

Wir leben Handel.

ISEK Haßfurt
Tourismuskonzept
- Situationsanalyse -

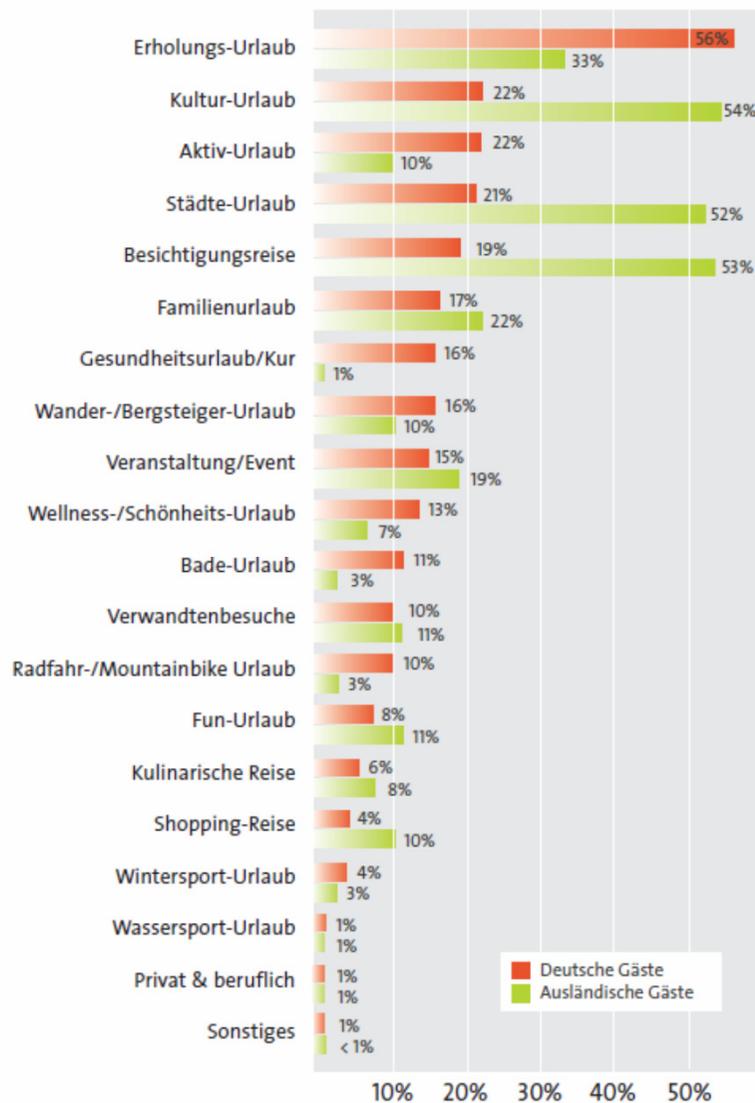
Haßfurt, 03.05.2012
Dr. Silvia Horn



Tourismus – Wirtschaftsfaktor für Haßfurt mit Wachstumschancen

- ✓ Haßfurt eingebunden in Naturpark Haßberge mit Anknüpfung zum Naturpark Steigerwald
- ✓ Haßfurt bietet: Historische Authentizität – Kultur – Natur & Aktivpotenzial
- ✓ Städte- und Kulturtourismus nachhaltiger Wachstumsmotor touristischer Nachfrage – kleine und mittelgroße Städte werden immer attraktiver für Veranstalter und Individualtouristen
- ✓ Städtetourismus generiert in Deutschland einen Bruttoumsatz von ca. 82 Mrd. Euro pro Jahr
- ✓ 2,2 Mrd. touristische Aufenthaltstage in Deutschland
- ✓ lt. DTV konnten 2010 rd. 22 Mio. Übernachtungen in privaten und gewerblichen Beherbergungsbetrieben als „fahrradtouristisch“ identifiziert werden
- ✓ rd. 160 Mio. Tagesreisen mit dem Fahrrad in Deutschland

Ausgangssituation



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

Reisemotiv

Kulturtouristen im engeren Sinne:

- Hauptreiseanlass: Besuch von Kulturveranstaltungen und Kultureinrichtungen oder Besichtigung des baulichen kulturellen Erbes, i.d.R. Verknüpfung mehrerer Kulturangebote

Gelegenheits-Kulturtouristen:

- Hauptreisezweck nicht kulturbezogen, aber Besuch mehrerer kulturelle Ziele im Rahmen der Reise
- Verknüpfung mehrerer Reiseanlässe (Erholungsurlaub, Verwandtenbesuche, Geschäftsreise)

Zufalls-Kulturtouristen:

- Kultur ist nur eine touristische Aktivitätsform unter vielen
- Nutzung von Kulturangeboten nicht unbedingt eingeplant, sondern oft spontaner Entschluss (z.B. bei schlechtem Wetter)

Fahrradtouristen:

- Hauptmotiv: Aktivitäten und Natur, auch in Verbindung mit kulturellen Angeboten

präferierte Regionen und Wirtschaftskraft

- Bayern, Franken und Mecklenburg-Vorpommern – nach Elberadweg, wird Main- und Weser-Radweg am häufigsten befahren
- durchschnittlich geben Fahrradtouristen 64 € pro Tag und Person aus (ca. 83 € pro Tourist in anderen Nachfrage-segmenten)

Charakteristik der Zielgruppen

Kulturtouristen i. e. Sinne:

- Eher älter, gut gebildet, höheres Einkommen (über 2.500 € netto im Monat)
- Zeitlich flexibel, (Kinder aus dem Haus) wollen etwas bisher Unbekanntes genauer kennen lernen
- üben im Urlaub vielfältige Aktivitäten aus, nicht nur Kultur, auch Sport
- anspruchsvolle Urlauber, die ein attraktives Angebot erwarten, das sich aus Kultur-, Konsum-, Erlebnis- und Wohlfühlelementen zusammensetzt

Gelegenheits-Kulturtouristen:

- eher mittlere Jahrgänge. Spektrum der sozialen Schichten ist breiter
- Besuchsmotive sind vielfältiger, Interesse an Kultur vorhanden
- Kultur nicht der wesentliche Besuchsinhalt, keine spezifischen Reisezielpräferenzen, da kulturelle Aktivitäten im geplanten Umfang überall realisierbar sind

Fahrradtouristen

- Vielfältiges Spektrum der Nachfragesegmente (Feierabend- und Wochenendradler, Genussradler, Kulturradler, Erholungsrader und sportlich Motivierte)
- Durchschnittsalter liegt bei rd. 46 Jahren (Quelle: Befragung DTV 2009)
- mehrheitlich Paare, gefolgt von Familien mit Kindern unter 14 Jahre und Alleinreisenden

Veränderte Nachfragestrukturen

- 50 plus Generation werden 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

Bausteine der Angebotsstruktur

- Hotel
- Gasthöfe
- Stellplatz
Reisemobile
- Ferien-
wohnungen

- historisches Stadtbild
- vielfältiges
Kulturangebot –
Sehenswürdigkeiten
(Ritterkapelle),
- Märkte & Feste

- Naturpark Haßberge
- Radwegenetz
- Wanderwege
- Freizeitzentrum
Haßfurt etc.



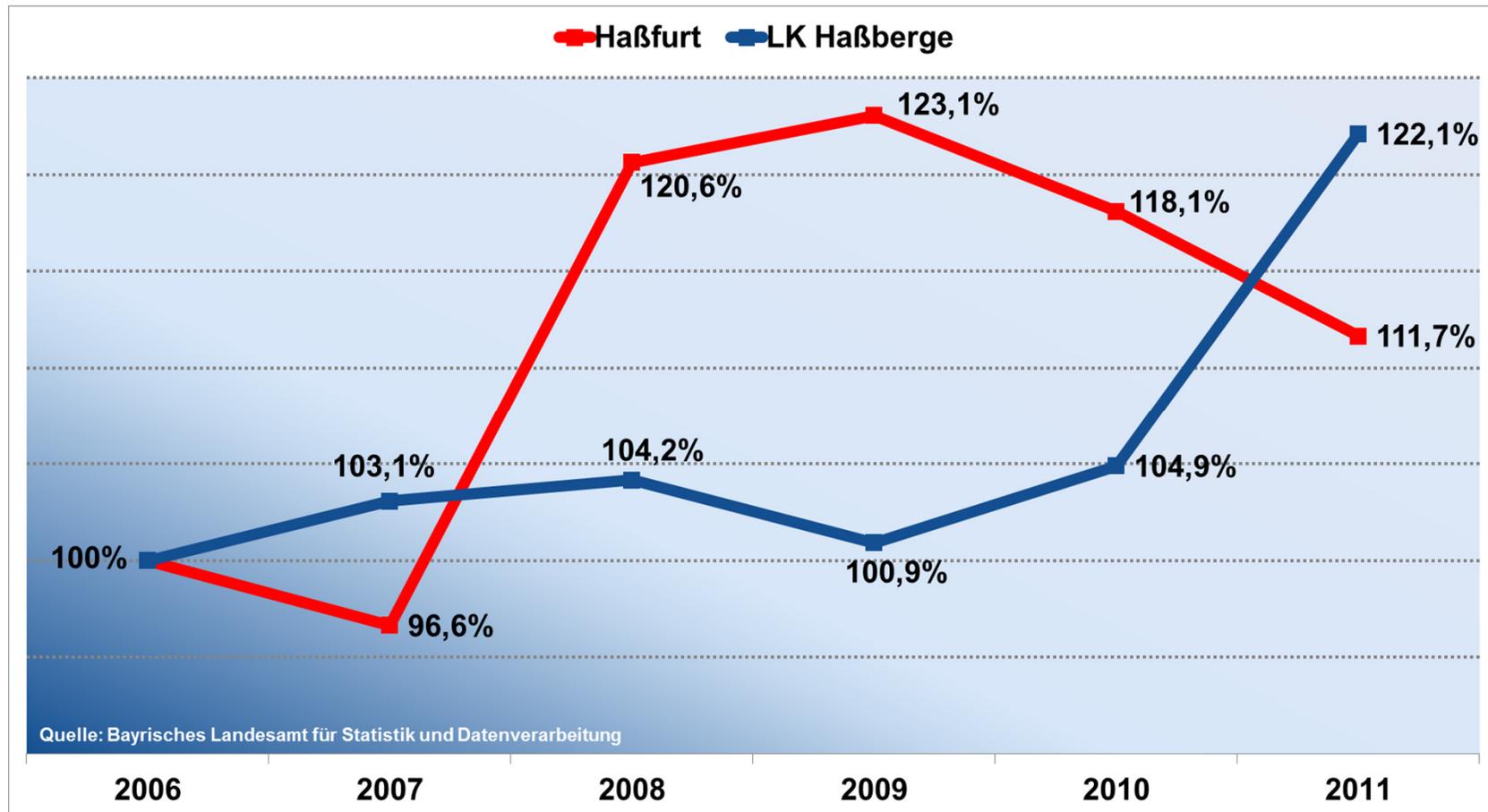
- umfangliche
Kapazitäten im
breitem Spektrum
(Restaurants,
Gasthäuser, Cafés)
- differenzierte
Angebotsqualität

- Stadthalle mit
umfanglichen
Kapazitäten
- Rathaushalle

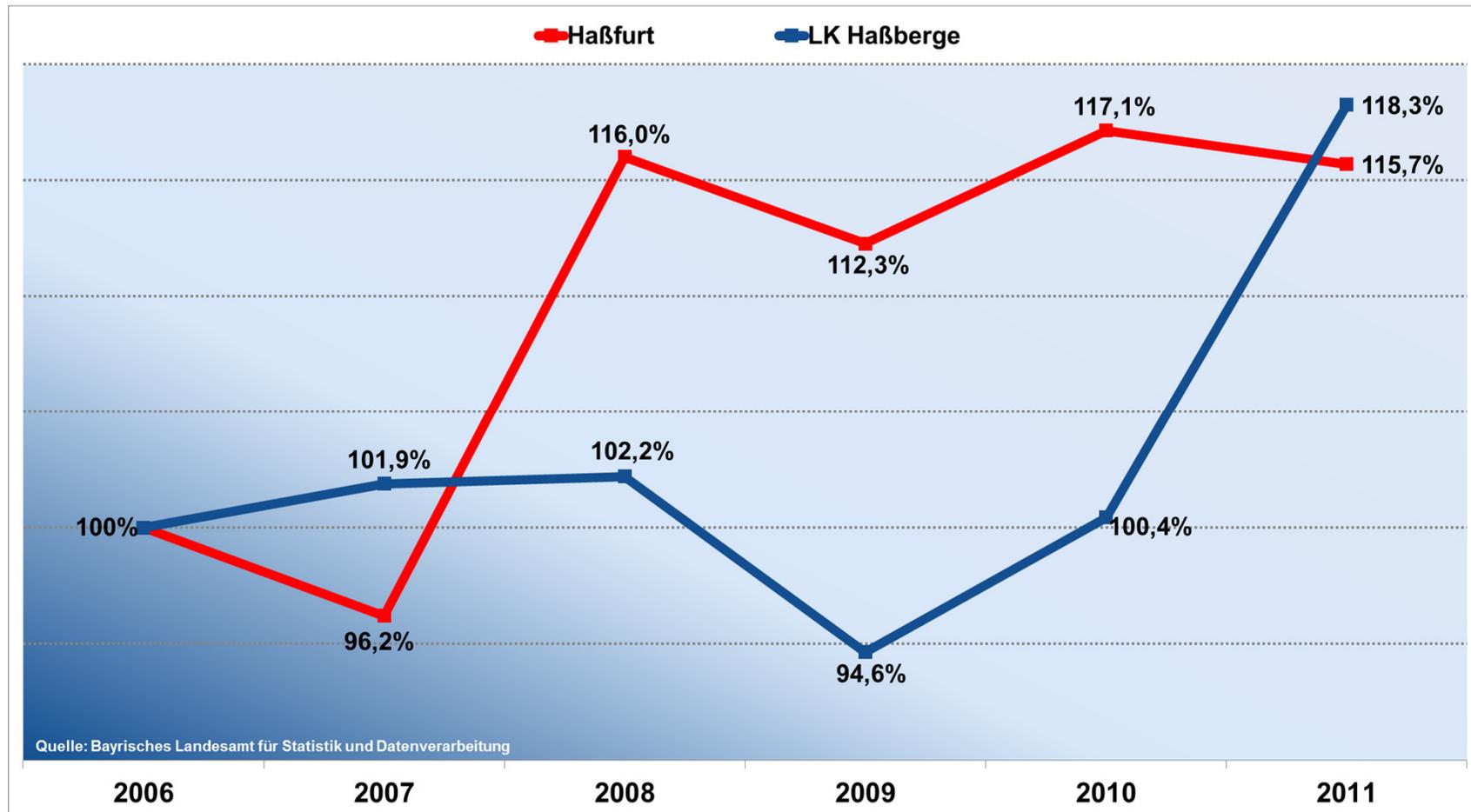
Situationsanalyse



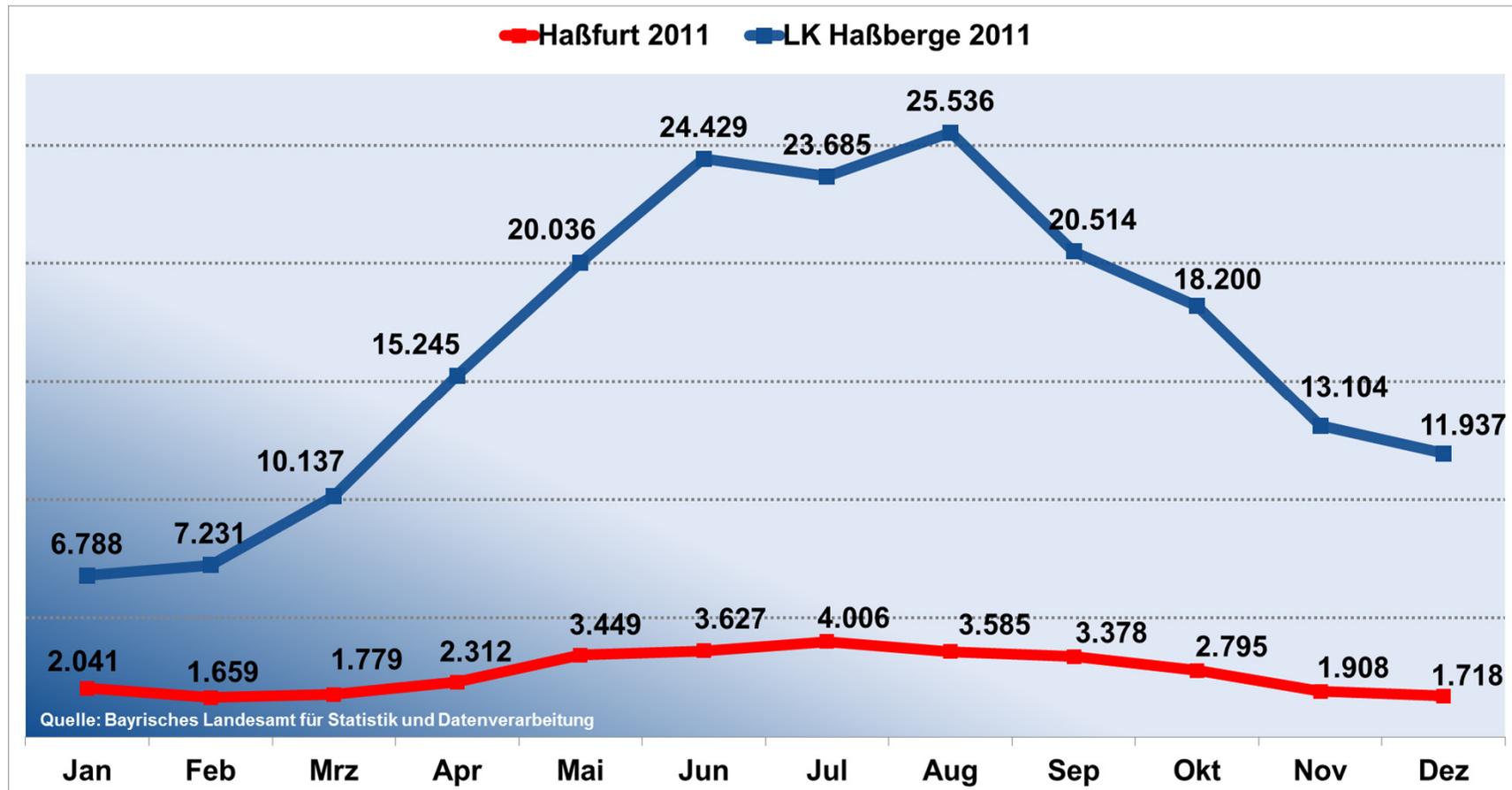
Entwicklung der Nachfrage - Ankünfte in Haßfurt im Vergleich zum LK



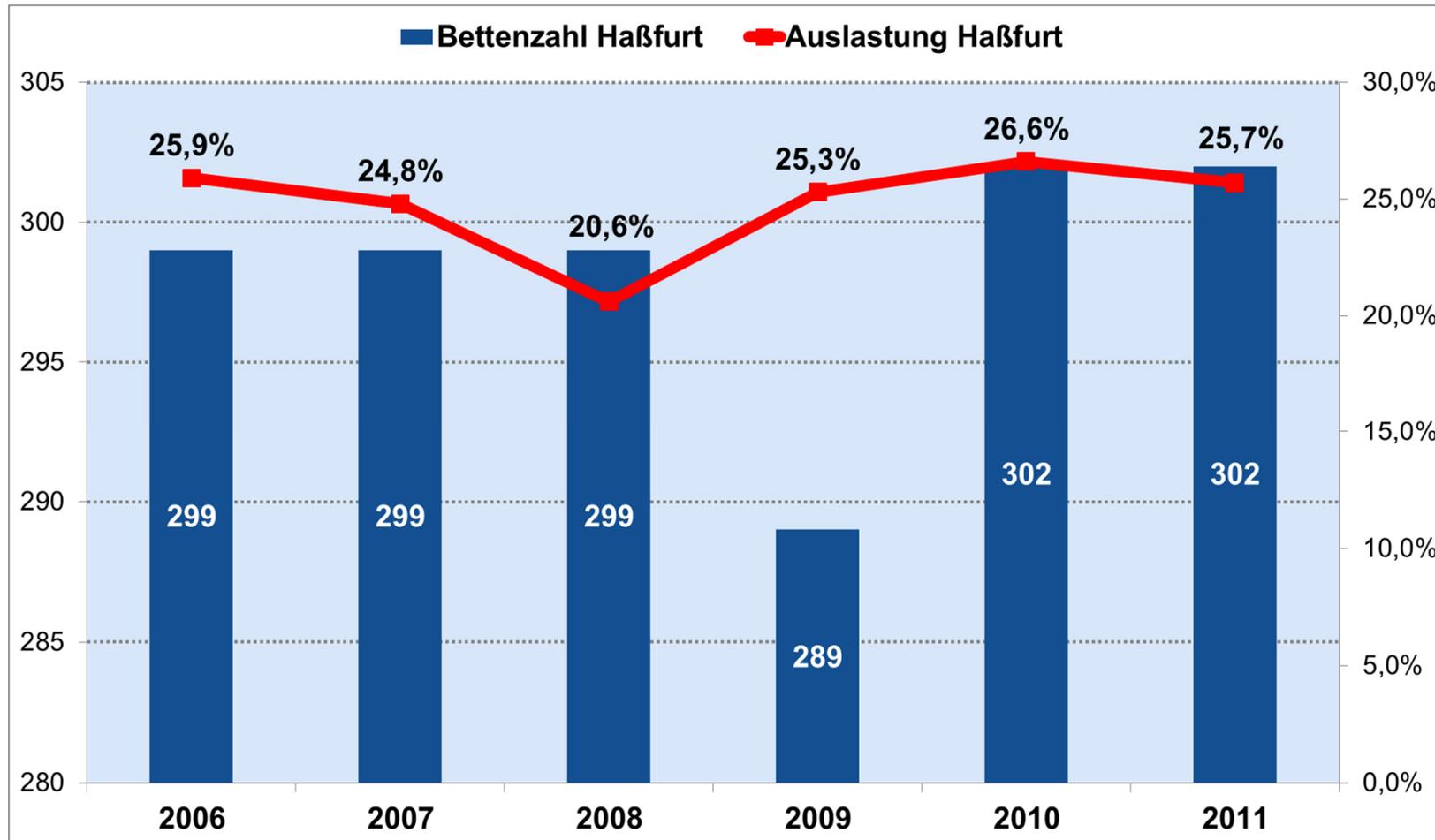
Nachfrageentwicklung - Übernachtungen in Haßfurt im Vergleich zum LK



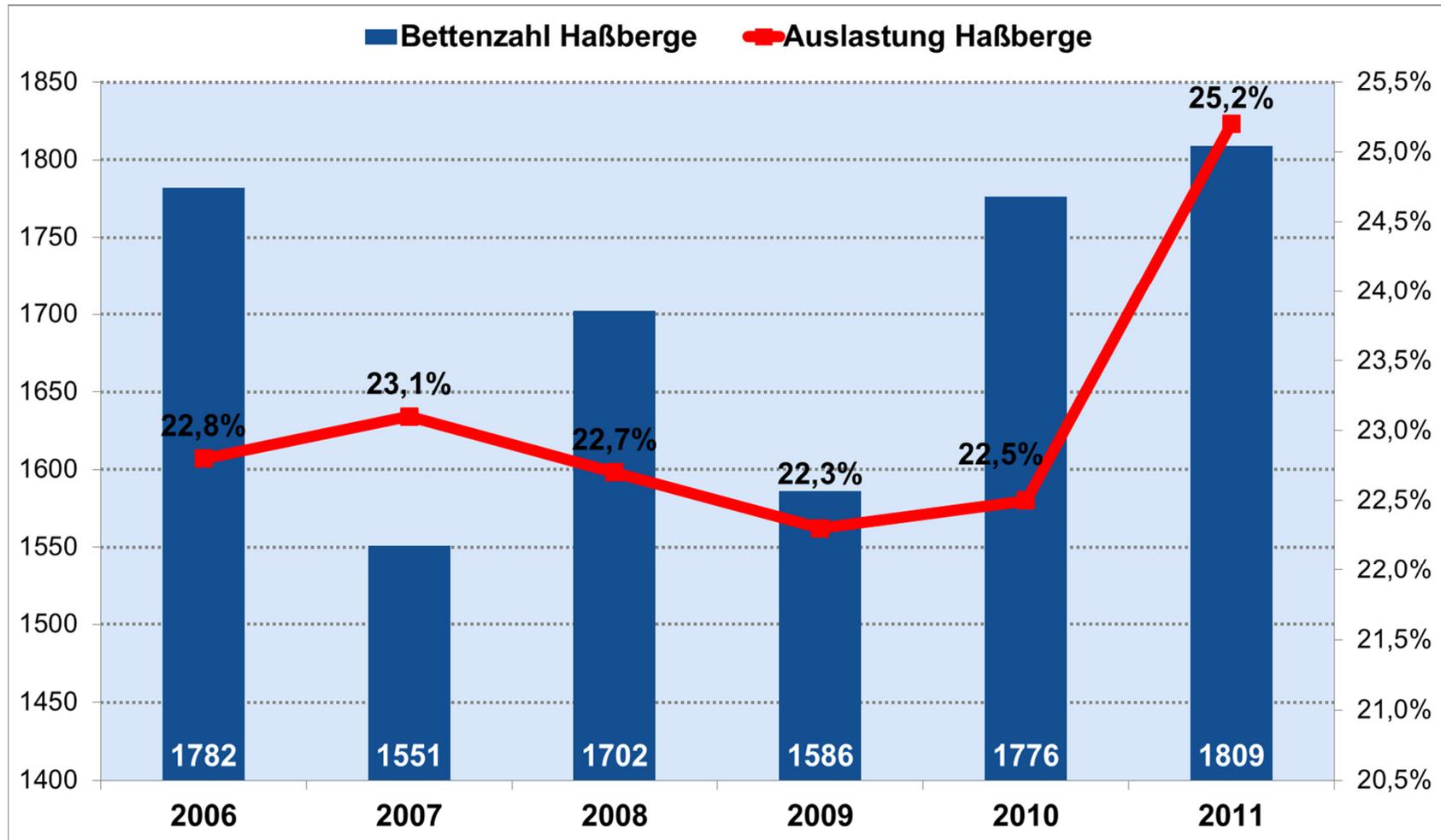
Nachfrageentwicklung – Übernachtungen im Jahresverlauf

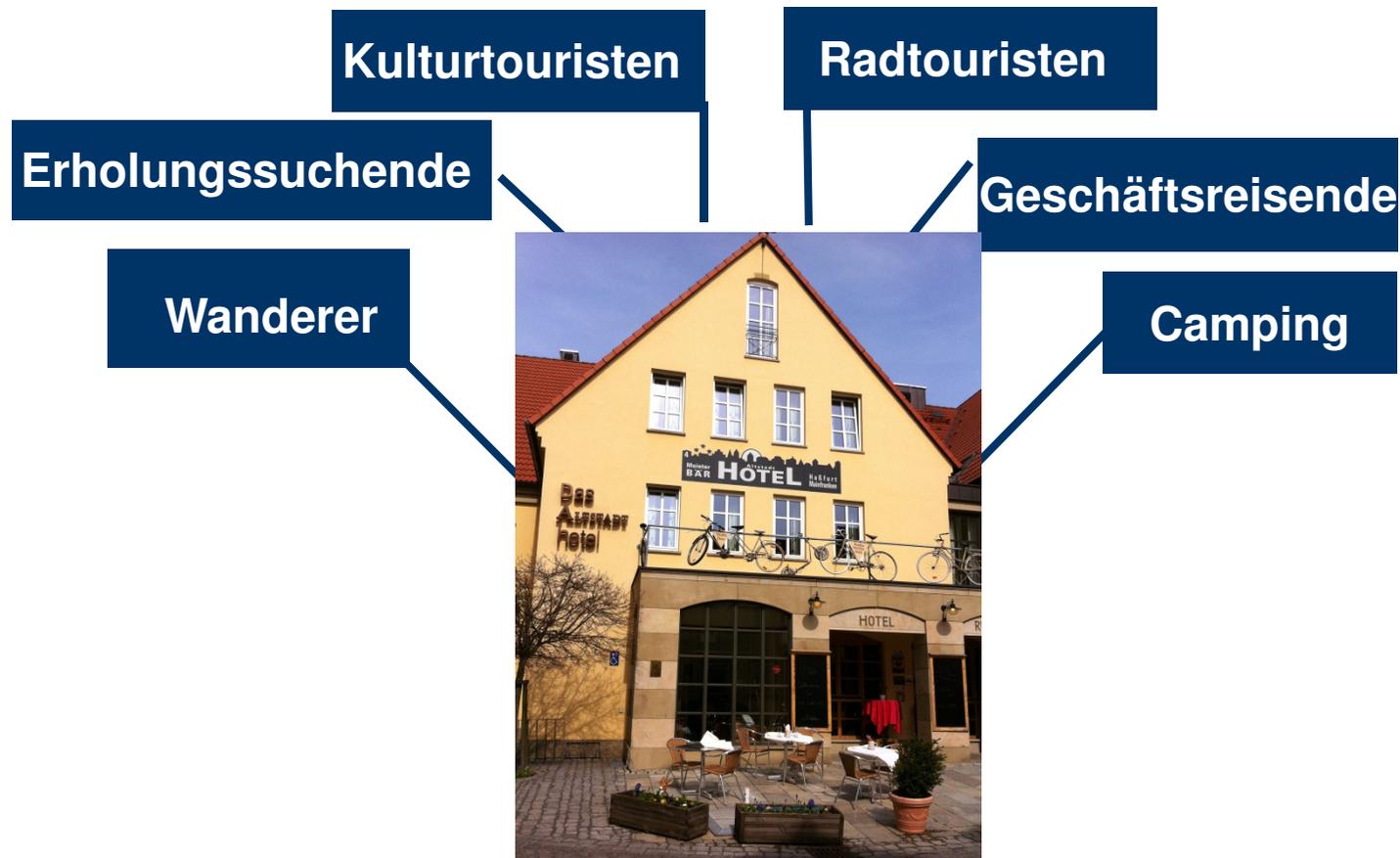


Entwicklung des Angebots – Auslastung der Kapazitäten

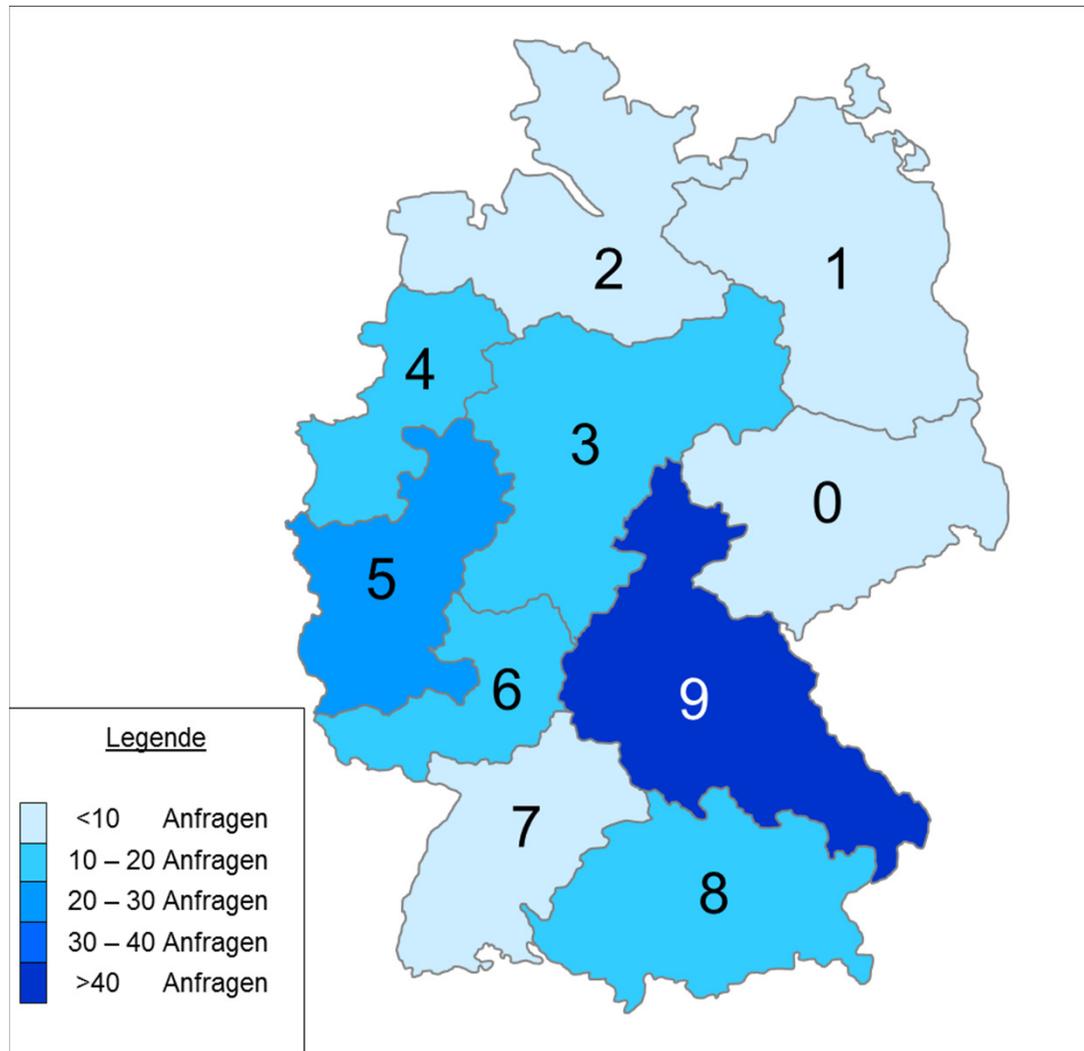


Entwicklung des Angebots – Auslastung der Kapazitäten im Landkreis





Zielgruppenspektrum für Haßfurt



Wo kommen unsere Gäste her? – Anfragen nach Informationsmaterial

- Bayern / Schwerpunkt Franken
- NRW
- Rheinland-Pfalz
- Baden-Württemberg
- Niedersachsen
- Hessen

Stärken

- Altstadt mit attraktiven Stadtbild
- kulturelles Angebot
- Sehenswürdigkeiten
- Lage am Main
- Sport- und Freizeitangebot
- Lage am Main-Radweg
- Einbindung in regionales Radwegenetz
- Stadthalle / Rathaushalle
- regionale und überregionale Verkehrsanbindung
- Wohnmobilstellplätze

Schwächen

- Bekanntheitsgrad von Stadt und Region
- Alleinstellungsmerkmal / Bündelung der Angebote
- Infrastrukturelle und angebotsseitige Defizite in Beherbergung und Gastronomie
- Kooperation touristischer Leistungsträger – Öffnungszeiten
- Altstadt mit hoher Verkehrsdichte
- Gestaltung und Einbindung des Marktplatzes
- Tourismusbewusstsein
- Fahrradstationen