

GRUNDLAGENSTUDIE ZUR SITUATION DES BEHERBERGUNGSSEKTORS IN SÜDTIROL

Analyse, Strategien und Handlungsoptionen unter
besonderer Berücksichtigung der Hotellerie

Das Wichtigste in Kürze

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Die „Grundlagenstudie zur Situation des Beherbergungssektors in Südtirol“ verfolgt das Ziel, die Struktur des Südtiroler Beherbergungssektors problemorientiert zu analysieren. Dementsprechend lassen sich folgende Forschungsfragen ableiten:

- In welcher betriebswirtschaftlichen Situation befinden sich die Südtiroler Beherbergungsbetriebe?
- Welches sind die größten Herausforderungen und Probleme in der Hotellerie?
- Gibt es kausale Zusammenhänge zwischen den auftretenden Problemen und unternehmensspezifischen Charakteristiken?
- Welche Maßnahmen können Unternehmer und Politik treffen, um den Problemen entgegenzuwirken?

Die Studie beinhaltet im Wesentlichen zwei auf die Zielsetzung abgestimmte Bausteine: die Ermittlung und Analyse von gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen und Problemen der Südtiroler Beherbergungsbetriebe, sowie die Ableitung von möglichst praxisnahen Maßnahmen um diesen Problemen entgegenzuwirken. Die Grundlage des analytischen Teils bilden eine Literaturanalyse, die Ergebnisse von zehn qualitativen Interviews, die Resultate einer Umfrage unter den Südtiroler Hoteliers, sowie die Analyse von 120 Bilanzen von Hotelbetrieben.

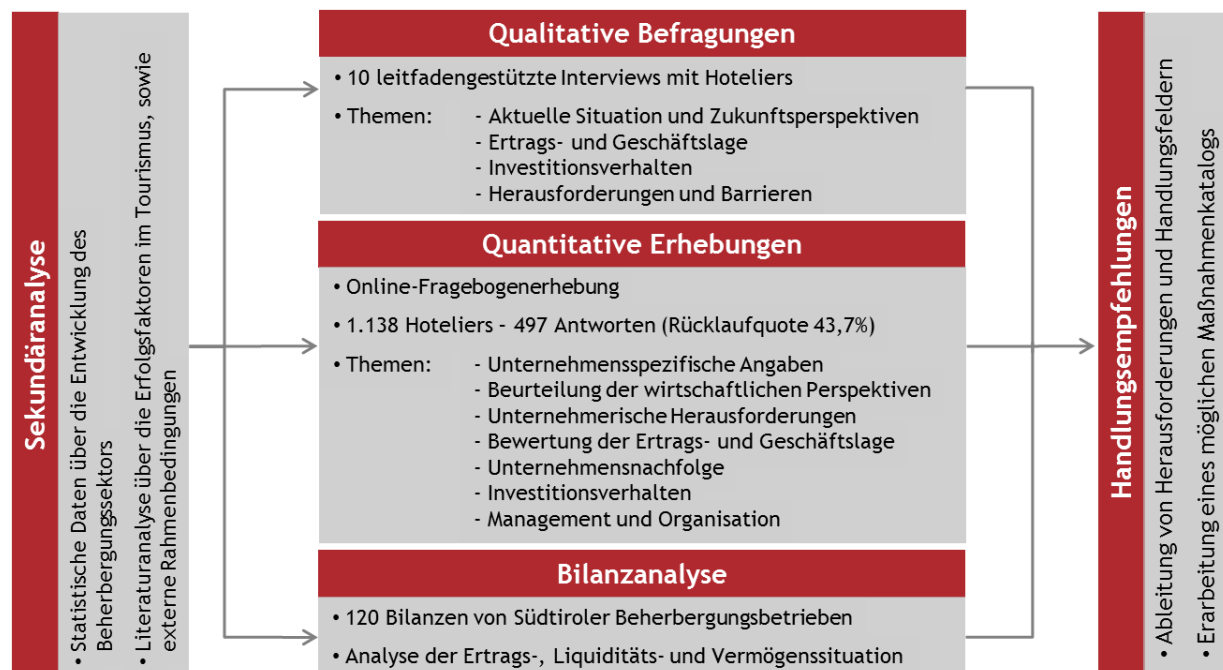


Abbildung 1: Beschreibung der Vorgehensweise

15 zentrale Aussagen

Sinkende Betriebszahlen: über die letzten 20 Jahre betrachtet ist die Betriebsanzahl um 23,6% gesunken. Diese Entwicklung betrifft verstärkt einzelne Bezirke, sowie Kategorien. So lässt sich in Bozen sowie im Überetsch und im Südtiroler Unterland ein starker Betriebsrückgang feststellen. Auch Betriebe im 1 und 2 Sterne Segment sind stark betroffen. So sank der Anteil von 1 Sterne Betrieben von 37% auf 10% und jener der 2 Sterne Betriebe von 37,6% auf 28%.

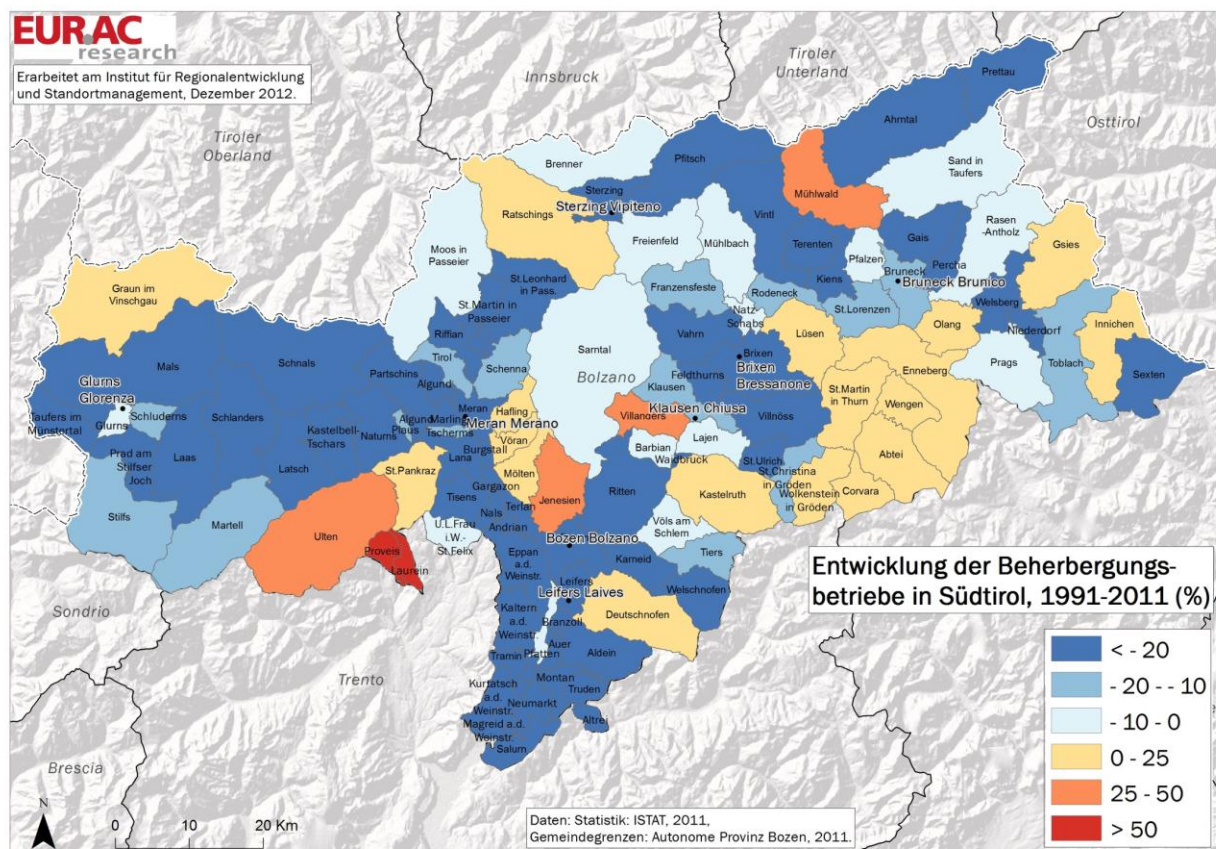


Abbildung 2: Entwicklung der Beherbergungsbetriebe in Südtirol, 1991-2011

Sinkende Brutto-Auslastung der Betriebe im 1 und 2 Sterne Segment: die Brutto-Auslastung der Betriebe ist im Allgemeinen in den letzten 20 Jahren von 33,1% auf 40,9% angestiegen. Diese Entwicklung wurde aber von den Betrieben im 3 bis 5 Sterne Segment getrieben. Die Brutto-Auslastung der Betriebe im 1 und 2 Sterne Segment sank und beträgt nunmehr 22,6% für Betriebe mit 2 Sternen und 29,4% für Betriebe im 1 Sterne Segment.

Unklare Preispolitik: laut Einschätzung der Unternehmer sind die Preise in Südtirol im Vergleich zur gebotenen Qualität moderat. Zudem ist die Preispolitik der Hoteliers differenziert. Während die Betriebe im 1 bis 3 Sterne Segment ihre Preise über die letzten zehn Jahre jährlich geringfügig aber konsequent erhöht haben ist die Entwicklung im 4 und 5 Sterne Segment sprunghafter und im 5 Sterne Segment teilweise negativ. Über die letzten fünf Jahre wurden die Preise der 1 Sterne Betriebe um 24% angehoben, während sie im 5 Sterne Segment um 0,45% gestiegen sind. Ein Problem bezüglich der Preispolitik der Unternehmen stellt auch der Preisdruck und –kampf dar.

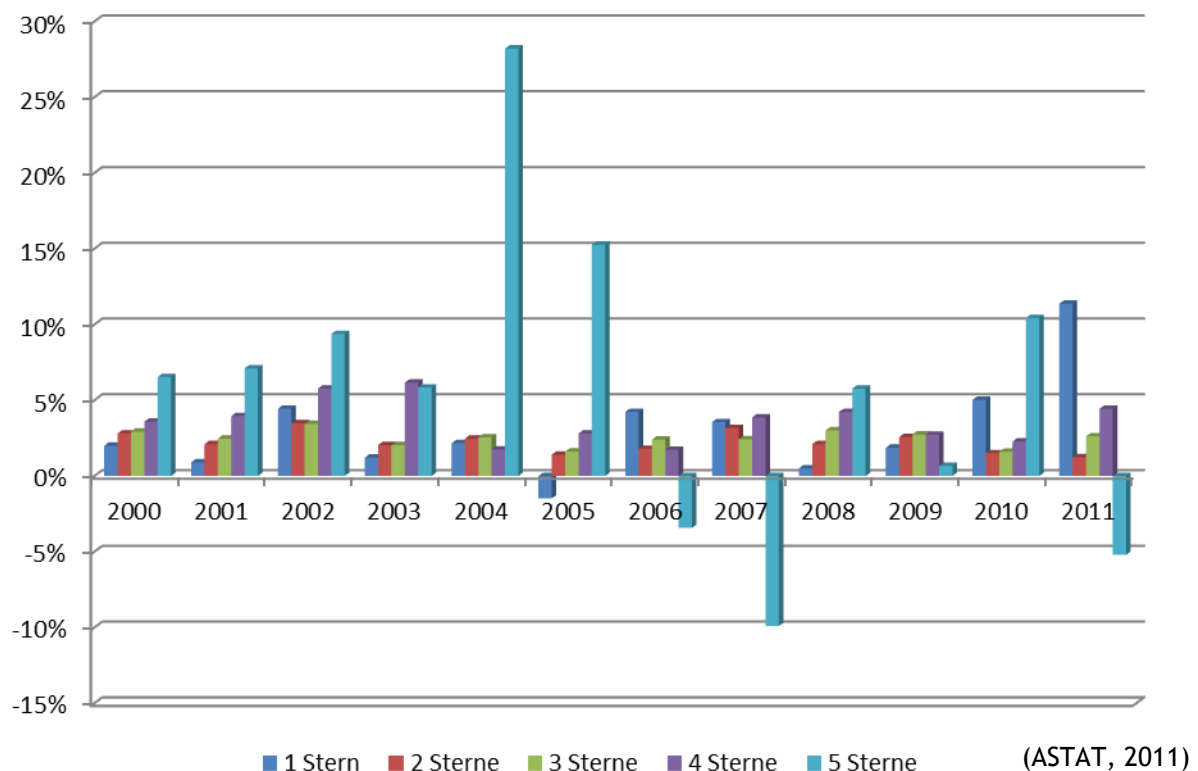


Abbildung 3: Entwicklung der Preise nach Kategorie, 2000-2011

Unternehmensnachfolge: die Unternehmensnachfolge stellt für die Hoteliers eine Herausforderung dar. Dabei stehen vor allem finanzielle Herausforderungen, die betriebliche Situation des Unternehmens, sowie die Kompetenzabgrenzung im Vordergrund.

Geringes Marktpotenzial von Kleinbetrieben: besonders kleine Betriebe weisen ein geringes Marktpotenzial und somit einen limitierten Zugang zum Kunden auf. Dies lässt sich auf die unklare Positionierung, das Fehlen von klaren Konzepten, die schwache Internetpräsenz der Betriebe sowie auf den hohen Konkurrenzdruck zurückführen.

Negativtrend in der Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung: für die nächsten fünf Jahre sehen 34,6% der Unternehmer eine Verschlechterung der Ertrags- und Geschäftslage voraus, während diese von 26,2% als positiv eingeschätzt wird.

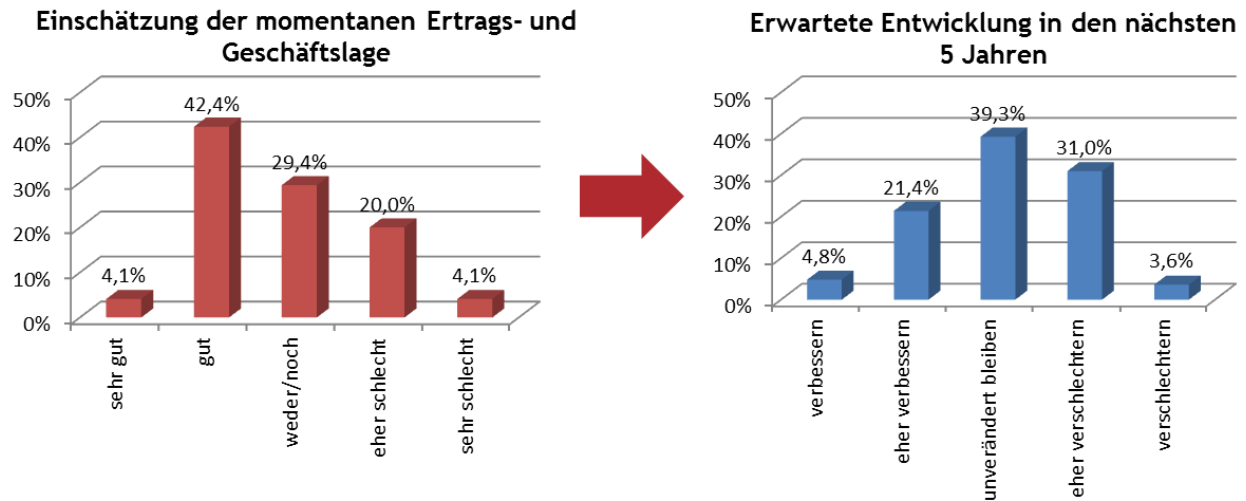


Abbildung 4: Einschätzung der momentanen Ertrags- und Geschäftslage, sowie der erwarteten Entwicklung

Erfolgsfaktoren in der Entwicklung: als Erfolgsfaktoren für die bisherige Entwicklung der Ertrags- und Geschäftslage, sowie die zukünftige positive Entwicklung werden das Investitionsverhalten, die Preisgestaltung, die Positionierung, die gute Gästestruktur sowie die ausgeglichene Kostenstruktur gesehen.

		Durchschnitt
Wichtigste Faktoren welche zu einer Verbesserung der Ertrags- und Geschäftslage führen	Preisgestaltung	1,54
	Gästestruktur	1,69
	Investitionsverhalten	1,82
	Positionierung am Markt	1,99
	Kostenstruktur	2,03

(1=sehr starken Einfluss, 5= keinen Einfluss)

Faktoren welche zu einer Verschlechterung führen: als Faktoren welche eine negative Entwicklung der Ertrags- und Geschäftslage zur Folge hatten werden die unklare Kostenstruktur des Unternehmens, die Preisgestaltung, die Veränderungen auf den Märkten, Krisen, sowie das eigene Investitionsverhalten gesehen.

		Durchschnitt
Wichtigste Faktoren welche zu einer Verschlechterung der Ertrags- und Geschäftslage führen	Kostenstruktur	1,22
	Krisen	1,74
	Veränderung auf den Märkten	1,79
	Preisgestaltung	1,89
	Investitionsverhalten	1,97

(1=sehr starken Einfluss, 5= keinen Einfluss)

Ungünstige Vermögenssituation der Betriebe: neben der geringen Eigenkapitalquote, stellen vor allem der hohe Verschuldungsgrad sowie die geringe Rentabilität der Betriebe ein Problem dar. In Kombination mit der hohen Anlagenintensität führt dies zu einer unzureichenden Anlagendeckung und kann zu einer Bedrohung für die betroffenen Betriebe werden.

Passives Investitionsverhalten der Hoteliers: rund 36% der Unternehmer haben in den letzten 3 Jahren größere Investitionen durchgeführt. 28,8% geben an diese im Zeitraum von 2005 bis 2007 durchgeführt zu haben. Rund 36% der Hoteliers haben in den letzten sieben Jahren keine größeren Investitionen getätigt. Auch in den qualitativen Interviews wurde das oft sehr passive Investitionsverhalten der Südtiroler Hoteliers als Problem identifiziert.

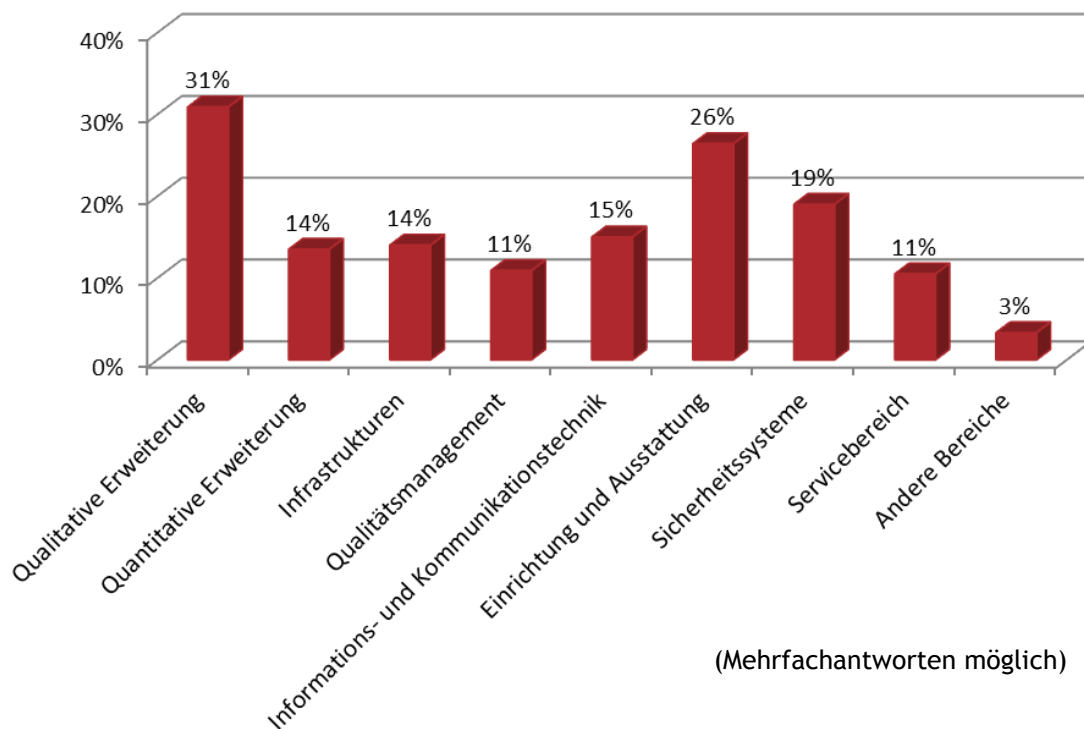


Abbildung 5: Bereiche in welchen die letzte Investition getätigt wurde

Schlechte Nutzung von Informationen über Märkte und Kunden: obwohl 80% der antwortenden Hoteliers marktrelevante Informationen erhalten, nutzen sie diese Informationen größtenteils nur um sich über die Geschehnisse im Allgemeinen zu informieren. Nur 18,3% der Unternehmer geben an, diese auch für die Angebots- und Produktentwicklung zu nutzen. 15% der Hoteliers nutzen die Informationen für die Positionierung.

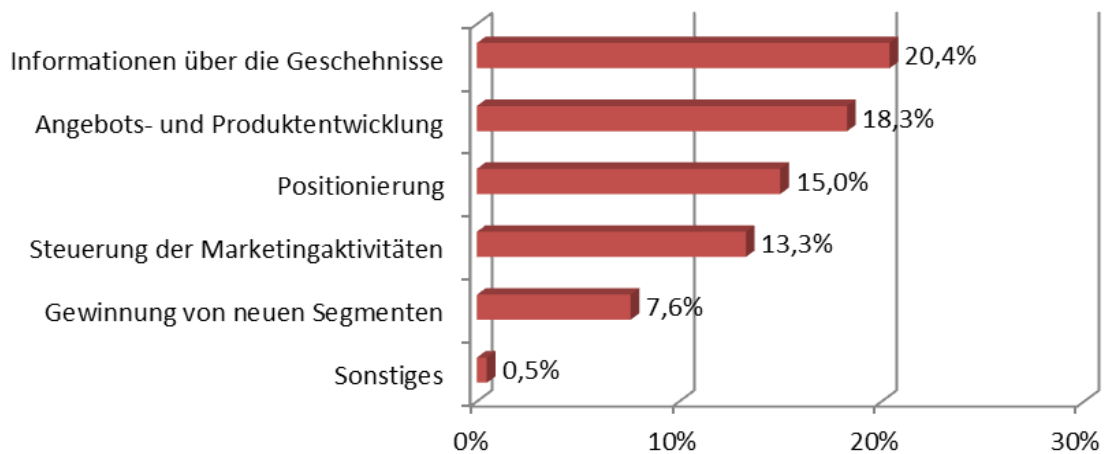


Abbildung 6: Nutzung von Informationen über Märkte und Kunden

Starke operative Tätigkeit der Unternehmer: die Südtiroler Unternehmer sind sehr stark operativ im Betrieb tätig. Der Anteil an operativen Tätigkeiten beträgt in den Kleinbetrieben 78%, bei Betrieben über 100 Betten liegt dieser bei 54%. In Kombination mit anderen Herausforderungen, wie beispielsweise Bürokratie, strategischer Ausrichtung usw. stellt dies eine große Herausforderung dar.

Bürokratie: die Bürokratie stellt für alle Unternehmer eine Herausforderung dar. Durch komplexere und zusätzliche Regelungen wird es für die Hoteliers zunehmend schwierig allen Anforderungen gerecht zu werden.

Unterschiedliche Problembereiche und Notwendigkeiten: in einer Clusteranalyse ließen sich drei verschiedene Gruppen, mit spezifischen Charakteristiken ableiten: Unternehmen mit geringen Erweiterungsmöglichkeiten, Unternehmen mit Führungsproblemen und geringer Auftragslage, sowie Unternehmen mit finanziellen Problemen. Diese Gruppen weisen differenzierte Notwendigkeiten und Handlungsfelder auf.

Handlungsfelder und Maßnahmen

Auf der Grundlage der Ergebnisse der Analysen konnten folgende Handlungsfelder abgeleitet werden:



Abbildung 7: Handlungsfelder

Basierend auf diesen Handlungsfeldern wurden verschiedene Maßnahmen erarbeitet, welche der Lösung der Problembereiche dienen sollen.