

u^b

b
**UNIVERSITÄT
BERN**

CRED
CENTER FOR REGIONAL
ECONOMIC DEVELOPMENT

FORSCHUNGSSTELLE
TOURISMUS

2014/15

Jahresbericht der Forschungsstelle Tourismus



Jahresbericht der Forschungsstelle Tourismus 2014/15

Übersicht

Vorwort	S. 4
Organisation	S. 6
Personelles	S. 7
Lehrtätigkeit	S. 8
Forschung und Dienstleistung	S. 11
Mitwirkung in Gremien	S. 13
Wissenschaftliche Tätigkeit	S. 14
Publikationen	S. 14
Dokumentation	S. 16
Gönnerschaft	S. 16
Fachbeitrag: Erfolgsfaktoren im Export in Wachstumsmärkte: Beispiel China	S. 18

Von den Rahmenbedingungen des Tourismus und wo die Chancen liegen könnten

Im Berichtsjahr sind im Tourismus mit politischen Vorstössen, Initiativen und Abstimmungen einige dichte Wolken aufgezogen, welche in der Folge für einen härteren Wind in der Branche sorgen: die bundesrätlichen Vorschläge zur Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative oder die Ausgestaltung des Zweitwohnungsgesetzes. Auf den ersten Blick beschleicht einen das Gefühl, dass sich die Politik oder vielmehr die tourismuspolitischen Rahmenbedingungen gegen die Branche entwickeln. Erst ein zweiter Blick oder eine sorgfältige Analyse lassen Umrisse von potenziell nutzbaren Chancen erkennen.

Um die Diskussion zum Zweitwohnungsgesetz kommen wir auch in diesem Jahresbericht nicht herum. Viel Energie und unzählige Stunden wurden in die Debatte rund um die Ausgestaltung des neuen Gesetzes gesteckt. Dabei wurde mit dem umfangreichen Ausnahmenkatalog der Spielraum des Gesetzgebers arg ausgereizt. Erst die klare und fortwährende Referendumsdrohung der Initianten sowie der Tatendrang einiger umtriebiger Politiker führten aus nationaler Sicht im letzten Moment zu einem Kompromiss. Aus dem Blickwinkel der Beherbergung und vieler alpiner Regionen sah der Gesetzgeber von prominenten Ausnahmeklauseln ab. So wurden etwa der weiterhin mögliche Bau von touristisch bewirtschafteten Wohnungen mit Vertriebspflicht oder die Umnutzung von nicht rentablen Hotelbetrieben fallengelassen. Im Fall der Umnutzung von Hotels wurde diese auf nur 50% der Nutzfläche beschränkt. Dieser Kompromiss stellt in solch herausfordernden Zeiten für einige eine bittere Pille dar. Damit besteht aber die Möglichkeit, das Gesetz per Januar 2016 in Kraft treten zu lassen und die Rechtsunsicherheit in vielen Bereichen zu reduzieren. Auch wenn Bremsspuren der Vergangenheit noch einige Zeit sichtbar bleiben werden, sind Entwicklungen wieder möglich. Die Chancen dazu sind intakt.

Mit dem Entscheid der SNB, den Mindestkurs des Schweizer Frankens zum EURO fallen zu lassen, zogen im Januar neue Wolken oder viel mehr Herausforderungen auf. Als Folge herrscht in der Schweiz wieder die (im Prinzip) übliche Wechselkursvolatilität. Der EURO-Kursabsturz erfolgte prompt und wurde zusammen mit dem Zweitwohnungsgesetz zum konstanten Medienthema. Auch bezüglich dieser veränderten Rahmenbedingung hilft ein klarer Blick. Während auf die Währungspolitik der SNB (zum Glück) kaum Einfluss genommen werden kann, liegt die Bewältigung des nun wohl beschleunigten Strukturwandels in

den Händen der Branche. Die damit verbundenen Herausforderungen wurden sicherlich durch neue Rahmenbedingungen akzentuiert, liegen aber in den vorherrschenden Strukturen begründet. Eine handlungsorientierte Herangehensweise zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle ist sicherlich konstruktiver und zielführender als das Stöhnen über die Wechselkursituation.

Bei der Bewältigung solcher Herausforderungen kann die Forschungsstelle Tourismus bedingt und eher indirekt aber mit klarem Blick im Sinne von Analysen und Diskursen die touristische Entwicklung begleiten. Die Bewältigung des bevorstehenden Strukturwandels dagegen liegt allein in den Händen der Betriebe und Unternehmen. Mit einer fundierten Tourismus- und Weiterbildung kann allerdings das Humankapital direkt durch die Forschungsstelle gestärkt und so indirekt ein Beitrag geleistet werden, um die Branche beim anstehenden Strukturwandel zu unterstützen. Im vorliegenden Jahresbericht finden Sie dazu einige Ausführungen zu abgeschlossenen und laufenden Forschungs- und Dienstleistungsprojekten, wie beispielsweise über die Rolle von «Wachstumskoalitionen» bei der Entwicklung von Zweitwohnungen, einen aktuellen Überblick über die touristische Aus- und Weiterbildung oder eine Analyse der Schweizer Erfolgsfaktoren für Exportbranchen am Fallbeispiel China. Auch im kommenden Jahr wird sich die Forschungsstelle tagtäglich mit viel Leidenschaft der Forschungs-, Lehr-, und Dienstleistungsrolle annehmen. Dabei ist die Sicherung der nun erreichten Grösse der Forschungsstelle wünschenswert. Damit können wir weiterhin die Chancen packen, spannende und aktuelle Themen in einem vernünftigen zeitlichen Rahmen zu bearbeiten, um dem Tourismus Impulse zu geben.

Monika Bandi und Therese Lehmann Friedli

Organisation

Beirat der Forschungsstelle Tourismus

Der Beirat der Forschungsstelle Tourismus im CRED setzte sich in diesem Berichtsjahr wie folgt zusammen:

Prof. Dr. Klaus Neusser, Präsident Beirat, Ordinarius am Volkswirtschaftlichen Institut, Universität Bern

Prof. Dr. Aymo Brunetti, Ordinarius am Volkswirtschaftlichen Institut und geschäftsführender Direktor CRED, Universität Bern

Prof. Dr. Artur Baldauf, Ordinarius und Direktor Institut für Marketing und Unternehmensführung (IMU), Universität Bern

Hans Baumgartner, Managing Director Credit Suisse, Bern

Roland Brand, CEO BERNEXPO AG, Bern

Barbara Gisi, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband, Bern

Dr. Christoph Juen, Direktor hotelleriesuisse, Bern

Daniel C. Jung, Vizedirektor GastroSuisse, Zürich

Richard Kämpf, Leiter Ressort Tourismus SECO, Bern

Urs Kessler, CEO Jungfraubahnen, Interlaken

André Lüthi, CEO und Verwaltungsratspräsident Globetrotter Group, Bern

Prof. Dr. Heike Mayer, Ordinaria am Geographischen Institut, Universität Bern

Prof. em. Dr. Hansruedi Müller, ehem. Direktor des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern

Anna Barbara Remund, Leiterin Regionalverkehr SBB, Bern

Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus, Zürich

Roger Seifritz, Direktor Reka, Bern

Adrian Studer, Leiter beco, Kanton Bern

Ueli Stüchelberger, Direktor VöV/SBS, Bern

Der Beirat der Forschungsstelle Tourismus hat in seiner letzten Sitzung vom 28.04.2015 den Jahresbericht zur Kenntnis genommen und diskutiert.

Personelles

Die Forschungsstelle Tourismus ist dem Zentrum für Regionalentwicklung (CRED) angegliedert. Aktuell ist sie mit gut 350 Stellenprozenten ausgestattet.

Leiterin Forschungsstelle: **Monika Bandi**, Dr. rer. oec.

Stv. Leiterin: **Therese Lehmann Friedli**, Dr. rer. oec.

Doktorandin/Assistentin: **Yelka Eggenschwiler**, M Sc Ec
(seit 02.2015)

Hilfsassistentinnen: **Simone Lussi**, cand M Sc Ec (bis 05.2015)

Sarah Hämmerli, B A Soc Sc

Jolanda Herzog, cand B Sc BA

(seit 07.2014)

CRED-Sekretariat: **Melanie Moser**



Das Team der Forschungsstelle Tourismus 2015: v.l.n.r.: Simone Lussi, Jolanda Herzog, Melanie Moser, Monika Bandi, Therese Lehmann Friedli, Sarah Hämmerli, Yelka Eggenschwiler

Lehrveranstaltungen an der Uni Bern

In diesem Berichtsjahr bot die Forschungsstelle Tourismus im **Frühjahrssemester 2014** ein kombiniertes Seminar auf Bachelor- und Masterstufe an. Im **Herbstsemester 2014/15** wurde die Vorlesung «Einführung in die Tourismusökonomie» erstmals auf der Basis eines Vorlesungsskriptes gelesen. Damit hat sich der angestrebte Rhythmus von einer Vorlesung im Herbstsemester und einem Seminar im Frühlingsemester etabliert.

Das Seminar im **Frühjahrssemester 2014** beschäftigte sich auf Bachelorstufe mit **«Entwicklungen und Herausforderungen für den Schweizer Tourismus»**. Ziel des Seminars war es zunächst, auf der Basis von «Schweizer Tourismus - Weichen für die Zukunft richtig gestellt?» (Bundesamt für Verkehr 1983) die damals kritisch formulierten Thesen als aktuelle Herausforderungen theoretisch zu diskutieren. In einem zweiten Teil wurde für einen Teilaspekt die Entwicklung der vergangenen Jahre mittels Sekundärdaten oder Fallbeispielen analysiert. Die 15 Studierenden verfassten in Partnerarbeit folgende acht Seminararbeiten (unveröffentlicht):

- «Aufenthalts- und Tagestourismus»
- «Erhaltung und Schaffung von Arbeitsplätzen - Untersuchung der Schweizer Performance»
- «Methoden zur Messung von Carrying Capacity in Tourismusdestinationen und Anwendung am Fallbeispiel V-Projekt Grindelwald»
- «Kooperationen im Tourismus»
- «Auslastung»
- «Der Tourismus als Belastung. Was sind die Auswirkungen des Tourismus auf eine Destination?»
- «Touristische Entwicklungspräferenzen – Theorie und Fallbeispiel St. Moritz»
- «Auswirkungen eines stärkeren Einbezugs der ortsansässigen Bevölkerung in den touristischen Entscheidungsprozess auf Destinationen»

Die drei Master-Seminarernehmenden wählten unter dem Semintitel **«Tourismusökonomie II»** eine beliebige Fragestellung aus, welche sie anhand einer empirischen Analyse zu beantworten versuchten. Dabei entstanden folgende drei Seminararbeiten (teilweise unveröffentlicht).

- «Gästezufriedenheit als Determinante der Unternehmensleistung in der Schweizer Hotellerie»
- «Bedeutung des Lötschberg-Basistunnels für die Standortattraktivität Berner Oberländer und Walliser Tourismusdestinationen»
- «Untersuchung der Einkommenselastizitäten der Nachfrage der BRICS-Staaten und Japans – Auswirkungen auf die touristische Nachfrage in der Schweiz»

Das Seminar wurde aus studentischer Sicht mit 6 ECTS-Punkten entschädigt.

Im **Herbstsemester 2014/15** wurde die Vorlesung «Einführung in die Tourismusökonomie» erstmals als einteilige Veranstaltung im Rahmen von 3 ECTS-Punkten gelesen. Die dreizehn Veranstaltungstermine boten den Studierenden einen Überblick über die fünf grossen Themenblöcke **«Ausgangspunkt des Reisens und Messung des Tourismus»**, **«Die touristische Nachfrage»**, **«Das touristische Angebot»**, **«Tourismus und nachhaltige Entwicklung»** sowie **«Tourismuspolitik»**. Im Rahmen des Vorlesungsteils über das touristische Angebot erhielten die Studierenden anhand von zwei Gastreferaten einen Einblick in die touristische Praxis. André Lüthi brachte den Studierenden den Outgoing-Tourismus näher und referierte unter dem Titel «Leidenschaft und Unternehmertum» über die Nischenmarktstrategie der Globetrotter Group sowie die zukünftigen Herausforderungen der Reisebüro-Branche. Ueli Stückelberger zeigte anhand von Daten und vergangenen Entwicklungen die Herausforderungen der Seilbahnbranche und ihre zukünftigen Chancenpotenziale auf. Gerade der beobachtete, abnehmende Trend des Wintersports löste eine angeregte Diskussion aus. Die beiden Referenten waren:

- **André Lüthi**, CEO Globetrotter Group
- **Ueli Stückelberger**, Direktor des Verbandes öffentlicher Verkehr (VöV) und von Seilbahnen Schweiz (SBS)

Die Lehrveranstaltung wurde von 73 Studierenden erfolgreich abgeschlossen.

Im **Frühlingsemester 2015** führt die Forschungsstelle Tourismus wiederum ein kombiniertes Bachelor/Masterseminar unter dem Titel «Entwicklungen und Herausforderungen für den Schweizer Tourismus» durch. Im Rahmen einer zweitägigen Fachexkursion (05./06.03.) in die

Destination Gstaad-Saanenland wurden insgesamt 21 angemeldeten Studierenden Eindrücke und Inhalte aus der Praxis für die Erarbeitung ihrer Fallbeispiele mitgegeben. Um möglichst vielen Studierenden die Teilnahme an der Exkursion zu ermöglichen, standen unter dem Thema «Die Destination Gstaad-Saanenland aus einer wissenschaftlichen Perspektive» weitere sechs Plätze für das Verfassen einer wissenschaftlichen Sonderstudie zur Verfügung. Referenten vor Ort waren:

- **Armon Cantieni**, CEO Bergbahnen BDG AG
- **Martin Bachofner**, Tourismusdirektor Gstaad-Saanenland Tourismus
- **Hans-Ueli Tschanz**, Verwaltungsrat Gstaad Menuhin Festival
- **Manfred Wilguni**, Direktor Hotel Landhaus

Abschlussarbeiten an der Forschungsstelle Tourismus

In der Berichtsperiode wurden die folgenden Abschlussarbeiten an der Forschungsstelle Tourismus geschrieben und durch Prof. Aymo Brunetti genehmigt:

Masterarbeiten (veröffentlicht)

- Yelka Eggenschwiler: «Analyse von Schweizer Exportbranchen auf Erfolgsfaktoren bezüglich aufstrebender Volkswirtschaften: Fallbeispiel China»
- Niklas Jäggi: «Schneesport-Tagestourismus bei Bergbahnen: Einfluss von Wetterprognosen auf Reiseentscheidungen»
- Simone Lussi: «Der Preis als zentrale Determinante der touristischen Nachfrage – Eine Untersuchung der Preissensibilität verschiedener Gästegruppen in der Hotellerie»

Bachelorarbeiten (unveröffentlicht)

- Adrian Fahrni: «Interkantonaler Vergleich der öffentlichen Finanzierung von Bergbahnen im Rahmen der Neuen Regionalpolitik»
- Kathrin Ottiger: «Typisierung der vom Zweitwohnungsbaustopp betroffenen Gemeinden und Konsequenzen aus einer Gemeindeperspektive»

Literaturstudien (unveröffentlicht)

- Michel Berset: «Eine Untersuchung der volkswirtschaftlichen Kosten von Freizeitunfällen in der Schweiz»

Entlang der Forschungsschwerpunkte wurde/wird im Berichtsjahr an folgenden Themen gearbeitet:

Regionalökonomie im Tourismus

Die Rolle der lokalen Wachstumscoalition bei der Entwicklung von Zweitwohnungen – Lehren aus der Schweiz (Arbeitstitel)

In Zusammenarbeit mit der Forschungsgruppe Raumentwicklung und -planung des Geographischen Institutes diskutiert ein (laufendes) Forschungsprojekt die mögliche Bedeutung des Zweitwohnungsgesetzes auf die momentane Rolle von lokalen Wachstumscoalitionen in den alpinen Gebieten. Dabei werden lokale Begebenheiten zum Kräfteverhältnis exemplarisch aufgearbeitet sowie Faktoren, die das Zweitwohnungsgesetz in seiner Umsetzung begünstigen können, diskutiert.

Tourismus im Kanton Bern 2015-2020

Die Forschungsstelle Tourismus wurde vom beco Berner Wirtschaft (Bereich Standortförderung Kanton Bern, Tourismus und Regionalentwicklung) mit der Aufgabe betraut, das tourismuspolitische Positionspapier des Kantons Bern 2009-2015 – insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung des Umsetzungsprogramms für die Neue Regionalpolitik 2016-2019 – für den Kanton Bern zu aktualisieren. Diese Aktualisierung wurde anhand einer Expertise zu den Veränderungen der Rahmenbedingungen des Tourismus vorgenommen. Da eine reine Aktualisierung des alten Positionspapiers aufgrund der teilweise deutlichen Veränderungen in den Rahmenbedingungen nicht zielführend sein konnte, erarbeitete die Forschungsstelle Tourismus in Zusammenarbeit mit dem Verfasser des bestehenden Positionspapiers, Prof. Dr. em. Hansruedi Müller, ein neues tourismuspolitisches Positionspapier. Dieses skizziert tourismuspolitische Zielsetzungen, Strategien und Schlüsselmaßnahmen des Kantons Bern für den Zeitraum 2015-2020.

Dienstleistungsqualität und Erlebnisökonomie im Tourismus

Qualitätsanalyse von Bewertungsportalen in der Hotellerie – Theoretisch-konzeptionelle Analyse und empirische Erkenntnisse für die Schweiz

Das Thema Online-Bewertungen wird im Tourismus aktuell sehr intensiv diskutiert. Die mittlerweile grosse Vielfalt an verschiedenen Bewertungsportalen macht es für Anbieter wie Gäste mangels Orientierungshilfe und wegen beschränkter Ressourcen zunehmend schwierig, zu entscheiden, welche Portale sinnvollerweise aktiv bearbeitet und konsultiert werden sollten. Zielsetzung des Forschungsprojekts ist es daher, eine vergleichende Qualitätsanalyse der wichtigsten Online-Bewertungsportale für die Schweizer Hotellerie durchzuführen. Dieser Portalvergleich soll touristische Anbieter und ihre Gäste bei der Wahl der für sie geeignetsten Portale unterstützen.

Fit together – Kooperationstool für die Hotellerie

Im Rahmen eines durch Innotour finanzierten Projekts beschäftigt sich die Forschungsstelle Tourismus in Zusammenarbeit mit GastroSuisse mit den Chancenpotenzialen überbetrieblicher Kooperationen von kleinen und mittleren Hotels (KMH). Das Ziel des Projektes mit dem Arbeitstitel «fit-together» ist die Konzeption eines Kooperations-Tools zur Unterstützung überbetrieblicher (horizontaler und lateraler) Kooperationsbestrebungen bei kleineren und mittleren Hotels.

Programmbegleitung und -weiterentwicklung des Qualitäts-Programms des Schweizer Tourismus (STV)

Für das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus nahm die Forschungsstelle Tourismus im Berichtsjahr weiterhin einen Evaluationsauftrag wahr. Zudem wurde im Rahmen der Kommissionssitzungen mit den Verantwortlichen des STV an der Weiterentwicklung und Qualitätssicherung des Programms mitgearbeitet.

Weitere Projekte

Aus- und Weiterbildungslandschaft im Tourismus – Aktueller Überblick

Für den Tourismusstandort Schweiz ist die Aus- und Weiterbildung eine unbestrittene Stärke. Die Direktion Standortförderung des SECO gelangte mit dem Auftrag an die Forschungsstelle Tourismus, die Struktur und Entwicklung der Aus- und Weiterbildungslandschaft im Tourismus zu erfassen. Zentrale Zielsetzung des Projekts war es, aufgrund bestehender Forschungsarbeiten und Sekundärrecherchen einen aktuellen Überblick über das touristische Bildungssystem zu geben, Entwicklungen und Treiber der Aus- und Weiterbildungslandschaft der letzten zehn Jahre einzuschätzen sowie Herausforderungen und Handlungsansätze zu skizzieren. Die Erkenntnisse der Studie wurden anhand einer schriftlichen Expertenbefragung plausibilisiert.

Mitwirkung in Gremien

Die Forschungsstelle Tourismus hat im Berichtsjahr in folgenden Kommissionen und Gremien mitgewirkt:

- Beirat STV
- Kommission Qualitätsentwicklung & Bildung des Schweizer Tourismus Verbandes (STV)
- Qualitäts-Programm-Kommission (QPK) des Schweizer Tourismus Verbandes (STV)
- Fachbeirat Internationale Schule für Touristik (IST)
- Expertengremium: «Freundlichstes Hotel der Schweiz» von Schweiz Tourismus (ST)
- Expertengremien: Swiss Mountain Award und UNESCO Welterbe-Kristall

Wissenschaftliche Tätigkeit

Im Berichtsjahr waren Mitarbeitende der Forschungsstelle Tourismus wie folgt ausseruniversitär wissenschaftlich tätig:

- Teilnahme TRC Conference in Innsbruck
- Teilnahme 12. Salzburger Tourismusforum in Salzburg
- Reviewtätigkeit für das Journal «Tourism Review»
- Moderationstätigkeit im Rahmen des Tourismus Forum Schweiz des SECO in Bern
- Teilnahme «3. Swiss Tourism and Hospitality Research Meeting (STHRM)» in Chur
- Lehrauftrag an der Universität St. Gallen im Rahmen der Vorlesung «Tourism Systems - Analysis and Sustainable Management»

Publikationen

Es konnten folgende **Artikel** in Fachzeitschriften und Sammelbänden publiziert werden:

- Bandi, M. / Lehmann Friedli, T. (2015): Tourismuspolitische Zukunftsüberlegungen. In: Bieger, T., Beritelli, P. & Laesser, C. (Hrsg.): Strategische Entwicklungen im alpinen Tourismus, *Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2014/2015*, S. 79-92, Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Lehmann Friedli, T. (2015): Klimawandel als Herausforderung für den alpinen Tourismus: Zukunftsszenarien für eine nachhaltige Entwicklung. In: Luger, K. & Egger, R. (Hrsg.): *Tourismus und mobile Freizeit – Lebensformen, Trends, Herausforderungen*, S. 299-317, Norderstedt: BoD.
- Bandi, M. (2014): Berns Voraussetzung als Kongressstandort und dessen Bedeutung. In: Bäschlin, E., Mayer, H. & Hasler, M. (Hrsg.): Bern. Stadt und Region. Die Entwicklung im Spiegel der Forschung. *Jahrbuch der Geographischen Gesellschaft Bern*, Bd. 64/2014, S. 69-92, Bern: Geographische Gesellschaft.
- Bandi, M. / Lehmann Friedli, T. (2014): Price Matters – Relevance of Strategic Pricing for Swiss Tourism in the Past, Present and in Future. In: Pechlaner, H. & Smeral, E. (Ed.):

Tourism and Leisure, Current Issues and Perspectives of Development, *A Festschrift in Honor of Prof. Dr. Peter Keller*, S. 129-141, Wiesbaden: Springer Gabler.

- Lehmann Friedli, T. / Bandi, M. (2014): «Der Rheinfall – mehr als nur einen Ausflug wert (?)». In: *aqua viva Die Zeitschrift für Gewässerschutz*, 2/2014, S. 8-11.

Im Berichtsjahr erschienen bei der Forschungsstelle auch CRED-Berichte und Tourismus-Impulse. In den CRED-Berichten werden Ergebnisse von abgeschlossenen Forschungsarbeiten und anwendungsrelevanten Projekten publiziert. Die Tourismus-Impulse vermitteln wiederum die Ergebnisse aus einzelnen CRED-Berichten in geraffter Form.

CRED-Berichte:

- CRED-Bericht Nr. 1: Bandi, M., Lehmann Friedli, T., Rütter+Partner (2013/2014): Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern, Bern.
- CRED-Bericht Nr. 3: Bandi, M., Lehmann Friedli, T., Lussi, S. & Müller, H.R. (2014): Evaluation der Bündner Tourismusreform 2006-2013, Bern.
- CRED-Bericht Nr. 5: Bandi, M. & Lussi, S. (2014): Gästezufriedenheit als Einflussfaktor der Unternehmensleistung in der Hotellerie – Eine explorative Analyse, Bern.

Tourismus-Impulse:

- Tourismus-Impulse Nr. 1: Bandi, M., Lehmann Friedli, T. & Rütter+Partner (2014): Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern, Bern
- Tourismus-Impulse Nr. 2: Bandi, M., Lehmann Friedli, T. & Lussi, S. (2014): Evaluation der Bündner Tourismusreform 2006-2013, Bern.
- Tourismus-Impulse Nr. 3: Lussi, S. & Bandi, M. (2014): Gästezufriedenheit als Einflussfaktor der Unternehmensleistung in der Hotellerie – Eine explorative Analyse, Bern.
- Tourismus-Impulse Nr. 4: Haisch Tina (2014): Resilienz in ressourcenabhängigen Gemeinden: Wahrnehmung von Schocks und Anpassungsstrategien verschiedener Akteure in Grindelwald, in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsgeographie, Bern.

Dokumentation

Im Tourismussektor der VWL-Bibliothek UniS sind nebst Statistiken, Schriftenreihen und Jahresberichten 4'740 aktuelle Publikationen zu Freizeit und Tourismus über die IDS-Datenbank online abrufbar. In einem Archiv sind weitere 500 ältere Bücher aufbewahrt. Zur Tourismus-Bibliothek gehören zudem fast 150 Dokumentationsschachteln mit Zeitschriftenartikeln aus über 50 Periodika. Im Jahr 2014 wurden über 35 neue Bücher aufgenommen und unzählige Artikel ausgewertet und abgelegt.

Gönnerschaft

Unseren Gönnern, die 2014 die Tätigkeiten der Forschungsstelle Tourismus mit einem freiwilligen Beitrag unterstützten, danken wir an dieser Stelle ganz herzlich:

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, Chur
Basel Tourismus, Basel
Baumeler Reisen, Luzern
beco – Berner Wirtschaft, Bern
Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG, Engelberg
BERNEXPO AG, Bern
Bern Tourismus, Bern
Best Western Swiss Hotels, Bern
Bettmeralp Bahnen AG, Bettmeralp
Credit Suisse, Bern
Davos Destinations-Organisation (Genossenschaft), Davos
Flims Laax Falera Management AG, Flims
Freienhof Thun AG, Thun
GastroSuisse, Zürich
Gemeinderat der Stadt Thun, Thun
Globetrotter Travel Service AG, Bern
Grand-Hotel-Club, Basel
Graubünden Ferien, Chur
Graubündner Kantonalbank, Chur
Hotel Bern, Bern
HOTELA, Montreux

hotelleriesuisse, Bern
Imboden Tourismus GmbH, Bern
Interlaken Tourismus, Interlaken
Internationale Schule für Touristik (IST), Zürich
Jungfraubahnen Management AG, Interlaken
Kongress + Kursaal Bern AG, Hotel Allegro Bern AG, Bern
Luzern Tourismus AG, Luzern
Romantik Hotels und Restaurants Schweiz, Grindelwald
Saas-Fee / Saastal Tourismus, Saas-Fee
Säntis Schwebbahn AG, Schwägalp
SBB AG, Bern
Schilthornbahn AG, Interlaken
Schweiz Tourismus, Zürich
Schweizer Alpen-Club SAC, Bern
Schweizer Jugendherbergen, Zürich
Schweizer Reisekasse (Reka) Genossenschaft, Bern
Schweizer Tourismus-Verband (STV), Bern
Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB), Bern
Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit, Zürich
Schweizerischer Reisebüro-Verband, Zürich
Schweizerisches Freilichtmuseum Ballenberg, Hofstetten bei Brienz
Seilbahnen Schweiz, Bern
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern
Stanserhorn-Bahn, Stans
Sunstar Hotels Management AG, Liestal
Ticino Turismo, Bellinzona
Tourismus Services Ostschweiz AG, St. Gallen
TUI Suisse Ltd, Zürich
UBS AG, Zürich
Verband öffentlicher Verkehr (VöV), Bern
Verband Schweizer Schifffahrtsunternehmen (VSSU), Zürich
Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM), Bern
Vorarlberg Tourismus GmbH, Dornbirn (A)

Erfolgsfaktoren im Export in Wachstumsmärkte: Beispiel China

Erfolgsfaktoren im Export in Wachstumsmärkte: Beispiel China

Seit dem Jahr 2009 stagnieren die Exporte der Schweizer Tourismusbranche. Auch im Vergleich zur Gesamtwirtschaft hat die Branche über die letzten 10 Jahre ein unterdurchschnittliches Wachstum aufgewiesen. Dies lässt sich hauptsächlich mit einem Nachfragerückgang europäischer Gäste erklären. Fernmärkte wie China oder Indien bieten hingegen ein Wachstumspotential. Im vorliegenden Artikel¹ wird auf die Erfolgsfaktoren im Export in Wachstumsmärkte eingegangen.



¹ Basierend auf Yelka Eggenschwiler (2014): Analyse von Schweizer Exportbranchen auf Erfolgsfaktoren bezüglich aufstrebender Volkswirtschaften: Fallbeispiel China, Masterarbeit an der Forschungsstelle Tourismus (CRED), Bern.

Wachstumsmarkt China

Im Rahmen der Masterarbeit wurden anhand eines Branchenvergleichs die Erfolgsfaktoren im Export in aufstrebende Volkswirtschaften am Beispiel China abgeleitet. China hat für die Schweizer Exporteure über die letzten Jahre stark an Bedeutung gewonnen. Selbst in der stagnierenden Tourismusbranche haben die Ankünfte und Logiernächte der chinesischen Gäste deutlich zugenommen. Dieser Erfolg ist zu einem bedeutenden Teil auf die positive wirtschaftliche Entwicklung Chinas zurückzuführen, welche vermehrt Wohlstand geschaffen hat. Dadurch ist eine neue Mittelschicht entstanden, welche zunehmend ein Bedürfnis nach Luxus- und Statusprodukten hat, wie zum Beispiel Reisen ins Ausland. Die Schweiz vermarktet sich in China durchaus erfolgreich als Reisedestination. Die Branchenanalyse lässt jedoch die Schlussfolgerung zu, dass trotz unterschiedlicher Herausforderungen in der Schweizer Tourismusbranche diesbezüglich noch ein Wachstumspotential besteht.

Erfolgsfaktoren

In der Masterarbeit wurden die drei erfolgreichsten Exportbranchen der Schweiz (Chemie/Pharma, Maschinen/Apparate/Elektronik, Präzisionsinstrumente/Uhren) mit der Tourismusbranche verglichen, um ihre Erfolgsfaktoren im Export nach China herauszuarbeiten. Dazu wurden die Branchen auf verschiedene theoriegeleitete Indikatoren hin untersucht. Der Branchenvergleich zeigt, dass die drei erfolgreichsten Branchen trotz ihres unterschiedlichen Tätigkeitfeldes bezüglich einer Vielzahl der Indikatoren vergleichbar sind. Daraus kann auf Erfolgsfaktoren im Export nach China geschlossen werden. Diese können grob in die Kategorien «Marktstruktur» und «Marktverhalten» aufgeteilt werden.

Die *Marktstruktur* hat einen bedeutenden Einfluss auf den Exporterfolg (vgl. Tab. 1).

Tabelle 1: Marktstruktur

Marktstruktur				
	Pharma/Chemie	Maschinen/Apparate/Elektronik	Präzisionsinstrumente/Uhren	Tourismus
Unternehmensstruktur (Anteil Mikro[*]-, Klein-, Mittel-, u. Grossbetriebe in %)	Pharma: 55, 17, 17, 11 Chemie: 61, 24, 12, 3	Maschinen: 59, 26, 13, 2 Elektronik: 66, 23, 7, 4	62, 23, 12, 3	Beherbergung: 74, 22, 4, 0 Gastronomie: 91, 8, 1, 0
Markteintrittsbarrieren	Hoch: kapitalintensive Forschung, hohe Fixkosten, riskante und aufwändige Zulassungsverfahren	Hoch: forschungs- und kapitalintensiv, spezi- fisches Fachwissen und qualifizierte Ar- beitskräfte nötig	Hoch: spezifisches Fachwis- sen und qualifizierte Arbeitskräfte nötig, aufwändige Zulas- sungsverfahren (Medi- zinaltechnik)	Tief

*Mikrobetriebe: 0-9 Vollzeitäquivalente (VZA), Kleinbetriebe: 10-49 VZA, Mittelbetriebe: 50-249 VZA, Grossbetriebe: 250 und mehr VZA

- **Unternehmensstruktur:** Grössere Unternehmen können ihre Kostenstrukturen verbessern, wodurch Ressourcen für Investitionen und Innovationen frei werden, wie bspw. für die Modernisierung der Infrastruktur. Trotz fortschreitendem Strukturwandel stellen im Schweizer Tourismus sogenannte Mikrobetriebe (0 bis 9 VZÄ) die dominierende Unternehmensstruktur dar (vgl. Tab. 1). Der im globalen Tourismus ausgeprägte Wettbewerbsdruck könnte durch eine Reduktion der Anzahl Betriebe etwas abgeschwächt werden. Kleine Hotels sind tendenziell eher schlecht ausgelastet und können bedingt rentabel betrieben werden. Ihr Exportanteil ist gering. Im Hinblick auf die Bearbeitung von Fernmärkten wie China können sie zudem kaum ganze Reisegruppen aufnehmen.
- **Markteintrittsbarrieren:** Diese sind v.a. bei kapital- und forschungsintensiven sowie bei auf spezifisches Fachwissen und hochqualifiziertes Personal angewiesenen Branchen vorhanden. Im Tourismus hingegen sind aufgrund der kleinbetrieblichen Unternehmensstruktur tiefe Eintrittsbarrieren vorherrschend. Durch die Vielzahl an Unternehmen herrscht intensiver Wettbewerb, was positive Skaleneffekte und somit ein Aufbau von Markteintrittsbarrieren verhindert.¹¹

¹¹ Dwyer, L./Forsyth, P./Dwyer, W. (2010): *Tourism Economics and Policy*, Channel View Publications, Bristol.

Das *Marktverhalten* hat ebenfalls einen wesentlichen Einfluss auf den Exporterfolg einer Branche (vgl. Tab. 2).

Tabelle 2: Marktverhalten

Marktverhalten				
	Pharma/Chemie	Maschinen/Apparate/ Apparate/Elektronik	Präzisionsinstrumente/ Uhren	Tourismus
Strategie/ Produkt:	Konsumgüter: spezialisierte Pro- dukte hoher Wert- schöpfung, Ni- schenprodukte	Technologisch kom- plexe, hochspezialisier- te, qualitativ hoch- stehende Investitions- güter, Nischenprodukte	Präzisionsinstrumente: Hochwertige, hochspezialisier- te Nischenprodukte Uhren: Konsumgüter, Lu- xusprodukte	Dienstleistung, be- stehend aus Teilleis- tungen, welche zum Teil öffentliche Güter sind
Marketing	Hohe Ausgaben, starke Regulie- rung von Werbung in China	Individuelle Beratung und Dienstleistung, langfristige Kundenbe- treuung u. Service- orientierung wichtig	Uhren: Werbung von Lu- xusgütern in China stark reglementiert, Qualität wichtig Präzisionsinstrumente: Individuelle Beratung und Dienstleistung	Bereits in China en- gagiert, koordinierte Vermarktung wichtig
Innovationen	Hochinnovativ	Hochinnovativ	Mittel bis hoch	Wenig innovativ

- **Strategie/Produkt:** Die drei erfolgreichsten Exportbranchen bieten sehr unterschiedliche Produkte auf relativ hohem Preisniveau an. Auffällig ist, dass sich viele Unternehmen dieser Branchen mit qualitativ hochstehenden und hochspezialisierten Produkten auf Nischen konzentriert haben, in denen sie oftmals zu den Marktführern gehören. Da sich Nischenmärkte durch eine geringe Anzahl Anbieter auszeichnen, ist der Preiswettbewerb für die einzelnen Unternehmen geringer und die Nachfrage für ihre Produkte stabiler. Entsprechend dominieren Nischen- vor Preisstrategien. Eine solche Strategie könnte auch für den Schweizer Tourismus zielführend sein, da der preisliche Wettbewerb mit dem Ausland kaum zu gewinnen ist. Den Touristen sollte daher ein Mehrwert über hohe Qualität und einzigartige Produkte geboten werden, was insbesondere kleineren Unternehmen zum Erfolg verhelfen kann. Interessante Nischenmärkte mit Zukunftspotential im chinesischen Markt könnten sich aufgrund demografischer und kultureller Faktoren einerseits im Gesundheitstourismus und andererseits im Segment für Luxusreisen ergeben.

- **Marketing:** Ein zielgerichtetes und koordiniert zielgruppenspezifisches Marketing trägt zum Exporterfolg bei. In China erfolgt die Vermarktung der Schweiz als Reiseland hauptsächlich in Peking, Shanghai und Guangzhou, wo bereits rund 29% der potentiellen Auslandsreisenden leben. Die restlichen 71% stammen aus weiteren Millionenstädten mit hohen Anteilen an Personen, welche in naher Zukunft mit grosser Wahrscheinlichkeit verreisen.¹¹¹ Es besteht daher hohes Potenzial, Bewohner dieser Millionenstädte mittels gezieltem Marketing für eine Reise in die Schweiz zu gewinnen.
- **Innovationen:** Hoher Wettbewerb gilt oftmals als Hauptfaktor für die Entstehung von Innovationen. Aufgrund der fragmentierten Struktur der Tourismusbranche sind Innovationen jedoch meist nur in Zusammenarbeit sinnvoll umsetzbar, weshalb Kooperationen hohe Bedeutung zukommt. Die unterdurchschnittliche Produktivität des Sektors erschwert zudem das Bereitstellen von privaten Mitteln. Der Bund unterstützt daher Innovationen in der Tourismusindustrie mit dem Instrument Innotour.

Fazit

Der Vergleich mit den anderen Exportbranchen hat gezeigt, dass ein grosser Teil der Herausforderungen der Schweizer Tourismusbranche in der Marktstruktur und im Marktverhalten bestehen. Bezüglich Marktstrukturen erscheinen grössere Unternehmensstrukturen und horizontale Kooperationen vielversprechend. Als kurzfristig umsetzbare Massnahme scheint es sinnvoll, die Marketingaktivitäten in Fernmärkten mit Potenzial zu intensivieren. Neben China haben bspw. auch Indien, Südkorea oder Saudi Arabien an Bedeutung gewonnen. Ein Wachstum in Fernmärkten scheint nicht nur aufgrund des grossen Potenzials sinnvoll, sondern auch um die Tourismusexporte weiter zu diversifizieren und damit die Abhängigkeit bei Nachfragerückgängen einzelner Quellmärkte zu reduzieren. Weiter ist eine Fokussierung auf Nischen insbesondere für kleinere Unternehmen erfolgsversprechend, um als Anbieter Wettbewerbsvorteile zu erreichen. Schliesslich können Instrumente wie Innotour durch die Förderung und Unterstützung

innovativer Produktideen dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz als Reisedestination zu steigern und auf Fernmärkten wie China erfolgreich zu sein.

Yelka Eggenschwiler

¹¹¹ Li, X. R./Harrill, R./Uysal, M./Burnett, T./Zhan, X. (2010): Estimating the size of the Chinese outbound travel market: A demand-side approach, *Tourism Management*, 31, 250–259.

Herausgeber:

Forschungsstelle Tourismus
Universität Bern, CRED
Schanzeneckstrasse 1
Postfach 8573
3001 Bern

Tel. +41 31 631 37 11
info@cred.unibe.ch
www.cred.unibe.ch