

Abstract

Titel: Verkehrserschliessung auf dem Bodensee - Fluch oder Segen für deutsche Tagestouristen?

Kurzzusammenfassung: Die Verkehrserschliessung ist für eine Tourismusregion von zentraler Bedeutung. Bei einer Region mit See nimmt dabei die Schifffahrt einen speziellen Platz ein. In dieser Arbeit interessiert, wie bekannt eine definierte Region innerhalb der Bodenseeregion für die Urlauber am deutschen Seeufer ist und unter welchen Umständen diese die Schifffahrt für Tagesausflüge in die definierte Region nutzen wollen. Dies scheint vor allem dann der Fall zu sein, wenn sich eine Destination möglichst einfach und unkompliziert damit erreichen lässt. Ausserdem konnten die durchgeführten Befragungen aufdecken, welche Faktoren die Urlauber von einem Tagesausflug in die Zielregion abhalten.

Verfasser/-in: Christof Bötschi

Herausgeber/-in: Charlotte Nüesch

Publikationsformat:

- BATH
- MATH
- Semesterarbeit
- Forschungsbericht
- Anderes

Veröffentlichung (Jahr): 2011

Sprache: deutsch

Zitation: Bötschi, C. (2011). *Verkehrserschliessung auf dem Bodensee - Fluch oder Segen für deutsche Tagestouristen?* (Unveröffentlichte Bachelor Thesis). FHS St. Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Schlagwörter (3-5 Tags): Tourismus, Touristische Marktforschung, Schifffahrt, Verkehrsnutzung

Ausgangslage, Ziel, Vorgehen, Erkenntnisse, Literaturquellen

Ausgangslage:

Die Bodenseeregion ist ein international bekanntes Tourismusgebiet, das jährlich viele Gäste vor allem aus den Anrainerstaaten Deutschland, Österreich und der Schweiz anlockt. Die Übernachtungszahlen sind insbesondere am deutschen Bodenseeufer beträchtlich. Die Tourismusorganisation, die diese Bachelor Thesis in Auftrag gegeben hat, ist der Ansicht, dass das Potenzial an Tagestouristen bislang noch nicht ausgeschöpft wurde und möchte deshalb wissen, was die Tagestouristen davon abhält, Ausflüge in die Zielregion zu unternehmen.

Ziel:

Im Rahmen dieser Bachelor Thesis sollen folgende Ziele erreicht werden:

- Es soll eruiert werden, welches die Gründe für die deutschen Gäste sind, die Zielregion nicht zu besuchen.
- Das Verkehrsverhalten der Touristinnen und Touristen soll untersucht werden. Die Untersuchung soll insbesondere darüber Auskunft geben, wie attraktiv die Schifffahrt für Tagestouristen ist.

Vorgehen:

Die Bearbeitung dieser Bachelor Thesis erfordert die Durchführung von touristischer Marktforschung. Dabei wird zuerst die Zielregion, die Zielgruppe und die Region, in der die Marktforschung durchgeführt wird, definiert. Als Zielgruppe werden jene Gäste definiert, die mehr als vier Tage Urlaub am deutschen Bodenseeufer machen.

Die Primärforschung erfolgt in zwei Schritten. In einem ersten Schritt werden ausgewählte Tourismusorganisationen und Hotelunternehmen befragt.

Diese werden als Experten angesehen, da sie im täglichen Kontakt mit Gästen stehen und auch öfters Vermittler der touristischen Dienstleistung sind. Diese Befragung findet anhand teilstrukturierter Interviews statt.

Der zweite Schritt beinhaltet eine Befragung von Touristen.

Die Experteninterviews und die Befragungen von Touristen werden am deutschen Bodenseeufer durchgeführt. Sie finden in jenen fünf Ortschaften statt, die die meisten Logiernächte der definierten Region aufweisen. Für die quantitative Befragung wird eine nach der Anzahl Logiernächte geschichtete Nettostichprobe von 40 Personen angestrebt.

Die Frageinhalte der Befragung sind auf folgende Bereiche aufgeteilt:

- Bekanntheit und Attraktivität der Zielregion
- Zufriedenheit mit Ausflügen in die Zielregion
- Verkehrsverhalten der Touristen

Erkenntnisse:

Aus der Primärforschung resultierten folgende Erkenntnisse:

Bekanntheit der Zielregion:	Die Forschung zeigt, dass die sechs Destinationen der Zielregion sehr unterschiedlich bekannt sind. Der höchste Bekanntheitswert liegt bei 90%, während die am wenigsten bekannte Destination einen Wert von 30% erreichte.
Attraktivität der Zielregion:	Die Attraktivität variiert wie die Bekanntheit von Destination zu Destination. Es besteht jedoch kein direkter Zusammenhang zwischen der Bekanntheit und der Attraktivität. Destinationen mit einem hohen Bekanntheitswert werden also nicht automatisch auch mehr besucht. Auffallend ist, dass die meistbesuchte Destination über eine direkte Schiffsverbindung an das deutsche Seeufer verfügt.
Zufriedenheit mit einem Besuch in der Zielregion:	Jene Gäste, die die Zielregion bereits einmal besucht haben, geben mehrheitlich ein positives Feedback. Die Rückmeldung lassen diesbezüglich keinen akuten Handlungsbedarf erkennen.
Verkehrsverhalten der Touristen:	Der Grossteil der Touristen reist mit dem Auto in den Urlaub an. Damit steht ihnen das Auto auch für Tagesausflüge zur Verfügung und bleibt während des Urlaubs das primäre Verkehrsmittel. Es gibt aber auch viele Touristen, die sich während des Urlaubes ganz bewusst für eine andere Form der Mobilität entscheiden. Insbesondere ältere Gäste

	<p>benutzen sehr gerne das Schiff und verbinden dies mit der gewünschten Erholung.</p> <p>Für Besuche in der Zielregion würden aber die meisten Gäste den Individualverkehr wählen. Dies deshalb, weil ihnen die Anreise mit Schiff und öffentlichem Verkehr zu umständlich ist.</p>
Hemmfaktoren:	<p>Es werden verschiedene Faktoren genannt, die Touristen von einem Tagesausflug in die Zielregion abhalten. Am meisten wird genannt, dass die Zielregion zu weit weg ist. Ausserdem wird die Anreise als kompliziert und umständlich empfunden und die Region wird als unbekannt beschrieben. Das lässt den Schluss zu, dass die Zielregion in der Wahrnehmung der Gäste nicht zur Bodenseeregion gehört.</p>

Verbesserungsmassnahmen:

Um zukünftig vermehrt Tagestouristen vom deutschen Bodenseeufer anzulocken, wird der Auftraggeberschaft empfohlen, sich für folgende Verbesserungen einzusetzen:

- Die Präsenz am deutschen Ufer soll verstärkt und damit dafür gesorgt werden, dass die Zielregion vermehrt als ein Teil der Bodenseeregion wahrgenommen wird.
- Die Organisation soll sich dafür einsetzen, dass direkte Schifffahrtsverbindungen bestehen bleiben, da diese als eine Art Türöffner dienen.
- Den Touristen soll die Ausflugsplanung mit konkreten Reisevorschlägen vereinfacht werden.
- Auf politischer Ebene soll langfristig Einfluss auf die Einführung einer kurzzeitigen und preiswerten Autobahnvignette genommen werden.
- Die Zielregion soll auch bei deutschen Tourismusinformationen entlang des Bodensees bekannter gemacht werden, um die Zusammenarbeit innerhalb der Region zu verbessern.