkung des Tourismusverständnisses auf.

Um das Potenzial von Zweitwohnungsbesitzenden geht es im Artikel von David K. Walter und Roger Sonderegger, die nicht nur die Nutzung und volkswirtschaftliche Bedeutung der Zweit- und Ferienwohnungen untersuchen, sondern auch die Einbindung dieser Wohnungsbesitzenden als sozusagen Zweitheimische. Danach folgt mit Overtourism in der Schweiz am Fallbeispiel Luzern ein brisantes Thema, das Jürg Stettler, Florian Eggli, Fabian Weber und Lukas Huck ergründen. Sie decken Problembereiche auf und liefern einen entsprechenden Massnahmenkatalog gegen die negativen Auswirkungen der stark wachsenden Tourismusindustrie.

Die beiden folgenden Artikel widmen sich zwei unterschiedlichen Beherbergungsformen: Christian Buer und Sebastian Schlender geben einen Einblick in die Wirtschaftsfaktoren und Erfolgsfaktoren in der Hotellerie in Deutschland mit einem besonderen Augenmerk auf die Standortfrage für Investoren. Blaise Larpin, Julien Mabillard, Miriam Scaglione, Roland Schegg, Dominic Juon sowie Michael Fux analysieren die regionalen Entwicklungen von Airbnb in der Schweiz. Auch hier zeigen sich regionale Unterschiede. Beide Artikel zeigen sehr gut das Wechselspiel der Wettbewerbskräfte für beide Beherbergungsformen auf.

Mit den Beiträgen von Roland Schegg, Michael Fux und Birgit Bosio zur Nutzung von Social Media und Online Marketing in alpinen Tourismusregionen sowie von Roland Zegg und Carmen Heinrich zu Dynamic Pricing für Bergbahnunternehmen schliesst sich der Themenreigen dieses Jahrbuchs für Tourismus. Der erste fokussiert sich auf die Relevanz von Social Media für Tourismusorganisationen und stellt einen Vergleich zwischen der Schweiz und dem Tirol dar. Die Autoren kommen zum Schluss, dass Tourismusorganisationen noch mehr in diesem Bereich investieren müssen. Der Beitrag zum Dynamic Pricing für Bergbahnen greift ein aktuell sehr diskutiertes Thema auf und präsentiert ein differenziertes 10-Thesen-Argumentarium, mit welchem Klarheit in einem noch sehr jungen und wenig erforschten Feld geschaffen wird.

Die Publikation des Jahrbuchs als Sammlung von aktuellen Entwicklungen der Branche für Wissenschaft und Praxis ist nur möglich dank der finanziellen Unterstützung von Partnern aus dem Tourismus. Dafür bedanken wir uns herzlich bei den treuen Mitgliedern der Fördergesellschaft Abteilung Tourismus und Verkehr:

- Crédit Suisse (Schweiz) AG
- Kanton Appenzell Ausserrhoden, Departement Bau und Volkswirtschaft
- Kanton Graubünden, Amt für Wirtschaft und Tourismus
- GastroSuisse
- HotellerieSuisse
- Hotelplan Suisse
- Wirtschaftsförderung Thurgau, Amt für Wirtschaft und Arbeit
- Schweizer Reisekasse (Reka) Genossenschaft
- SBB AG, Kreditoren Personenverkehr
- Stadt Wil
- Touring Club Schweiz
- UBS Switzerland AG
- Kantons Schaffhausen, Volkswirtschaftsdepartement/Wirtschaftsamt
- Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH)
- Vorarlberg Tourismus GmbH

Wir wünschen eine informative und spannende Lektüre mit Erkenntnissen und Konsequenzen zum aktuellen Wandel im Tourismus.

St. Gallen, Januar 2020

Prof. Dr. Pietro Beritelli

Prof. Dr. Thomas Bieger

Prof. Dr. Christian Laesser