Wir leben Handel.

BBE Handelsberatung

ISEK Haßfurt

Tourismuskonzept

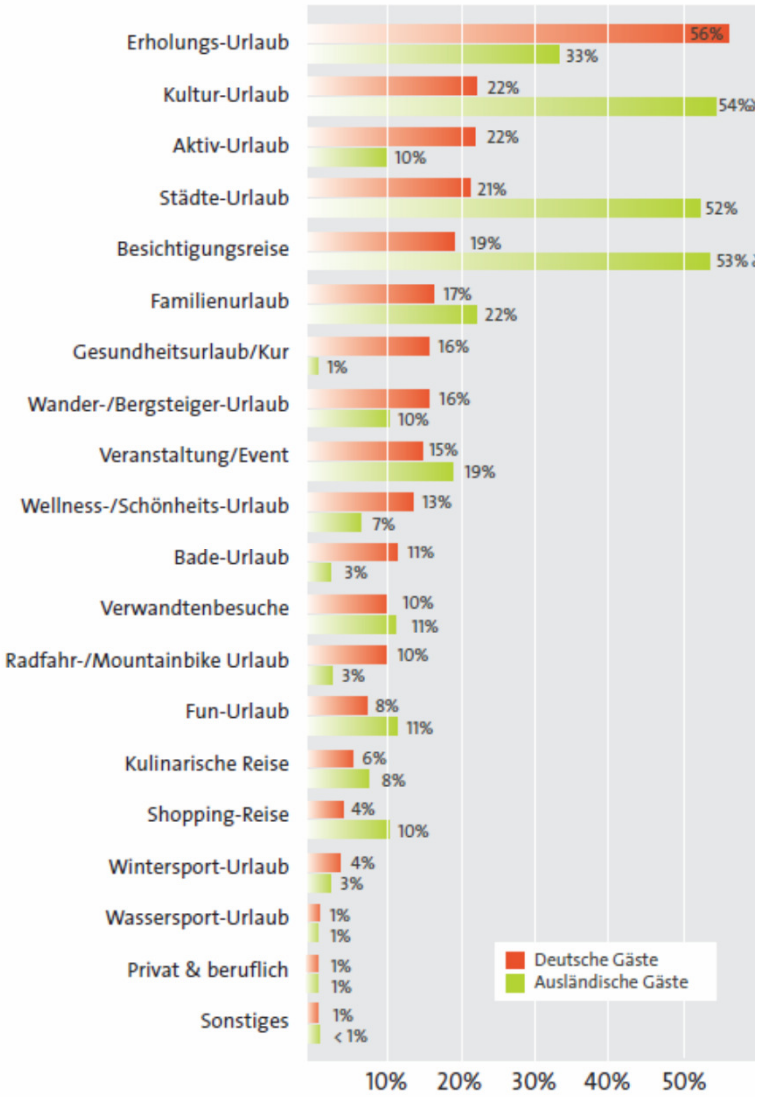
Analyse & Handlungsfelder Gastgewerbe

Haßfurt, 12.09.2012

BBE Handelsberatung

Dr. Silvia Horn

Ausgangssituation



- Interesse an Städte- und Kulturtourismus wachsend
- rd. **24 Mio.** Deutsche haben Interesse an einer Städtereise
- 87% Tagestourismus
- 13 % Übernachtungstourismus
- Kultur und sportliche Aktivitäten in der Natur liegen im Trend (Rad, Wandern, Wassersport)

Ausgangssituation

Veränderte Nachfragestrukturen

- 50 plus Generation wird zu einer dominanten touristischen Zielgruppe (Wachstumsmotor: verfügbare Einkommen, zeitflexibler)
- professionalisierter Gast mit wachsenden Qualitäts- und Servicebewusstsein

Orientierung an Gesundheit und Wellness

- Reinheit, Frische, Ursprünglichkeit stehen für Gesundheit und Fitness, Umweltfreundlichkeit, gesunde Lebensführung gewinnen an Gewicht

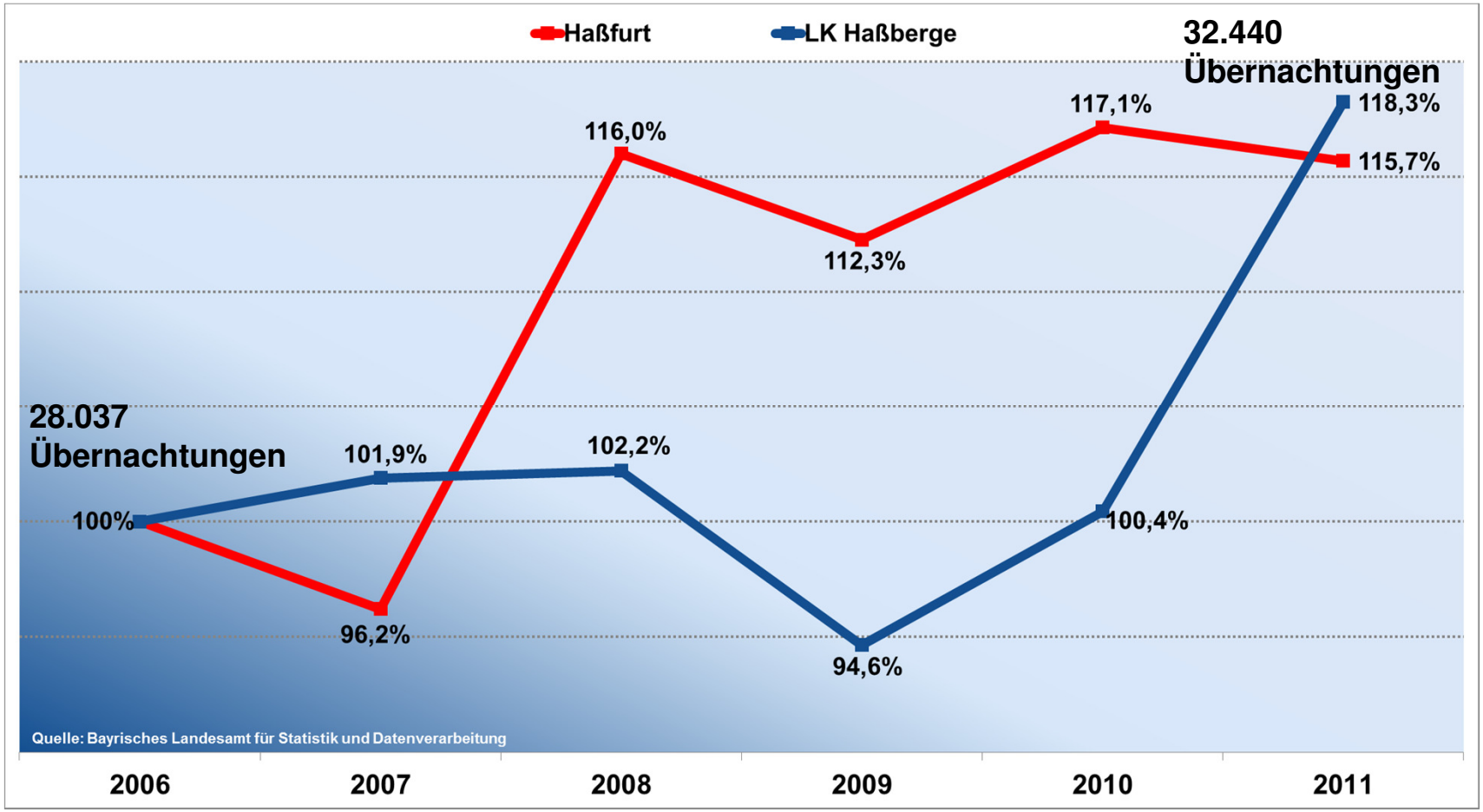
Qualitätsanspruch auf allen Ebenen

- Gut informierte Gäste vergleichen Angebote und Preise
- Qualitätsbewusstsein steigt, zunehmende Qualitätsorientierung
- Optimal organisierte Dienstleistungskette wird erwartet

Transparenter Markt

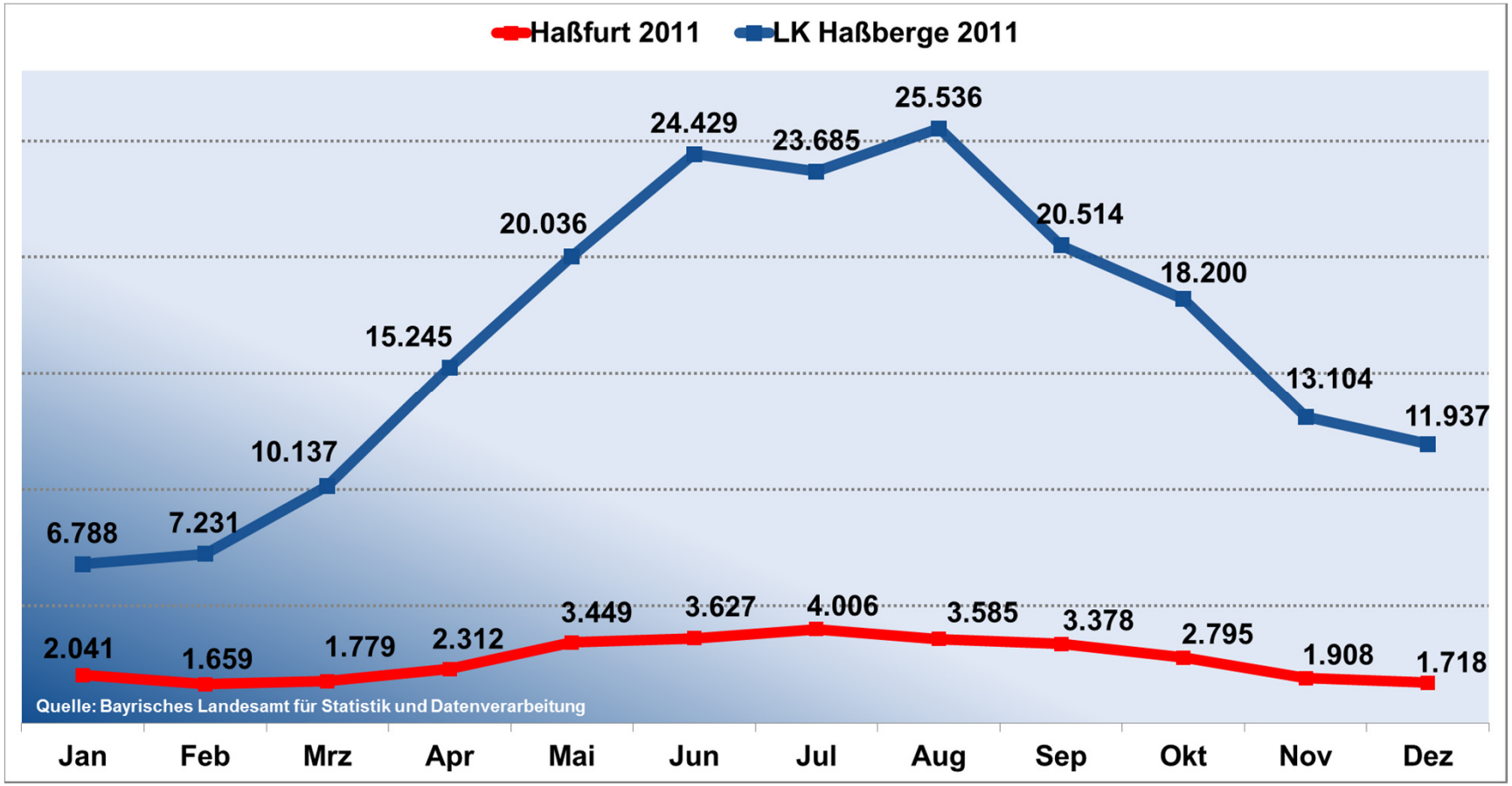
- neue Kommunikations- und Vertriebstechnologie

Nachfrageentwicklung - Übernachtungen in Haßfurt im Vergleich mit LK

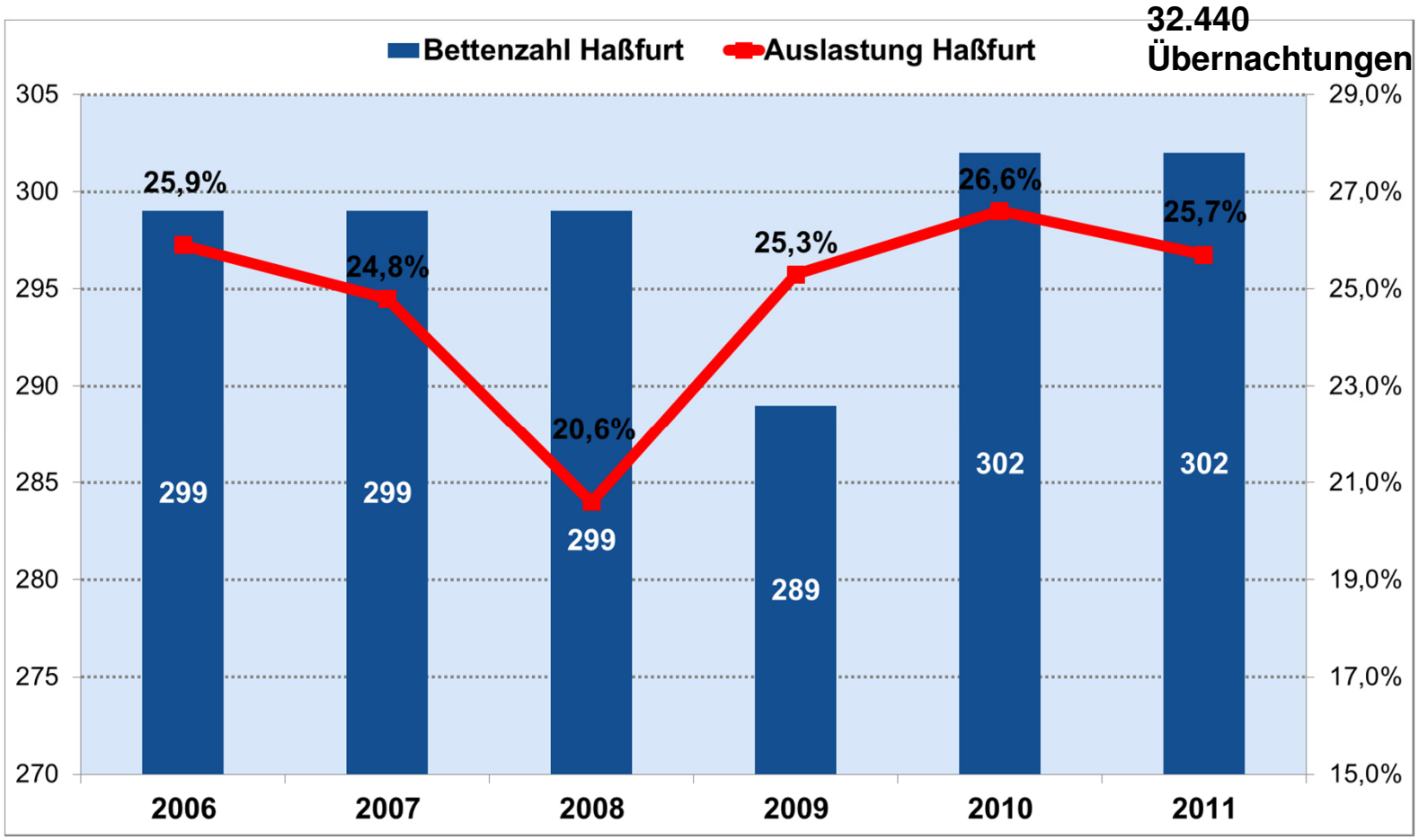


Situationsanalyse

Nachfrageentwicklung – Übernachtungen im Jahresverlauf



Investitionskraft und Wettbewerbsfähigkeit – maßgebliche Faktoren für niedrige Auslastung



Situationsanalyse

- Die ø Aufenthaltsdauer stellt ein Bewertungsmaßstab für das touristische Angebot dar und welche Zielgruppen erreicht werden.
- Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Haßfurt lag in 2011 bei 1,8 Tagen, im Vergleich zum Jahr 2000 (1,6 Tage) eine positive Entwicklung.
- Bei der Bewertung der Aufenthaltsdauer der Gäste in Haßfurt ist eine differenzierte Betrachtung vorzunehmen. Die Stadt Haßfurt spricht zwar ein breiteres Nachfragespektrum an. Generell bilden jedoch Geschäftsreisende den Schwerpunkt der Nachfrage für Haßfurt.
- Ergebnisse von Gästebefragungen liegen nicht vor. Die nebenstehende Übersicht leitet sich aus den Gesprächen mit Unternehmern ab.
- Demnach entfällt auf fast Zweidrittel der Nachfrage auf geschäftlich motivierte Besuche. Eine ø Aufenthaltsdauer von 1,5-1,8 Tagen ist für dieses Gästesegment typisch.

- Für eine detaillierte Analyse wird eine Gästebefragung angeregt . Dadurch werden auch Aussagen zur Gästeherkunft gewonnen.

rd. 65% Geschäftsreisende

rd. 30% Kurzurlauber

rd. 5% Verwandten- und Bekanntenbesuche

- Mit der positiven Entwicklung der Aufenthaltsdauer positioniert sich Haßfurt gegen den Trend, der sich national und international im Reiseverhalten der Gäste abzeichnet. Es gilt: „kürzer aber intensiver“
- Macht Potenziale des Tourismusstandortes Haßfurt sichtbar.

Situationsanalyse

- Im Stadtgebiet von Haßfurt sind insgesamt 7 Beherbergungsbetriebe angesiedelt. Davon 4 Hotels und 3 Gasthöfe.
- Darüber hinaus werden noch Ferienwohnungen und Privatzimmer angeboten (insgesamt 9), die gewerblich allerdings nicht erfasst werden.
- Die gewerblich erfassten Beherbergungsbetriebe verfügen insgesamt über rd. 300 Betten. Nach eigenen Angaben der Betriebe sind es rd. 330 Betten (Mehrbettzimmer).
- Die Kapazitäten sind seit dem Jahr 2000 nahezu konstant geblieben. Etwa 10 Betten sind dazu gekommen.
- In der Struktur dominiert das Vollhotel, d.h. Beherbergung-, Gastronomie-, und Freizeit-angebote unter einem Dach. Grundsätzlich liegen Hotels im Trend, allerdings ist für die Hotels in Haßfurt festzustellen, dass strukturelle und angebotsseitige Defizite diesen Vorteil nicht nutzen lassen. Dies betrifft im Besonderen den Ausstattungsstandard und Freizeitangebote .
- Mit 45 Zimmern weist das Hotel Goger die größte Zimmer- und Bettenkapazität (ca. 100) auf.
- 60 Betten bietet Hotel Matthes in der Industriestraße und stellt vor allem auf den Gästekreis von Geschäfts-reisenden ab.
- In der Innenstadt ist das Hotel Meister Bär mit 36 Zimmern das größte Hotel. Das Hotel positioniert sich im 4-Sterne-Standard.
- Hotels und Gasthöfe bieten mit Ausnahme des Meehäusle ein auf die Kernleistung bezogenes Angebot (Übernachtung) zu einem günstigen Preis. In dieser Form nur bedingt marktfähig.
- Die Preise für DZ bewegen sich in einer Bandbreite zwischen 53 € (Mainaussicht) und 89 € (Meister Bär).

Das Beherbergungsangebot in Haßfurt umfasst kleinere Hotels und Gasthöfe, die in der Mehrzahl ein stark preis-orientiertes Angebot, jedoch ohne eigenständige Profilierung, unterbreiten!

Situationsanalyse

In unterschiedlicher Ausprägung verzeichnet die Mehrzahl der Beherbergungsbetriebe außen und innen einen erheblichen Investitionsstau!

Situationsanalyse

- Die Leistungsfähigkeit des Übernachtungs-angebotes in Haßfurt ist auch an Klassi-fizierungs-und Zertifizierungsprädikaten abzulesen.
- Von den insgesamt 7 Hotels und Gasthöfen hat sich keines den Richtlinien und Bewertungen der Deutschen Hotelklassifizierung unterzogen

Keines der Hotels in Haßfurt ist klassifiziert Durchschnitt im Freistaates Bayern (rd. 49%) über bundesdeutschem Niveau von rd. 46%. [1]

- **Qualitäts- und Serviceorientierung** sind Schlüsselthemen für die Zufriedenheit der Gäste und schließlich für den Markterfolg der touristischen Destination bzw. jedes einzelnen Unternehmens mit touristischer Ausrichtung.
- Qualitäts- und Serviceoffensiven im Gastgewerbe können dem Unternehmen für die Gestaltung eines ganzheitlichen, nachhaltigen Prozesses die notwendige Unterstützung geben.
- Mit dem Qualitätssiegel ServiceQualität Deutschland in Bayern ist keines der Hotels und Gasthöfe in Haßfurt zertifiziert.
- **Hotel Walfisch ist als Bett+ Bike Betrieb zertifiziert.**

ServiceQualität DEUTSCHLAND

bett+bike adfc

[1] Quelle: Eigene Berechnungen auf Grundlage der Daten des Statistischen Bundesamtes und der Deutschen Hotelklassifizierung

Situationsanalyse – Sicht des Gastes

www.hrs.de
- Meister BÄR Hotel Mittelfranken

www.hotel.de
- Meister BÄR Hotel Mittelfranken
- Hotel Walfisch
- Hotel Restaurant Goger

www.booking.com
- Meister BÄR Hotel Mittelfranken
- Hotel Walfisch

Holidaycheck.de (Bewertungsportal)
- Meister BÄR Hotel Mittelfranken
- Hotel Walfisch
- Hotel Restaurant Goger
- Hotel Mathes
- Naturfreundehaus „Meehäusle“

Pension.de
- Hotel Restaurant Goger
- Hotel Mathes
- Gasthof „Zur schönen Aussicht“
- Gasthof Mainaussicht

Positive Faktoren:
- Personal wird mehrheitlich als freundlich bewertet
- Lage in der Innenstadt
- Preisgestaltung wurde als gut empfunden

Negative Faktoren:
- Die Ausstattung der Betriebe wird häufig als veraltet und erneuerungsbedürftig bewertet
- Betriebsführung und geringe Serviceorientierung
- keine speziellen Alleinstellungsmerkmale der Betriebe
- keine erkennbare Ausrichtung der Betriebe auf Zielgruppen (z.B. Rad-tourismus entlang des Main-Radwegs)

Situationsanalyse

- Haßfurt bietet:
  naturräumliche Vorzüge (Naturpark Haßberge, Steigerwald)
- Aktivangebote:
  Radwegesystem, Freizeitzentrum mit Erlebnis-bad, Fitness und weitere Sporteinrichtungen
- Kultur:
  historische Altstadt, Stadt- und Rathaushalle mit attraktiven kulturellen Veranstaltungen
- Motive bzw. Anlässe für Tagesfahrten nach Haßfurt können vielfältig sein
- hohe Bedeutung des Geschäftsreiseverkehrs
- Konzentration städtischer Funktionen (u.a. Verwaltung, Finanzdienstleister, medinzinische Angebote etc.) in Haßfurt und einer Vielzahl von Unternehmen, die speziell den Tages-geschäftstourismus befördern.

- Besonders die Veranstaltungen in der Stadt (Feste usw.) und in der Stadthalle mit der Vielzahl von kulturellen Events und Produkten generieren eine hohe Anzahl von Tagestouristen.
- Aus den genannten Faktoren lassen sich folgende Besuchsanlässe und Zielgruppen ableiten:

- **Besuch von Veranstaltungen**
- **Radtouren**
- **Besichtigung von Sehenswürdigkeiten**
- **Einkaufsfahrten**
- **Geschäftsreiseverkehr**
- **Verwandten- und Bekanntenbesuche**

Volumen der Tagesreisen:

ca. 250.000 Tagesgäste pro Jahr[1]

[1] Nach Berechnungen der BBE Handelsberatung, auf Basis der Studie „Tagesreisen der Deutschen“ Teil 3 – Jahr 2006, Autor Dr. Joachim Maschke dwif Schriftenreihe Nr. 52 / 2007 - rd. 7,7 Tagesreisen pro Übernachtung

Situationsanalyse - Gastronomie

- Das gastronomische Angebot soll nicht nur der Versorgung des Touristen und Tagesbesuchers dienen, sondern ein Erlebnisfaktor für Haßfurt darstellen.
- Gemäß unserer Erhebung befinden sich 25 relevante gastronomische Einrichtungen im Stadtgebiet von Haßfurt.
- Das Angebot wird von klassischen Restaurants und Gasthäusern (16) dominiert, dazu internationale Küche (4) und Cafés/Eiscafés (5).
- Die Mehrzahl der Betriebe ist in der Außenpräsentation (Gebäudesubstanz), jedoch auch in der Ausstattung, insbesondere der Sanitärbereiche nicht zeitgemäß.
- Thematische Ausrichtungen der Konzepte, basierend auf Traditionen der Stadt oder Region, sind nicht ausgeprägt.
- Die Angebotsstruktur ist überwiegend homogen. Profilierte Konzepte und Innovationen bilden die Ausnahme. Letzteres gilt u.a. für das „Naturfreundehaus“ oder das „Neumanns“ welche zielgruppenorientiert ausgerichtet sind
- „Regionalität der Produkte in Verbindung mit einer auf Frische basierenden Küche, ist in den Angebotskonzepten kaum erkennbar oder wird nicht ausreichend kommuniziert.
- Es fehlen themen- bzw. produktorientierte Konzepte (Region, Historie etc.), die dem Gast eine besondere Erlebnisqualität bieten – Bodenständigkeit und Heimat ist wieder „in“
- Vom wachsenden Boom des Kaffeegeschäfts bzw. der traditionellen Kaffeehauskultur mit hausgemachten Kuchen profitieren die Bäcker mit einem Angebot in unterschiedlicher Qualität.

Situationsanalyse - Gastronomie

- Freisitze sind ein wichtiger Angebotsbaustein und Umsatzbringer. Allerdings hat sich der Anspruch der Gäste an die Gestaltung und das Mobiliar in den letzten Jahren stark gewandelt. Einfache Plastestühle und Tische sind nicht mehr zeitgemäß. Die Gestaltung sollte die Lage und den angestrebten Gästekreis berücksichtigen.

- Die historische Altstadt von Haßfurt bietet ein verschiedenes Spektrum von Freisitzen, die zumeist kleinere Kapazitäten aufweisen. Die Außengastronomie im Altstadthotel mit Restaurantcharakter, ein besonderes Flair besitzt der Biergarten im Ratskeller, für den auswärtigen Besucher jedoch kaum wahrnehmbar.

- Die Angebotspräsentation der gastronomischen Betriebe, insbesondere über Speise- und Getränkekarten, haben mehrheitlich einen Optimierungsbedarf. Authentizität, Natürlichkeit und Gesundheit sind maßgebliche Profilierungsaspekte, die Region bietet für deren Umsetzung beste Voraussetzungen (Natur, Klima, Historie etc.).

Situationsanalyse – Gastronomie & Öffnungszeiten

- Die Öffnungszeiten der Anbieter variieren sehr stark.
- Mehrzahl hat vormittags und mittags geöffnet (14.00 Uhr). Von den Restaurants öffnen ein Teil am Abend wieder, mit unterschiedlichen Anfangszeiten (zwischen 17:00 Uhr und 18:00 Uhr) und Schließzeiten (20:00 Uhr bis 23:00 Uhr).
- Die Eiscafés haben gemäß Ausschilderung am Sonntag geöffnet (bis 18:00 Uhr).
- Von den Restaurants haben einige am Sonntagabend geschlossen bzw. auch Ruhetag.
- 1 bis 2 Ruhetage sind die Regel, mit starker Konzentration auf den Montag.
- Teilweise werden die Öffnungszeiten nicht am Eingang bekannt gegeben.

Fazit:

Öffnungszeiten der innerstädtischen Anbieter sollten zukünftig besser abgestimmt werden, auch in Verbindung mit Veranstaltungen in der Stadthalle bzw. Rathaushalle. Tagesbesucher und Touristen am Wochenende bei der Gestaltung der Öffnungszeiten mehr Aufmerksamkeit schenken!

Fazit

- Zusammenarbeit der Hoteliers und Gastronomen nur schwach ausgeprägt.
- Der Stammtisch der Wirte ist nicht aktiv. Es fehlen die Initiatoren und Aktiven.
- Cafés und Bäckereien prägen immer mehr die Gastronomiekultur – Sicht des Kunden.
- Verschiedene Konzepte wurden in der Vergangenheit ausprobiert, waren immer nur für begrenzten Zeitraum tragfähig (lt. Herr Neumann).
- Zahlreiche Veranstaltungen in der Stadthalle – Gastronomie partizipiert nur gering.
- Veranstaltungs- und Kulturmanagement der Stadt setzt positive Akzente und bietet Basis für Angebotspakete – Hotel Bär
- Tourismus hat aufgrund des Radtourismus in den letzten Jahren zugelegt, die Hotels stellen sich mit Angeboten für Radfahrer(Unterbringungsmöglichkeiten) darauf ein.
- Nachfolge ist bei Familienbetrieben großes Problem → hemmt Investitionen.

Fazit & Ausblick

- Haßfurt besitzt touristisches Potenzial, dass bisher nicht ausreichend ausgeschöpft wird
- Touristische Infrastruktur mit unterschiedlichen Entwicklungsstand – Gastgewerbe als Hauptleistungsträger mit Defiziten bei harten und weichen Faktoren (Servicequalität) – marktgängige gastronomische Konzepte entwickeln,
- neue Standorte für Gastronomie herausbilden (Marktplatz, Mainauen)
- Touristische Ausrichtung des Einzelhandels ist entwicklungsfähig
- attraktive und leistungsfähige Kultureinrichtungen und Angebote, die Lösungsansätze für Angebotspakete darstellen
- Angebote stehen nebeneinander ohne Vernetzung, damit werden auch die wirtschaftlichen Perspektiven nicht erkannt
- Produkte und Themen entwickeln – Gast möchte ganzheitliche Erlebnisse
- Beispiel für Pakete: „Natur pur und aktiv“ – Kanutrails auf dem Main und seinen Baggerseen – Verknüpfung zum Freizeitzentrum etc.
- Erlebnisorientierte, thematisch ausgerichtete Stadtführungen

Handlungsfelder - Konzepte

Tradition & Moderne

44 Zimmer nach Umbau – vielfältige Angebotspakte für Radfahrer, Wanderer etc.

organisierte Lesungen und Theateraufführungen

Handlungsfelder - Konzepte

- „Gustav“ – neues Konzept eines traditionellen Familienbetriebs

- Handwerk – Handel – Gastronomie – Kultur verschmelzen zu einem erfolgreichen Gesamtkonzept

Handlungsfelder - Konzepte

Gastronomie mal anders! Wohnlichkeit als Trend

Angebotskonzepte thematisch in Verbindung mit historischer Bausubstanz

Handlungsfelder - Konzepte

Je mehr wir indoors arbeiten, desto größer wird der Freizeithunger nach outdoors – Der Garten wird zum Zimmer der Zukunft

Handlungsfelder - Konzepte

regional

und innovativ

Lebensstile haben sich verändert!
Gastrokonzepte müssen sich darauf einstellen!

Quelle: Bayrische Brau- und Immobilien GmbH

Handlungsfelder

Handlungsfeld 1: Management & Kooperation

Touristisches Leitbild – Tourismuskonzeption - Träger

Aktivierung der Zusammenarbeit touristischer Akteure in Haßfurt (Strukturen schaffen) – Einbindung in regionale Strukturen

Informationsangebot straffen

Maßnahmen und Controlling

Handlungsfeld 2: Qualifizierung und Qualitätsausbau

Unternehmensbezogene Qualifizierungsmaßnahmen – marktgerechte Konzepte, Unternehmensstrategien, Betriebsanalyse

Gemeinsame Workshops – Gastronomen, Stadtführer

Einzelbetriebliche Beratung

Klassifizierung & Zertifizierung anstreben

Handlungsfelder

Handlungsfeld 3: Themen-/Zielgruppenmarketing

Erlebnsiorientierte Angebotsbausteine zu Produkten bündeln (Natur, Wasserwandern, Kanu, Kultur- und Freizeitangebote, Übernachtung), auch Umland einbeziehen

Entwicklung und Flexibilisierung von Pauschalen,

Handlungsfeld 4: marktgerechter Ausbau der touristischen Infrastruktur

Gastronomiestandorte Marktplatz und am Main entwickeln – gastronomische Erlebnisbereiche

neues Hotelprojekt weiter verfolgen

Kanuanlegestelle / Schiffstourismus mit Perspektive?

Handlungsfeld 5: kontinuierliche Marktforschung

Gewinnung von Nachfragedaten durch periodische Gästebefragungen Imagefaktoren eingeschlossen

konsequente Aufbereitung der Daten und Auswertung mit Leistungsträgern

aktive Öffentlichkeitsarbeit

Handlungsfelder

Handlungsfeld 6: Tourismusbezogene Stadtgestaltung und Stadtbild

Begrüßung der Gäste am Stadteingang und durchgängiges touristisches Leitsystem (mehrsprachig)

Radwege innerstädtisch besser ausschildern

Gestaltung des Marktplatzes, auch der Hauptstraße zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität