



Industrie- und Handelskammer  
Bonn/Rhein-Sieg



# IHK Branchenreport

## Tourismus & Hotellerie Bonn/Rhein-Sieg



# Impressum

IHK Bonn/Rhein-Sieg  
Abteilung Industrie, Handel, Verkehr, Tourismus, Kultur  
Bonner Talweg 17  
53113 Bonn  
Web: [www.ihk-bonn.de](http://www.ihk-bonn.de)

---

## Projektleitung:

Prof. Dr. Helmut Wachowiak  
Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH)  
School of Business and Management  
Fachbereich Tourismusmanagement  
Web: [www.iubh.de](http://www.iubh.de)

---

## Projektkoordination:

Dipl. Betriebsw. Leah Kraft (IUBH)

---

## Empirische Studien über den Tourismus der Region Bonn/Rhein-Sieg:

Dipl. Betriebsw. Alina aus der Fünten (IUBH)  
Dipl. Betriebsw. Lara Hass (IUBH)  
Dipl. Betriebsw. Leah Kraft (IUBH)  
Maria Zgrzebski B.A. (IUBH)

---

## Lenkungsgruppe:

Fritz G. Dreesen, Vizepräsident IHK Bonn/Rhein-Sieg, Direktor Rheinhotel Dreesen GmbH  
Kurt Schmitz-Temming, Stellv. Hauptgeschäftsführer IHK Bonn/Rhein-Sieg  
Fabian Göttlich, IHK Bonn/Rhein-Sieg (bis Juni 2013)  
Eva Eichenberg, IHK Bonn/Rhein-Sieg (ab Juli 2013)  
Peter Gratzfeld, Stellv. Leitung Bonn-Information  
Henrik Große-Perdekamp, Direktor MARITIM Hotel Bonn  
Brigitte Kohlhaas, Referat für Wirtschaftsförderung Rhein-Sieg-Kreis  
Bettina Schmidt, Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler

# Inhaltsverzeichnis

---

Hintergrund	4
Methodik	5
Allgemeine touristische Nachfrage	7
Freizeittourismus	11
Freizeittouristische Segmente	16
Medizintourismus	22
Strukturdaten des Beherbergungsgewerbes	24
Tagungs- und Kongressmarkt	26
Nachhaltigkeit im Qualitätsmanagement der Hotellerie	32
Umsätze & Investitionen	35
Ökonomische Bedeutung des Übernachtungstourismus	39
Ausblick	43
Fazit	47
Quellen	52

---

# Vorwort

Als sich vor 20 Jahren die Bundestadt Bonn mit den Folgen des Regierungsumzuges und dem Verlust des Status als Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland auseinandersetzte, waren sich alle Beteiligten einig: Schwere Zeiten brechen an, für das internationale und nationale Ansehen, für die Wirtschaft, und für die Stadtentwicklung. Insbesondere massive Einbrüche in der Hotellerie und dem geschäftlich wie politisch motivierten Tourismus erschienen unisono unvermeidbar, einhergehend mit Betriebsaufgaben und Arbeitsplätzeverlusten.

Eine noch heute wirksame Studie zum Tourismus („Tourismusstudie Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler“) legte im Jahr 1994 das Fundament für Ausgleichsmaßnahmen im touristischen Umfeld, gleichermaßen für den Städtetourismus in Bonn sowie für den Freizeittourismus im Bonner Umland. Zahlreiche Empfehlungen dieser Studie wurden, ganz oder in modifizierter Form, umgesetzt und bestehen bis heute (zum Beispiel Gründung der kommunalgrenzenüberschreitenden Destinationsmarketingorganisation Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler, der Nutzung von ehemaligen Regierungseinrichtungen für Tagungen und Kongresse, Investitionen in die touristische Infrastruktur und vieles andere mehr).

Heute, 20 Jahre später, ist es an der Zeit, die wichtige Branche „Tourismus und Hotellerie“ erneut einer umfangreichen Überprüfung zu unterziehen. Basierend auf zahlreichen und umfangreichen Erhebungen des Fachbereichs Tourismusmanagement der Internationalen Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH) liegen mit diesem Branchenreport aktuelle Daten und Fakten bereit, die den Startschuss geben können für neue Initiativen und Projekte zur Förderung des Tourismus. Neben „harten“ Fakten umschließt dies auch Einstellungen und Bewertungen seitens der Unternehmen des Gastgewerbes, der Konferenzwirtschaft und des Tourismus.

Allen Beteiligten an diesem Branchenreport sei herzlich für ihre engagierte Mitarbeit gedankt, ohne die es nicht möglich gewesen wäre, so umfangreich und detailliert den wirtschaftlichen Status-Quo des Tourismus und der Hotellerie in der Bundestadt Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis zu beschreiben. Und um es vorwegzunehmen: Auch wenn nicht alles goldig glänzt: Im Kern irrten sich die Unkenrufer von Einst! Denn der Tourismus und die Hotellerie haben sich den Herausforderungen gestellt und bilden eine tragende Säule des wirtschaftlichen Geschehens in der Region.



**Fritz G. Dreesen,**  
*Vizepräsident IHK Bonn/Rhein-Sieg, Direktor Rheinhotel Dreesen GmbH*



**Prof. Dr. Helmut Wachowiak,**  
*Fachbereichsleiter Tourismusmanagement an der Internationalen Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH), School of Business and Management*



**Kurt Schmitz-Temming,**  
*stellv. Hauptgeschäftsführer der IHK Bonn/Rhein-Sieg*

# Hintergrund



Ziel dieses IHK-Branchenreports ist es, die Frage zu beantworten, wie sich der Tourismus in der Region Bonn/Rhein-Sieg aktuell darstellt und daraus weitere Schritte für zukünftige Maßnahmen zur langfristig positiven Positionierung auf dem touristischen Markt abzuleiten.

Im Auftrag und in Zusammenarbeit mit einem regionalen Arbeitskreis aus den Bereichen Tourismus und Hotellerie wurden seitens des Fachbereichs Tourismusmanagement der Internationalen Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH) vorhandene Statistiken und Analysen auf Bundes- und Landesebene auf die lokale und regionale Ebene erweitert. Damit liefert der vorliegende Branchenreport Einblicke in diesen wichtigen Wirtschaftsbereich, die in dieser Form bislang nicht zugänglich waren. Gründe hierfür sind Branchenkennern in ganz Deutschland seit Langem bekannt: Während es für andere Sektoren, insbesondere die Industrie, ein differenziertes und umfangreiches amtliches Berichtswesen gibt, werden nur Teilbereiche des Gastgewerbes durch zum Teil lückenhaftes Meldewesen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Diese beschränken sich in der Regel auf Volumina des Beherbergungsangebotes und der Übernachtungen in gewerblichen Unterkunftsstätten. Darüber hinaus existieren ergänzende Studien zur touristischen Nachfrage zumeist nur auf Bundes- und

Landesebene, selten jedoch auf regionaler oder lokaler Ebene.

Um dies für die Bundesstadt Bonn und den Rhein-Sieg-Kreis zu ändern, wurden die dafür erforderlichen Daten in den Bereichen Freizeittourismus, Konferenz- und Kongressmarkt, Medizintourismus und Beherbergungssektor im Zeitraum 2012 - 2013 durch verschiedene empirische Erhebungen seitens der Internationalen Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH) in Zusammenarbeit mit zentralen lokalen und regionalen Akteuren gewonnen und im vorliegenden Bericht dokumentiert.

Sie dienen der Analyse des Wirtschaftszweiges Tourismus und Hotellerie (Status-Quo), aber insbesondere auch als Startpunkt für die Formulierung von zukünftigen Maßnahmen und Projekten zur weiteren positiven Entwicklung der Unternehmen und Vermarktungsorganisationen in der Region Bonn/Rhein-Sieg.

# Methodik



Der vorliegende Branchenreport „Tourismus & Hotellerie“ stützt sich auf eine Vielzahl an Auswertungen vorhandener Statistiken und Studien sowie eigener Datenerhebungen. Im Zeitraum 2012 - 2013 wurden neben der Analyse der amtlichen Beherbergungsstatistiken (Berichtsstand für das Jahr 2012 als aktuell zuletzt zur Verfügung stehendes Jahresergebnis) ergänzende und umfangreiche Befragungen von Touristen sowie Interviews mit den Leistungsträgern und Kennern der Branche durchgeführt. Zentrale Bausteine der Erhebungen bilden dabei strukturierte Befragungen von knapp 1.000 Tages- und Übernachtungsgästen<sup>1</sup> an 20 verschiedenen Standorten in der Stadt Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis sowie eine Online-Befragung von mehr als 120 Managern aus der Hotellerie, die sowohl groß- und mittelständische Betriebe als auch Klein(st)-Unternehmen abdeckt und damit auch einen Einblick in den sogenannten „Grauen Markt“ ermöglicht.

Neben diesen beiden Erhebungsbausteinen wurden mit Hilfe von umfangreichen Leitfäden Experten aus dem Tourismus, der Hotellerie sowie des Konferenz- und Kongressmarktes um ihre Einschätzungen gebeten. Ergänzt wurde die Analyse dieses für die Stadt

<sup>1</sup> Gemäß der Definition von „Touristen“ seitens der Welttourismorganisation wurden ausschließlich Personen mit gemeldetem Wohnsitz außerhalb des Untersuchungsraumes befragt, um Verzerrungen durch das Freizeitsegment „Naherholung“ zu vermeiden.

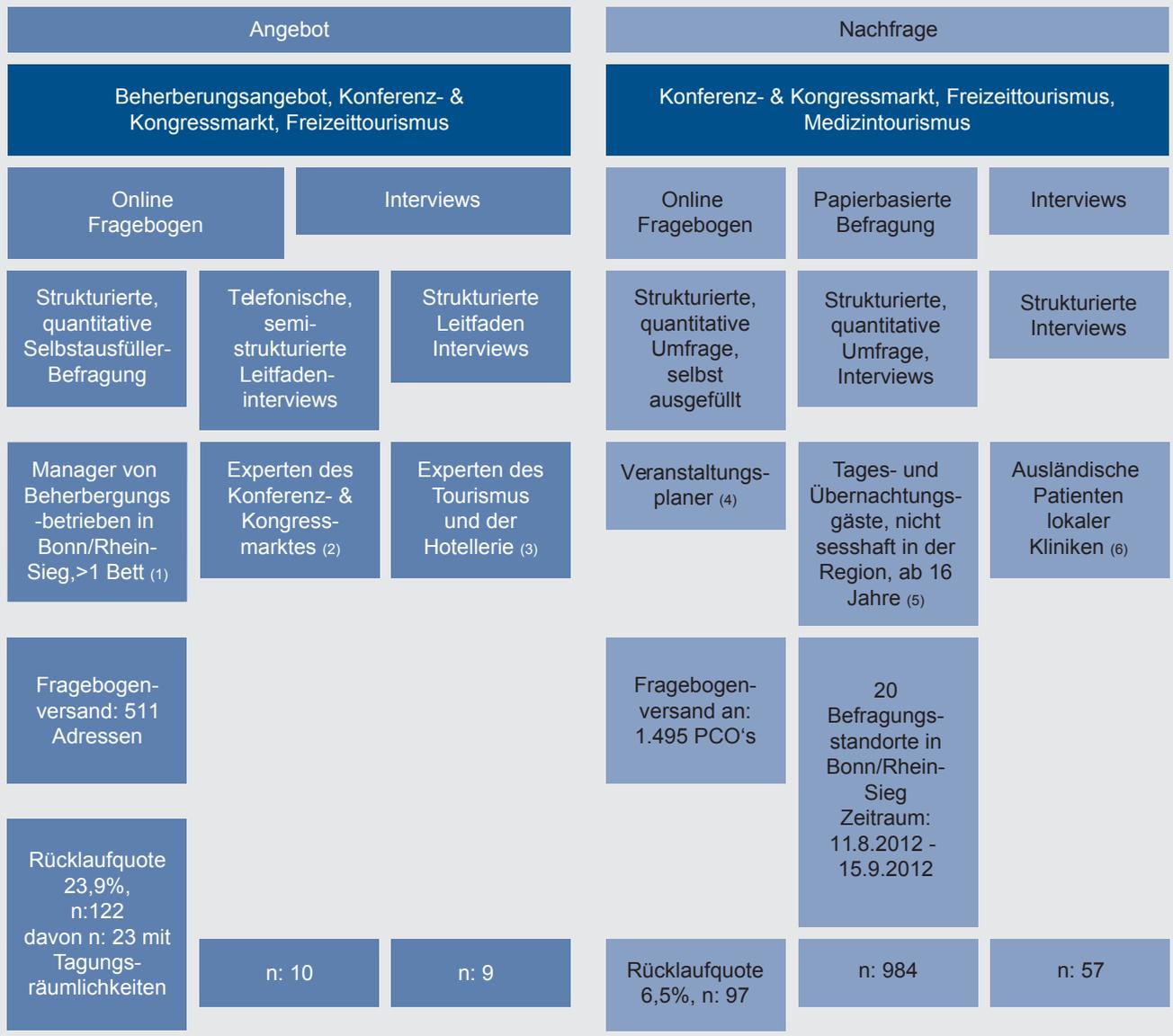
und Region wichtigen Marktes durch eine Onlineumfrage unter fast 100 Veranstaltungsplanern (PCO's).

Obwohl noch relativ unerforscht, zeichnet sich auch für Bonn und die Region der deutschlandweite Trend von medizinisch induzierten Reisen aus dem Ausland als zunehmend wichtiges Nachfragesegment ab. Um erste belastbare Aussagen zum Status Quo in diesem Segment zu erhalten, wurden abschließend ausländische Patienten in lokalen Kliniken interviewt. Um Fehlinterpretationen zu minimieren, geschah dies insbesondere bei Patienten aus dem arabischen Raum im Beisein eines Dolmetschers.

Eng begleitet wurden die Planungen wie Auswertungen aller Teilstudien durch einen Arbeitskreis mit Vertretern der IHK Bonn/Rhein-Sieg, der Tourismus & Congress GmbH, der Bonn-Information, des Referats für Wirtschaftsförderung des Rhein-Sieg-Kreises sowie Vertretern der Hotellerie.

Die so gewonnenen Strukturdaten der Tourismus- und Hotelbranche in der Stadt Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis gehen im Folgenden den beiden zentralen Fragen nach, wie sich die touristische Nachfrage und das Angebot langfristig entwickelt haben und zukünftig werden, und welche wirtschaftlichen Effekte durch Umsätze und Investitionen die Branche für die lokale

Erhebung zur IST-Analyse des Tourismus in Bonn/Rhein-Sieg, 2013



Anmerkung:  
Die Anzahl der gültigen Fälle kann in einzelnen Fragen variieren (IUBH Beherbergungsumfrage Bonn/ Rhein-Sieg, 2013)

- 1) IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013
- 2) IUBH Experteninterviews Konferenz- und Kongressmarkt Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013
- 3) IUBH Experteninterviews Tourismus & Hotellerie Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012
- 4) IUBH Konferenz- und Kongressplanerbefragung, 2013
- 5) IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012
- 6) IUBH Medizintouristenbefragung Bonn, 2012

und regionale Gesamtwirtschaft und die öffentliche Hand generieren.

Auch wenn sich dadurch bereits erste Ansätze für zukünftige Handlungsüberlegungen abzeichnen, versteht sich der vorliegende Branchenreport als Grundlage für einen kooperativen Dialog der Unternehmen sowie der verantwortlichen Vermarktungsorganisationen, welche Schlussfolgerungen zu ziehen sind und wie diese konkret in die Tat umgesetzt werden können. Darüber hinaus ermöglichen die Daten eine Positionierung jedes einzelnen Unternehmens im lokalen und regionalen Markt.

### Allgemeine touristische Nachfrage

Mitte der 1990er Jahre herrschte in der Stadt und Region Bonn Einigkeit über die Problemlage im Tourismus.

*„Mit dem Umzugsbeschluss des Deutschen Bundestages ist 1991 Bewegung in die Bonner Landschaft gekommen. Die alte Bundeshauptstadt scheint zugunsten der [...] Metropole Berlin feste Größen zu verlieren, die über viele Jahre selbstverständlich waren. Neue Konturen sind in dieser Situation zwar am Horizont erkennbar, doch mit zahlreichen Unsicherheiten behaftet“* (Europäisches Tourismus Institut GmbH an der Universität Trier (ETI)/infas Sozialforschung GmbH (1995): Tourismusstudie Bonn/Rhein-Sieg-Ahrweiler).

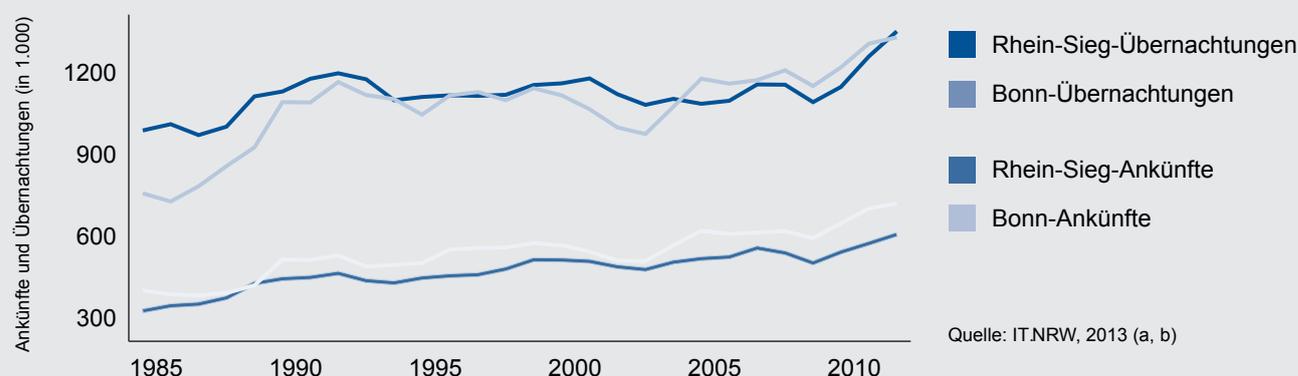
Fast 20 Jahre später können diese Befürchtungen insgesamt als unbegründet bewertet werden. Obwohl sich die Gästeankünfte wie auch die Anzahl der Übernachtungen als Folge des Regierungsumzuges zunächst verringert haben, stellt sich die Entwicklung des übernachtenden Tourismus in den lokalen und regionalen Beherbergungsbetrieben im Langfristverlauf positiv dar.

Zwischen 1985 und 2012 haben sich die Ankünfte in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis um 85,3% sowie die Übernachtungen um 54,3% gesteigert. Dabei verzeichneten die gewerblichen Beherbergungsbetriebe im Rhein-Sieg-Kreis einen stärkeren Zuwachs an Ankünften (89,5%), die Stadt Bonn einen stärkeren Zuwachs an Übernachtungen (76,8%).

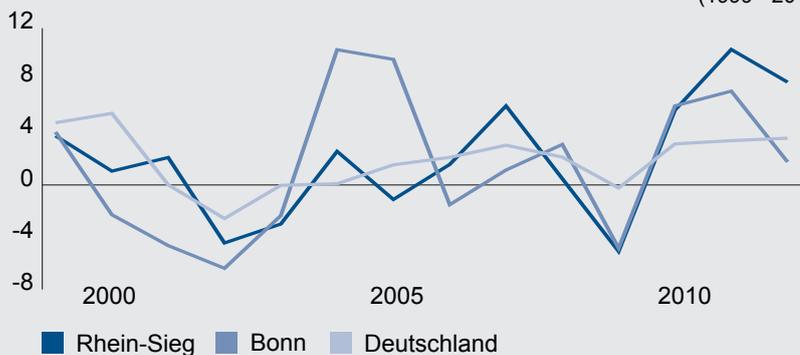
Insgesamt registrieren die gewerblichen Beherbergungsbetriebe in Stadt und Region bei einer Bettenauslastung von 44,1% heute mehr als 1,3 Mio. Gästeankünfte (Bonn: 709.000, Rhein-Sieg-Kreis: 595.000) und mehr als 2,65 Mio. Übernachtungen (Bonn: 1.319 Mio., Rhein-Sieg-Kreis: 1.341 Mio.). Dabei liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Rhein-Sieg-Kreis mit 2,3 Tagen deutlich höher als in der Stadt Bonn (1,9 Tage).

Wie auch deutschlandweit, hinterließen wirtschaftliche Krisen, Groß-Events, und der Trend zum Urlaub im

Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Bonn und Rhein-Sieg (1985 - 2012)



Prozentuales Wachstum der Übernachtungen in Deutschland, Bonn und Rhein-Sieg gegenüber dem jeweiligen Vorjahr (1999 - 2012)



Quelle: IT.NRW, 2013 (a, b), Statistisches Bundesamt, 2013

eigenen Land ihre Fußspuren im touristische Konjunkturverlauf. Insgesamt betrug das durchschnittliche Wachstum der Übernachtungen seit 1999 bis 2012 jährlich 1,5% und spiegelt damit das deutschlandweite touristische Wachstum wieder (1,6%).

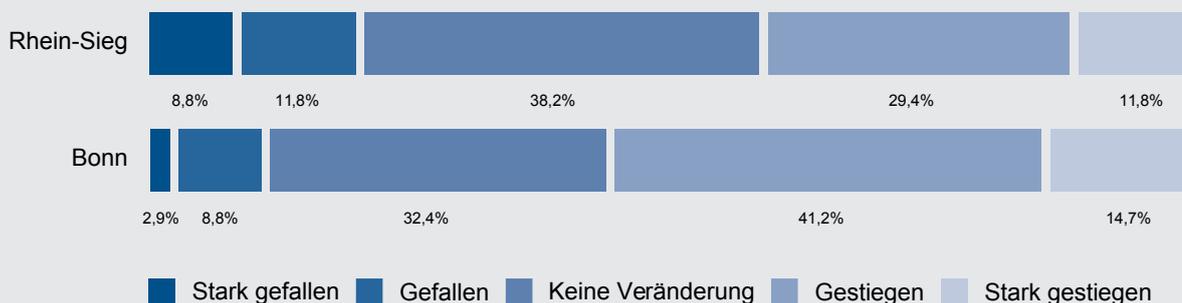
Auch aus Sicht der Hotellerie selbst wird die Langfristentwicklung der

übernachtende touristischen Nachfrage positiv eingeschätzt. Dabei nimmt die Bonner Hotellerie die generelle Nachfrageentwicklung seit 1999 bis heute deutlich positiver als die Unternehmen im Rhein-Sieg-Kreis wahr.

Wichtiger als die generelle Nachfrageentwicklung ist jedoch eine differenzierte Betrachtung von

einzelnen Zielgruppen. Während der frühere „Politourismus“ (zum Beispiel Besuchergruppen auf Einladung von Bundestagsabgeordneten) deutlich abgenommen hat, haben aus Perspektive der Bonner Hotellerie insbesondere die Segmente der „allgemeinen Geschäftsreisenden“ sowie der „Tagungs- und Kongressteilnehmer“ im speziellen eine besonders positive Entwicklung genommen. Hingegen wird die Entwicklung der Nachfragegruppe „Familien“ und „Paare“ negativ gesehen. Diese hingegen stellen aus Sicht der Hotellerie im Rhein-Sieg-Kreis, gemeinsam mit den „Erholungs- und Freizeittouristen“, seit 1999 eine ständig wachsende Zielgruppe für das Bonner Umland dar, während der „allgemeine Geschäftsreiseverkehr“ sowie die „Tagungs- und Kongressteilnehmer“ seit 1999 abgenommen haben. Somit zeichnen sich arbeitsteilige Stärken zwischen Stadt und Region ab, die es zukünftig zu schärfen gilt. Dies gilt insbesondere bei Überlegungen in der Positionierung als Destination

Hotellerie-Einschätzung der Nachfrageentwicklung in Bonn und Rhein-Sieg (1999 - 2012)

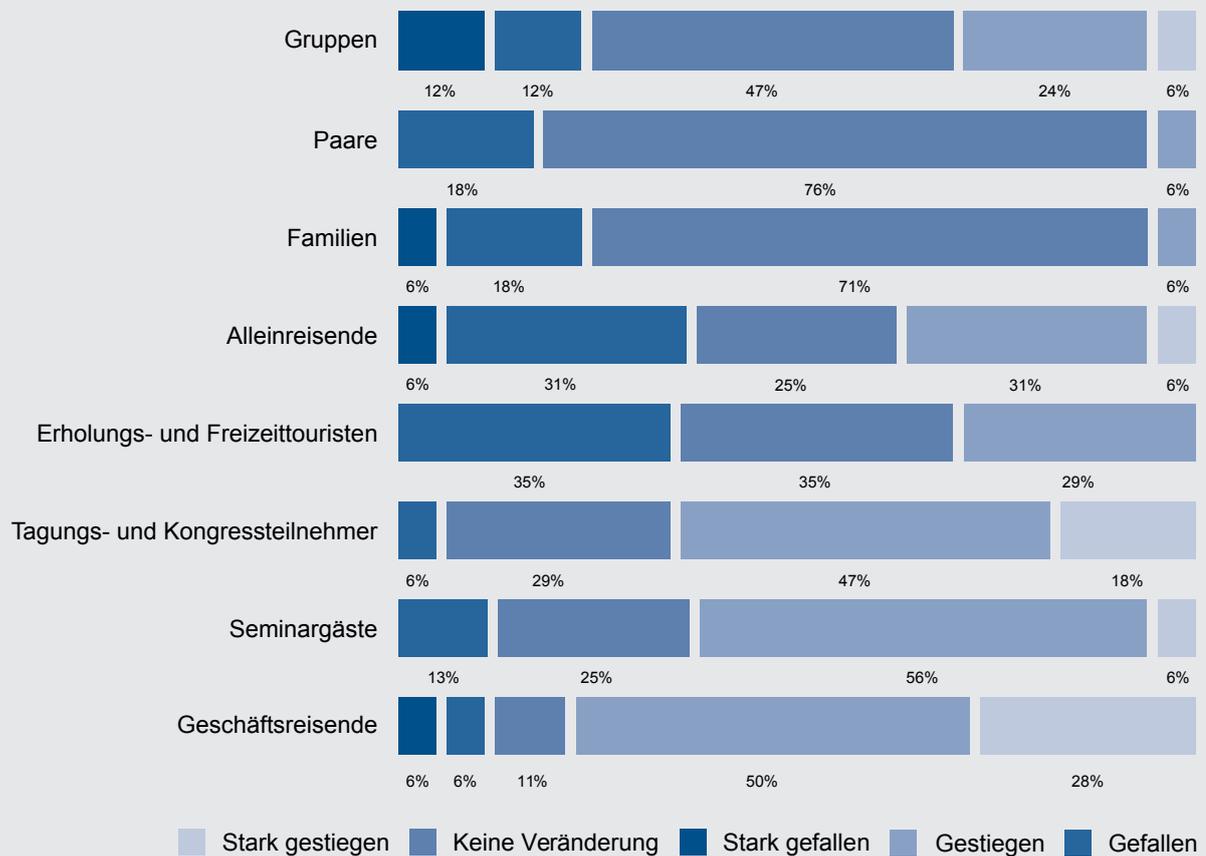


Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n: (Bonn)34; n (Rhein-Sieg): 34

im Wettbewerb: so verfügt die Stadt Bonn über mehrere starke Teilprofile („Bundesstadt“, „Beethovenstadt“, „Kunst- und Museumsstadt“, „UN-Stadt“, „Tagungs-/Konferenzstadt“, „Stadt am Rhein“), die in der Summe jedoch nicht synergetisch vernetzt sind. Gerade diese Vernetzung erscheint notwendig, wenn zukünftig eine „Destinationsmarke Bonn“ auf dem nationalen wie internationalen Wettbewerb Gehör finden soll. Insbesondere für den zentralen Tagungs-/Konferenzmarkt spielt der

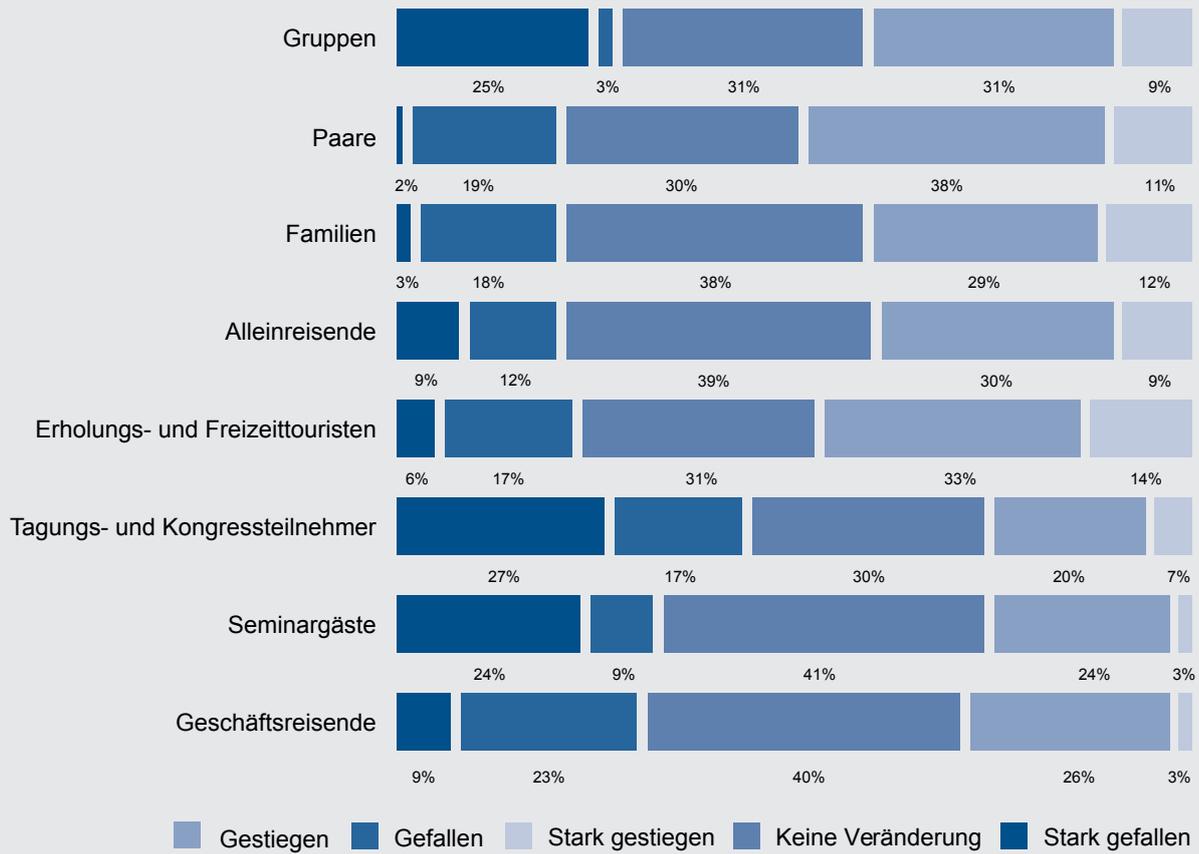
Status als Bundesstadt mit den dazugehörigen Ministerien und Bundeseinrichtungen nach wie vor eine bedeutende Rolle, ohne die dieser Markt aufgrund der zahlreichen Multiplikatorenfunktionen strukturell negativ beeinflusst werden würde.

### Hotellerie-Einschätzung der Nachfrageentwicklung einzelner Zielgruppen: Bonn (1999 - 2012, Angaben in %)



Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n: 16 - 18

Hotellerie-Einschätzung der Nachfrageentwicklung einzelner Zielgruppen:  
Rhein-Sieg (1999 - 2012, Angaben in %)



Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n: 30 - 37

# Freizeittourismus



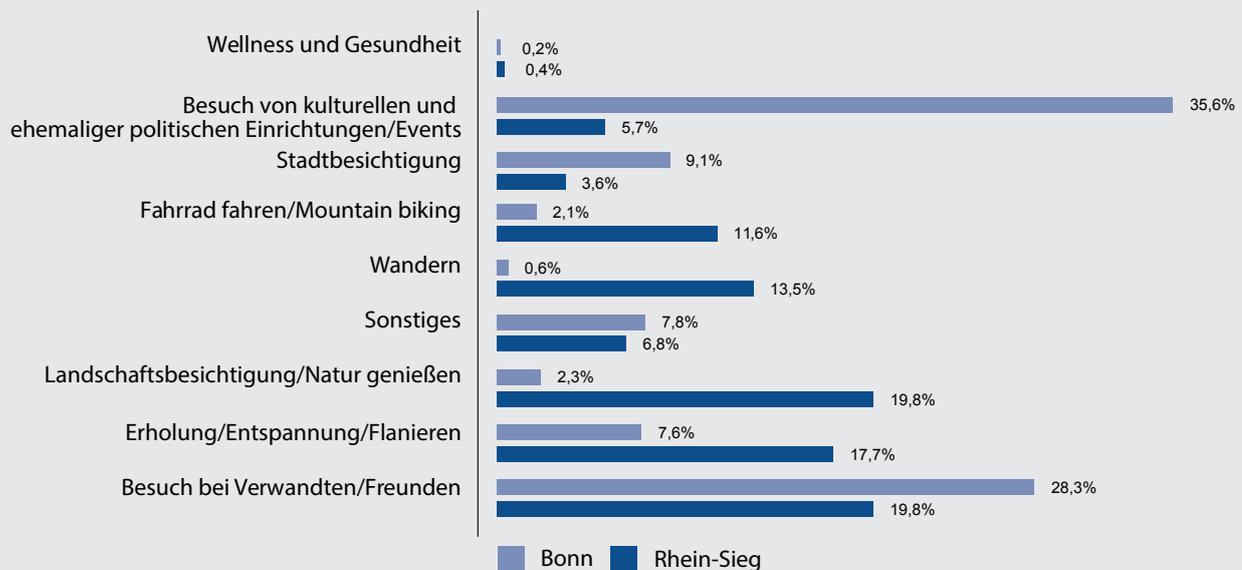
Bonn und die Region sind Ausflugs- und Übernachtungsziel für Touristen aus ganz Deutschland (insgesamt 81,3% deutsche Gäste) sowie dem Ausland (insbesondere aus den Niederlanden, Belgien,

USA). Zentrale Herkunftsregionen deutscher Touristen bilden neben Nordrhein-Westfalen selbst Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, und der Großraum Hamburg. Als touristisches Quellge-

biet relativ unerschlossen erscheint bislang dagegen Ostdeutschland.

Im Vergleich zur soziodemographischen Verteilung der Bevölkerung liegt das durchschnittliche Alter deutscher Touristen in der Region Bonn mit 49,9 Jahren deutlich höher (Deutschland: 43 Jahre), was sich auch in dem Beschäftigtenstatus widerspiegelt: neben Angestellten (Bonn: 37,5% der Gäste, Rhein-Sieg-Kreis: 43,8% der Gäste) besuchen Rentner als zweitgrößte Gruppe die Region (Bonn: 24,2% der Gäste, Rhein-Sieg-Kreis: 26,5% der Gäste). Stärkste Zielgruppe stellen insgesamt die 50 - 59-Jährigen dar. Für die Universitätsstadt Bonn sind darüber hinaus aber im besonderen Maße auch jüngere Besucher prägend, die beispielsweise im Rahmen von privaten

## Hauptreiseanlass der Freizeittouristen in Bonn und Rhein-Sieg (2012)



Quelle: IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012; n (Bonn/ Rhein-Sieg): 984, n (Bonn): 444, n (Rhein-Sieg): 469

Besuchen mehr als jeden zehnten Gast ausmachen.

Die hauptsächlichen Gründe, eine Reise in die Bonner Region zu unternehmen, sind vielfältig. Neben dem Besuch von Verwandten und Freunden (Bonn: 28,3 %, Rhein-Sieg-Kreis: 19,8 %) sind dies vor allem für Bonn der Besuch von kulturellen Einrichtungen und Veranstaltungen (Bonn: 35 %, Rhein-Sieg-Kreis: 5,1 %) sowie Erholung und Entspannung in der attraktiven Landschaft und der Natur des Rhein-Sieg-Kreises (Bonn: 2,3 %, Rhein-Sieg-Kreis: 19,8 %). Aber auch weitere („sekundäre“) Anlässe haben eine hohe Bedeutung, wie zum Beispiel Stadtbesichtigungen und Flanieren oder die aktive Erholung beim Wandern und Fahrradfahren in der Natur. Typische Gästekonstellationen sind dabei Paare und Freundesgruppen, gefolgt von Familien. Aber auch

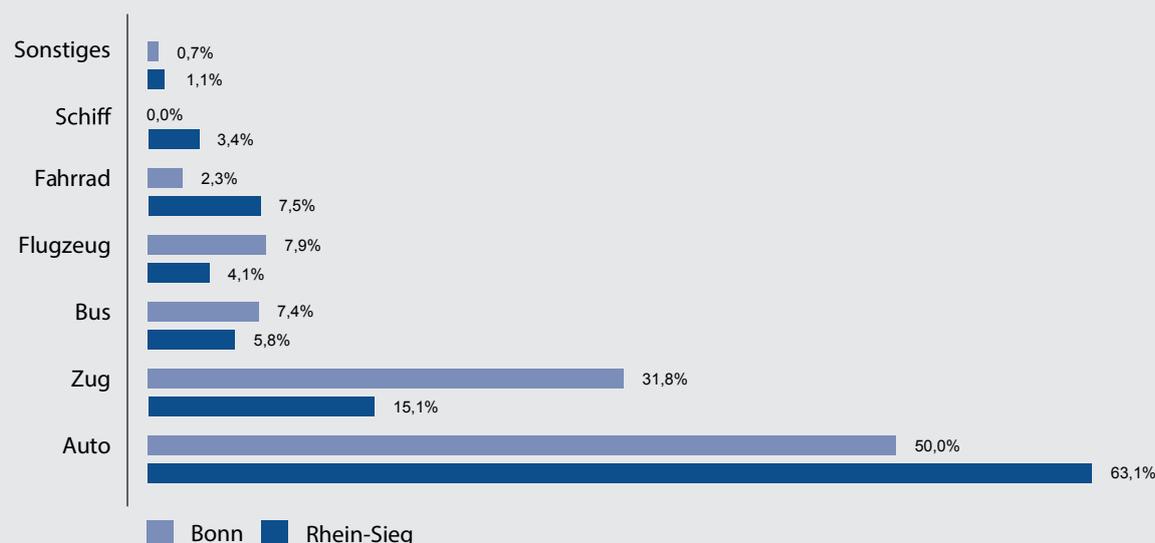
Alleinreisende stellen mit mehr als 13 % der Bonner Besucher eine nicht zu unterschätzende Nachfragegruppe dar.

Die gute verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit der Bonner Region mit allen Verkehrsträgern drückt sich auch in einem attraktiven Modal Split der Anreiseverkehrsmittel aus. Während das Auto mit 55,8 % im Vergleich zu anderen Destinationen einen relativ geringen Anteil ausmacht (Bonn: 50 %, Rhein-Sieg-Kreis: 63,1 %), nutzen 23,1 % den Zug (Bonn: 31,8 %, Rhein-Sieg-Kreis: 15,1 %). Der Anteil an (Bus-)Reisegruppen beträgt 7,1 % aller Besucher (Bonn: 7,4 %, Rhein-Sieg-Kreis: 5,8 %). Diese Ergebnisse decken sich ebenfalls in hohem Maße mit Erhebungen aus dem Jahre 2009 zur touristischen Verkehrsmittelwahl im Siebengebirge.

Damit besitzen sowohl die Stadt Bonn als auch der Rhein-Sieg-Kreis im Vergleich zu anderen deutschen Destinationen ein hohes Potential, sich insgesamt als umweltfreundliches Reiseziel zu positionieren. Dies entspricht dem allgemeinen gesellschaftlichen Trend eines sensibleren Umgangs mit individuellem Konsum, der sich zunehmend auch in einem umweltbewussteren Freizeit- und Reiseverhalten zeigt und daher für Destinationen in besonderem Maße zu beachten sein wird.

Die Zufriedenheit mit dem Aufenthalt in Bonn und Rhein-Sieg ist außerordentlich hoch, was sich sowohl in dem Anteil an Mehrfachbesuchern als auch in der Absicht spiegelt, auch zukünftig wiederkommen zu wollen. Tendenziell erscheinen dabei zwei Drittel Mehrfachbesucher zu einem Drittel Erstbesucher ein attraktives Verhältnis

### Anreisemittel der Touristen in Bonn und Rhein-Sieg (2012)



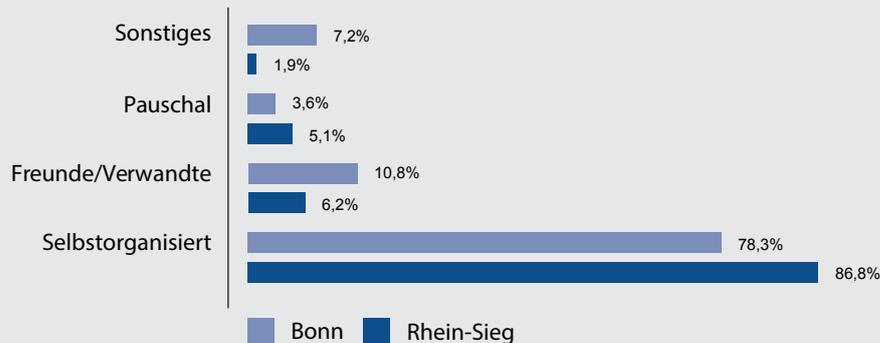
Quelle: IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012; n (Bonn/ Rhein-Sieg): 984, n (Bonn): 444, n (Rhein-Sieg): 469

darzustellen. Vor dem Hintergrund der soziodemographischen Gästestruktur sollte dabei aber langfristig überlegt werden, wie die Region neue Gästegruppen erschließen und binden kann.

Insgesamt sind Bonntouristen am höchsten mit dem gebotenen Kulturerlebnis zufrieden, bemängeln jedoch die verkehrliche Situation und Parkmöglichkeiten in der Stadt. Rhein-Sieg-Touristen schätzen das gute Landschafts- und Naturerlebnis, sehen aber Verbesserungsmöglichkeiten im allgemeinen Preis-Leistungsverhältnis sowie im Freizeit- und Unterhaltungsangebot.

Der hohe Anteil an Mehrfachbesuchern drückt sich auch in der Reiseorganisation aus, die überwiegend ohne weiteren Informationsbedarf ohne weiteren Informationsbedarf selbstorganisiert durchgeführt wird. Trotzdem stellt aber das Internet mit

### Reiseorganisation der Freizeittouristen in Bonn und Rhein-Sieg (2012)

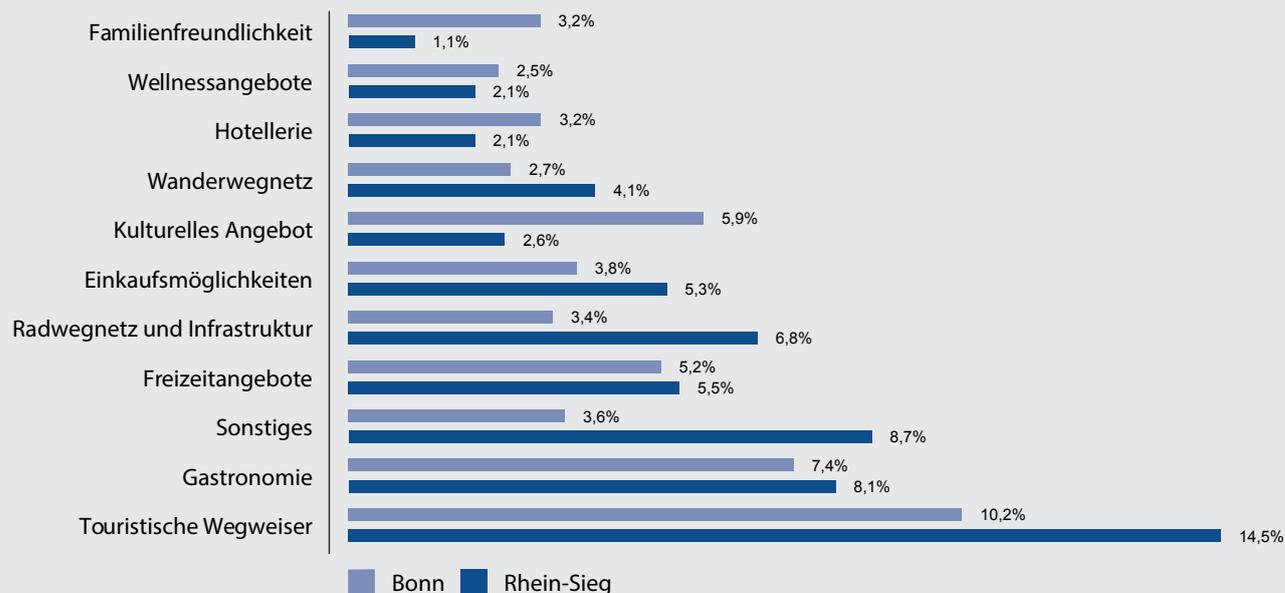


Quelle: IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012; n (Bonn/ Rhein-Sieg): 984, n (Bonn): 444, n (Rhein-Sieg): 469

36,4 % aller genutzten Informationsquellen ein zentrales Informationsmedium dar. Die Dienstleistungen der Tourist-Informationsstellen werden vor allem von Bonnbesuchern nachgefragt. Der Anteil an paketierten Leistungen ist mit 4,6 % (Bonn: 3,6 %, Rhein-Sieg: 5,1 %) gering.

Gerade hier liegen sicher weitere Potenziale, neue Gästegruppen zu erschließen. Dabei ist neben attraktiven Angebotsbausteinen (z. B. Übernachtung, Gastronomie, Kultur-/Naturerlebnis) insbesondere auch der Vertrieb ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

### Verbesserungswürdige Angebote der Region Bonn/Rhein-Sieg aus Sicht der Freizeittouristen aus Bonn und Rhein-Sieg (2012)

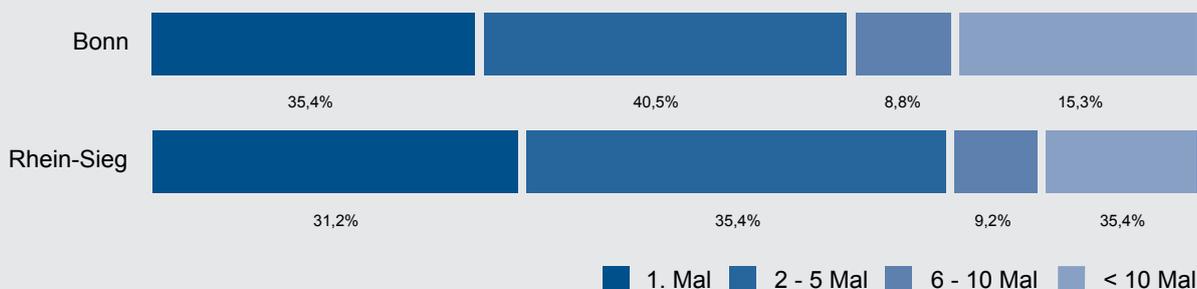


Quelle: IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012; n(Bonn): 444, n (Rhein-Sieg): 469

Die Freizeittouristen in Bonn und Rhein-Sieg teilen sich insgesamt zu 60 % in Tagesausflügler und 40 % in Übernachtungsgäste auf. Dieser Anteil ist im Rhein-Sieg-Kreis (68,6 %) durch seine attraktiven Landschaftsregionen (insbesondere Siebengebirge und Siegtal) jedoch deutlich höher als in Bonn (49,7 %) und stellt damit die zentrale Basis für die Tourismusbranche in den meisten Kommunen dar. Während bei einer durchschnittlichen Gesamtaufenthaltsdauer von zwei Tagen die kürzeren Aufenthalte dominieren, bleiben immerhin rund 10 % der Freizeitgäste länger als vier Tage.

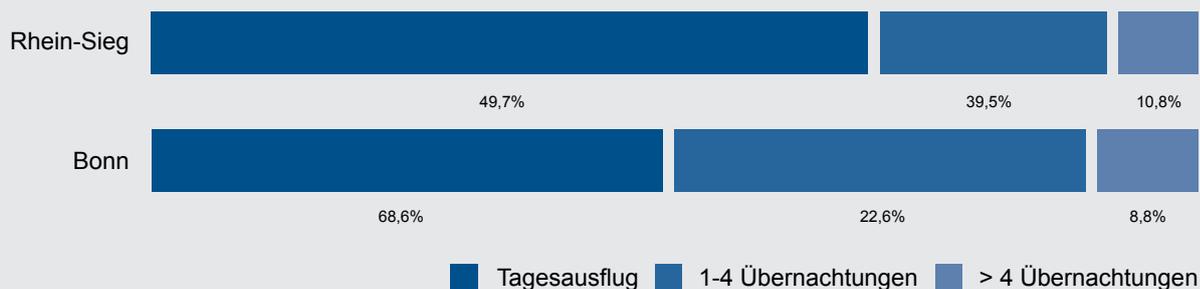
Von allen 290 gemeldeten Beherbergungsbetrieben (bei einer Gesamtkapazität von knapp 19.000 Gästebetten) in Bonn und Rhein-Sieg ist das Hotel mit fast 50 % die beliebteste Unterkunftsform. Während andere Betriebstypen deutlich geringere Marktanteile aufweisen, übernachtet jedoch weiterhin ein Drittel aller Gäste in Privatunterkünften. Damit stellt dieser sogenannte „Graue Markt“ ein weiteres wichtiges Standbein beispielsweise für die Gastronomie und die Freizeit- und Kulturwirtschaft dar, obwohl er sich der amtlichen statistischen Messung entzieht.

### Besuchshäufigkeit der Touristen in Bonn und Rhein-Sieg (2012)



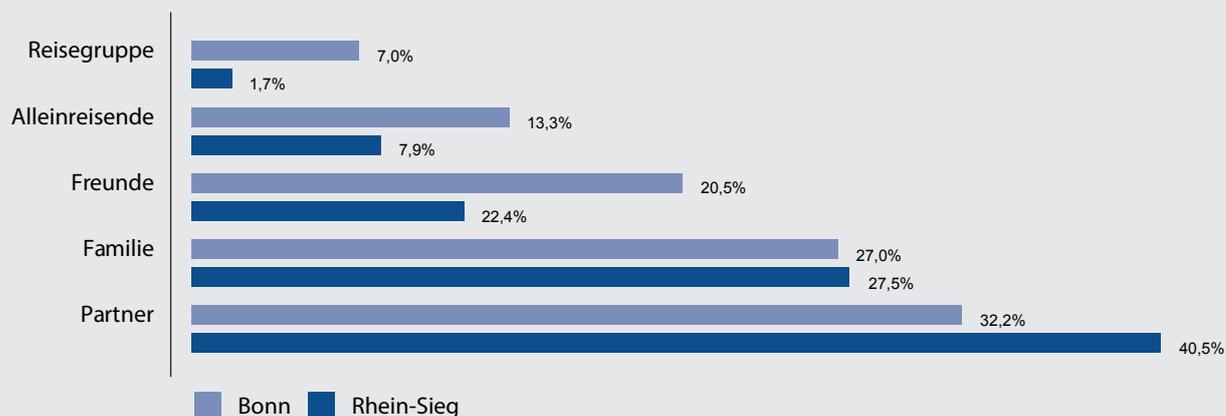
Quelle: IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012; n (Bonn/ Rhein-Sieg): 984, n (Bonn): 444, n (Rhein-Sieg): 469

### Aufenthaltsdauer der Freizeittouristen in Bonn und Rhein-Sieg (2012)



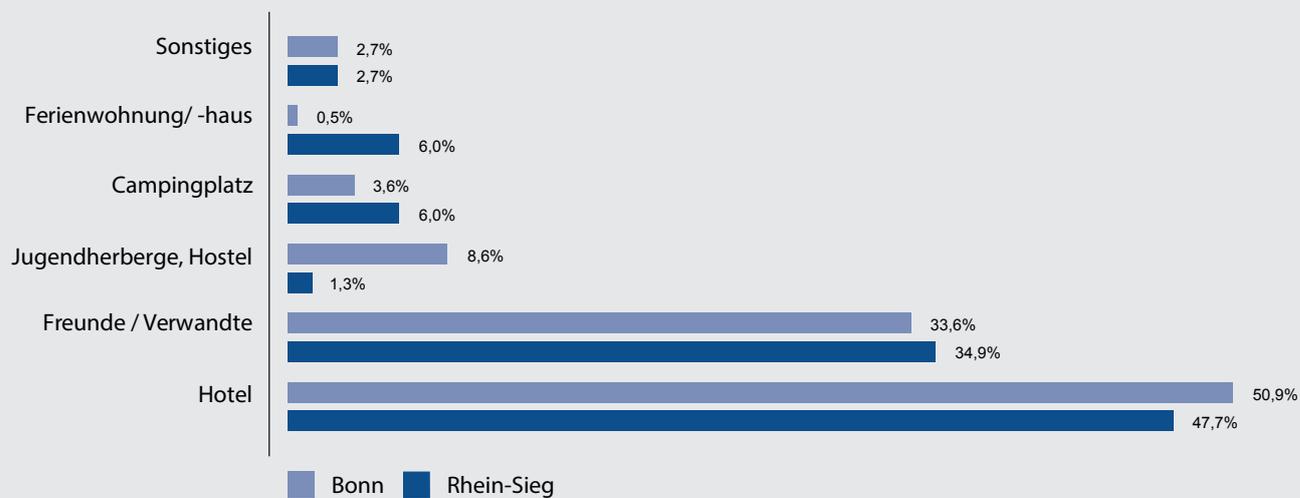
Quelle: IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012; n (Bonn/ Rhein-Sieg): 984, n (Bonn): 444, n (Rhein-Sieg): 469

## Reisebegleitung der Touristen in Bonn und Rhein-Sieg (2012)



Quelle: IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012;  
 n (Bonn/ Rhein-Sieg): 984, n (Bonn): 444, n (Rhein-Sieg): 469

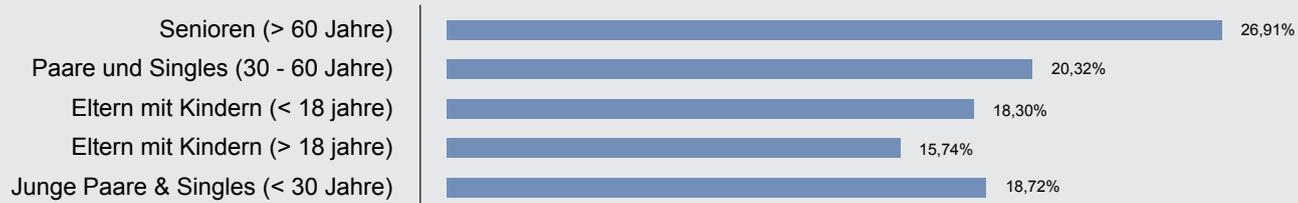
## Unterkunft der Freizeittouristen in Bonn und Rhein-Sieg (2012)



Quelle: IUBH Befragung Freizeittouristen, Bonn/ Rhein-Sieg, 2012;  
 n (Bonn/ Rhein-Sieg): 397, n (Bonn): 220, n (Rhein-Sieg): 149

# Freizeittouristische Segmente

## Verteilung der Touristengruppen der Region Bonn/Rhein-Sieg nach Lebenszyklus (2012)



Quelle: IUBH Gästebefragung (Freizeit) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012; n: 940

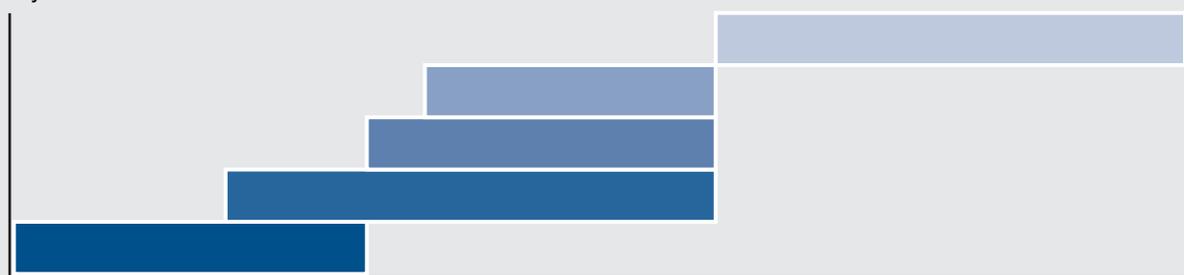
Während früher unterschiedliche Gästegruppen anhand soziodemographischer Faktoren untersucht wurden, basieren strategische Nachfrageanalysen für Destinationsentwicklungen zunehmend auf verhaltensorientierten Überlegungen. Diese gehen eng einher mit

den Lebensphasen, die Menschen im Laufe ihres Lebens durchlaufen. Für Bonn und den Rhein-Sieg-Kreis liefern fünf „Zielgruppen-Steckbriefe“ für die Zielgruppen „Junge Paare und Singles“, „Eltern mit Kindern“, „Ältere Paare und Singles“,

„Eltern mit Kindern > 18 Jahre“ sowie „Senioren“ differenzierte Informationen für ein gezieltes Zielgruppenmarketing.

## Zielgruppensegmentierung nach Lebenszyklusabschnitten

Lebenszyklen



- Senioren**  
 Alter: > 60 Jahre  
 Familienstand: Liert  
 Mit/ ohne Kinder
- Eltern mit Kindern (> 18 Jahre)**  
 Alter: 35 - 60 Jahre  
 Familienstand: Liert
- Paare und Singles**  
 Alter: 30 - 60 Jahre  
 Keine Kinder
- Eltern mit Kindern (< 18 Jahre)**  
 Alter: 18 - 60 Jahre  
 Familienstand: Liert
- Junge Paare und Singles**  
 Alter: < 30 Jahre  
 Keine Kinder

Quelle: Wells & Gubar, 1996

# Junge Paare und Singles



## Soziodemographie

Durchschnittliches Alter:	<b>22,6 Jahre</b>
Familienstatus:	<b>Single (59,7%)</b>
Geschlechterverteilung:	<b>Frauen (61,9%)</b>
Beschäftigungsverhältnis:	<b>Studenten (51,4%), Angestellte (24,0%)</b>
Herkunft:	<b>Deutsche (67,6%), International (32,4%) (Großbritannien, USA, Niederlande)</b>

## Reiseverhalten

Hauptreiseanlass:	<b>Freunde/ Familie (28,4%)</b> , Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (21,6%)
Sekundäre Reiseanlässe:	<b>Stadtbesichtigung (42,3%)</b> , Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (35,2%)
Besuchshäufigkeit:	<b>Erstbesucher (53,4%)</b>
Wiederholungswahrscheinlichkeit:	<b>Höchst wahrscheinlich (42,0%)</b>
Reisepartner:	<b>Freunde (27,3%)</b> , Familie (25,0%), Partner (25,0%), Alleine (16,5% – Gruppe mit den meisten Alleinreisenden)
Anreisemittel:	<b>Zug (42,7%)</b> , Auto (41,5%)
Informationsquelle:	<b>Internet (46,0%)</b> , Freunde (30,1%), Keine Information benötigt (24,4%)
Organisation der Reise:	<b>Selbst organisiert (78,4%)</b>
Aufenthaltsdauer:	<b>Tagesgäste (53,7%)</b> , > 5 Tage (15,4%)
Unterkunft:	<b>Freunde/ Verwandte (50,6%)</b> , Hotel (29,4%), Jugendherberge/ Hostel (15,3%)
Ort der Unterkunft:	<b>Bonn (73,4%)</b>
Übernachungskosten pro Tag:	<b>38,47€ pro Person</b>
Tagesausgaben:	<b>28,00€ pro Person</b>
Verbesserungsvorschläge:	<b>Touristische Wegweiser</b> , Freizeit- und Unterhaltungsangebot
Zufriedenheit:	+ <b>Kulturerlebnis</b> , Gesamtzufriedenheit - <b>Preis-Leistungsverhältnis</b> , Verkehrsführung

# Eltern mit minderjährigen Kindern



## Soziodemographie

Durchschnittliches Alter:	<b>43,8 Jahre</b>
Familienstatus:	<b>100% liiert</b>
Geschlechterverteilung:	<b>Frauen (54,7%)</b>
Beschäftigungsverhältnis:	<b>Angestellte (61,5%), Selbstständige (20,3%)</b>
Herkunft:	<b>Deutsche (79,7%) (NRW, Rheinland Pfalz), International (29,3%) (Benelux, Frankreich)</b>

## Reiseverhalten

Hauptreiseanlass:	<b>Besuch von Freunden/ Verwandten (31,1%)</b> , Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (17,6%), Erholung & Entspannung (12,8%)
Sekundäre Reiseanlässe:	<b>Stadtbesichtigung (42,6%)</b> , Landschaftsbesichtigung und Naturgenuss (29,7%), Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (24,3%)
Besuchshäufigkeit:	<b>Erstbesucher (31,1%)</b>
Wiederholungswahrscheinlichkeit:	<b>Höchst wahrscheinlich (60,1%)</b>
Reisepartner:	<b>Familie (68,2%)</b>
Anreismittel:	<b>Auto (79,7%)</b>
Informationsquelle:	<b>Internet (46,6%)</b> , Freunde (29,1%), keine Information benötigt (29,1%)
Organisation der Reise:	<b>Selbst organisiert (89,9%)</b>
Aufenthaltsdauer:	<b>Tagesgäste (57,4%)</b> , > 5 Tage (11,5%)
Unterkunft:	<b>Freunde/ Verwandte (42,9%)</b> , Hotel (41,3%), Ferienwohnung (6,3%)
Ort der Unterkunft:	<b>Bonn (58,3%)</b> , Königswinter (15,0%)
Übernachungskosten pro Tag:	<b>51,48€ pro Person</b>
Tagesausgaben:	<b>43,61€ pro Person</b>
Verbesserungsvorschläge:	<b>Gastronomie</b> , touristische Wegweiser
Zufriedenheit:	+ <b>Kulturerlebnis</b> , Gesamtzufriedenheit - <b>Preis-Leistungsverhältnis</b> , Fahrradwege und Infrastruktur

# Ältere Paare und Singles



## Soziodemographie

Durchschnittliches Alter:	<b>42,8 Jahre</b>
Familienstatus:	<b>64,4 % liiert</b>
Geschlechterverteilung:	<b>Frauen (49,7 %)</b>
Beschäftigungsverhältnis:	<b>Angestellte (70,2 %), Selbstständige (16,8 %)</b>
Herkunft:	<b>Deutsche (80,1 %)</b> (NRW, Rheinland Pfalz), International (19,9 %) (Großbritannien, USA)

## Reiseverhalten

Hauptreiseanlass:	<b>Besuch von Freunden/ Verwandten (30,9 %)</b> , Landschaftsbesichtigung und Naturgenuss (15,7 %), Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (17,8 %)
Sekundäre Reiseanlässe:	<b>Stadtbesichtigung (31,4 %)</b> , Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (24,6 %) Landschaftsbesichtigungen und Naturgenuss (24,1 %)
Besuchshäufigkeit:	<b>Erstbesucher (34,6 %)</b>
Wiederholungswahrscheinlichkeit:	<b>Höchst wahrscheinlich (56,0 %)</b>
Reisepartner:	<b>Partner (44,0 %)</b> , Allein (20,4 %), Freunde (18,8 %)
Anreisemittel:	<b>Auto (58,6 %)</b> , Zug (22,0 %)
Informationsquelle:	<b>Keine Informationen benötigt (36,1 %)</b> , Internet (35,6 %), Freunde (26,2 %) Reiseliteratur (15,7 %)
Organisation der Reise:	<b>Selbst organisiert (84,3 %)</b> , Pauschal (3,1 %)
Aufenthaltsdauer:	<b>Tagesgäste (56,5 %)</b> , > 5 Tage (11,0 %)
Unterkunft:	<b>Hotel (51,3 %)</b> , Freunde/ Verwandte (37,5 %)
Ort der Unterkunft:	<b>Bonn (66,2 %)</b> , Königswinter (25,7 %)
Übernachungskosten pro Tag:	<b>65,71 € pro Person</b>
Tagesausgaben:	<b>46,95 € pro Person</b>
Verbesserungsvorschläge:	<b>Touristische Wegweiser, Gastronomie</b>
Zufriedenheit:	<b>+ Natur- und Kulturerlebnis</b> <b>- Freizeit- und Unterhaltungsangebot, Preis-Leistungsverhältnis</b>

# Eltern mit volljährigen Kindern



## Soziodemographie

Durchschnittliches Alter:	<b>53,3 Jahre</b>
Familienstatus:	<b>100% liiert</b>
Geschlechterverteilung:	<b>Frauen (55,2%)</b>
Beschäftigungsverhältnis:	<b>Angestellte (61,6%), Selbstständige (12,2%)</b>
Herkunft:	<b>Deutsche (85,5%) (NRW, Rheinland Pfalz), International (14,5%) (Benelux, Frankreich)</b>

## Reiseverhalten

Hauptreiseanlass:	<b>Besuch von Freunden/ Verwandten (31,1%)</b> , Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (17,6%), Erholung & Entspannung (12,8%)
Sekundäre Reiseanlässe:	<b>Stadtbesichtigung (32,6%)</b> , Landschaftsbesichtigung und Naturgenuss (23,8%), Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (22,7%)
Besuchshäufigkeit:	<b>Erstbesucher (32,6%)</b>
Wiederholungswahrscheinlichkeit:	<b>Höchst wahrscheinlich (52,9%)</b>
Reisepartner:	<b>Partner (51,7%)</b> , Familie (23,8%), Freunde (19,8%)
Anreisemittel:	<b>Auto (62,8%)</b> , Zug (16,9%), Fahrrad (9,9%)
Informationsquelle:	<b>Keine Information benötigt (38,4%)</b> , Internet (36,0%)
Organisation der Reise:	<b>Selbst organisiert (86,6%)</b>
Aufenthaltsdauer:	<b>Tagesgäste (64,5%)</b> , > 5 Tage (2,9%)
Unterkunft:	<b>Hotel (66,1%)</b> , Freunde/ Verwandte (23,7%)
Ort der Unterkunft:	<b>Bonn (44,0%)</b> , Königswinter (22,0%), Siegburg (16,0%)
Übernachungskosten pro Tag:	<b>55,03€ pro Person</b>
Tagesausgaben:	<b>43,79€ pro Person</b>
Verbesserungsvorschläge:	<b>Touristische Wegweiser, Gastronomie</b>
Zufriedenheit:	<b>+ Naturerlebnis, Gesamtzufriedenheit - Freizeit- und Unterhaltungsangebot, Verkehrsführung</b>

# Senioren



## Soziodemographie

Durchschnittliches Alter:	<b>69,1 Jahre</b>
Familienstatus:	<b>85,4 % liiert</b>
Geschlechterverteilung:	<b>Frauen (47,0 %)</b>
Beschäftigungsverhältnis:	<b>Rentner (86,2 %), Angestellte (5,9 %)</b>
Herkunft:	<b>Deutsch (88,9 %)</b> (NRW, Rheinland Pfalz, Baden Württemberg, Bayern), International (11,1 %) (Großbritannien, Niederlande)

## Reiseverhalten

Hauptreiseanlass:	<b>Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (22,5 %)</b> , Besuch von Freunden/ Verwandten (19,4 %), Erholung & Entspannung (17,8 %)
Sekundäre Reiseanlässe:	<b>Stadtbesichtigung (37,5 %)</b> , Landschaftsbesichtigung und Naturgenuss (24,9 %) Besuch von kulturellen Einrichtungen/ Events (20,9 %)
Besuchshäufigkeit:	<b>Erstbesucher (19,4 %)</b>
Wiederholungswahrscheinlichkeit:	<b>Höchst wahrscheinlich (51,8 %)</b>
Reisepartner:	<b>Partner (43,1 %)</b> , Freunde (23,7 %), Reisegruppe (7,1 %)
Anreisemittel:	<b>Auto (47,0 %)</b> , Zug (24,9 %), Bus (15,4 %)
Informationsquelle:	<b>Keine Informationen benötigt (40,7 %)</b> , Internet (24,9 %), Reiseliteratur (15,8 %)
Organisation der Reise:	<b>Selbst organisiert (75,5 %)</b> , Pauschal (11,5 %)
Aufenthaltsdauer:	<b>Tagesgäste (61,7 %)</b> , > 5 Tage (7,1 %)
Unterkunft:	<b>Hotel (59,8 %)</b> , Camping (10,3 %), Ferienwohnung (3,1 %)
Ort der Unterkunft:	<b>Bonn (55,3 %)</b> , Königswinter (19,1 %), Siegburg (6,4 %)
Übernachungskosten pro Tag:	<b>53,81 € pro Person</b>
Tagesausgaben:	<b>37,82 € pro Person</b>
Verbesserungsvorschläge:	<b>Touristische Wegweiser</b>
Zufriedenheit:	+ <b>Naturerlebnis</b> , Gesamtzufriedenheit - <b>Freizeit- und Unterhaltungsangebot</b> , Preis- Leistungsverhältnis

# Medizintourismus



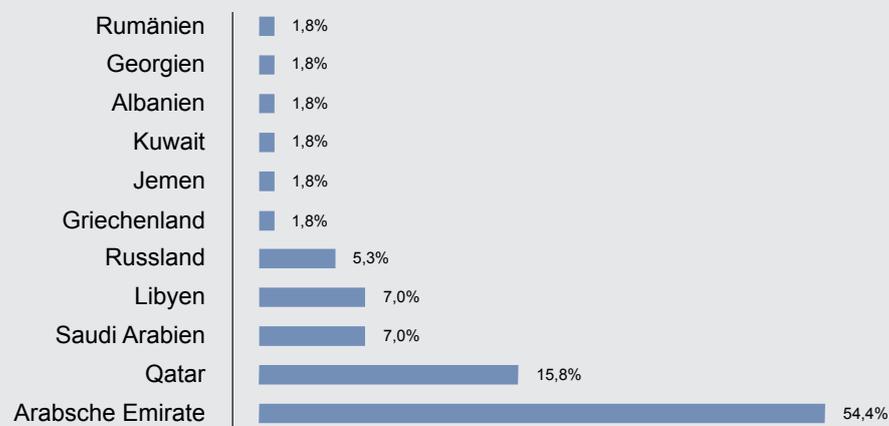
Seit einigen Jahren entwickelt sich Deutschland zunehmend zu einem Reiseziel von ausländischen Gästen, die gezielt zu medizinischen Eingriffen deutsche Kliniken und Spezialisten aufsuchen.

„Der Megatrend Gesundheit wird, laut einer Umfrage der Deutschen

Zentrale für Tourismus (DZT), die Nachfrage nach Reisen nach Deutschland in den kommenden Jahrzehnten mehr denn je positiv beeinflussen. Laut Euromonitor sind Natur- und Medizinreisen mit 6,8% bzw. 5,5% jährlichem Plus die größten Wachstumsfelder im Tourismus bis 2015. In Deutschland

haben sich die rein gesundheitlich motivierten Reisen zwischen 2009 und 2010 mehr als verdoppelt. 2010 kamen laut World Travel Monitor 341.000 europäische Gäste aus rein gesundheitlichen Gründen nach Deutschland“ (Hotelverband Deutschland e.V. (2013), Hotelmarkt Deutschland 2013).

## Herkunftsland der Medizintouristen in Bonn (2012)



Quelle: IUBH Medizintouristenbefragung Bonn, 2012; n: 57

Dieser für ganz Deutschland zu beobachtende Trend hat insbesondere in der Stadt Bonn eine längere Tradition, da während der Zeit als Bundeshauptstadt über Konsulate und Botschaften zahlreiche Kontakte zwischen internationalen Patienten und profilierten städtischen medizinischen Einrichtungen und Krankenhäusern aufgebaut werden konnten.

Ebenso wie in Deutschland insgesamt zu beobachten, stellen die Hauptquellmärkte des Medizintourismus in Bonn der Arabische Raum (hier insbesondere die Arabischen Emirate) und Russland dar, ohne

dass derzeit verlässliche Daten über das tatsächliche Volumen genannt werden können.

Es handelt sich aber entgegen landläufiger Meinung durchaus nicht nur um überwiegend ältere Personen. Vielmehr sind es durchaus auch Patienten jüngeren und mittleren Alters (Frauen wie Männer), die ihre jeweiligen Krankheiten in Bonner Medizineinrichtungen behandeln lassen. Die wichtigsten medizinischen Fachgebiete für den Bonner Medizintourismus sind die Onkologie, Orthopädie, und Neurologie, gefolgt von medizinischen Maßnahmen in der Pädiatrie und Dermatologie.

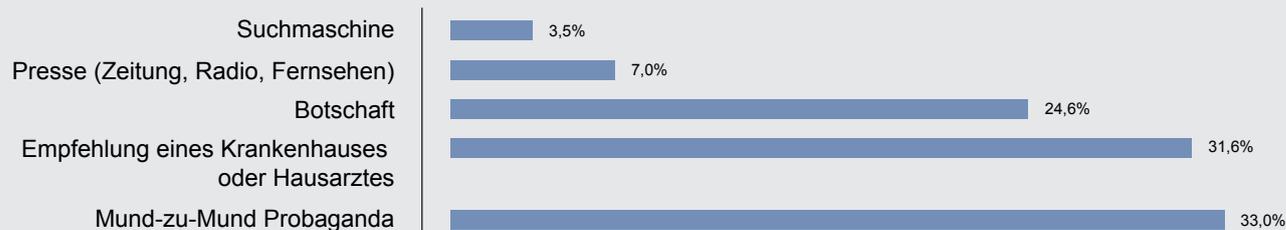
Obwohl es sich beim Medizintourismus trotz seines ernstesten Hintergrundes aus Sicht der Patienten um eine Form des Tourismus handelt, geht dieser Markt noch weitgehend an den touristischen Vertriebs- und Organisationsstrukturen vorbei. So nutzen über zwei Drittel der Bonner Medizintouristen nach wie vor ihre Botschaft zur Reiseorganisation oder planen den Aufenthalt selbstständig. Derzeit sind 60 % der Medizintouristen zum ersten Mal in Bonn. Die Wiederholungsgäste (40 %) waren im Durchschnitt bereits drei bis fünf Mal vor Ort. Die offensichtlich hohe Zufriedenheit und gute Reputation Bonns als medizintouristische Destination spiegelt sich auch in dem hohen Anteil von 33 % an

„Mund-zu-Mund Empfehlungen“ wieder, die damit die wichtigste Informationsquelle darstellt.

Während die Tourismusbranche dieses Wachstumssegment langsam entdeckt, stellen Medizintouristen, allen voran aber ihre Begleitungen, ein wichtiges Nachfragepotenzial für die Hotellerie dar. Die Reisebegleitungen betragen laut IUBH-Erhebungen zu 45,6 % ein bis zwei Personen, 40,4 % drei bis vier Personen, und 14 % fünf bis acht Personen. Sofern keine dauerhaft stationäre Unterbringung erfolgt, nutzen sowohl Patienten wie ihre Begleitpersonen vorwiegend Apartments (65 % der Patienten, 77,2 % Begleitpersonen) und Hotels (20 % der Patienten, 22,8 % Begleitpersonen) während ihres Aufenthaltes.

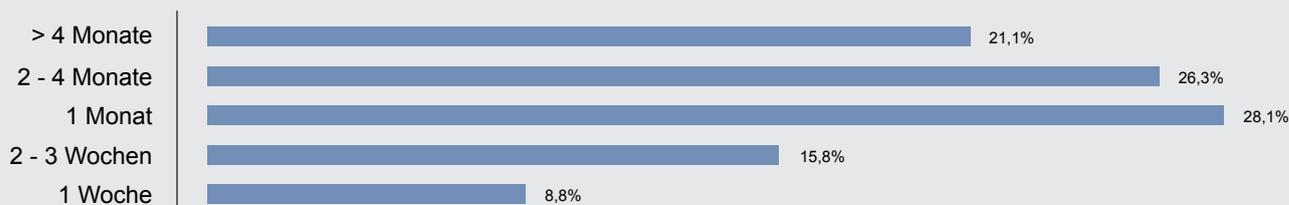
Dem Umstand der Sache Rechnung tragend, halten sich Medizintouristen deutlich länger in Bonn auf als andere „klassische“ Touristen. Diese umspannen zu einem Großteil Zeiträume von einem bis mehreren Monaten. Gerade die Begleitpersonen der Patienten sind somit auch für weitere lokale Branchen ein relevantes Feld (Einzelhandel, Gastronomie), da sie strukturell über eine höhere durchschnittliche Gruppenkaufkraft verfügen und für die Zeit ihres Aufenthaltes offen für Konsumaktivitäten sind.

### Genutzte Informationsquelle der Medizintouristen in Bonn (2012)



Quelle: IUBH Medizintouristenbefragung Bonn, 2012; n: 57

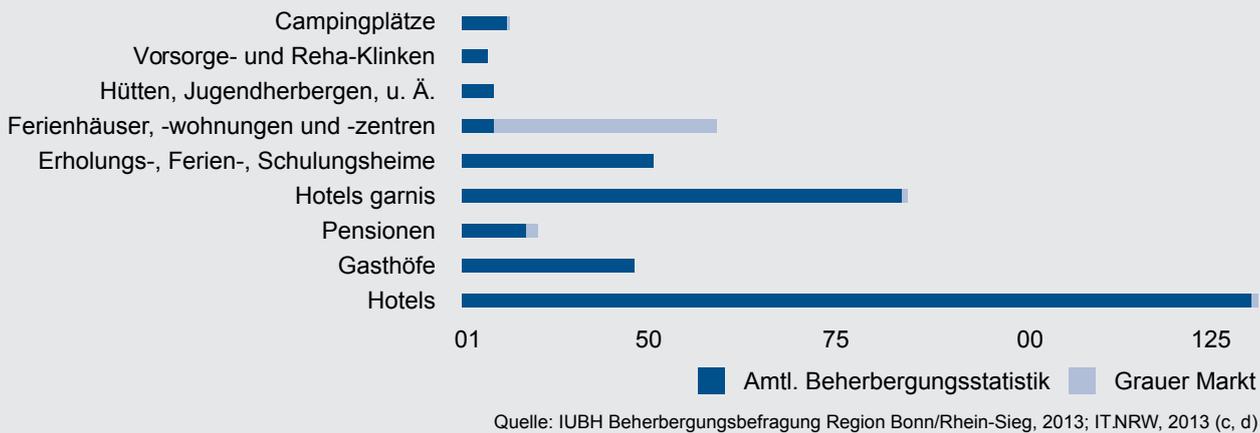
### Aufenthaltsdauer der Medizintouristen in Bonn (2012)



Quelle: IUBH Medizintouristenbefragung Bonn, 2012; n: 57

# Strukturdaten des Beherbergungsangebotes

Beherbergungsbetriebe der Region Bonn/Rhein-Sieg nach Betriebsarten (2013)

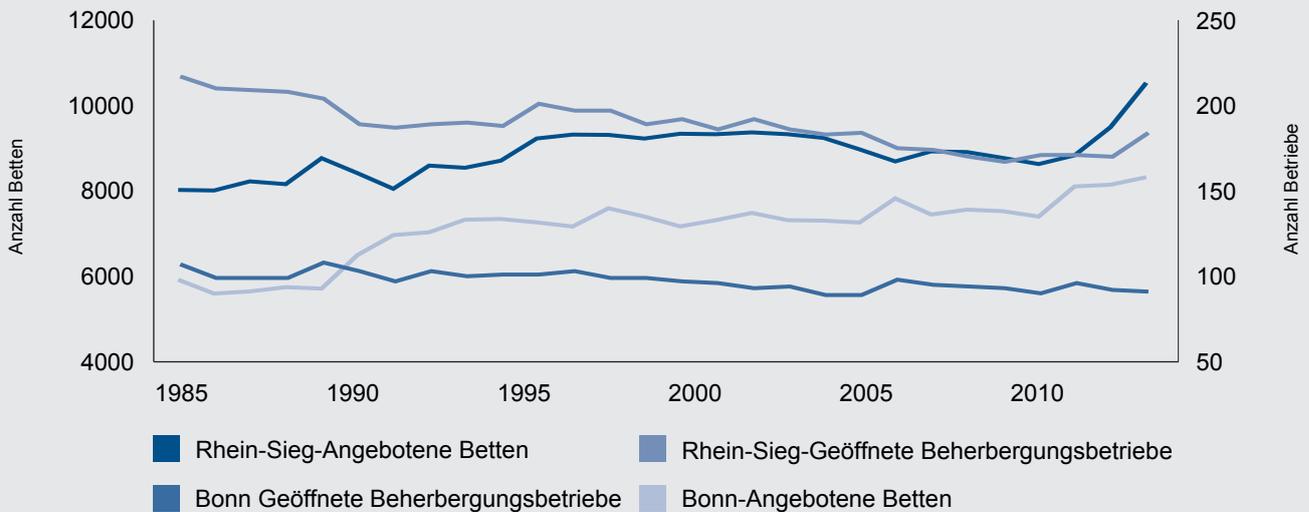


Der betriebliche Strukturwandel in der Hotellerie in Deutschland lässt sich auch in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis mit den Schlagworten umschreiben: „Mehr Betten bei weniger Betrieben“. Wurden in der

Stadt Bonn und der Region 1985 noch 324 geöffnete Betriebe als gewerbliche Unterkünfte gemeldet (Bonn: 107, Rhein-Sieg: 217), bieten heute 275 geöffnete Unterkunftsbetriebe ihre Dienstleistungen an

(Bonn: 91, Rhein-Sieg:184). Im gleichen Zeitraum sind trotz Betriebs-schließungen durch Erweiterungs-investitionen und Hotelneubauten die Bettenkapazitäten von 13.949 (Bonn: 5.923, Rhein-Sieg: 8.026) auf

Entwicklung der gewerblichen Betriebe und Betten in Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis



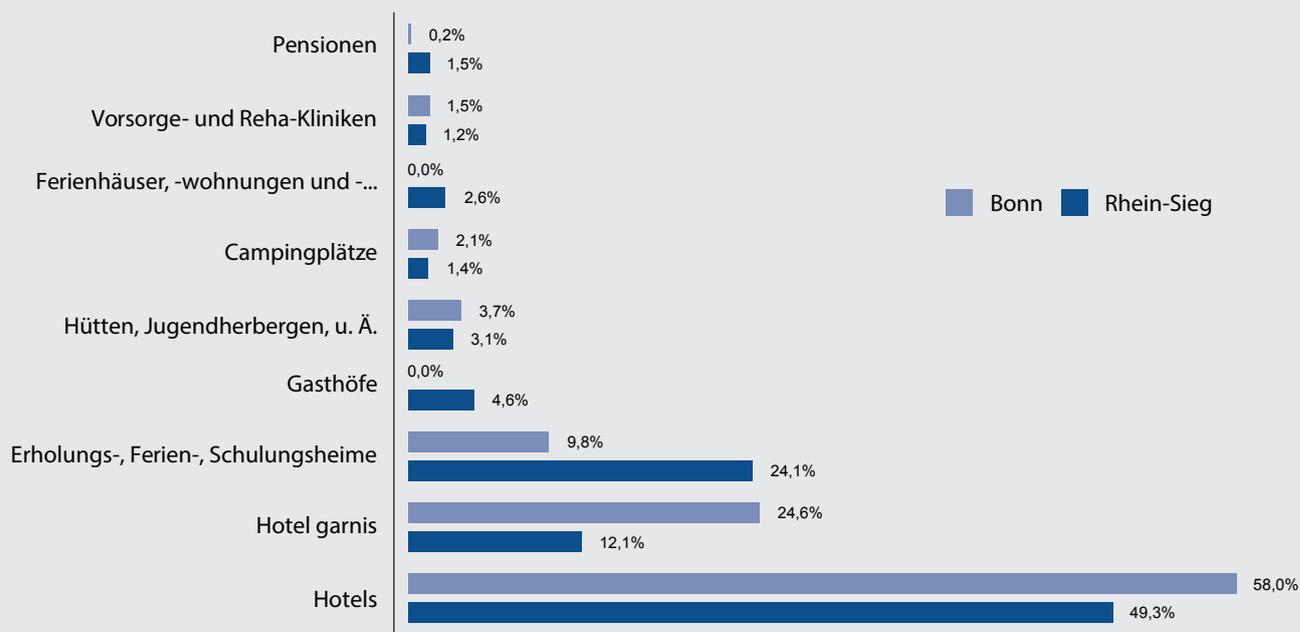
19.184 (Bonn: 8.504, Rhein-Sieg: 10.680) gestiegen. Während vor allem seit Ende der 1980er Jahre dieser Strukturwandel dynamisch von statten ging, hat sich der Markt seit den 2000er Jahren, mit gelegentlichen Auf- und Abschwüngen, konsolidiert. Dabei muss jedoch insgesamt gesehen werden, dass Schließungen insbesondere von Klein- und Mittelbetrieben (z. B. Pensionen, kleinere Hotels) ein stetiges Wachstum im Hotelsegment mit größerer Zimmeranzahl gegenüberstand. In den vergangenen Jahren (2008 bis 2012) betrug das durchschnittliche Betriebswachstum pro Jahr in der Region Bonn 0,9 % (Bonn: -0,5 %, Rhein-Sieg: 2,5 %) bei einem durchschnittlichem Bettenzuwachs von 2,8 % (Bonn: 2,6 %, Rhein-Sieg: 4,8 %).

Im Fokus der gegenwärtigen Hotellandschaft steht die nach langjährigem Baustillstand erwartete Fertigstellung des Hotels am World Conference Center Bonn (WCCB). Im Zuge einer Komplementierung des gegenwertigen Angebotes sollte darauf geachtet werden, die Synergien zu Konferenzen und (Groß-) Kongressen bestmöglich auszuschöpfen und Kannibalisierungseffekte im städtischen Wettbewerb zu minimieren.

Gemessen am dominierenden Betriebstyp Hotel (und Hotel garni) spielen darüber hinaus weitere Unterkunftsformen in der Region Bonn, mit Ausnahme von Erholungs-, Ferien- und Schulungsheimen, nur eine untergeordnete Rolle. Trotzdem weist die Region eine breite Palette an allen möglichen Unterkunftsformen für verschiedene Nachfragegruppen auf. Die Angebotsintensität (gewerblich verfügbare Betten pro Einwohner) ist dabei in der Stadt Bonn mit 38,7 verfügbaren Gästebetten/Einwohner geringer als im Rhein-Sieg-Kreis (56,2 verfügbare Gästebetten/Einwohner).

Ergänzt man die in der amtlichen Beherbergungsstatistik nicht dargestellten (weil nicht meldepflichtigen) Betriebe durch weitere Recherchen, ergibt sich ein „Grauer Markt“ von 41 Betrieben (in der Mehrzahl Ferienhäuser, -wohnungen und -zentren, aber auch Pensionen). Diese müssen den dargestellten ‚offiziellen‘ Daten hinzugefügt werden. Gemessen am Gesamtvolumen der Bettenkapazitäten ist die Verzerrung zur amtlichen Beherbergungsstatistik jedoch eher gering.

### Verteilung der verfügbaren Betten in gewerblichen Betrieben in Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis (2013)



Quelle: IT.NRW, 2013 (c, d); n (Bonn): 8.504, n (Rhein-Sieg): 10.680

# Tagungs- und Kongressmarkt



Innerhalb des geschäftlich bedingten Tourismus sind Tagungen, Meetings, Weiterbildungen sowie Konferenzen und Kongresse die wichtigsten Teilmärkte für die Stadt Bonn und die Region Rhein-Sieg. Insgesamt konzentriert sich dabei aufgrund der Tagungskapazitäten, des Sitzes von Großunternehmen sowie nationalen und internationalen (politischen) Organisationen

der Tagungs- und Kongressmarkt größerer Ordnung auf die Stadt Bonn, während für die Städte und Kommunen im Rhein-Sieg-Kreis eher kleinere Veranstaltungen (z.B. Weiterbildungen, Konferenzen) von Bedeutung sind.

## Allgemeine Struktur<sup>2</sup>

Die Kongressregion Bonn/Rhein-Sieg verzeichnet in den letzten

Jahren eine konstant hohe Anzahl von Veranstaltungen. Besonders die zentrale Lage des Standortes mit hervorragender Anbindung zu mehreren Flughäfen und ICE-Haltepunkten in einem Umkreis von 150 km sorgen für kurze Transferzeiten. Eine gut ausgebaute Infrastruktur macht die unkomplizierte Anreise der Teilnehmer möglich. Das großzügige Angebot an Hotelbetrieben sorgt für adäquate Unterbringungsmöglichkeiten und in den vielfältigen Locations lassen sich unterschiedlichste Veranstaltungsformate abbilden. Zudem bieten Stadt und Region zahlreiche Anknüpfungspunkte für die Gestaltung hochwertiger Rahmenprogramme.

Seit 2009 wird in Bonn und der Region speziell für den Kongressbereich ein Tagungsmonitoring durchgeführt, um eine ständige

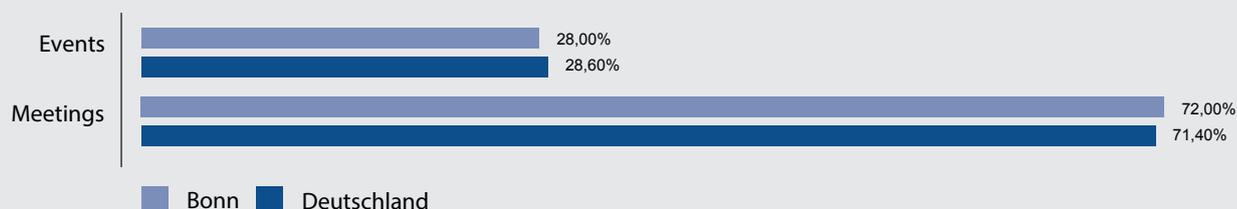
<sup>2</sup> Quelle: Tourismus & Congress GmbH Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler (2013): Strategieplan 2013 - 2017

Abb.: Angebots- und Nachfragesituation in der Kongressregion Bonn/Rhein-Sieg

Angebotssituation		Nachfragesituation	
Tagungs- und Veranstaltungsstätten in Bonn insgesamt (1)	63	Veranstaltungen	21.791
kleine Hotels	17	Dauer	1,68 Tage
mittelgroße Hotels	11	Teilnehmer insgesamt	1,30 Mio.
große Hotels	7	Umsätze	
kleine Veranstaltungszentren	21	veranstaltungsbezogen	39,1 Mio. €
große Veranstaltungszentren	7	mit Übernachtungen	21,1 Mio. €
		insgesamt	60,2 Mio. €

Quelle: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 17

## Verhältnis Business- zu Eventveranstaltungen



Quelle: eigene Darstellung nach: Meeting- & EventBarometer 2011/2012, S. 24 und TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 8

Beobachtung des Tagungsmarktes zu ermöglichen. Die Datenerfassung erfolgt durch das „TagungsBarometer“, ein Instrument des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft. Das „TagungsBarometer“ ist eine Web-Applikation, über die monatlich Daten zum Veranstaltungsmarkt erfasst und ausgewertet werden. Insgesamt nehmen derzeit 22 Veranstaltungsstätten am Bonner Tagungsbarometer teil. Ein Drittel der Häuser kommt aus dem Rhein-Sieg-Kreis, zwei Drittel aus Bonn, so dass eine Gesamtbetrachtung der Region Bonn/Rhein-Sieg möglich ist. Die hierbei erfassten Daten bilden die Grundlage der folgenden Analyse der Tagungsregion.

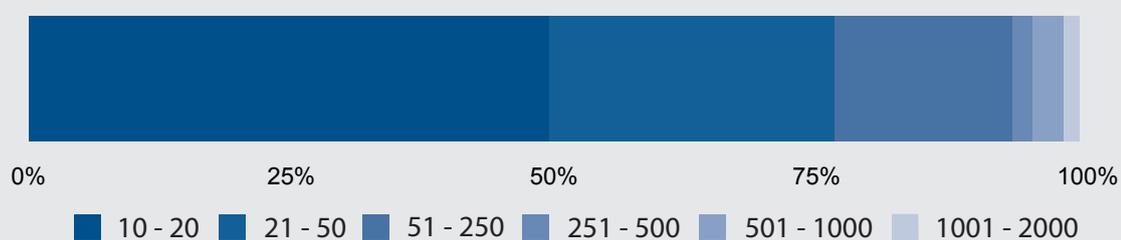
Der Kongressstandort Bonn/Rhein-Sieg bietet insgesamt 63 Veranstaltungsstätten (mit mindestens 30 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung). Darunter sind 17 kleine Hotels, elf mittelgroße Hotels, sieben große Hotels, 21 kleine Veranstaltungszentren und sieben große Veranstaltungszentren vertreten.

Für das Jahr 2011 wurden rund 22.000 Veranstaltungen gezählt, bei denen 1,3 Mio. Teilnehmer in die Region kamen. Bei einer durchschnittlichen Dauer von 1,68 Tagen wurden über 60 Mio. Euro direkt bei den Veranstaltungsstätten generiert, wovon mehr als 21 Mio. für Über-

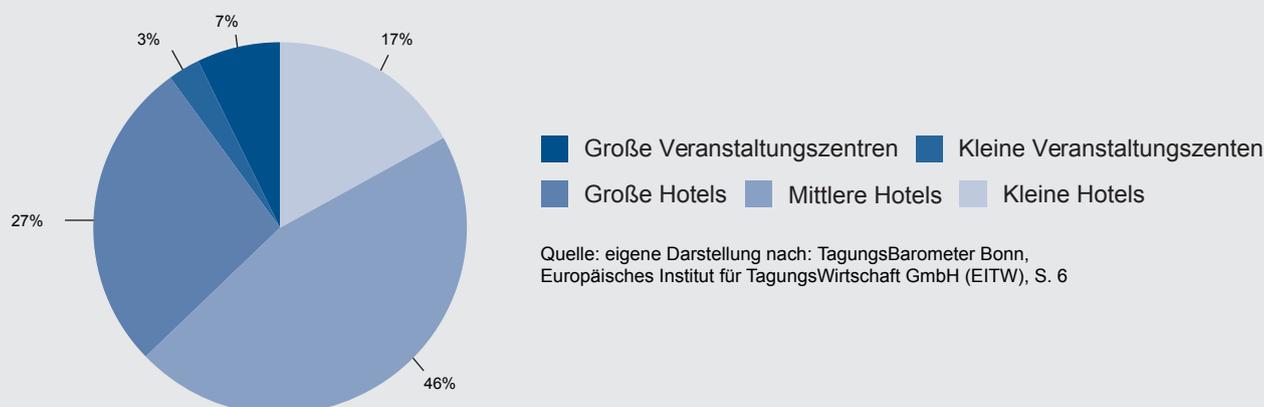
nachtungen ausgegeben wurden. In den eigenen Räumlichkeiten durchgeführte Veranstaltungen („inhouse“) wurden bei der Marktanalyse nicht berücksichtigt.

Innerhalb des Segments der geschäftlich motivierten Veranstaltungen unterscheidet man zwischen den zwei verschiedenen Veranstaltungsarten Business-Veranstaltungen und Events. In Bonn und der Region ist der Anteil der Business-Veranstaltungen mit knapp drei Viertel sämtlicher Veranstaltung vergleichbar mit dem Bundesdurchschnitt. Events belegen lediglich mit circa 28 % den Markt.

## Abb.: Teilnehmer (TN) pro Veranstaltung



Quelle: eigene Darstellung nach: TagungsBarometer Bonn, Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW), S. 9



Die in der Tagungsregion Bonn/Rhein-Sieg durchgeführten Veranstaltungen ziehen hauptsächlich kleinere Formate wie beispielsweise Seminare an. Knapp 80 % aller Veranstaltungen hatten eine Teilnehmerzahl von bis zu 50 Besuchern. Deutschlandweit liegt der Wert bei 45 %.

Für den Veranstaltungsmarkt in Bonn und der Region sind besonders die Hotels, untergliedert in kleine, mittlere und große Hotels, beliebte Tagungsorte. Hier finden 90 % der Veranstaltungen statt. Deutschlandweit liegt der Anteil der Tagungshotels bei zwei Drittel der Veranstaltungen.

### Fokus: PCO-Segment

Aufgrund der besonderen Voraussetzungen für Großveranstaltungen wie internationale Kongresse und Ähnliches spielen für die Region Bonn professionelle Tagungs- und Eventagenturen (PCO's) eine wichtige Rolle. Obwohl größere Kongresse nur einen geringen Anteil an allen Tagungsveranstaltungen im Jahresverlauf ausmachen, sind sie für die Wahrnehmung der Destination auf der nationalen wie internationalen Bühne von besonderem Wert.

Die jährlich durch die PCO's durchgeführten Veranstaltungen decken in der Region eine breite Palette von Branchen ab (allen voran Veranstaltungen im Aus- und Weiterbildungsbereich, Dienstleistungswesen wie Banken und IT/Datenverarbeitung, produzierende Industrie, Medizin, Handel und Versicherungen). Hinzu kommen zahlreiche „Inhouse-Veranstaltungen“, die sich jedoch einer Bewertung ihrer touristischen Bedeutung entziehen.

Bonn und die Region sind dabei Tagungsorte, die von den Veranstaltern geschätzt und als regelmäßige Austragungsorte geschäftlich bedingter Treffen gewählt werden. Fast 83 % der Unternehmen und Organisationen, die in Bonn ihre Veranstaltungen abhalten, tagten bereits zum wiederholten Male hier. Über die Hälfte haben dabei schon (deutlich) mehr als 10 Mal Konferenzen und Kongresse in Bonn abgehalten. Insofern kann der Tagungs- und Kongressmarkt als sehr stabile Größe für den (geschäftlich bedingten) Tourismus und als wichtiges Nachfragesegment für die Hotellerie bezeichnet werden. Trotzdem handelt es sich insgesamt häufig um rotierende Tagungsschemata: Veranstaltungen in immer der gleichen Stadt innerhalb der Bonner Region planen nur 23,7 % aller PCO's, während 57,6 % ihre Veranstaltungen an wechselnden Austragungsorten konzipieren.

Die Teilnehmer der in Bonn und der Region stattfindenden Tagungen und Konferenzen kommen zum Großteil aus Deutschland selbst. Der Anteil der internationalen Tagungs- und Konferenzteilnehmer beträgt 11,5 %. Damit spiegelt sich die immense Bedeutung der zahlreichen internationalen Organisationen (insbesondere UN-Einrichtungen in der Stadt Bonn) für das Image von Bonn (und teilweise der Region) als beliebter und bewährter Ausrichtungsort von internationalen Veranstaltungen wider.

Die für die touristische Bedeutung dieses Segments wichtig zu beobachtende Dauer der Tagungen und Kongresse ist dabei zweigeteilt: jeweils die Hälfte aller Veranstaltungen sind als Tagesveranstaltungen geplant und zeigen daher nur beschränkte Effekte

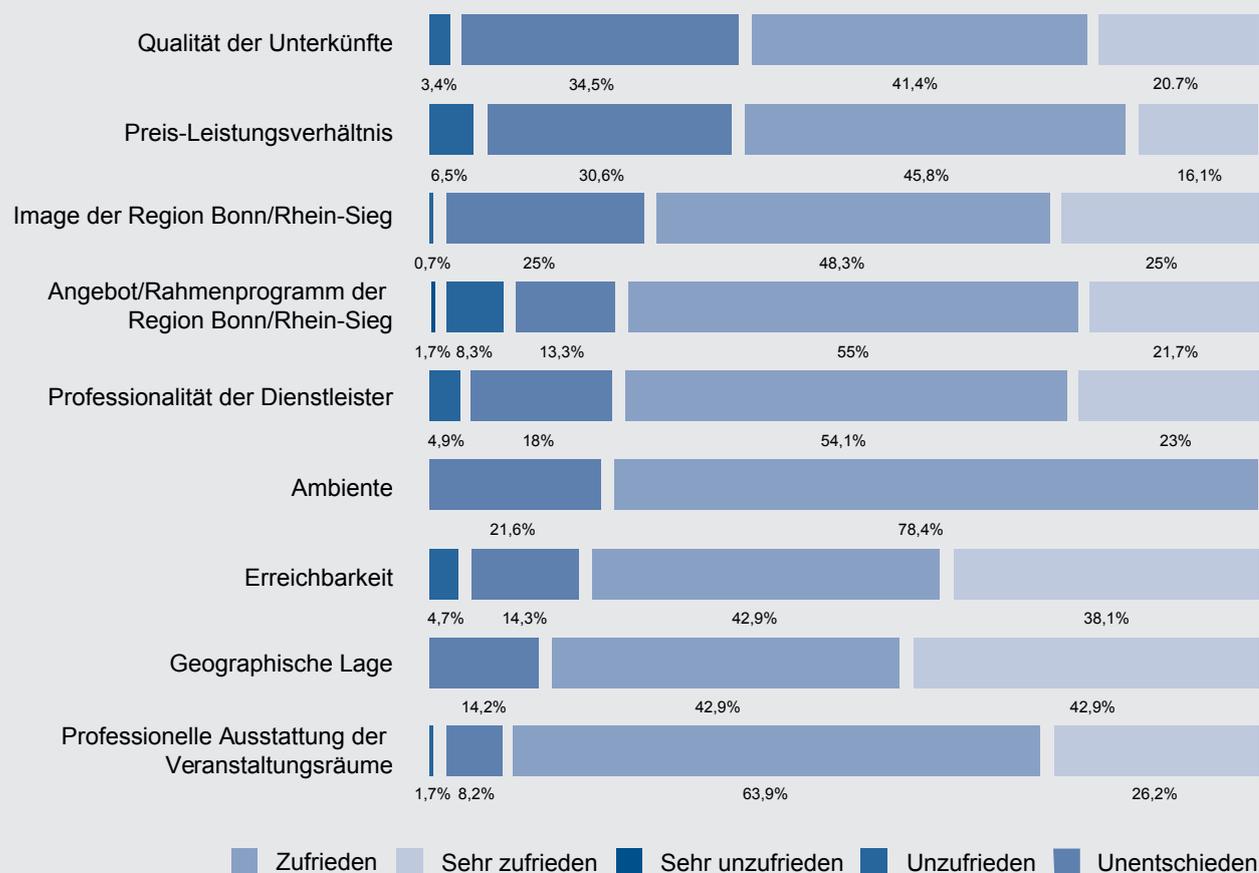
auf den Tourismus vor Ort, wengleich sie für eine Vielzahl an Zulieferern, Tagungstechnikern, Caterern etc. wichtige Einkommensquellen darstellen.

Der Tagungs- und Kongressmarkt spielt für die Hotellerie eine bedeutende Rolle, auch durch die Möglichkeit, Zusatzdienstleistungen als eigene Geschäftsbereiche zu entwickeln und auszubauen (Technik, Catering/Gastronomie). Die durchschnittliche Tagungspauschale beträgt dabei 40 - 50 Euro/Tagungsteilnehmer. Darüber hinaus profitieren externe Dienstleister, von Eventagenturen über Transportunternehmen und Shuttle Services bis hin zu Anbietern von Freizeitprogrammen und Kultureinrichtungen in der gesamten Region.

Insgesamt sind die Konferenz- und Kongressplaner vor allem mit der Qualität der Unterkünfte zufrieden, sehen diesen Aspekt jedoch auch zu einem Drittel kritisch, ebenso wie das Preis-Leistungsverhältnis. Der Zufriedenheitsgrad mit anderen Aspekten fällt dagegen (in Teilen) deutlich höher aus. Hierzu zählen insbesondere die sehr gute Raumausstattung, aber auch die sehr gute Erreichbarkeit, bedingt durch die optimale geographische Lage Bonns und der Region.

Zusätzliche Potenziale stellen zukünftig sicher auch weitere Vernetzungen zwischen Hotels, Tagungs- und Kongressveranstaltungen und den Teildestinationen in Stadt und Region Bonn dar. Das touristische Angebot sowie Rahmenprogramm erscheint noch nicht

### Zufriedenheit von Konferenz- und Kongressplanern (PCO's) mit den Konferenz- und Kongressangeboten der Region Bonn/Rhein-Sieg (2013)



Quelle: IUBH Konferenz- und Kongressplanerbefragung, 2013, n: 37 - 63

hinreichend als ergänzender Baustein in diesem Segment ausgeschöpft zu sein, obwohl es nach Ansicht der PCO's als attraktive Komponente im Gesamttagungspaket gewünscht wird.

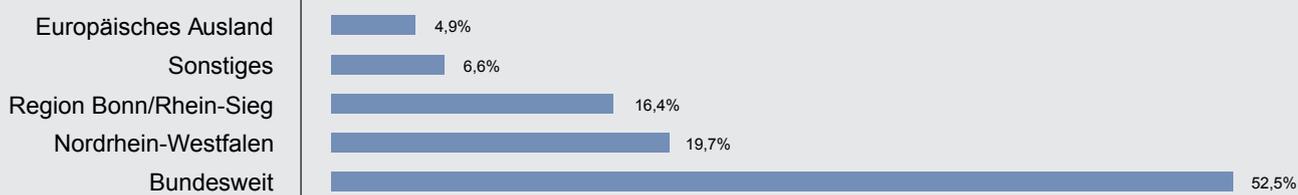
Herausforderungen bestehen auf der anderen Seite jedoch in der besseren innerregionalen Verkehrsanbindung zwischen der Stadt Bonn und ihrer Umgebung, in einer Schärfung des Gesamt-Images (auch wenn das Tagungsambiente selbst positiv wertgeschätzt wird) sowie in einer klaren Positionierung im Wettbewerb mit anderen Regionen als potenzielle Ausrichtungsorte von

Tagungen und Kongressen. Dabei existieren gleich mehrere „USPs“, die in ihrer Gesamtheit insgesamt einzigartig sind: Die Stadt und Region Bonn besitzen mit dem Status als Bundesstadt und ehemaliger Hauptstadt, Ludwig van Beethoven, der Infrastruktur und Anbindung sowie der Vielzahl an Tagungsmöglichkeiten klar definierte Alleinstellungsmerkmale, zu denen insbesondere auch der Status als UN-Standort und das außerordentliche kulturelle Angebot gezählt werden müssen.

Ogleich sich der Konferenz- und Kongressmarkt insgesamt positiv für die Stadt Bonn und die Region

Rhein-Sieg darstellt, müssen auf der Anbieter- wie Vermarktungsseite bereits zu beobachtende Trends aufmerksam verfolgt und mit entsprechenden Maßnahmen begegnet werden. Hierzu zählen allen voran der wachsende Kostendruck und die damit einhergehende Notwendigkeit der Kostenminimierung von Veranstaltungen sowie die steigende Bedeutung von Nachhaltigkeit („Green Meetings“) und transparenten Qualitätsstandards und -management.

### Herkunft der Teilnehmer von PCO-organisierten Veranstaltungen im Konferenz- und Kongressmarkt Region Bonn/Rhein-Sieg (2013)



Quelle: IUBH Konferenz- und Kongressplanerbefragung, 2013; n: 61

## Bewertung der Konferenz- und Kongressangebote der Region Bonn/Rhein-Sieg (2013)

**USP**  
(Unique Selling Proposition/ Alleinstellungsmerkmal)Status als  
ehemalige  
HauptstadtLudwig van  
BeethovenInfrastruktur/  
AnbindungenVielfalt der  
Tagungs-  
räumlichkeiten**Stärken**

- Große Vielfalt an Tagungsräumlichkeiten
- Zentrale Lage innerhalb Deutschlands und Europas
- Exzellente Infrastruktur (ICE, Flughafen Köln/Bonn, Autobahnen)
- Bekannt für Industrie, Wissenschaften, Kongresse, Kultur
- UN Standort
- Große Vielfalt an weiteren Angeboten (Kultur, Freizeit, attraktive Landschaft)

**Schwächen**

- Kein klares Image für die Vermarktung der Region
- Größe der Stadt Bonn
- Kaum internationale Hotelmarken
- Schlechte Verkehrsanbindungen zwischen Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis

Quelle: Aus der Fünter, 2013

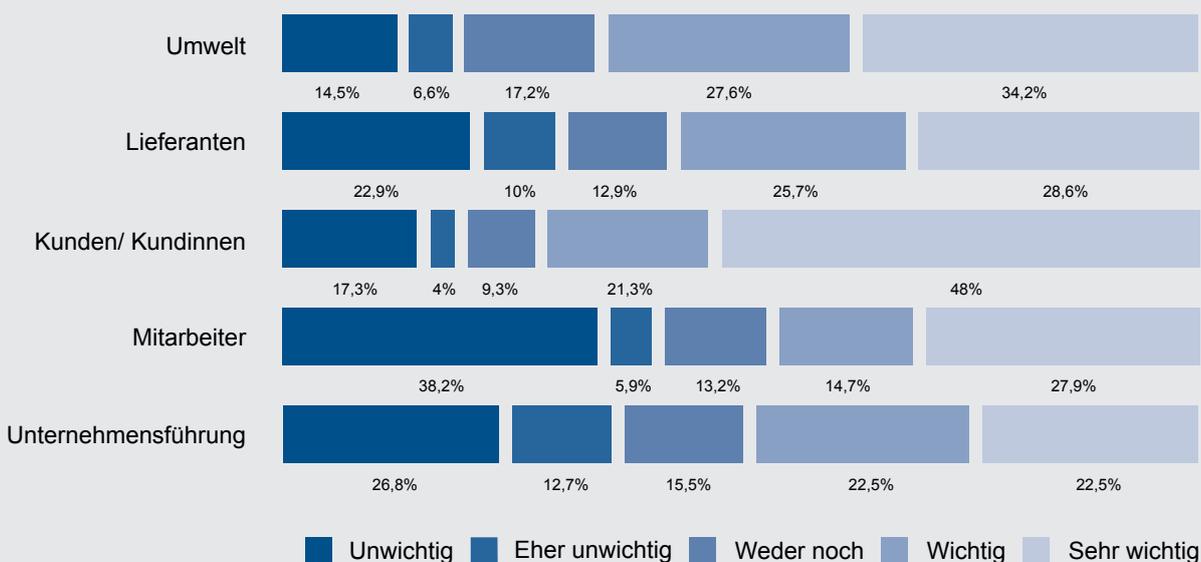
# Nachhaltigkeit im Qualitätsmanagement der Hotellerie

Nachhaltigkeit im Sinne von einem nach innen und außen orientierten verantwortlichen Management wird ein zunehmend unverzichtbarer Bestandteil von Qualitätsmanagement als ganzheitlicher betrieblicher Prozess. Diese Sichtweise ist im Gegensatz zu anderen Branchen in der deutschen Hotellerie jedoch noch gering ausgeprägt.

*„Über viele Jahre hinweg hielten auch Hoteliers systematisches Qualitätsmanagement für eine bald verblässende Modeerscheinung und sahen dafür keine Notwendigkeit im eigenen Betrieb – die Leistungen waren schließlich gut genug. Dies hat sich in den letzten Jahren geändert und das Qualitätsmanagement wurde im Deutschlandtourismus fest verankert. Die Branche hat erkannt, dass ein funktionierendes Qualitätsmanagement Gäste hält und begeistert“* (Deutscher Hotelverband 2013).

Diese für die deutsche Hotellerie nach wie vor bestehende Situation bestätigt sich ebenfalls in der regionalen Hotellerie Landschaft Bonn/Rhein-Sieg. Lediglich 32,6 % der Beherbergungsbetriebe in der Region Bonn/Rhein-Sieg stufen Aspekte der Corporate Social Responsibility (CSR) im Unternehmen als wichtig ein. Externe Qualitätsaudits wie „ISO 9001“, „Service Q“ oder „European Hospitality Quality – EHQ“ stellen darüber hinaus nur für einen kleinen Teil der Betriebe implementierte Instrumente der Qualitätssicherung und -weiterentwicklung dar. Vielmehr sind es interne Qualitätsstandards, die für 43,7 % der Beherbergungsbetriebe in Bonn und der Region die Grundlage bilden, das betriebliche Leistungsniveau den Bedürfnissen der Gäste anzupassen und zu bewahren. Im Fokus von Qualitätsprozessen und eingesetzten Instrumenten steht dabei vordringlich der Gast, während Aspekte der Mitarbeiterführung sowie der Lieferantenbeziehung eher nachdringlich erscheinen.

Wichtigkeit der CSR-Bereiche in Beherbergungsbetrieben der Region Bonn/Rhein-Sieg (2013)



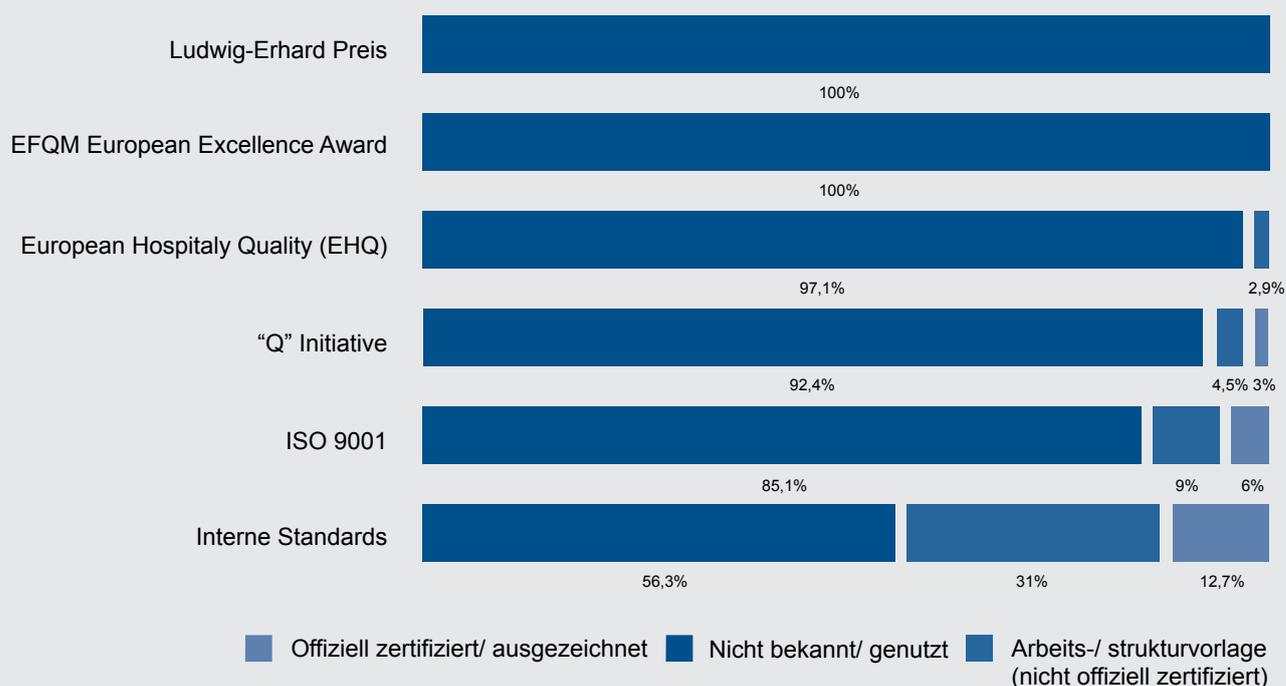
Quelle: IUBH Umfrage Beherbergungsbetriebe, Bonn/Rhein-Sieg, 2013 ; n: 68-76

Zunehmend gewinnen Aspekte der Nachhaltigkeit innerhalb des Qualitätsmanagementprozesses von Tagungs- und Konferenzhotels Bedeutung als Kriterium für die Wahl von Tagungshotels. Vor diesem Hintergrund besteht mit dem von der Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler (T & C) moderierten Projekt „Sustainable Bonn – Konferenzstandort der Nachhaltigkeit“ eine gute Ausgangssituation, sich in diesem Feld zu positionieren. Mit rund 50 zertifizierten Betrieben stellt „Sustainable Bonn“ auch das mit Abstand wichtigste Öko-Label dar, während „DEHOGA-Umweltcheck“, „ISO 14001“ und „Green Globe“ nur eine marginale Rolle spielen. Weitere Öko-Labels spielen jedoch zukünftig durchaus eine interessante Rolle

aus Sicht der Beherbergungsbetriebe, wenn sie auch aktuell noch nicht zu einer konkreten Zertifizierung herangezogen wurden.

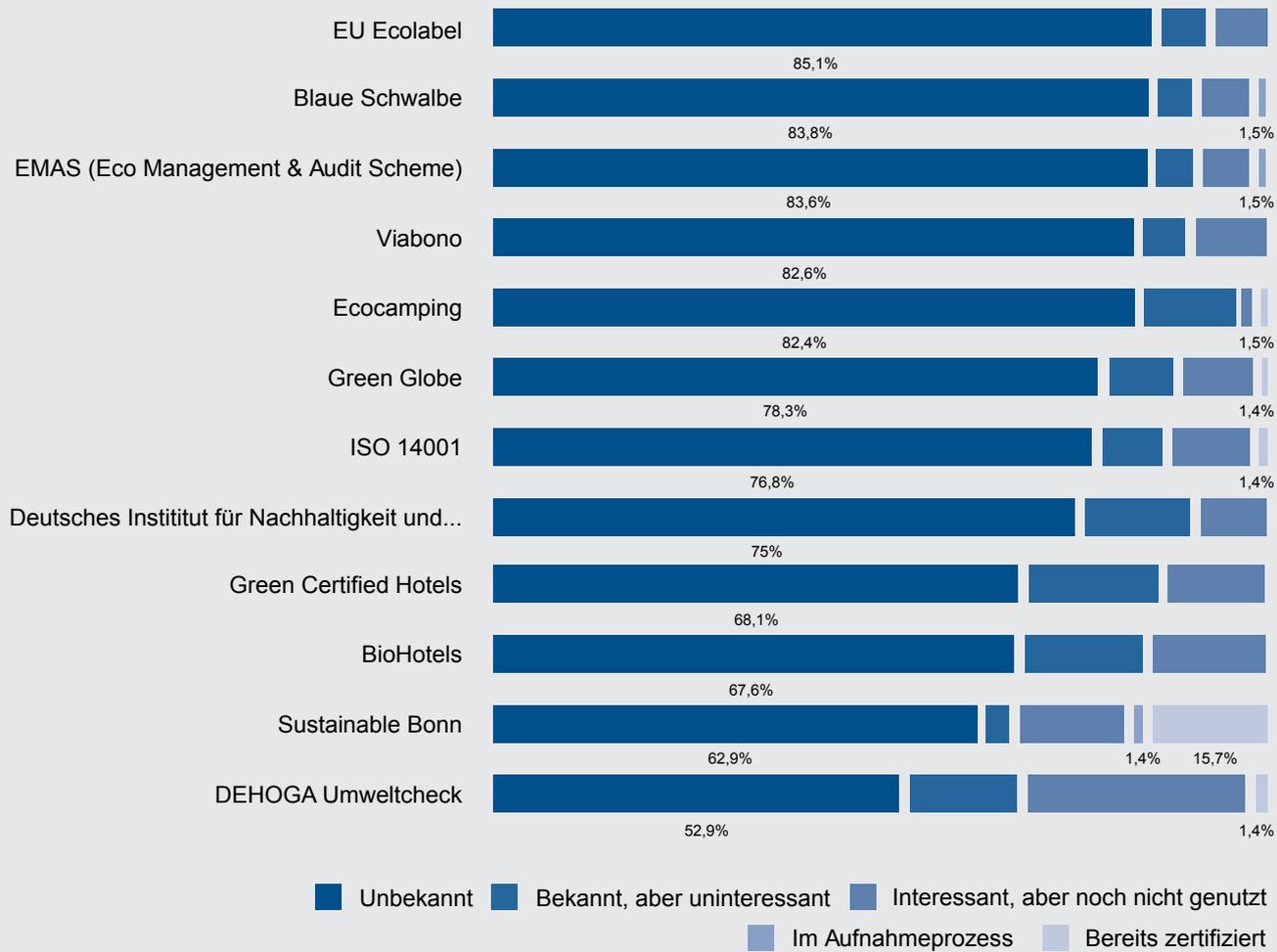
Gerade vor dem Hintergrund des wachsenden Trends zu „Green Meetings“ ist das Thema Nachhaltigkeit für die zukünftige Entwicklung im Konferenz- und Kongressbereich von großer Bedeutung für die Stadt Bonn und die Region Rhein-Sieg. Insofern sind weitere Ansätze zur Stärkung der nachhaltigen kongressrelevanten Infrastruktur zu begrüßen und zu fördern (siehe auch: Tourismus & Congress GmbH Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler 2013: Strategieplan 2013 - 2017).

### Bekanntheit und Nutzung der wichtigsten Qualitätsmanagement Standards in Beherbergungsbetrieben der Region Bonn/Rhein-Sieg (2013)



Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013, n: 65 - 71; Hotelverband Deutschland, 2012

### Bekanntheit und Nutzung von Ökolabels in dem Beherbergungssektor der Region Bonn/Rhein-Sieg (2013)



Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n: 68 - 71

# Umsätze und Investitionen

## Top 3 der Investitionsbereiche in Beherbergungsbetrieben in Deutschland und der Region Bonn/Rhein-Sieg (2012)

Bonn/Rhein-Sieg	Deutschland
1. Daten-, Kommunikations- und Informationssysteme 2. Wäsche 3. Inneneinrichtung, Ausstattung, Design	1. Inneneinrichtung, Ausstattung, Design 2. Daten-, Kommunikations- und Informationssysteme 3. Andere Bereiche

Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n: 47-65; Hotelverband Deutschland, 2013

Das Beherbergungswesen in Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis stellt eine wichtige Stütze der gesamtwirtschaftlichen Struktur dar. Im Jahr 2012 erwirtschafteten die Beherbergungsbetriebe in der Region reale (inflationsbereinigte) Umsätze von 163,8 Mio. Euro (Bonn: 84,2 Mio. Euro, Rhein-Sieg: 79,6 Mio. Euro). Hauptumsatzgeneratoren sind hierbei die Hotellerie (66,6 %) sowie die Hotel garnis (24,5 %). Die nominalen (nicht inflationsbereinigten) Umsatz-

veränderungen verliefen dabei in der Bonner sowie der regionalen Beherbergungslandschaft weitgehend parallel. So betrug der durchschnittliche Umsatzzuwachs des Bonner Beherbergungssektors zwischen 2008 und 2012 4,98 %, der des Beherbergungssektors im Rhein-Sieg-Kreis 5,17 %. Dabei konnten die auch in der Bonner Betriebslandschaft deutlich spürbaren negativen Auswirkungen der Finanzkrise 2008 - 2009 rasch kompensiert wer-

den, wengleich sich der jüngere Wiederaufschwung im letzten Jahr deutlich abgemildert hat.

Das im Langfristvergleich zwischen 1999 und 2012 durchschnittliche Jahresumsatzwachstum (real) des Beherbergungsgewerbes betrug in Bonn 1,4 % und im Rhein-Sieg-Kreis 1,8 %. Diese Entwicklung wird insgesamt auch aus Sicht der Hotellerie selbst positiv wahrgenommen. Jedoch fällt auf, dass nach Einschätzung fast der Hälfte der Bonner Betriebe die Umsätze langfristig gesehen kontinuierlich gestiegen bzw. sogar „stark gestiegen“ sind, während diesbezüglich diese Selbsteinschätzung der Betriebe im Rhein-Sieg-Kreis etwas verhaltener ausfällt. Insofern scheint die tatsächliche Umsatzentwicklung im Gegensatz zur Branchenwahrnehmung zu stehen, da sich insgesamt die Situation im Rhein-Sieg-Kreis besser darstellt als in der Stadt Bonn.

Die positiven Umsatzentwicklungen schlagen sich ebenfalls in den getätigten Erneuerungs-, Erweiterungs-, und Neuinvestitionen nieder, vor



allem in der Stadt Bonn. Deutschlandweit wurde in den vergangenen Jahren intensiv in Hotelvorhaben investiert: alleine zwischen 2008 und 2012 stieg die Anzahl der Investitionsvorhaben in der Hotellerie in ganz Deutschland um mehr als 96% an. Diese Entwicklung ist ebenfalls auch in Bonn und der Region zu beobachten. Alleine 21,9% der Beherbergungsbetriebe berichten,

dass in diesem Zeitraum die Investitionen in ihren eigenen Betrieben stark gestiegen oder „gestiegen“ sind (49,2%). Dabei sehen die Hoteliers einen deutlich höheren Anstieg der Investitionen in der Stadt Bonn als im Rhein-Sieg-Kreis.

Neben Hotel-Neuprojekten verteilen sich die getätigten Investitionen vor allem auf Daten-, Kommunika-

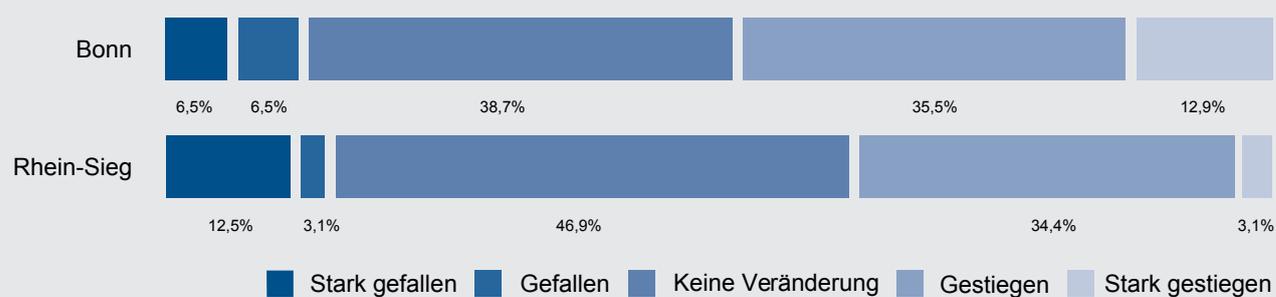
tions- und Informationssysteme, Housekeeping und Wäsche, sowie auf Inneneinrichtung, Ausstattung, Design. Damit folgt die Bonner Hotellerie dem gleichen Trend wie in Deutschland. Abgenommen zu haben scheinen dagegen Investitionen in Wellnesseinrichtungen, die noch vor einigen Jahren eine der zentralen Investitionsfelder dargestellt haben.

Nominale Veränderung der Umsätze der gewerblichen Beherbergungsbetriebe in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis (2000 - 2012)



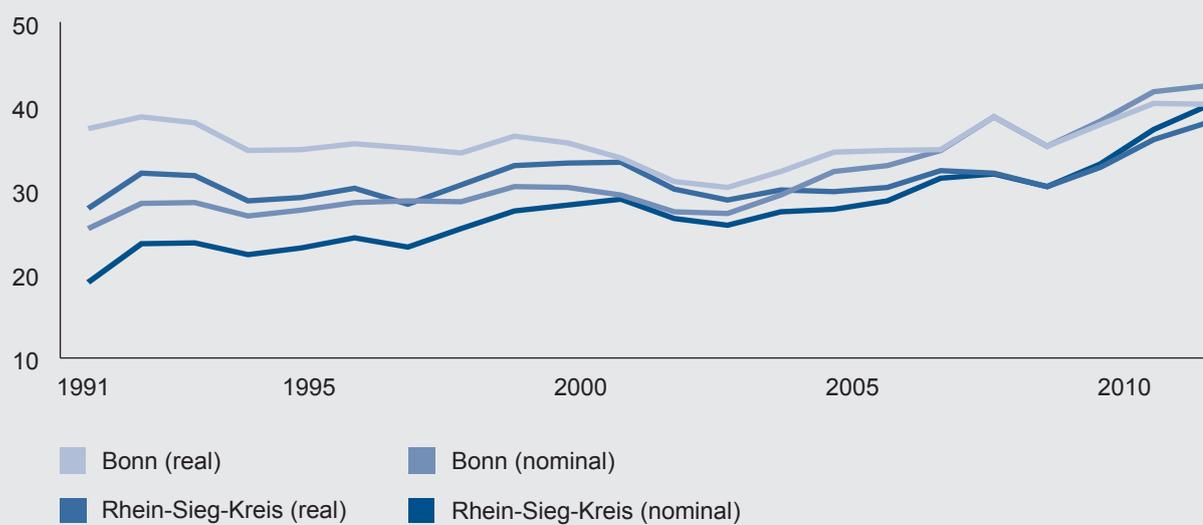
Quelle: dwif e.V. (2010), IHK Bonn/Rhein-Sieg (2012), IT.NRW (2013 a, b)

### Einschätzung der Hotellerie bezüglich der Umsatzentwicklung des Beherbergungssektors in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis (1999 - 2012)



Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013, n (Bonn): 32, n (Rhein-Sieg): 31

### Bruttoumsätze des gewerblichen Beherbergungssektors in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis (1991 - 2012)



Quelle: dwif e.V. (2010), IHK Bonn/Rhein-Sieg (2012), IT.NRW (2013 a, b)

# Ökonomische Bedeutung des Übernachtungstourismus

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus ermittelt sich primär durch die Ausgaben der Touristen in den verschiedenen Leistungsbereichen (z. B. für Übernachtungen, Gastronomie etc.). Hierzu liegen deutschlandweit vergleichbar nur Daten des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif) vor (gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft). Die Daten geben wertvolle Aufschlüsse über die Ausgabenstruktur in den einzelnen deutschen Teilregionen, wobei jedoch die absoluten Werte aufgrund der geringen Teilstich-

proben mit Einschränkungen für die jeweilige Destination zu bewerten sind.

Basierend auf diesen Ergebnissen profitieren in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis neben den Beherbergungsbetrieben auch weitere Branchen von den Ausgaben der Übernachtungstouristen (Freizeittourismus und Geschäftstourismus) in hohem Maße (insbesondere Gastronomie, (Lebensmittel-)Einzelhandel, Freizeiteinrichtungen, Transportgewerbe). Dabei sind es vor allem internationale Gäste, die gehobene Dienstleistungen

## Ausgabeverhalten von Übernachtungsgästen der Region Bonn/Rhein-Sieg auf Basis von dwif e.V. und IHK Bonn/Rhein-Sieg

In Euro pro Tag	Nationale Besucher	Internationale Besucher
Übernachtungen	88,50	142,30
Gastronomie	36,90	49,60
Lebensmitteleinkauf	4,50	4,10
Sonst. Einkauf/Shopping	33,50	41,40
Freizeit/Unterhaltung	14,90	18,30
Lokaler Transport	5,90	8,20
Sonstige Dienstleistungen	8,00	11,70
Tagessatz pro Besucher (exkl. Übernachtung)	103,70	133,30
Tagessatz pro Besucher (inkl. Übernachtung)	192,20	275,60

Quelle: dwif e.V., 2010; IHK Bonn/Rhein-Sieg, 2012

**HINWEIS:** Aufgrund des hohen Anteils an Geschäfts- und Tagungstouristen (i.d.R. Alleinreisende) speziell in der Stadt Bonn spiegeln die Übernachtungskosten in hohem Maße Ausgaben pro Zimmer wider. Ausgaben für Übernachtungen von Freizeittouristen (i.d.R. Paare und Familien) in der Region Rhein-Sieg (zum Beispiel für das Siebengebirge) sind niedriger.

nachfragen und zum Beispiel auch bereit sind, für gastronomische Erlebnisse mehr zu bezahlen (Internationale Gäste: 49,60 Euro/Tag, Nationale Gäste: 36,90 Euro/Tag). Dem Einzelhandel (nicht Lebensmittel) kommen pro Übernachtungstag weitere 41,40 Euro (Internationale Gäste) bzw. 33,50 Euro/Tag (Nationale Gäste) zu. Insgesamt summieren sich die kompletten durchschnittlichen Tagesausgaben des über-

nachtenden Tourismus auf 192,20 Euro (Nationale Gäste) bzw. 275,60 Euro (Internationale Gäste). Sie liegen damit über dem Durchschnitt der Tagesausgaben pro Übernachtungstourist in Nordrhein-Westfalen (145,60 Euro<sup>3</sup>), wobei dieser Wert jedoch auch stärker den Tourismus in den größeren ländlich geprägten

<sup>3</sup> Quelle: dwif (2012): Der Tourismusmarkt in Nordrhein-Westfalen

Destinationen des Landes (zum Beispiel Eifel, Sauerland, Münsterland, Ostwestfalen) widerspiegelt.

In der Summe betragen die Gesamtausgaben der Übernachtungsgäste in der Region Bonn/Rhein-Sieg 496,7 Mio. Euro, wobei die Stadt Bonn mit 54,5% mehr davon profitiert als der Rhein-Sieg-Kreis (45,5%). Internationale Gäste generieren dabei 18,6% der Gesamtausgaben.

### Ausgaben (real) aller Übernachtungsgäste (privat/beruflich) der Region Bonn/Rhein-Sieg in der Region (2012)

In Millionen Euro		Übernachtungen	Gastronomie	Lebensmittel-einkauf	Sonst. Einkauf/Shopping	Freizeit/Unterhaltung	Lokaler Transport	Sonst. Dienstleistungen	Summe
Bonn	National	89,9	36,7	4,5	33,3	14,8	5,9	8,0	193,1
	International	37,7	14,8	1,2	12,3	5,5	2,4	3,5	77,4
	Gesamt	127,6	51,5	5,7	45,7	20,3	8,3	11,4	270,5
Rhein-Sieg	National	103,3	42,2	5,1	38,3	17,1	6,8	9,2	222,0
	International	21,5	8,3	0,7	6,9	3,1	1,4	2,0	43,8
	Gesamt	124,9	50,5	5,8	45,3	20,1	8,1	11,1	265,8
Bonn/Rhein-Sieg	National	193,2	75,2	9,2	68,3	30,4	12,0	16,3	404,5
	International	59,2	12,3	1,0	10,2	4,5	2,0	2,9	92,2
	Gesamt	252,4	67,5	10,2	78,5	34,9	14,0	19,2	496,7

Quelle: IHK Bonn/Rhein-Sieg, 2012

**Hinweis:** Zahlen basieren auf 98% der totalen Ausgaben → 2% werden außerhalb der Region Bonn/Rhein-Sieg ausgegeben (IHK Bonn/Rhein-Sieg, 2012).

Diese Ausgaben resultieren nach Abzug der jeweils für die unterschiedlichen Leistungsbereiche gültigen gesetzlichen Steuern in Einkommen, die direkt (1. Umsatzstufe) sowie indirekt (2. Umsatzstufe) in der Summe 237 Mio. Euro erreichen und die Einkommensquelle für Arbeitskräfte darstellen, die sowohl direkt die Dienstleistungen am Gast erbringen als auch als Zulieferer und Dienstleister fungieren (zum Beispiel Landwirtschaft, Handwerk).

Neben seiner Bedeutung für den Arbeitsmarkt generiert der Übernachtungstourismus weiterhin insgesamt 18,1 Mio. Euro an Steuereinnahmen, wobei hier insbesondere die Gewerbesteuer zu nennen ist. Jährlich betragen diese für die Stadt Bonn 6,0 Mio. Euro,

für die Städte und Kommunen im Rhein-Sieg-Kreis 5,9 Mio. Euro.

Der wirtschaftliche Stellenwert des (Übernachtungs-) Tourismus muss weiterhin auch über die quantitativen Ausgaben und deren Wirkungen für den Wirtschaftskreislauf hinaus betrachtet werden. Attraktive touristische Destinationen sind zumeist auch attraktive Wohn- und Lebensregionen, die mit ihren Freizeit-, Gastronomie- und Kultureinrichtungen auch wichtige Entscheidungskriterien bei der Gewinnung von Arbeitskräften in anderen Branchen darstellen. Dies gilt im gleichen Maße für das Gesamtimage eines Standortes, welches die Ansiedlung von Betrieben aus unterschiedlichen Sektoren positiv unterstützen kann.

### Einkommenseffekte (real) durch den Übernachtungstourismus (privat/beruflich) in der Region Bonn/Rhein-Sieg

In Mio. Euro		Bonn	Rhein-Sieg	Bonn/Rhein-Sieg	
<b>Bruttoumsatz</b>	Übernachtungen	127,6	124,9	252,4	
	Alle Ausgaben	270,5	265,8	496,7	
<b>Nettoumsatz</b>	Übernachtungen	109,8	107,5	217,4	
	Alle Ausgaben	232,9	228,9	427,7	
<b>Einkommenseffekt</b>	1. Umsatzstufe (1)	Übernachtungen	39,9	39,0	78,9
		Alle Ausgaben	84,5	83,1	155,2
	2. Umsatzstufe (2)	Übernachtungen	21,0	20,5	41,5
		Alle Ausgaben	44,5	43,7	81,7
	<b>Total</b>	Übernachtungen	<b>60,9</b>	<b>59,6</b>	<b>120,4</b>
		Alle Ausgaben	<b>129,0</b>	<b>126,8</b>	<b>237,0</b>

Quelle: IHK Bonn/Rhein-Sieg, 2012

**Einkommenseffekt:** Einkommen generiert durch die Ausgaben der Touristen in der Region Bonn/Rhein-Sieg für die Arbeitskräfte, die direkt (1) oder indirekt (2) an dem Übernachtungstourismus der Region Bonn/Rhein-Sieg beteiligt sind.

Steuereinnahmen (real) durch den Übernachtungstourismus (privat/beruflich)  
 in der Region Bonn/Rhein-Sieg (2012)

In Mio. Euro		Bonn	Rhein-Sieg	Bonn/Rhein-Sieg
Mehrwertsteuer	Übernachtungen	0,4	0,3	0,7
	Alle Ausgaben	0,8	0,7	1,4
Gewerbsteuer	Übernachtungen	3,6	3,5	6,7
	Alle Ausgaben	6,0	5,9	10,9
Einkommenssteuer	Übernachtungen	1,3	1,3	2,5
	Alle Ausgaben	2,6	2,5	4,7
Lohnsteuer	Übernachtungen	0,2	0,2	0,5
	Alle Ausgaben	0,6	0,6	1,1
Summe	Übernachtungen	5,4	5,3	10,3
	Alle Ausgaben	10,0	9,8	18,1

Quelle: IHK Bonn/Rhein-Sieg, 2012

**Steuereinnahmen:** Steuern, generiert durch den Übernachtungstouristen in Bonn und Rhein-Sieg, die der gesamten Region Bonn/Rhein-Sieg zugute fallen.

# Ausblick



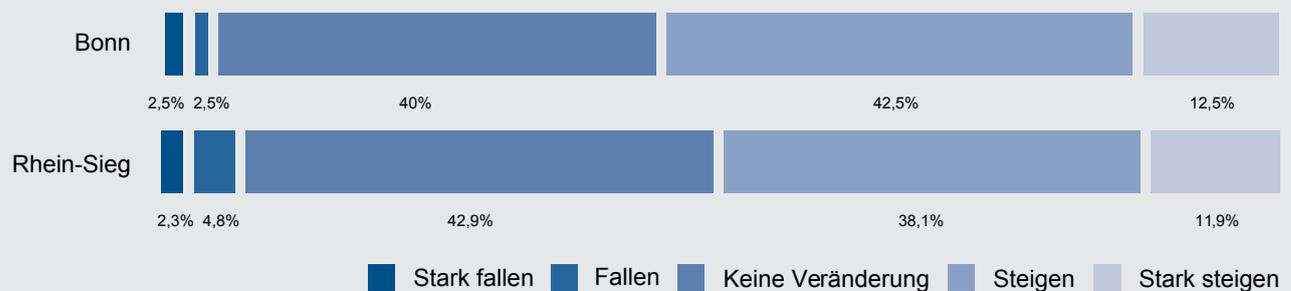
Die insgesamt langfristig positive Entwicklung des Tourismus in der Region Bonn/Rhein-Sieg wird sich aus Sicht des örtlichen Beherbergungsgewerbes auch zukünftig weiter fortsetzen. So ist sich etwa die Hälfte aller Betriebe einig, dass sie die zukünftige Nachfrageentwicklung (stark) positiv einschätzt. Rund 40% hingegen erwarten keine besonderen Veränderungen in der touristischen Nachfrage, während

ein marginaler Prozentsatz die Zukunft des übernachtenden Tourismus kritisch einschätzt. Insgesamt schätzen vor allem Hoteliers in Bonn die Zukunft leicht positiver ein als im Rhein-Sieg-Kreis.

Neben der Entwicklung der Nachfragezahlen erwarten die Beherbergungsbetriebe aber auch eine positive Imageentwicklung von Bonn/Rhein-Sieg als regionale Destina-

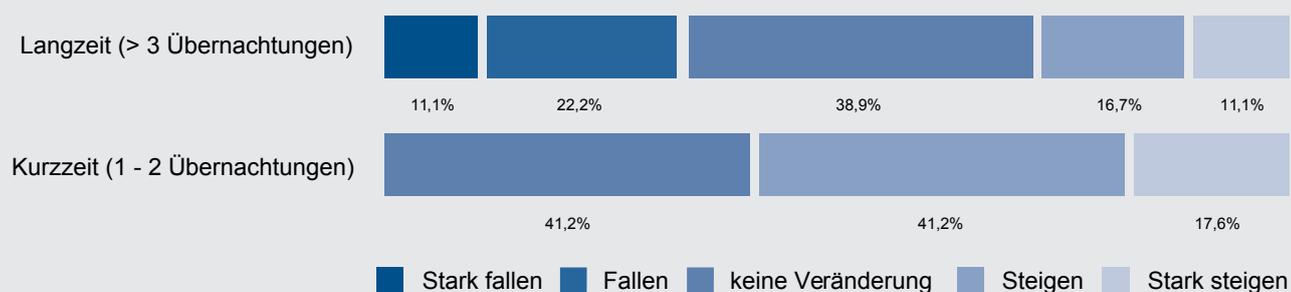
tion, wobei dies insbesondere von Betrieben aus dem Rhein-Sieg-Kreis erwartet wird. Damit einhergehend sehen die Beherbergungsbetriebe im Rhein-Sieg-Kreis neben den bisherig dominierenden Kurzaufenthalten (ein bis zwei Tage) auch sehr gute Chancen für die Entwicklung von längeren Aufenthalten (mehr als drei Tage). Demgegenüber erwarten die Bonner Hoteliers, dass der zukünftige Zuwachs fast

## Hotellerie-Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der Nachfrage in den Beherbergungssektoren Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis



Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n (Bonn): 40, n (Rhein-Sieg): 42

### Hotellerie-Einschätzung der zukünftigen Aufenthaltsdauer von Übernachtungsgästen in Bonn



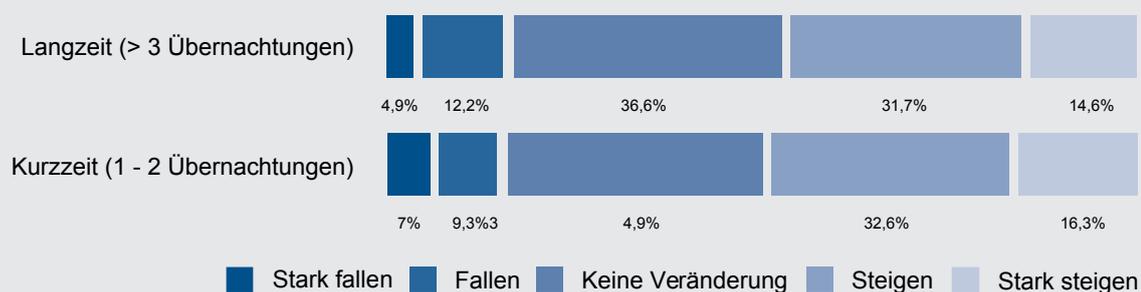
Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n (Bonn): 17 - 18

ausschließlich in Kurzaufenthalten begründet zu liegen scheint, wobei die besten Wachstumsprognosen für den allgemeinen Geschäftsreiseverkehr sowie den Tagungs- und Kongressmarkt abgegeben werden. Betriebe im Rhein-Sieg-Kreis setzen dahingegen eher auf ein Wachstum der Erholungs- und Freizeittouristen sowie Paaren als wichtige Zielgruppe.

Ausgehend von einer insgesamt positiven Zukunftsstimmung schätzen die Beherbergungsbetriebe auch die weitere Umsatz- und Investitionsentwicklung deutlich positiv ein: 48,8% der Bonner Betriebe sowie 43,2% der regionalen Betriebe gehen davon aus, dass die Umsätze in den nächsten Jahren (stark) steigen werden. Ähnliches gilt für die Investitionen,

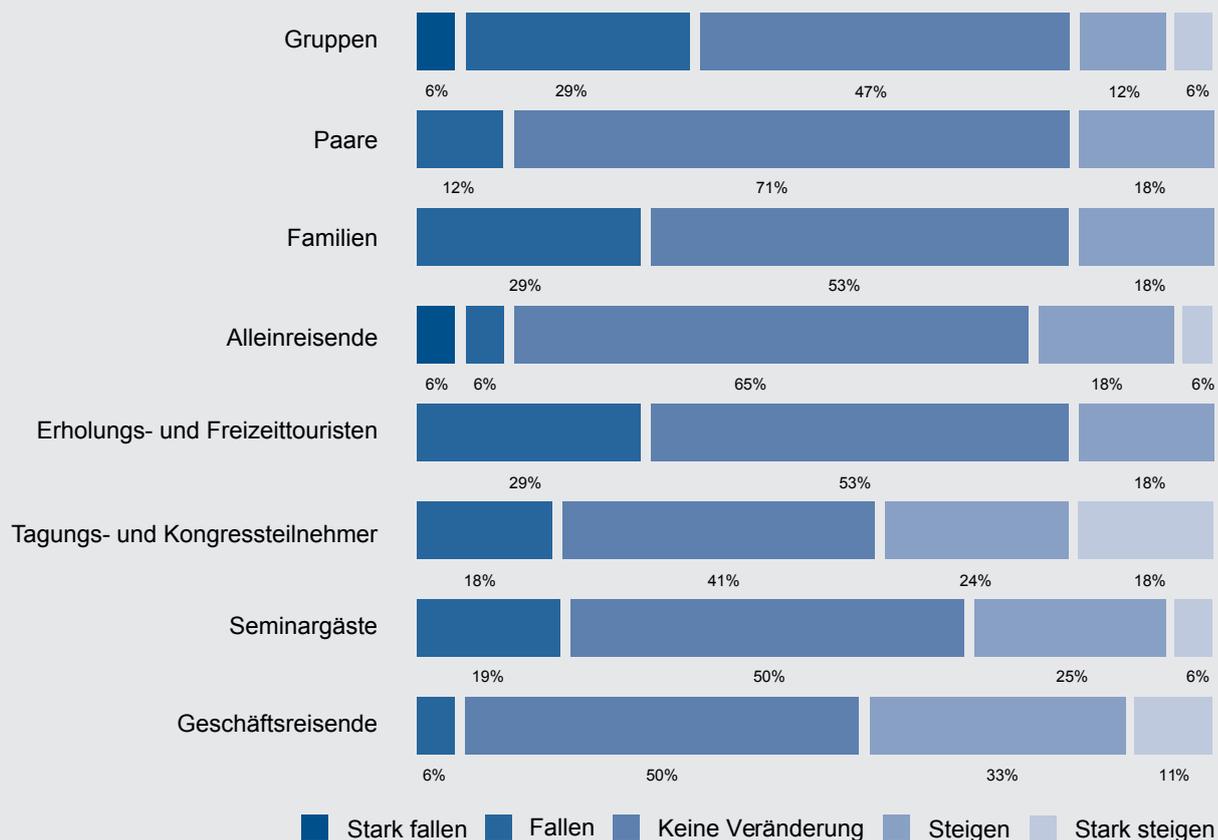
bei denen sogar 52,5% der Bonner Betriebe, jedoch nur 39,5% der regionalen Betriebe überzeugt sind, dass diese zukünftig zunehmen werden.

### Hotellerie-Einschätzung der zukünftigen Aufenthaltsdauer von Übernachtungsgästen im Rhein-Sieg-Kreis



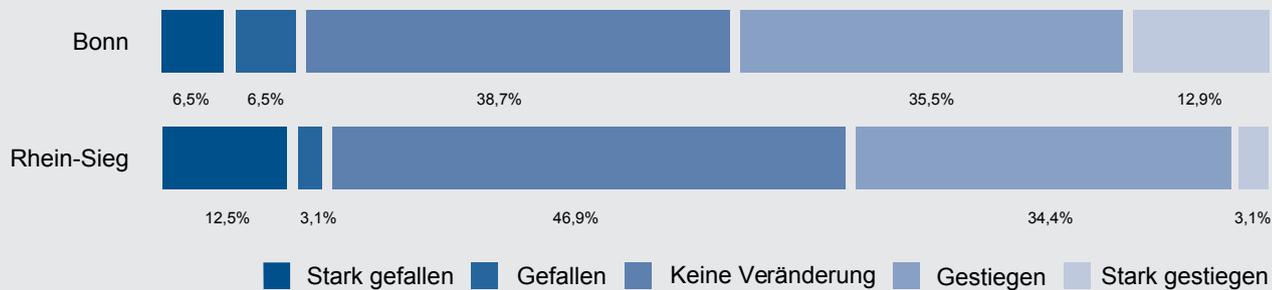
Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n (Rhein-Sieg): 41 - 43

### Hotellerie-Einschätzung der zukünftigen Nachfrageentwicklung nach Zielgruppen in dem Beherbergungssektor Bonn



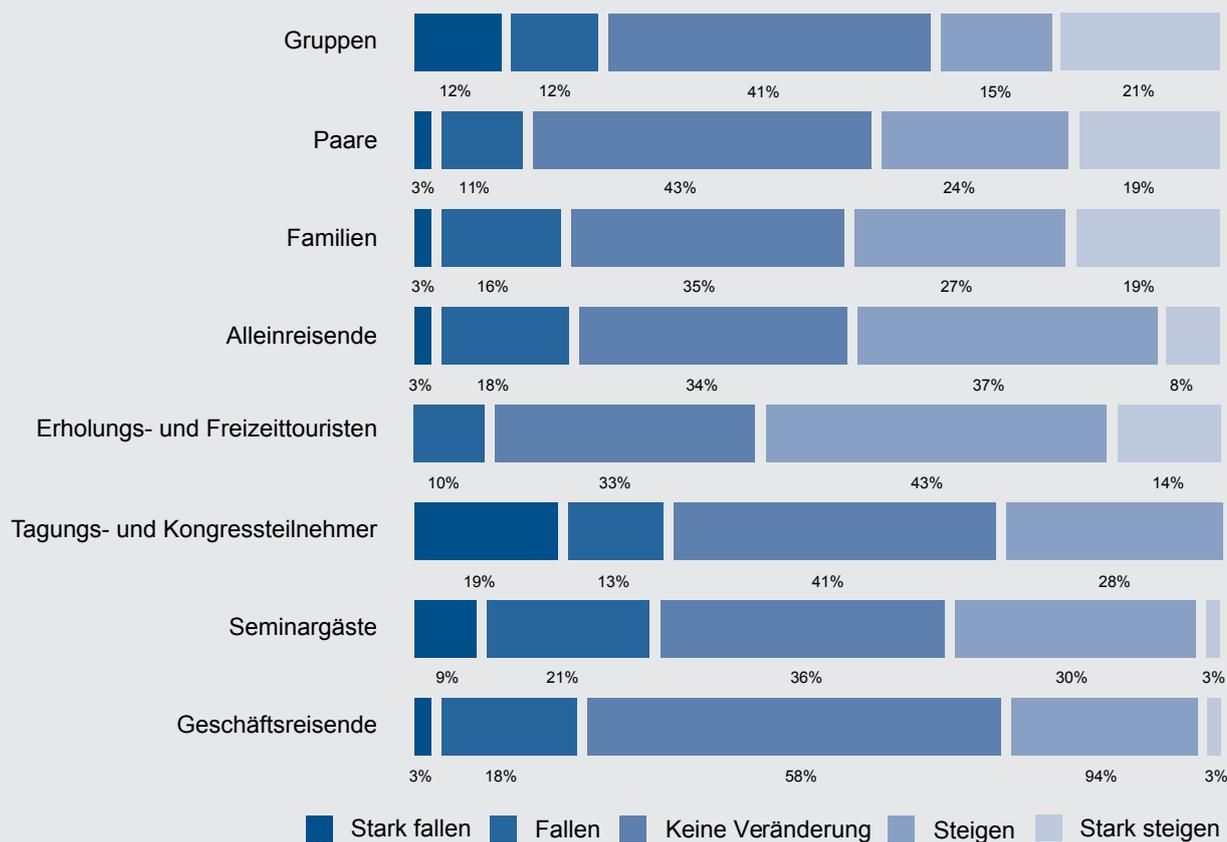
Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n (Bonn): 16 - 18

### Einschätzung der Hotellerie bezüglich der Umsatzentwicklung des Beherbergungssektors in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis (1999 - 2012)



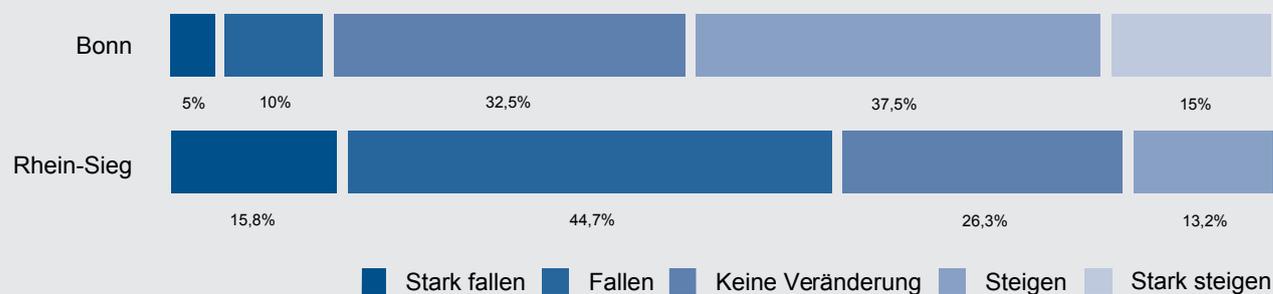
Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013, n (Bonn): 32, n (Rhein-Sieg): 31

### Hotellerie-Einschätzung der zukünftigen Nachfrageentwicklung nach Zielgruppen im Beherbergungssektor Rhein-Sieg-Kreis



Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n (Bonn): 33 - 43

### Hotellerie-Einschätzung der zukünftigen Investitionsentwicklung des Beherbergungssektors in Bonn und im Rhein-Sieg-Kreis



Quelle: IUBH Beherbergungsbefragung Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; n (Bonn): 40, n (Rhein-Sieg): 38

# Fazit

Der Strukturwandel des Tourismus, und hier insbesondere bei den Beherbergungsleistungsträgern, ist geschafft. Sowohl bei der Nachfrage als auch im (Hotellerie-)Angebot stehen Bonn und die Region auf festen Füßen. Während der Verlust der Hauptstadtfunktion sicher die gesamte Branche seit Mitte der 1990er Jahre vor große Herausforderungen gestellt hat, kommen

heute mehr Gäste in die Bonner Region als je zuvor. Dabei haben sich stetig Verlagerungen und Umbrüche ergeben. Waren es früher zu einem großen Anteil „Politouristen“, die das touristische Geschehen prägten, ist heute insbesondere die Stadt Bonn zu einem etablierten Ziel von Tagungs- und Kongressteilnehmern, Kulturinteressierten, und Städtetouristen im Allgemeinen

## USP (Unique Selling Proposition/ Alleinstellungsmerkmal)

Status als  
ehemalige  
Hauptstadt

Ludwig van  
Beethoven

Der romantische  
Rhein

### Stärken

- Große Vielfalt an Angeboten
- Kombination aus Städtebesichtigung - Kultur - Natur
- Zentrale Lage innerhalb Deutschlands und Europas
- Exzellente Infrastruktur (ICE, Flughafen Köln/ Bonn, Autobahnen)
- Touristische Geschichte der Region Königswinter - Drachenfels

### Schwächen

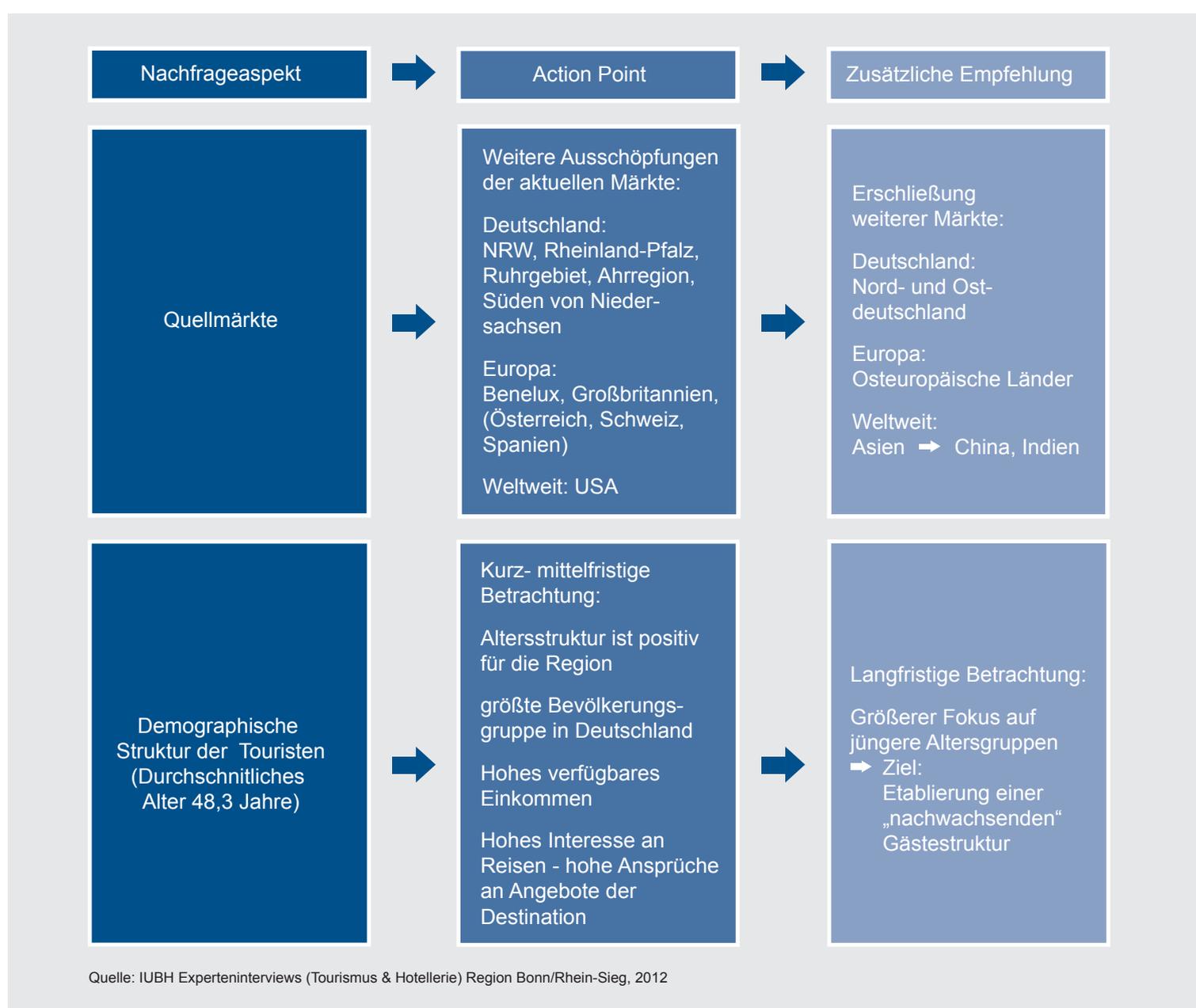
- Vielfalt ist schwer zu vermarkten  
→ Werbung und Promotion
- Kein Fokus, kein eindeutiges Produkt
- Geringer Bekanntheitsgrad außerhalb der Region

geworden. Parallel hierzu hat sich das Beherbergungswesen ständig erweitert, modernisiert und hinsichtlich der Beherbergungsformen insbesondere zu größeren Häusern ausdifferenziert.

Auch die Städte und Kommunen im Bonner Umland an Rhein und Sieg haben diesen Strukturwandel

mitgemacht. Sie konnten insbesondere am generellen Trend im Deutschlandtourismus zur authentischen Landschaftserholung und Naturerlebnissen partizipieren und besitzen mit dem Siebengebirge und der Siegregion weit über das nähere Umland hinaus ausstrahlende attraktive Freizeitregionen. Die dort getätigten Bemühungen,

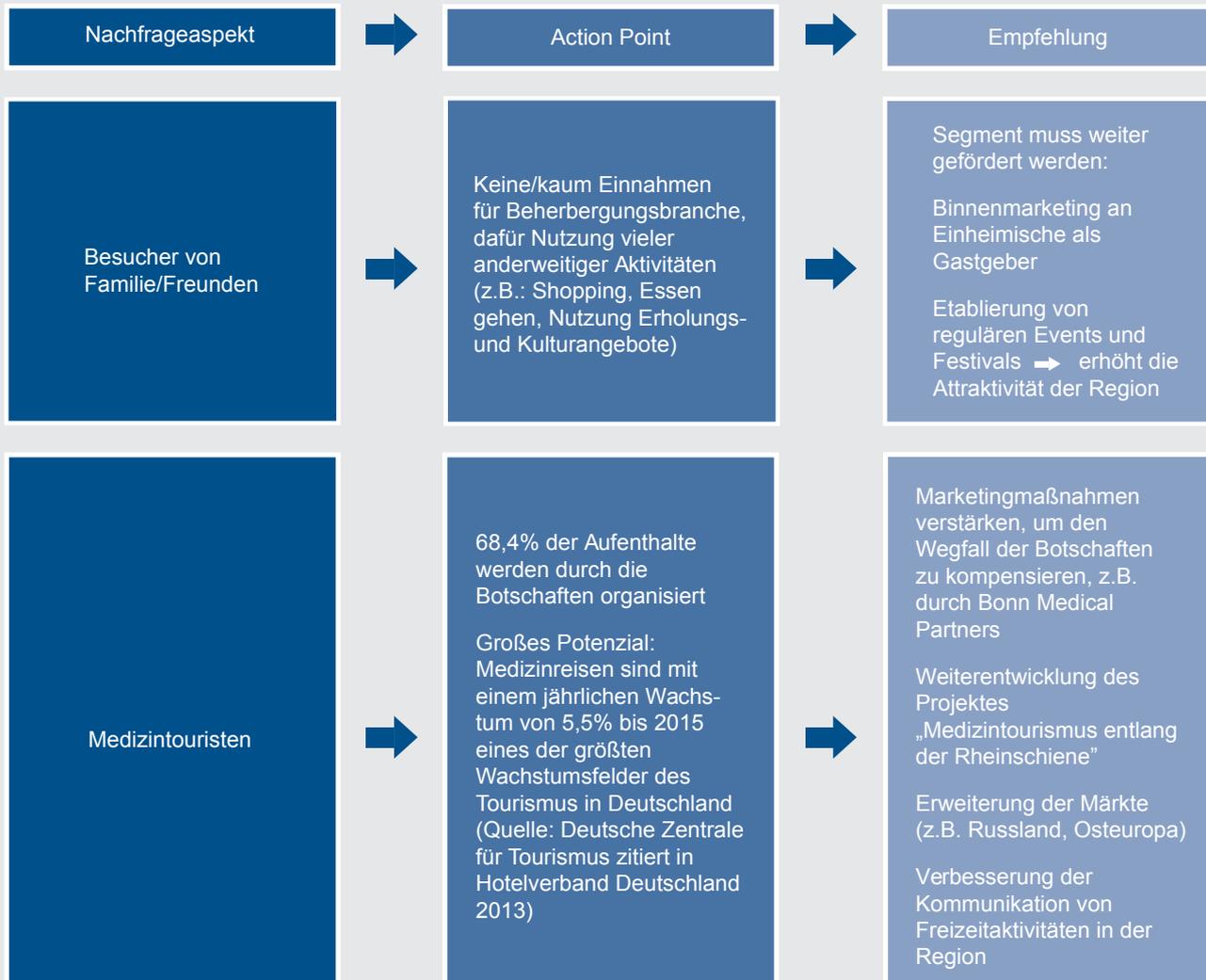
das touristische Angebot auszuweiten und zu attraktivieren, haben sich bereits ausgezahlt und werden auch zukünftig für Nachfrage sorgen (z.B. städtebauliche Maßnahmen in Königswinter, Qualifizierung der Stationen der Drachenfelsbahn, Aufbau und Weiterentwicklung des „Natursteigs Sieg“ und anderes mehr).



Die Stadt Bonn befindet sich darüber hinaus in einer komfortablen Lage, wenn es darum geht, sich als städtetouristisches Ziel auf dem Tourismusmarkt zu positionieren: Mit dem Status als Bundesstadt (und ehemaligem Regierungssitz), dem hohen Prestige als Geburtsstadt Ludwig van Beethovens (erweitert um weitere herausragende und konzentrierte Kunst- und Kultureinrichtungen) sowie als Tor zum „Romantischen Rhein“ verfügt Bonn über mehrere Alleinstellungsmerkmale, die sich hervorragend für die touristische Vermarktung eignen. Diese werden noch ergänzt durch die zahlreichen UN-Einrichtungen, Ministerien und angegliederten

Bundeseinrichtungen sowie mehrere globale Unternehmen, die in der Summe eine Vielzahl an Tagungen, Konferenzen und Kongresse nach sich ziehen und Bonn damit einen festen Platz als „Tagungs- und Kongress-Standort“ auf der nationalen wie internationalen Bühne sichern.

Weitere Stärken der Tourismusstrukturen liegen neben der günstigen geographischen Lage in einer exzellenten Infrastruktur sowie den zahlreichen Kombinationspotenzialen aus *Urbanität – Kultur/deutsche Geschichte – Landschaftserlebnis/Natur*.



Quelle: IUBH Experteninterviews (Tourismus & Hotellerie) Region Bonn/Rhein-Sieg, 2012; IUBH Medizintouristenbefragung Bonn, 2012

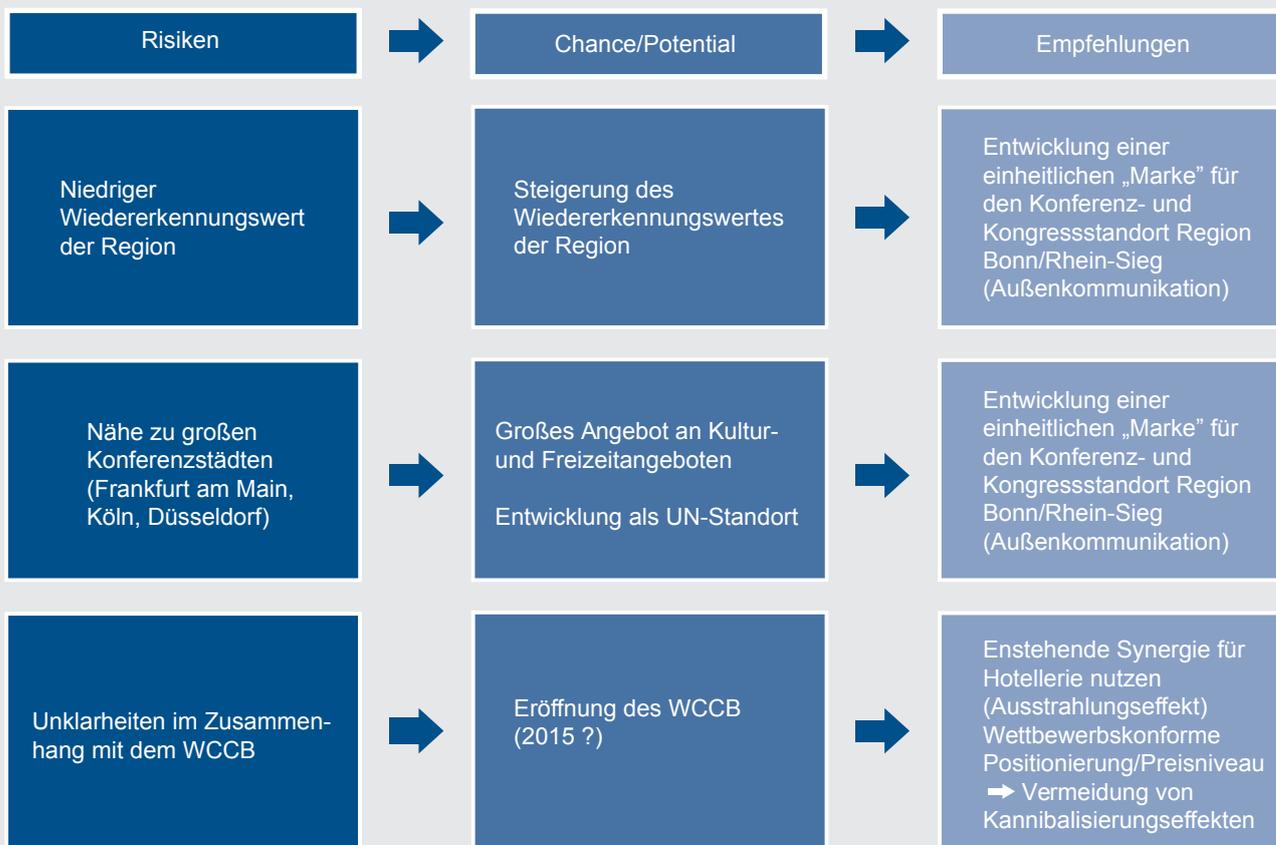
Gleichzeitig erscheint diese Vielfalt schwer unter einem Profil vereinbar und vermarktbar zu sein. Während zu Regierungszeiten die Stadt Bonn als „Bundeshauptstadt“ eine klare, eindeutige und einzigartige „Marke“ darstellte, kann derzeit kein eindeutiger Fokus identifiziert werden. Auch im Rhein-Sieg-Kreis sind es mehr die regionalen „Teilmarken“ (insbesondere Siebengebirge, Siegtal) als die Gesamt-Freizeitregion Rhein-Sieg, die sich zunehmend im Tourismusgeschehen behaupten.

Hier liegt damit eine der zentralen Herausforderungen für die touristischen Akteure: die Schaffung einer klaren Destinationsmarke, die die gesamte Region attraktiv repräsentiert und ein unverwechselbares Versprechen an zukünftige Gäste gibt, ohne die bestehenden Einzelmerkmale zu vernachlässigen.

Bestehende übergeordnete Ansätze, zum Beispiel zum Thema „Stadt und Region der Nachhaltigkeit“, können vielleicht helfen, den „Gordischen Knoten“ zu lösen und sollten daher intensiv diskutiert werden.

Die Gäste kommen zum überwiegenden Anteil aus dem eigenen Land. Potenziale für die zukünftige Erschließung können innerhalb Deutschlands in Nord- und Ostdeutschland, international in Osteuropa sowie in Asien gesehen werden. Dabei kommt es auch darauf an, langfristig jüngere Altersgruppen mit attraktiven Angeboten anzusprechen und somit eine „nachwachsende Gästestruktur“ zu generieren. Kurz- und mittelfristig stellen aber auch weiterhin die derzeit zu beobachtenden Gästestrukturen (durchschnittliches Alter: 48,3 Jahre) die wichtigsten Zielgruppen dar.

### Weiterentwicklung des Konferenz- und Kongressmarktes der Region Bonn/Rhein-Sieg



Quelle: IUBH Experteninterviews Konferenz- und Kongressmarkt Region Bonn/Rhein-Sieg, 2013; IUBH Konferenz- und Kongressplanerbefragung, 2013

Während die hohe Bedeutung des Übernachtungstourismus alleine durch getätigte Bruttoausgaben von über 496 Mio. Euro pro Jahr deutlich gemacht wurde, geht ein großer Anteil an touristischer Wertschöpfung durch zahlreiche Übernachtungen in Privatquartieren verloren. Eine auch auf diese Zielgruppe fokussierte Angebotsentwicklung sowie zielgruppenspezifisches Marketing wäre daher ebenfalls lohnenswert, so wie es andere Städte und Regionen bereits unternehmen. Mögliche Ansatzpunkte stellen Binnenmarketingmaßnahmen dar, um Einheimische intensiver als „Gastgeber für ihre Stadt“ zu motivieren, aber auch die Etablierung von regelmäßigen Events und/oder Festivals, um die Attraktivität der Region insgesamt zu erhöhen.

Während der Geschäftsreiseverkehr (einschließlich des Tagungs- und Kongressmarktes) in Bonn sowie der (naturbezogene) Freizeittourismus im Rhein-Sieg-Kreis die zentralen Nachfragegruppen darstellen, besteht ein besonders großes Potenzial im Segment des Medizintourismus. Insofern sind bestehende Vermarktungsansätze (z. B. über „Bonn Medical Partners“, „Medizintourismus entlang der Rheinschiene“) auszubauen, um eine weitere Marktabdeckung zu erreichen (insbesondere Arabischer Raum, Russland, Osteuropa, aber auch USA). Die vielfältigen Freizeit- und Kulturangebote in Bonn, der Region und entlang der Rheinschiene zwischen Koblenz, Bonn, Köln und Düsseldorf stellen dabei Potenziale dar, auch den Begleitpersonen von „Patiententouristen“ ihren Aufenthalt so interessant und vielfältig wie möglich zu gestalten. Entsprechende Marktforschung zum besseren Verständnis des Marktvolumens sowie darauf aufbauende Marketingmaßnahmen im diesem dynamischen Trendsegment sollten daher verstärkt und weiterentwickelt werden.

Obwohl das touristische Angebot in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgeweitet wurde, sehen Experten zahlreiche Bedarfe für zukünftige Maßnahmen. Neben einer engeren (Vermarktungs-) Kommunikation zwischen den einzelnen Anbietern in Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis, dem Ausbau von wetterunabhängigen und attraktiven Indoorangeboten und der Förderung und weiteren Profilierung durch Investitionen in Teilregionen (insbesondere Siebengebirge, Siegtal, Drachenfelder Ländchen) liegen diese in einer Erweiterung von möglichen Themenangeboten (zum

Beispiel „Neue deutsche Geschichte“, „Wellness“, „Fahrradtourismus“).

Der Strukturwandel in der Hotellerie wird sich sicher auch weiter fortsetzen. Neben quantitativem Wachstum muss auch auf qualitative Entwicklung geachtet werden. Die Branche trifft zunehmend auf Privat- und Firmenkunden, die aufmerksamer gegenüber Qualitätsstandards, nachhaltigen und verantwortlichen Unternehmertums sowie Preis-/Leistungsverhältnis sind. Insofern sind weitere Investitionen in Ausstattung, Technik, und insbesondere Qualität ein permanentes Erfordernis. Dieses gilt für die Hotellerie im Allgemeinen sowie für den zentralen Branchenmotor „Tagungen und Kongresse“ im Besonderen. Zukünftige Neuvorhaben sollten darüber hinaus die gewachsenen Beherbergungsstrukturen positiv ergänzen und keinen Kannibalisierungswettbewerb in Gang setzen, der das zu erwartende Gesamtwachstum bremsen könnte.

Weitere Synergien zwischen der Nachfrage und dem Angebot entziehen sich zwar weitgehend dem Einfluss der touristischen Akteure (zum Beispiel weiterer Ausbau der Stadt Bonn als UN-Standort), sie stellen jedoch gewichtige Argumente bei zukünftigen Diskussionen dar. So stellen die Tourismusangebote und die Hotellerie wichtige attraktive Argumente für die gesamtstädtische und -regionale Entwicklung dar. Umso wichtiger ist es, die Bedeutung der Branche auf Ebene der Politik auf Lokal-, Landes- und Bundesebene hervorzuheben und zu kommunizieren.

Ungeachtet der zahlreichen Ansätze und erfolgversprechenden Entwicklungsstrategien kommt jedoch der Profilschärfung der Stadt und Region Bonn/Rhein-Sieg unter einer einheitlichen Destinationsmarke der zentrale Stellenwert für das zukünftige Tourismusmarketing zu. Die identifizierten städtischen wie regionalen Alleinstellungsmerkmale bestehen noch zu sehr „parallel“ und verlieren somit ihre tatsächliche Gesamt-Durchschlagskraft. Dieses sollte für alle handelnden Akteure die zentrale Handlungsleitlinie im weiteren Dialogprozess um die Zukunft des Tourismus und der Hotellerie Bonn/Rhein-Sieg darstellen.

# Quellen

- **Aus der Fünter, A. (2013).** The Conference and Congress Market in the Region Bonn/ Rhein-Sieg. Bad Honnef: Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (Diplomarbeit)
- **dwif e. V. (2010).** Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. München: Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München
- **dwif e. V. (2012):** Der Tourismusmarkt in Nordrhein-Westfalen. München: Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München
- **Economic Profile 2012, (2012).** Bonn: Mayor of the City of Bonn [online], Verfügbar unter: [http://www.bonn.de/wirtschaft\\_wissenschaft\\_internationales/wirtschaftsstandort\\_bonn/index.html?lang=en](http://www.bonn.de/wirtschaft_wissenschaft_internationales/wirtschaftsstandort_bonn/index.html?lang=en) [Abrufdatum 14.03.2013]
- **Europäisches Tourismus Institut GmbH an der Universität Trier (ETI)/infas Sozialforschung GmbH (1995):** Tourismusstudie Bonn/Rhein-Sieg-Ahrweiler. Trier/Bonn.
- **ghh consult (2013).** Der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt 2012/2013. Wiesbaden: ghh consult GmbH
- **Hass, L. (2012).** Tourism Development in the Greater Bonn Area: A demand side analysis. Bad Honnef: Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (Diplomarbeit)
- **Hotelverband Deutschland e. V. (2012).** Hotelmarkt Deutschland 2012. Bonn: IHA-Service GmbH
- **Hotelverband Deutschland e. V. (2013).** Hotelmarkt Deutschland 2013. Bonn: IHA-Service GmbH
- **IHK Bonn/Rhein-Sieg (Göttlich, F.) (2012).** Regionalwirtschaftliche Effekte Beethoven Festspielhaus. Bonn: IHK Bonn/Rhein-Sieg
- **Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW). (2013a).** Fachserie 45, "Handel, Gastgewerbe, Tourismus, KFZ-Handel", Reihe 45412, "Monatserhebungen im Tourismus", Tabelle 01ir - Bonn. Verfügbar unter: <https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data.jsessionid=8879307FD34B916425C6D998FD7CFFCD?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1365017345618&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=45412-01ir&auswahltext=%23RKREISE-05314&nummer=2&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf> [Abrufdatum 10.01.2013]
- **Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW). (2013b).** Fachserie 45, "Handel, Gastgewerbe, Tourismus, KFZ-Handel", Reihe 45412, "Monatserhebungen im Tourismus", Tabelle 01ir – Rhein-Sieg-Kreis. Verfügbar unter: <https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data.jsessionid=8879307FD34B916425C6D998FD7CFFCD?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1365017771228&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=45412-01ir&auswahltext=%23RKREISE-05382&nummer=2&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf> [Abrufdatum 10.01.2013]
- **Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW). (2013c).** Fachserie 45, "Handel, Gastgewerbe, Tourismus, KFZ-Handel", Reihe 45412, "Monatserhebungen im Tourismus", Tabelle 02ir - Bonn. Verfügbar unter: <https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data.jsessionid=40C1B03F9BC62D16231918D3CAAEC545?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1365016890137&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=45412-02ir&auswahltext=%23RKREISE-05314&nummer=2&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf> [Abrufdatum 10.01.2013]

- **Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW). (2013d).** Fachserie 45, "Handel, Gastgewerbe, Tourismus, KFZ-Handel", Reihe 45412, "Monatserhebungen im Tourismus", Tabelle 02ir – Rhein-Sieg-Kreis. Verfügbar unter: <https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=721696AD49C385F8DEC83B7AA8874DE1?operation=abrufabelleBearbeiten&levelindex=1&levelid=1372143826865&auswahloperation=abrufabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=45412-02ir&auswahltext=%23RKREISE-05382&nummer=2&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Value+retrieval> [Abrufdatum 10.01.2013]
- **Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW). (2013e).** Fachserie 45, "Handel, Gastgewerbe, Tourismus, KFZ-Handel", Reihe 45412, "Monatserhebungen im Tourismus", Tabelle 03ir – Bonn. Verfügbar unter: <https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=8879307FD34B916425C6D998FD7CFFCD?operation=abrufabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1365017593521&auswahloperation=abrufabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=45412-03ir&auswahltext=%23RKREISE-05314&nummer=2&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf> [Abrufdatum 10.01.2013]
- **Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW). (2013f)** Fachserie 45, "Handel, Gastgewerbe, Tourismus, KFZ-Handel", Reihe 45412, "Monatserhebungen im Tourismus", Tabelle 03ir – Rhein-Sieg-Kreis. Verfügbar unter: <https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=8879307FD34B916425C6D998FD7CFFCD?operation=abrufabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1365017593521&auswahloperation=abrufabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=45412-03ir&auswahltext=%23RKREISE-05382&nummer=2&variable=1&name=KREISE&werteabruf=Werteabruf> [Abrufdatum 10.01.2013]
- **Kraft, L. (2013).** Analysis of the hotel and lodging sector in the region Bonn/ Rhein-Sieg, Germany. Bad Honnef: Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (Diplomarbeit)
- **Rhein-Sieg-Kreis (Referat Wirtschaftsförderung)(Hrsg.)(2009):** Masterplan Tourismus & Naturerlebnis Siebengebirge. Siegburg
- **Statistisches Bundesamt (DESTATIS) (2013).** Ankünfte und Übernachtungen von Gästen in Beherbergungsbetrieben. Verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/BinnenhandelGastgewerbeTourismus/Tourismus/Tabellen/AnkuenfteUebernachtungenBeherbergung.html;jsessionid=620F33315032C6AB0C602B885D81DBF9.cae3> [Abrufdatum 29.05.2013]
- **Statistisches Bundesamt (DESTATIS). (2012).** Tourismus in Zahlen.2011. Verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BinnenhandelGastgewerbeTourismus/Tourismus/TourismusinZahlen.html;jsessionid=26A3A282F8ADFED8D4ED750C08155A21.cae4> [Abrufdatum 10.10.2012]
- **Tourismus & Congress GmbH Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler. (2013).** Strategieplan 2013 - 2017 Tourismus & Congress GmbH Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler, Bonn
- **Wells, W. D. & Gubar, G. (1966).** Life Cycle Concept in Marketing Research. Journal of Marketing Research. 3 (4), 355-363.
- **Zgrzebski, M. (2012).** Medical Tourism in Germany – An investigation of the Potentials of Medical Tourism for the Region Bonn. Bad Honnef: Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (Bachelorarbeit)



## Impressum



Industrie- und Handelskammer  
Bonn/Rhein-Sieg



International University  
of Applied Sciences  
Internationale Hochschule  
**School of Business  
and Management**

### **Herausgeber:**

#### **Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg**

Bonner Talweg 17, 53113 Bonn

Telefon: 0228 2284-0

Telefax: 0228 2284-170

Internet: [www.ihk-bonn.de](http://www.ihk-bonn.de)

E-Mail: [info@bonn.ihk.de](mailto:info@bonn.ihk.de)

### **Projektleitung:**

Prof. Dr. Helmut Wachowiak

Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH)

School of Business and Management

Fachbereich Tourismusmanagement

Internet: [www.iubh.de](http://www.iubh.de)