

Markt- und Potentialanalyse des Hotel- und Beherbergungsmarktes in Innsbruck 2017-2027

05.04.2017 / Endbericht

Stadt Innsbruck

Magistratsabteilung III – Stadtplanung, Stadtentwicklung und Integration

Magistratsabteilung IV – Wirtschaft und Tourismus

**INNS'
BRUCK**

Inhalt

I. Ausgangslage und Zielsetzung

II. Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

III. Marktrelevante Branchenentwicklungen

IV. Zusammenfassende SWOT-Analyse des hoteltouristischen Standortes Innsbruck

V. Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

VI. Zusammenfassung

1 Ausgangslage und Zielsetzung

1.1 Ausgangslage

Der (internationale) Trend zum Städtetourismus dynamisiert sich europa- und weltweit kontinuierlich aufgrund stetig steigender globaler Reiseintensitäten. (Quelle: UNWTO)

Auch Österreich und der Alpenraum profitieren von dieser Entwicklung in allen touristischen Bereichen und so verzeichnen gerade auch die führenden alpinen Städte ein kontinuierliches jährliches Wachstum bei Ankünften und Nächtigungen.

In Konsequenz dieser dynamischen Nachfrage-Entwicklung wird allerorts auch in eine entsprechende Ausweitung des betrieblichen Angebots investiert, vor allem Projektentwickler und internationale Hoteltreiber-gesellschaften, aber auch private Hotelgruppen sind Motoren dieser Entwicklung.

Die Entwicklung erfolgt in allen Segmenten der Hotellerie und führt zu zunehmend stärkeren Differenzierungen der Hotelkonzepte entlang der Achsen „Qualität“, „Design“, „Preis“ und „Kapazität“. Dabei spielen insbesondere auch multiplizierbare (Marken-)Hotelkonzepte eine wachsende Rolle. Zudem stellt die sich rund um den Megatrend „Digitalisierung“ manifestierende Entwicklung im Bereich der Sharing-Economy viele Städte und Hotelkonzepte vor neue Herausforderungen.

In Folge obiger Tendenzen ist auch die Stadt Innsbruck von diesen Entwicklungen betroffen.

Die „Marken-Strahlkraft“ und räumliche Attraktion der Destination, gepaart mit einem attraktiven Mix aus alpinem Lifestyle, studentischem Flair und urbaner Sportlichkeit sollten auch weiterhin eine Vielzahl an Touristen in die Stadt locken.

Vor diesem grundsätzlich erfreulichen Hintergrund entstehen auch entsprechende städteplanerische Herausforderungen, um diese dynamische Entwicklung des Tourismus entsprechend sinnvoll zu unterstützen – vor dem Hintergrund grundsätzlich beschränkter Entwicklungsflächen und einer synergetischen und nicht konfliktären harmonischen Entwicklung mit den übrigen Entwicklungszielen und Einwohner-Interessen der Stadt.

2006 wurde zu dieser Thematik bereits eine „Markt- und Potenzialanalyse des Hotel- und Beherbergungswesens für die Stadt Innsbruck“ erstellt, bei welcher qualitative und quantitative Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt wurden. (Quelle: GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH)

Auf Basis der zwischenzeitlich stattgefundenen bzw. sich abzeichnenden Entwicklungen auf Angebots-, aber insbesondere auch auf Nachfrageseite wird eine Aktualisierung der damaligen Studie erforderlich, um damit eine tourismusfachlich fundierte Entscheidungsgrundlage für entsprechende wirtschaftsräumliche und stadtplanerische Entwicklungsstrategien zu schaffen.

1 Ausgangslage und Zielsetzung

1.2 Zielsetzung

Mit der vorliegenden Erarbeitung einer „Markt- und Potenzialanalyse für das Hotel- und Beherbergungswesen in Innsbruck“, die in erster Linie eine tourismusfachliche bzw. tourismuswirtschaftliche Perspektive einnimmt, werden folgende Zielsetzungen verfolgt und Ergebnisse erwartet :

- ⇒ Bewertung der **marktrelevanten Branchenentwicklung** hinsichtlich fundamentaler **nationaler sowie internationaler Trends** und Herausforderungen im Bereich (neuer) Beherbergungskonzepte unter Würdigung der Situation in der Stadt Innsbruck. (Kapitel 3)
- ⇒ Analyse der Auswirkung neuer **Betriebskonzepte auf Entwicklungs-Konsequenzen** im alpin-städtischen Beherbergungssektor. (Kapitel 3)
- ⇒ Beurteilung der **Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes** in Innsbruck unter Berücksichtigung relevanter Standortfaktoren sowie der spezifischen hoteltouristischen Angebots- und Nachfrageentwicklung auf Basis einer externen fachlichen SWOT-Analyse. (Kapitel 2 & 4)
- ⇒ Ableitung von **Entwicklungs-Empfehlungen** und **konkreten Handlungsfeldern für die Stadt- und Raumplanung** in Hinblick auf den Innsbrucker Hotel- und Beherbergungsmarkt mit sich daraus ergebenden grundsätzlichen Empfehlungen für quantitative sowie qualitative Anforderungen. (Kapitel 5).
- ⇒ Im Fokus der Studie steht hier auftragsgemäß **eine wirtschaftsräumliche (nicht projektspezifische oder betriebswirtschaftliche) Betrachtung ohne jede Vorwegnahme einer entsprechenden notwendigen raumordnungssachlichen Prüfung durch die jeweiligen Behörden.**

1 Ausgangslage und Zielsetzung

1.3 Informationsgrundlagen

Statistische Datengrundlagen

Die vorliegende Studie basiert unter anderen auf Informationen aus folgenden statistischen Haupt-Quellen:

- ⇒ UNWTO, World Tourism Organization
- ⇒ Statistik Austria
- ⇒ Landeshauptstadt Innsbruck
- ⇒ TVB Innsbruck
- ⇒ Tiroler Flughafen Betriebsgesellschaft m.b.H.
- ⇒ KMU Forschung Austria
- ⇒ Christie & Co

Experten-Interviews

Auf Basis einer seitens des Auftraggebers bereitgestellten Kontaktliste wurden ergänzend persönliche Gespräche mit wesentlichen Vertretern wichtiger regionaler Institutionen geführt, darunter

- ⇒ Land Tirol, Abteilung Tourismus: Dr. Gerhard Föger
- ⇒ Standortagentur Tirol, Cluster Wellness Tirol: Mag. Robert Ranzi
- ⇒ Wirtschaftskammer Tirol, Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft: Dr. Peter Trost und Mag. Dr. Karl Ischia
- ⇒ Tourismusverband Innsbruck: Dr. Karl Gostner, Mag. Karin Seiler-Lall, Mario Gerber
- ⇒ CMI Congress Messe Innsbruck: Dir. Christian Mayerhofer
- ⇒ Olympia Sport und Veranstaltungszentrum Innsbruck GmbH: Mag. Dr. Michael Bielowski

Daneben flossen die Erkenntnisse der regelmäßigen Kontakte und Gespräche des conos-Arbeitsteams mit (inter)nationalen Hotelbetreibern sowie Tourismusexperten in die Studie ein.

Statistischer Vergleichszeitraum

In Abstimmung mit dem Auftraggeber erfolgen nachstehend durchgeführte statistische Analysen - zur Glättung einjähriger Sondereffekte - in einer Zehn-Jahres-Betrachtung (2005-2015).

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.1 Strukturelle Rahmenbedingungen

Stadt Innsbruck

⇒ Als Landeshauptstadt Tirols ist Innsbruck die fünftgrößte Stadt der Republik Österreich. Sie wird im Norden von der Nordkette des Karwendels und im Süden von den Vorbergen der alpinen Zentralkette eingegrenzt. Das Gebiet der Stadt Innsbruck liegt im Inntal. Die Stadt gliedert sich in die neun Katastralgemeinden Innsbruck, Wilten, Pradl, Hötting, Amras, Mühlau, Arzl, Vill und Igl. Außerdem ist die Stadt in 19 statistische Stadtteile gegliedert. (Quelle: Landeshauptstadt Innsbruck)

Größendimensionen Innsbruck	
Fläche	10.489 ha (davon ca. 3.500 ha Dauersiedlungsraum)
Seehöhe des Stadtzentrums	575 m
Einwohner	131.702
Beschäftigte	97.797
Bevölkerungsentwicklung	2030: prognostizierte Überschreitung der 150.000 Grenze

(Quelle: Landeshauptstadt Innsbruck)

⇒ Die Stadt Innsbruck genießt aufgrund ihrer Museen, Theater und Kultureinrichtungen nicht nur den Ruf eines wichtigen Kulturstandortes, sondern ist durch ihre renommierten Bildungseinrichtungen außerdem eine bedeutende Universitätsstadt. Im Studienjahr 2015/16 studierten insgesamt 33.653 Studierende an der Universität Innsbruck, der Medizinischen Universität Innsbruck und dem Management Center Innsbruck.

⇒ Aktuell verzeichnet Innsbruck im Winterhalbjahr 2015/16 386.593 Ankünfte und 703.027 Übernachtungen, während im Sommerhalbjahr 2016 545.517 Ankünfte und 890.975 Übernachtungen gezählt wurden. Insgesamt beläuft sich die Zahl der angekommenen Gäste im Jahr 2016 auf 932.110 und die der Nächtigungen auf 1.594.002. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beläuft sich 2016 auf 1,7 Tage. Eine detaillierte Analyse zu dieser Entwicklung befindet sich in Kapitel 2.3. *Hoteltouristische Nachfrageentwicklung*.

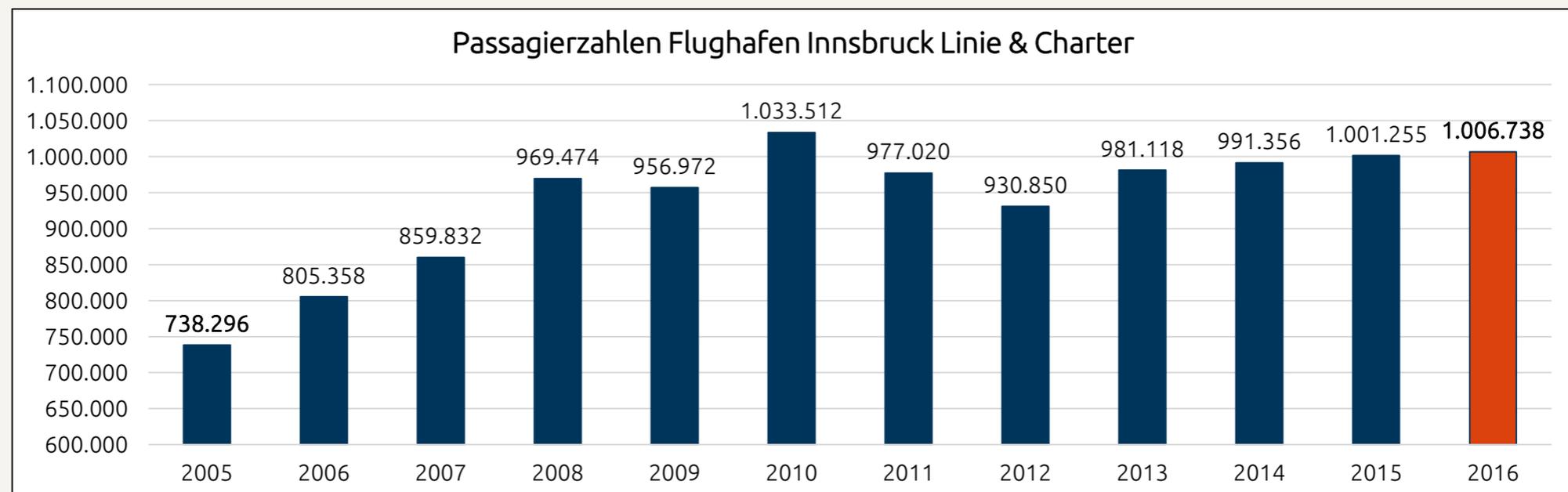
2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.1 Strukturelle Rahmenbedingungen

Lage und Erreichbarkeit

- ⇒ Innsbruck profitiert in seiner Entwicklung von der günstigen geografischen Lage als wichtiger Verkehrsknotenpunkt. Verkehrsinfrastrukturen wie der Flughafen, der Bahnhof, die Verkehrsbetriebe und der -verbund bieten ein gut ausgebautes System an öffentlichen Verkehrsmitteln, welches Innsbruck sowohl mit der umgebenden Region als auch international vernetzt.
- ⇒ Durch den **Innsbrucker Flughafen** verfügt die Stadt über eine Anbindung an den internationalen Luftverkehr. Hier starten und landen pro Jahr rund 50 verschiedene Airlines. Diese umfassen internationale Fluggesellschaften sowie die beiden nationalen Fluggesellschaften Austrian Airlines und Welcome Air. Im Jahr 2015 zählte der Flughafen Innsbruck rd. 1 Mio. Passagiere (+1% gegenüber 2014) und festigte somit seine Position als drittstärkster Passagierflughafen Österreichs nach Wien und Salzburg. Es gibt aktuell sieben tägliche Verbindungen zwischen Innsbruck und Wien und vier tägliche Verbindungen zwischen Innsbruck und Frankfurt. Nach Berlin starten fünf Mal wöchentlich Linienflüge. Weiters werden regelmäßige Linienflüge unter anderem nach Düsseldorf, Hamburg, Amsterdam, Rotterdam, London und Moskau angeboten.



(Quelle: Flughafen Innsbruck)

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.1 Strukturelle Rahmenbedingungen

Lage und Erreichbarkeit

- ⇒ Der **Innsbrucker Hauptbahnhof** ist zentral in der Innenstadt gelegen. Er ist Drehscheibe für täglich 25.000 Reisende mit rd. 450 Zugsdurchfahrten pro Tag.
- ⇒ Innsbruck ist **europäischer Autobahnknotenpunkt** in Nord-Süd-Ausrichtung (A13) bzw. West-Ost-Ausrichtung (A12) und verfügt über insgesamt 5 Autobahnabfahrten.
- ⇒ Zudem wird die Erreichbarkeit aus anderen Städten Europas in jüngerer Zeit durch **Fernbusanbieter** (zB Hellö und Flixbus) ermöglicht, es bestehen Verbindungen aus Wien und Salzburg bzw. international aus München, Bozen, Verona, Venedig und Mailand.
- ⇒ Die **Innsbrucker Verkehrsbetriebe und Stubaitalbahn GmbH** befördert jährlich rund 40 Millionen Menschen im Orts- und weitere 10 Millionen im Nahverkehr. 160 Busse und 32 Trams sorgen hierbei für die Mobilität der Menschen. Weitere Leistungen auf Straße und Schiene bietet der **Verkehrsverbund Tirol**. Die **VVT Nightliner** bieten Anbindung in den Nachstunden.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.1 Strukturelle Rahmenbedingungen

Wirtschaftsstruktur

- ⇒ Die Stadt Innsbruck nimmt traditionell die Funktion eines Handels-, Gesundheits-, sowie Bildungs- und Forschungszentrums ein.
- ⇒ In der gewerblichen Wirtschaft dominieren Klein- und Mittelbetriebe.
- ⇒ Die meisten Arbeitsplätze befinden sich in der Innenstadt und in Wilten, gefolgt vom Gewerbegebiet Rossau. Die meisten Arbeitsstätten liegen in der Innenstadt, Wilten und Pradl. Zudem ist eine dynamische PendlerInnenentwicklung zu verzeichnen. (Quelle: Basisinformationsbericht zur Fortschreibung des Örtlichen Raumordnungskonzepts (ÖROKO´25; dzt. im Vorentwurf))
- ⇒ Struktur der Dienstgeberbetriebe und Beschäftigte nach Sparten der gewerblichen Wirtschaft 2015:

	Dienstgeberbetriebe	Beschäftigte
Gewerbe und Handwerk	34	13.846
Handel	904	12.034
Industrie	47	5.347
Tourismus- und Freizeitwirtschaft	623	7.435
Transport und Verkehr	251	2.994
Banken und Versicherungen	30	4.386
Information und Consulting	660	6.170
GESAMT	3.449	52.212

(Quelle: Landeshauptstadt Innsbruck)

- ⇒ Der Tourismus ist für die Innsbrucker Wirtschaft von hoher Bedeutung. 7.435 Beschäftigte waren 2015 in der Tourismus- und Freizeitwirtschaftssparte tätig und 623 Dienstgeberbetriebe wurden verzeichnet. Damit sind rd. 18% der Betriebe dem Sektor Tourismus- und Freizeitwirtschaft zuzuordnen. Die Tatsache, dass diese „nur“ 14% der Beschäftigten verzeichnen ist ein branchenspezifisches Indiz für die relative Kleinheit von Tourismusbetrieben im Branchenmix.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.1 Strukturelle Rahmenbedingungen

Wirtschaftsstruktur

- ⇒ Laut dem Erläuterungsbericht zur Fortschreibung des Örtlichen Raumordnungskonzepts (ÖROKO´25; dzt. im Vorentwurf) wird der Erwerbsfähigenzuwachs der Wohnbevölkerung zwischen 2015 und 2025 auf mehr als 4.100 Personen (davon rd. 550 in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft) geschätzt. Zuzüglich laut Prognose angenommenen zusätzlichen 2.500 PendlerInnen wird von einer Summe der zusätzlich Beschäftigten bis 2025 von rund 6.600 Personen ausgegangen.
- ⇒ In Zusammenhang damit ergibt sich für die arbeitsplatzorientierte Wirtschaftsflächenprognose ein zusätzlicher Flächenbedarf von rund 14 bis 16 ha (davon 14% für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft). Dies stellt ein Erfordernis dar, wirtschaftliche Beziehungen und Verflechtungen gemeinsam mit dem direkten Umland und der Region abzustimmen.
- ⇒ Als Herausforderung ist die sich ergebende große Flächenkonkurrenz zwischen Wohn- und Rekreationsflächen einerseits sowie Industrie- und Gewerbeflächen andererseits in Wechselwirkung zwischen wachsenden Einwohnerzahlen und entsprechendem Arbeitsplatz-/Arbeitsstättenbedarf festzuhalten. Dies macht eine integrierte und koordinierte Flächenwidmung und Raumordnung im Einklang mit den Umlandgemeinden (Region Innsbruck) erforderlich. (Quelle: Erläuterungsbericht zur Fortschreibung des Örtlichen Raumordnungskonzepts (ÖROKO´25; dzt. im Vorentwurf))

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.2 Tourismusstrategische Rahmenbedingungen

Positionierung

Die Stadt Innsbruck positioniert sich als Hauptstadt der Alpen, als Ort der internationalen Begegnung und kultureller sowie sportlicher Ausstrahlung mit historischer sowie moderner Bedeutung. Innsbruck steht als Regionsmarke im Zentrum der Kommunikation und Vermarktung der Gesamtdestination Innsbruck und seiner Feriendörfer. Das erweiterte Verbandsgebiet des TVB Innsbruck umfasst neben der Stadt Innsbruck auch die

- ⇒ Feriendörfer Stadtregion (Kematen, Rum, Völs und Zirl)
- ⇒ Westlichen Feriendörfer (Axams, Birgitz, Grinzens, Götzens, Mutters und Natters)
- ⇒ Südlichen Feriendörfer (Aldrans, Ampass, Ellbögen, Igls-Vill, Lans, Patsch und Sistrans)
- ⇒ Kühtai-Sellraintal (Kühtai, St. Sigmund-Praxmar, Sellrain, Gries im Sellrain, Oberperfuss, Unterperfuss, Ranggen)
- ⇒ Sonnenplateau Mieming und Tirol Mitte (Mieminger Plateau, Telfs und Tirol Mitte)

Marke

Die Verbindung von alpinen Naturerlebnissen und urbanem Stadterleben bildet den Kern der Marke und dient als Alleinstellungsmerkmal. Die Marke Innsbruck steht für ein alpin-urbanes Gesamterlebnis und Tourismuszentrum welches durch die Bündelung von Sport, Kultur, Einkaufserlebnis, Kulinarik und Natureinsamkeit ein schlüssiges und einzigartiges Gesamtangebot in sich vereint.

Zielgruppen

Die Vermarktung von Innsbruck als Regionsmarke und touristisches Leistungsbündel ist im Wesentlichen auf folgende Zielgruppen fokussiert:

1. Klassische Städtetouristen

2. Spezifische Zielgruppen und Milieus

⇒ Aktiv-Urlauber

Themen: Sport, Bewegung, Abenteuer

⇒ Gesundheitstouristen

Themen: Gesundheit, Ökologie

⇒ Lifestyle-Jugend u. Bildungsorientierte

Themen: Sport, Szeneevents, Nature Watch, Geo-Tourismus

⇒ Kongresstourismus

Themen: Alpines, Gesundheit, Ökologie, spezielle Packages und Services

⇒ Architekturreisende

Themen: Architektur, Design, Lifestyle

(Quellen: www.innsbruck.info, Innsbruck Tourismus Geschäftsbericht 2016, Institute of brand logic Markenhandbuch)

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.2 Tourismusstrategische Rahmenbedingungen

Im Rahmen eines Markenbildungsprozesses wurden in Zusammenarbeit mit dem Institute of brand logic Zielsetzungen der Tourismusedwicklung definiert.

Zielsetzung lt. Markenbildungsprozess 2010



Strategische Handlungsfelder lt. Markenbildungsprozess 2010

- ⇒ Aufbau einer Themenhotellerie mit stärkerer markenthematischer Ausrichtung im Bereich der Stadthotellerie mit Fokus auf Alpine Lifestyle- und Design-Hotels, Jugendhotels, Spitzen-Sporthotel sowie in den Feriendörfern mit Fokus auf Gesundheits- und Vitalhotels, Alpen-Wellnesshotels, Ökohotels, Sporthotels.
- ⇒ Defizite im Premium Segment zur Ansprache des anspruchsvollen Individualgastes beseitigen, durch Ausbau der 4 Sterne Hotellerie und Etablierung eines 5 Sterne Hotels.
- ⇒ Aufbau junger, innovativer Hotelformate zur Gewinnung der Gästegruppe Jugend & Junggebliebene wie beispielsweise Cheap Chic-Hotels, Jugendhotels, Backpacker-Hotels, etc.
- ⇒ Ansiedlung eines internationalen Hotels.
- ⇒ Ausgewogene Verteilung der Events zur Erhöhung der Ganzjahresauslastung.

(Quelle: Institute of brand logic Markenhandbuch)

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.2 Tourismusstrategische Rahmenbedingungen

In Konsequenz dieses Markenbildungsprozesses wurden im Verordnungstext zur Fortschreibung des Örtlichen Raumordnungskonzepts (ÖROKO'25; dzt. im Vorentwurf) nachfolgende **raumordnungsrechtlich unterstützende Maßnahmen** definiert.

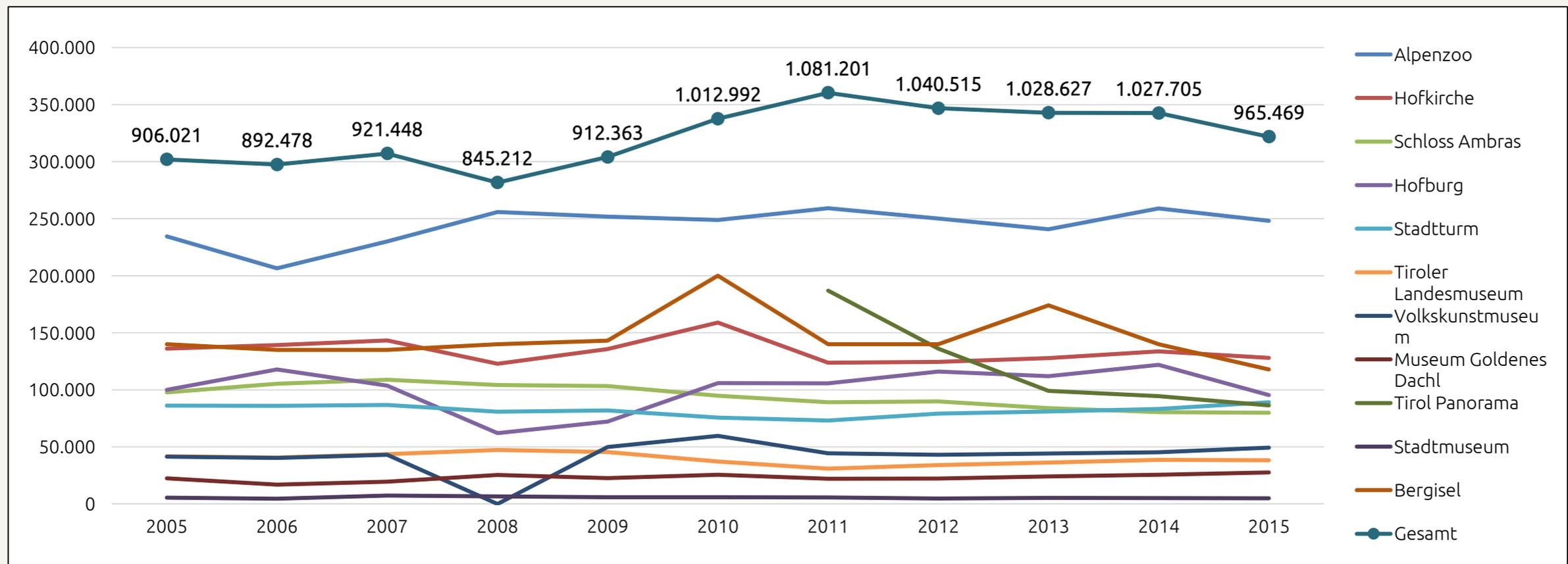
- ⇒ Sicherung und Entwicklung von stadt- und naturräumlicher sowie kultureller und funktioneller Vielfalt sowie Sicherung und Entwicklung einer städtebaulichen und architektonischen Qualität, die Altes und Neues hochwertig verbindet, als Grundlagen des touristischen Erfolgs der Landeshauptstadt Innsbruck
- ⇒ Langfristige Steigerung des Kongresstourismus und des Anteiles an Individualreisenden sowie Hebung der Aufenthaltsdauer und der Wertschöpfung pro Gast bei Ausrichtung auf verschiedene Gästegruppen.
- ⇒ Schaffung und Sicherung eines qualitätsvollen infrastrukturellen und sonstigen touristischen Angebots im Städtetourismus unter besonderer Betonung der alpin-urbanen Qualitäten der Landeshauptstadt Innsbruck.
- ⇒ Kontinuierliche Steigerung der Nächtigungszahlen, ganzjährige Auslastung der Beherbergungsbetriebe, Sicherung und verträglicher Ausbau des Bettenbestandes sowie Erhöhung der Angebotsvielfalt im zielgruppenorientierten Hotelsektor.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.1 Allgemeine Standortgrundlagen

2.1.3 Standortspezifische Rahmenbedingungen

Besucherstatistik ausgewählter Sehenswürdigkeiten



(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen)

- ⇒ Im Jahr 2015 wurden in Innsbrucks führenden Sehenswürdigkeiten rund 965.000 Besucher gezählt, was einem Zuwachs von 6% im Vergleich zum Jahr 2005 entspricht.
- ⇒ Die meist besuchten drei Sehenswürdigkeiten 2015 waren der Alpenzoo (248.060 Besucher), die Hofkirche (127.973 Besucher) sowie das Bergisel Stadion mit insgesamt 117.840 Besuchern.
- ⇒ Eine weitere für Innsbruck Besucher sehr wichtige, jedoch nicht im Stadtgebiet befindliche Sehenswürdigkeit, sind die Swarovski Kristallwelten in Wattens. Mit rd. 560.000 Besuchern jährlich sind die Kristallwelten der wichtigste touristische Anziehungspunkt Tirols in unmittelbarer Umgebung der Stadt Innsbruck (20 km).

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.2 Hoteltouristische Angebotsentwicklung

2.2.1 Betriebsstruktur und -konzepte

Entwicklung der Betten - Innsbruck inkl. Igls/Vill 2005 - 2015														
Jahr	5/4 Sterne			3 Sterne			2/1 Sterne			Anzahl gewerbliche Betten gesamt	sonstige Betriebe			Anzahl Betten gesamt
	Betriebe	Betten	Ø Betten/ Betrieb	Betriebe	Betten	Ø Betten/ Betrieb	Betriebe	Betten	Ø Betten/ Betrieb		Betriebe	Betten	Ø Betten/ Betrieb	
2005	24	3.245	135	23	1.309	57	34	1.536	45	6.090	51	1.261	25	7.351
2006	24	3.236	135	23	1.337	58	30	1.386	46	5.959	52	1.262	24	7.221
2007	26	3.511	135	24	1.358	57	28	1.281	46	6.150	55	1.264	23	7.414
2008	26	3.531	136	24	1.365	57	28	1.319	47	6.215	52	1.254	24	7.469
2009	26	3.535	136	24	1.394	58	29	1.326	46	6.255	53	1.276	24	7.531
2010	27	3.545	131	24	1.390	58	29	1.339	46	6.274	56	1.270	23	7.544
2011	27	3.542	131	23	1.393	61	27	1.296	48	6.231	60	1.322	22	7.553
2012	26	3.551	137	24	1.708	71	25	1.161	46	6.420	61	1.306	21	7.726
2013	27	3.691	137	24	1.744	73	23	1.079	47	6.514	62	1.246	20	7.760
2014	27	3.688	137	24	1.737	72	23	1.017	44	6.442	67	1.361	20	7.803
2015	26	3.643	140	25	1.857	74	24	1.069	45	6.569	71	1.391	20	7.960
absolut	2	398	5	2	548	17	-10	-467	-1	479	20	130	-5	609
relativ	8%	12%	4%	9%	42%	31%	-29%	-30%	-1%	8%	39%	10%	-21%	8%

(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen, die Zusammenfassung der Kategorien in drei Gruppen entspricht der offiziellen österreichischen Tourismusstatistik)

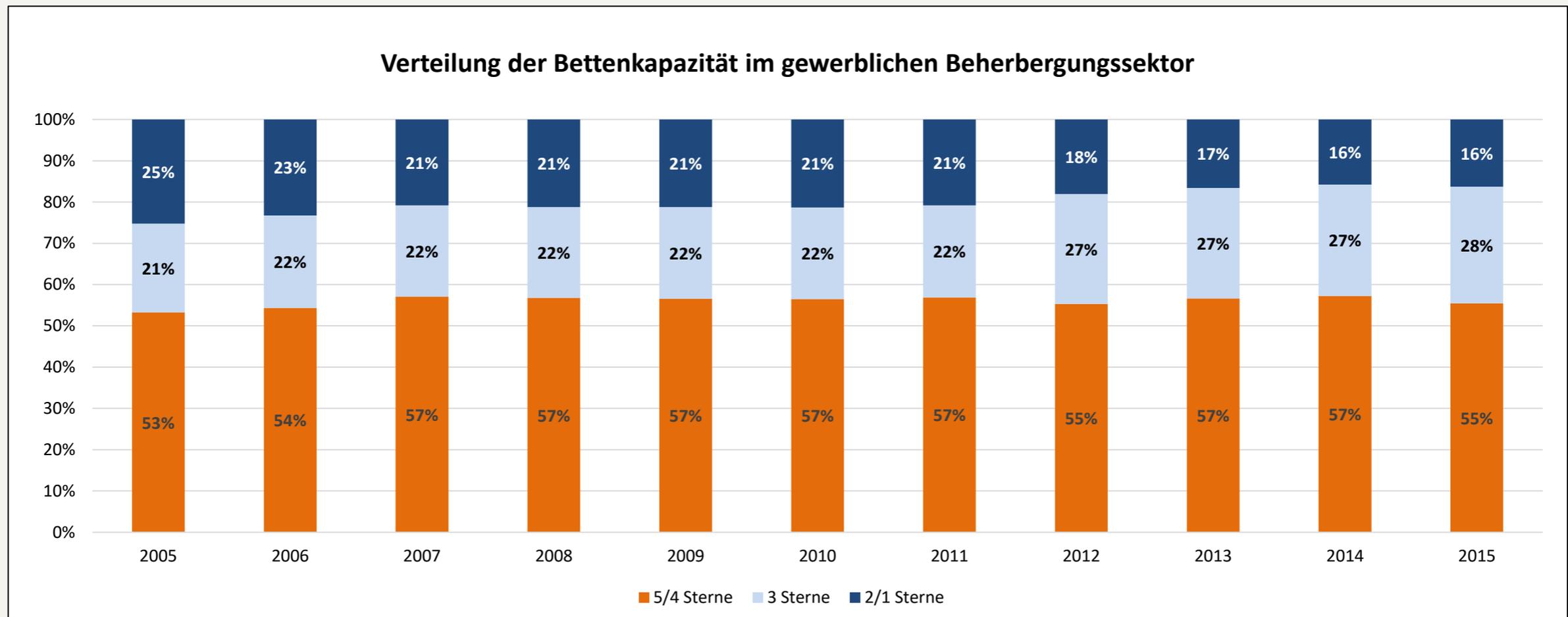
- ⇒ Das **gesamte Bettenangebot** in Innsbruck inkl. Igls/Vill vergrößerte sich in den letzten zehn Jahren um **rd. 8% (609 Betten)**. Der größte Teil dieses Wachstums (479 Betten) entfällt auf gewerbliche Beherbergungsbetriebe.¹
- ⇒ Der Innsbrucker Beherbergungsmarkt verfügte 2015 über rd. 70 gewerbliche Beherbergungsbetriebe und **71 sonstige Betriebe**. Im Saldo ist die Anzahl der Betriebe im gewerblichen Bereich im 10-jahres Vergleich um **6 Betriebe zurückgegangen**, was vor allem auf Betriebsschließungen von 2/1 Sterne Häusern zurückzuführen ist. Im 5/4 Sterne sowie im 3 Sterne-Segment sind jeweils 2 Hotels hinzugekommen.
- ⇒ Die **durchschnittliche Zahl der Betten pro Betrieb** hat sich seit 2005 nur marginal verändert, so verfügt ein **5/4 Sterne Hotel** im Schnitt über **140 Betten**, ein **3 Sterne Hotel** über **74 Betten**.

¹ Hotels und ähnliche Beherbergungsbetriebe mit Ausnahme ohne sonstige Betriebe (siehe S. 18)

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.2 Hoteltouristische Angebotsentwicklung

2.2.1 Betriebsstruktur und -konzepte



(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen)

- ⇒ Im Zeitraum 2005 bis 2015 ist eine **leichte Verschiebung des Bettenangebots in Richtung der gehobenen Segmente (ab 3 Sterne)** zu beobachten, womit dem Trend zu gestiegenen Qualitätsansprüchen der Gäste Rechnung getragen wird.
- ⇒ Der **Anteil der 5/4 Sterne Betten** bewegt sich über die Jahre relativ konstant im Bereich von **55%** des gesamten gewerblichen Bettenangebots.
- ⇒ Die Anzahl der angebotenen Betten im **3-Sterne Segment** hat sich in den letzten 10 Jahren sukzessive von 21% (2005) **auf 28% (2015) erhöht**, das Angebot in den **2/1 Sterne Kategorien** wiederum ist **um 9 Prozentpunkte zurückgegangen**.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

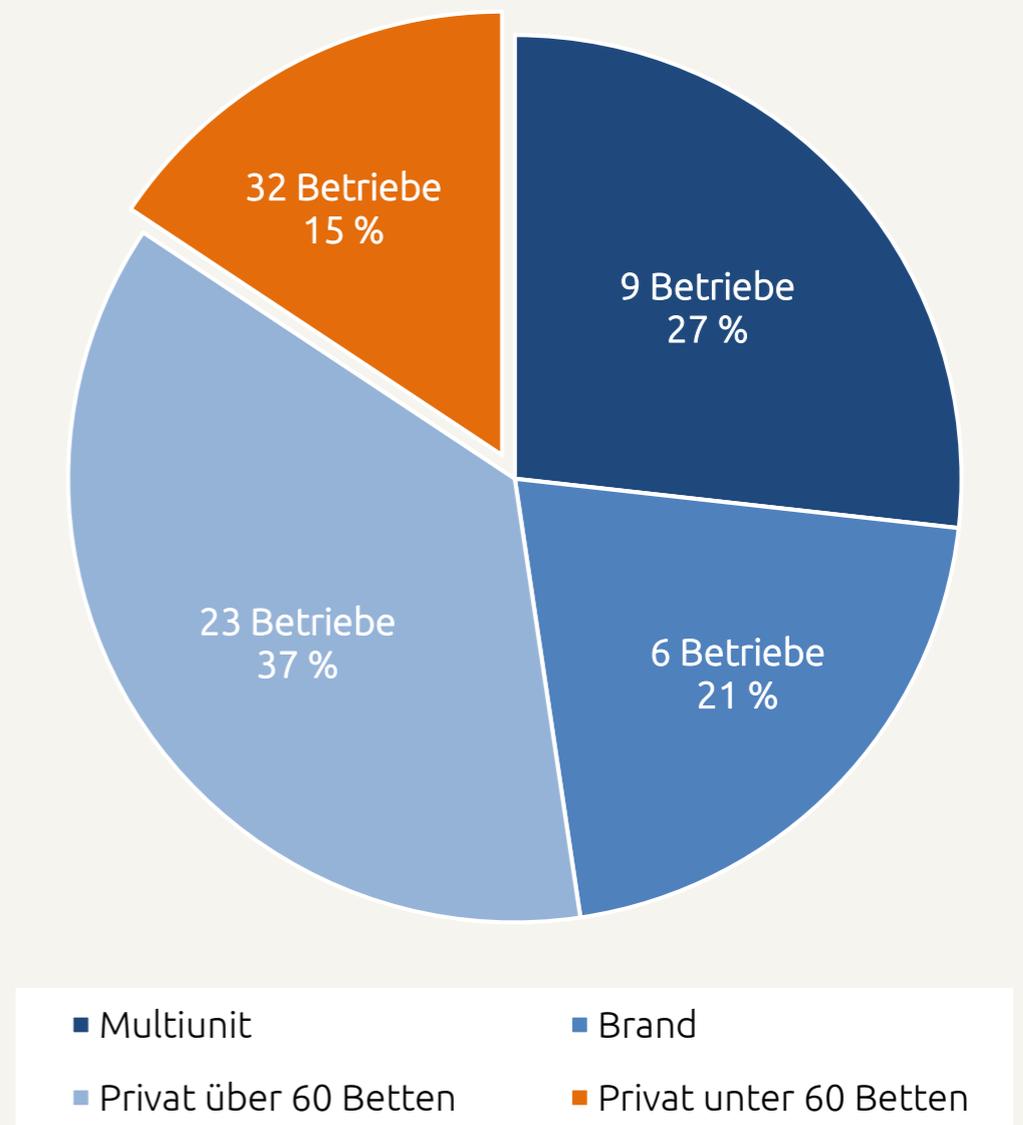
2.2 Hoteltouristische Angebotsentwicklung

2.2.1 Betriebsstruktur und -konzepte

- ⇒ Charakteristisch für den gewerblichen Beherbergungssektor in Innsbruck ist seine kleinteilige Betriebsstruktur. Fast die **Hälfte der Betriebe verfügen über weniger als 60 Betten** (oder 30 Zimmer), diese 32 Betriebe wiederum stellen im Saldo lediglich **15% des gewerblichen Bettenangebots**.
- ⇒ Weitere **27% (1.644 Betten) des gewerblichen Bettenangebots** entfallen auf insgesamt 9 Multiunit¹-Standorte und werden von **3 unterschiedlichen Eigentümern/Betreibern** gehalten. Der Größte verfügt in 4 Betrieben über rd. 1.040 Betten, was rund einem Sechstel aller gewerblich angebotenen Betten entspricht. Die beiden übrigen Betreiber verfügen über 380 (6%, 3 Betriebe) bzw. 230 Betten (4%, 2 Betriebe).
- ⇒ Das Beherbergungsangebot wird **dominiert von privat geführter Hotellerie**. Daneben sind **6 (inter)nationale Markenhotels** vertreten (JSH, Hilton, Ramada, ATH, Best Western, ibis), welche 21% (rd. 1.300 Betten) des Gesamt-Angebots repräsentieren.
- ⇒ Die **drei größten Einzelhotels** gemessen an ihrer Bettenanzahl sind:

1.	Hotel Grauer Bär	390 Betten
2.	Hilton Innsbruck	352 Betten
3.	Ramada Innsbruck Tivoli	308 Betten

Struktur der gewerblichen Betriebe



(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen)

¹ Hotelbetreiber mit mehreren Standorten

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.2 Hoteltouristische Angebotsentwicklung

2.2.1 Betriebsstruktur und -konzepte

Struktur der sonstigen Betriebe in Innsbruck inkl. Iglis/Vill



**28 Betriebe mit
Ferienwohnungen**
227 Betten



**7 Privatzimmer-
vermieter**
95 Betten



**9 Jugendherbergen
bzw. Hostels**
689 Betten (453 temporär)



**2 Boarding-
houses**
95 Betten



**3 Bildungs-
häuser**
157 Betten



**2 Betriebe
Urlaub am Bauernhof**
18 Betten



**6 sonstige
Unterkünfte**
255 Betten



**2 Camping-
plätze**
40 Plätze

(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen)

- ⇒ Auf den Bereich der **sonstigen Betriebe** entfällt **rund ein Fünftel des gesamten Bettenangebots** in Innsbruck inkl. Iglis/Vill. Ein großer Teil davon sind Ferienwohnungen (227 Betten) und Privatzimmervermieter (95 Betten) sowie sonstige Unterkünfte (255 Betten).
- ⇒ In Summe entfallen auf **9 Jugendherbergen bzw. Hostels rd. 700 Betten**, 6 davon (453 Betten) stehen jedoch **nur temporär zur Verfügung**, da es sich hierbei um Studentenwohnheime handelt und diese ausschließlich in den Sommermonaten als Hotelbetriebe geführt werden.
- ⇒ **Die sechs „sonstigen Unterkünfte“** umfassen zB. das LSC Tirol, Haus der Begegnung oder die SOS Kinderdorf Akademie.
- ⇒ Im Bereich von **Longstay-Konzepten existieren aktuell 2 Boardinghäuser** mit insgesamt rd. 100 Betten.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.3 Hoteltouristische Nachfrageentwicklung

2.3.1 Nächtigungen und Ankünfte 2005 - 2015

Nächtigungen nach Kategorien - Innsbruck inkl. Igls/Vill				
Jahr	gewerbliche Betriebe			Nächtigungen gewerbliche Betriebe
	5/4 Sterne	3 Sterne	2/1 Sterne	
2004/05	664.883	252.659	122.218	1.039.760
2005/06	656.098	264.596	134.207	1.054.901
2006/07	698.407	270.926	135.287	1.104.620
2007/08	723.544	285.121	134.552	1.143.217
2008/09	669.028	269.498	123.477	1.062.003
2009/10	767.018	288.535	141.019	1.196.572
2010/11	780.412	299.788	127.947	1.208.147
2011/12	776.865	352.942	139.671	1.269.478
2012/13	811.131	381.177	119.525	1.311.833
2013/14	822.776	385.114	123.885	1.331.775
2014/15	848.110	424.563	137.909	1.410.582
absolut	183.227	171.904	15.691	370.822
relativ	27,6%	68,0%	12,8%	35,7%

Ankünfte nach Kategorien - Innsbruck inkl. Igls/Vill				
Jahr	gewerbliche Betriebe			Ankünfte gewerbliche Betriebe
	5/4 Sterne	3 Sterne	2/1 Sterne	
2004/05	392.935	147.055	53.731	593.721
2005/06	399.335	162.888	65.829	628.052
2006/07	424.033	167.918	64.883	656.834
2007/08	426.052	170.727	64.256	661.035
2008/09	401.094	155.456	58.024	614.574
2009/10	456.661	164.302	65.403	686.366
2010/11	474.993	174.964	62.993	712.950
2011/12	469.163	203.217	63.424	735.804
2012/13	499.663	216.040	56.528	772.231
2013/14	503.558	227.761	60.078	791.397
2014/15	531.749	258.637	72.250	862.636
absolut	138.814	111.582	18.519	268.915
relativ	35,3%	75,9%	34,5%	45,3%

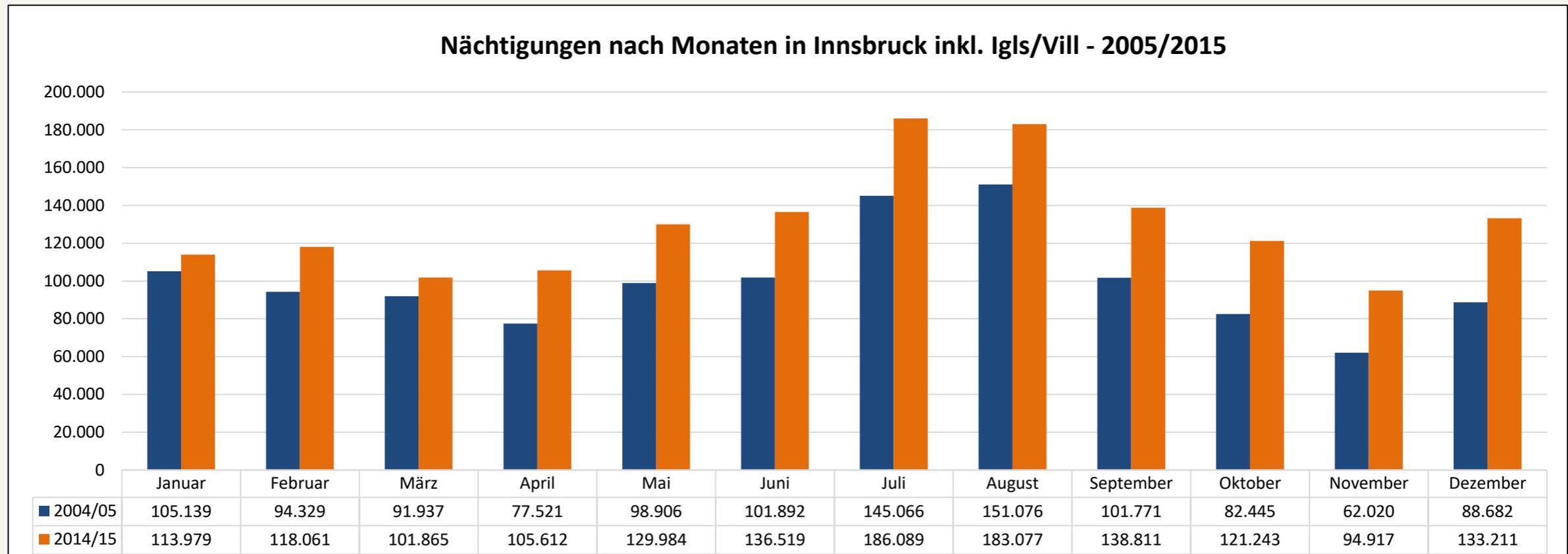
(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen)

- ⇒ Die Stadt Innsbruck inkl. Igls/Vill verzeichnete im **Tourismusjahr 2015 insgesamt 1.563.368 Nächtigungen** und **928.423 Ankünfte**. Dies entspricht einem **Zuwachs von rd. 30%** bei den **Nächtigungen** sowie **rd. 40%** bei den **Ankünften** im Vergleich zum Jahr 2005.
- ⇒ Der **maßgebliche Teil** (90%) der Gesamt-Nächtigungen wird in **gewerblichen Betrieben** realisiert, im Jahr 2015 waren es **1,41 Mio. Nächtigungen** (+35%) bzw. **862.636 Ankünfte** (+45%).
- ⇒ Innerhalb der gewerblichen Betriebe ist im **3 Sterne Segment** das **dynamischste Wachstum** festzustellen. Während der vergangenen 10 Jahre wurden die **Nächtigungen** hier um **68% gesteigert**. Im Jahr 2015 wurde rd. **jede dritte Nacht** in einem Hotel dieser Kategorie verbracht.
- ⇒ Im Bereich der **5/4 Sterne Häuser** ist seit 2005 ein **Zuwachs von rd. 28%** zu verzeichnen.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.3 Hoteltouristische Nachfrageentwicklung

2.3.2 Nächtigungen nach Monaten 2005/2015



(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen)

- ⇒ Im Jahr **2005** lagen noch insgesamt **7 Monate** unter **100.000 Nächtigungen**, **2015** hingegen lag **lediglich der November** unter dieser Marke.
- ⇒ **Juli und August** sind die beiden **nachfragestärksten Monate** im gesamten Jahr, in diesen beiden Monaten wurden im Jahr 2015 **jeweils mehr als 180.000 Nächtigungen** realisiert.
- ⇒ Die Monate mit den **höchsten Wachstumsraten** im Bereich der Nächtigungen sind **November (+53%)** und **Dezember (+50%)**. Im Allgemeinen ist eine **positive Entwicklung** der Nachfrage im **Herbst** zu beobachten.
- ⇒ Die **durchschnittliche Aufenthaltsdauer** bezogen auf das Gesamtjahr liegt bei **rd. 1,7 Nächtigungen**, dabei unterscheidet sich das **Sommerhalbjahr** mit **1,6 Nächtigungen** vom **Winterhalbjahr** mit durchschnittlich **1,8 Nächtigungen** pro Aufenthalt.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.3 Hoteltouristische Nachfrageentwicklung

2.3.3 Nächtigungen nach Herkunftsmärkten 2005/2015

Top 10 Herkunftsmärkte im Vergleich

Innsbruck					Salzburg					Wien				
Rg.	Herkunftsland	Nächtigungen 2015	%	2005	Rg.	Herkunftsland	Nächtigungen 2015	%	2005	Rg.	Herkunftsland	Nächtigungen 2015	%	2006
1	Österreich	410.223	26,2%	23,0%	1	Österreich	662.827	24,5%	25,8%	1	Deutschland	2.783.212	19,4%	21,5%
2	Deutschland	259.694	16,6%	13,6%	2	Deutschland	484.713	17,9%	18,7%	2	Österreich	2.617.304	18,3%	18,5%
3	Italien	124.673	8,0%	9,2%	3	USA	233.571	8,6%	9,2%	3	USA	843.113	5,9%	7,1%
4	China	95.939	6,1%	4,0%	4	Italien	127.380	4,7%	8,7%	4	Italien	750.132	5,2%	7,1%
5	USA	90.743	5,8%	10,3%	5	UK	120.271	4,4%	6,2%	5	UK	587.987	4,1%	4,3%
6	Schweiz	68.225	4,4%	2,9%	6	China	104.929	3,9%	2,0%	6	Spanien	436.927	3,0%	4,0%
7	UK	62.378	4,0%	4,5%	7	Schweiz	74.305	2,7%	2,7%	7	Schweiz	434.919	3,0%	2,8%
8	Spanien	48.696	3,1%	3,9%	8	Südkorea *	71.272	2,6%	k.A.	8	Russland	408.436	2,9%	2,5%
9	Indien *	32.723	2,1%	1,1%	9	Japan	57.154	2,1%	3,5%	9	Frankreich	371.334	2,6%	3,1%
10	Frankreich	31.866	2,0%	3,4%	10	Australien *	52.307	1,9%	k.A.	10	Japan	286.115	2,0%	3,6%

* 2015 neu unter den Top 10

(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen, Statistik Austria)

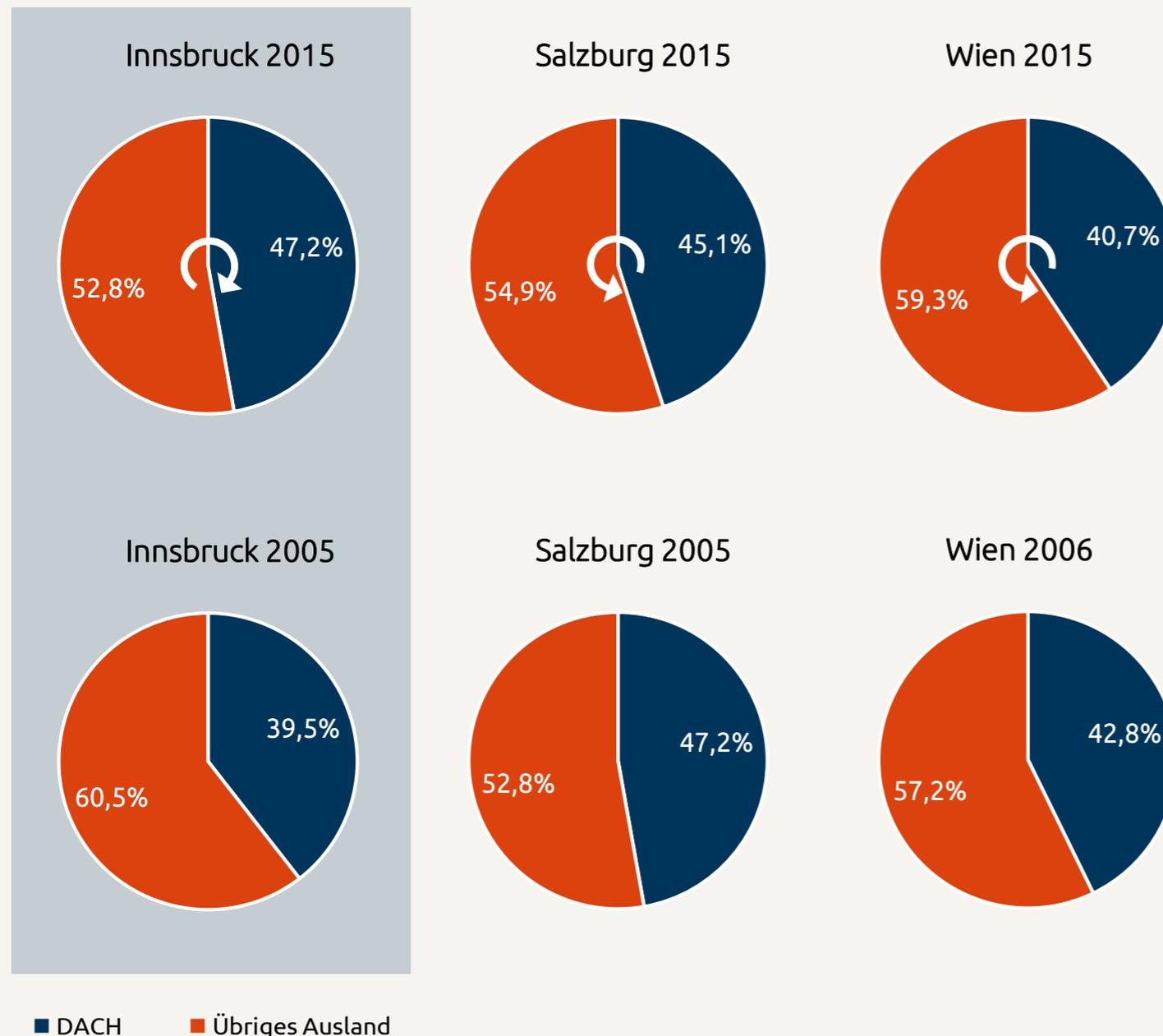
- ⇒ Mit einem Anteil von rd. 26% am gesamten Nächtigungsaufkommen war **Österreich** im Tourismusjahr 2015 für die Stadt Innsbruck der mit Abstand wichtigste Herkunftsmarkt, der Anteil stieg seit 2005 um etwa 3%.
- ⇒ An zweiter und dritter Stelle der Top-Herkunftsländer finden sich **Deutschland** mit rd. 16,6% (+3% zu 2005) und **Italien** mit einem Anteil von 8% (-1,2% zu 2005), gefolgt von **China** mit 6,1% (+2% zu 2005) und den **USA** mit 5,8% (-4,5% zu 2005) auf dem vierten und fünften Platz.
- ⇒ Im Vergleich zu anderen österreichischen Landeshauptstädten wird deutlich, dass der relative Anteil an **Nächtigungsgästen aus dem Inland in Innsbruck ausgeprägter** ist als etwa in Wien und Salzburg, der Nationenmix insgesamt aber sehr ähnlich ist.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.3 Hoteltouristische Nachfrageentwicklung

2.3.3 Nächtigungen nach Herkunftsmärkten 2005/2015

Internationalisierungsgrad der Nachfrage im Vergleich



⇒ Werden die Quellmärkte nach DACH-Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz) und übriges Ausland getrennt, zeigt sich im Fall von Innsbruck eine besondere Entwicklung, welche sich signifikant von Salzburg oder Wien unterscheidet.

⇒ Stammen 2005 noch rd. 60% aller Nächtigungsgäste Innsbrucks aus dem übrigen Ausland, so waren es 2015 nur mehr knapp 53% (-7%). Diese Entwicklung entspricht exakt dem entgegengesetzten Trend wie er in Wien und Salzburg zu beobachten ist, hier hat der relative Anteil der Nächtigungen aus dem übrigen Ausland innerhalb der letzten 10 Jahre um jeweils rd. 2% zugenommen.

⇒ Hieraus wird deutlich, dass Innsbruck einen **signifikant geringeren Internationalisierungsgrad**, gemessen am Anteil von Nächtigungen außerhalb des DACH-Raums, an den Gesamtnächtigungen aufweist.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.3 Hoteltouristische Nachfrageentwicklung

2.3.4 Typologisierung der Nachfrage

Die aufenthaltstouristische Nachfrage in Innsbruck lässt sich anhand bestimmter Charakteristika grob in insgesamt **vier Nachfragetypen** untergliedern. Die Segmente FIT Individual und FIT Group sind dabei dem Bereich des klassischen **Freizeittourismus** zuzuordnen, der Bereich **Geschäftstourismus** wiederum wird durch die Segmente Business und MICE abgebildet.

Nachfragetyp 1: FIT (geschätzter Anteil 25-30%)

Die Bezeichnung FIT steht für Free Individual Traveller oder Tourist und bezeichnet Reisende in Gruppengrößen zwischen 1 bis 10 Reisenden, welche nicht an geführten Touren teilnehmen, sondern nach einem individuellen Reiseprogramm vorgehen. FITs zeigen einen individualistischen Reiseansatz. Sie streben nach individuell wählbaren Reiseerlebnissen und greifen – außer im Kleingruppen-Bereich - nicht auf vorgebuchte Leistungspakete zurück.

Nachfragetyp 2: Groups (geschätzter Anteil 30-35%)

Unter Groups werden Reisegruppen zwischen 10 und 50 Reisenden verstanden, die sich zumeist mit dem Verkehrsmittel Reisebus/Flugzeug im Rahmen geführter und vorgebuchter Reiserouten bewegen.

Nachfragetyp 3: Business/Stop over (geschätzter Anteil 30-35%)

Dieser Nachfragetyp reist aufgrund geschäftlicher Zwecke, beispielsweise um sich am Zielort mit Kunden oder Lieferanten zu treffen. Dabei werden typische Reisedienstleistungen und Hoteleinrichtungen genutzt. Die Kosten der Reise werden primär vom Arbeitgeber übernommen. Weiter sind diesem Segment sogenannte Transittouristen zuzuordnen, die im Zuge einer (PKW-) Reise mit einem entfernten Reiseziel einen Übernachtungsstopp in Innsbruck einlegen.

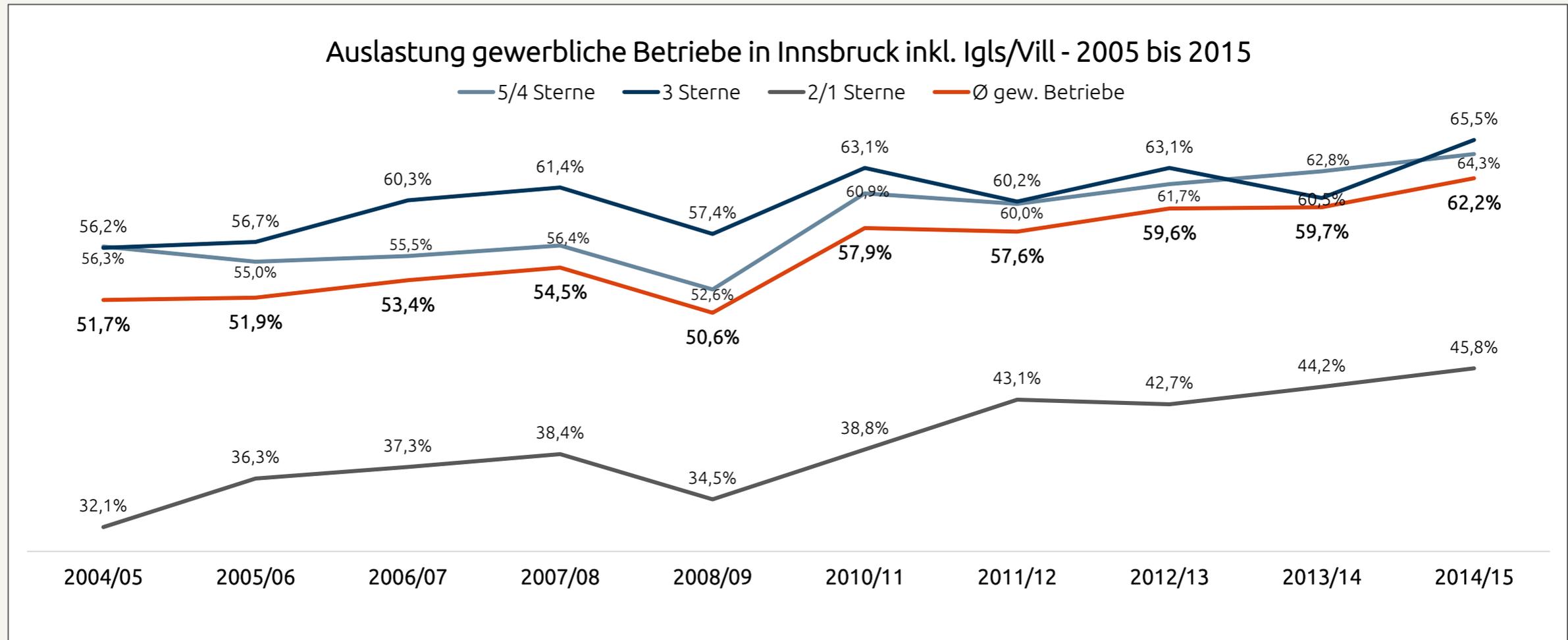
Nachfragetyp 4: MICE (geschätzter Anteil 10%)

Der Begriff MICE (Meetings Incentives Conventions Events) steht für einen Teilsektor des Geschäftstourismus, welcher Tagungen, Belohnungsreisen, Kongresse, Messen und Events umfasst. Die Teilnahme an derartigen Großveranstaltungen ist in der Regel bereits länger im Voraus geplant und erfolgt individuell oder über einen spezialisierten Veranstalter.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.3 Hoteltouristische Nachfrageentwicklung

2.3.5 Bettenauslastung der gewerblichen Betriebe



(Quelle: Stadt Innsbruck Statistik und Berichtswesen)

- ⇒ Die **durchschnittliche Bettenauslastung der gewerblichen Betriebe** lag im **Tourismusjahr 2015** bei **62,2%**. Im Vergleich zu 2005 hat sich diese somit innerhalb der vergangenen 10 Jahre um mehr als **11 Prozentpunkte erhöht**.
- ⇒ Mit **65,5%** wird in den **3 Stern Betrieben** aktuell die **höchste Auslastung** erreicht, gefolgt vom **5/4 Sterne Segment** mit **64,3%**.
- ⇒ Im Bereich der **2/1 Sterne Hotels** werden signifikant geringere **Auslastungsquoten (46%)** erzielt, wobei sich auch diese im Vergleich zum Jahr 2005 deutlich verbesserten.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.4 Fazit

Fazit zur angebotsseitigen Entwicklung

- ⇒ Der Zuwachs der gewerblich angebotenen Betten in Innsbruck inkl. Igls/Vill betrug zwischen 2005 und 2015 rd. 8%. Im Vergleich zu anderen österreichischen Landeshauptstädten, in welchen sich das Bettenangebot in dem selben Zeitraum zwischen rd. 20% (Graz, Salzburg) und rd. 60% (Wien) erhöht hat, ist der Anstieg in Innsbruck somit als vergleichsweise moderat anzusehen.
- ⇒ Im Beobachtungszeitraum war eine Verschiebung der Bettenkapazität in Richtung höherer Kategorien (ab 3 Sterne) zu beobachten, was primär auf eine Zunahme der angebotenen Betten im 3 Sterne Segment bzw. auf einen Rückgang im 2/1 Sterne Bereich zurückzuführen ist.
- ⇒ Bei einem gewissen Anteil der Betriebe im 2/1 Sterne und 3 Sterne Segment bzw. vereinzelt auch im 4 Sterne Segment besteht ein prospektiv zu erwartender Investitionsstau (= Überalterung von Bestandsbetrieben aufgrund zu geringer jährlicher Investitionsquoten in die betriebliche Entwicklung). Vor allem in Hinblick auf künftige Erfolgspotenziale in der internationalen Stadthotellerie sind hier entsprechende infrastrukturelle und konzeptionelle Adaptionen zu prognostizieren.
- ⇒ Das Bettenangebot im internationalen 5 Sterne Segment ist mit derzeit nur einem klassifizierten Betrieb (Grand Hotel Europa – Member of JSH-Hotels) grundsätzlich im Destinations-Vergleich gering und hat auch seit 2005 keinen Zuwachs erfahren. Als weiterer internationaler Quality Brand ist am Standort Innsbruck noch das Hotel Hilton vertreten, bei dem allerdings eine gewisse infrastrukturelle Qualitäts-Stagnation festzustellen ist.
- ⇒ Die relative Kleinteiligkeit und geringe Betriebsgröße der Betriebe erweist sich für die Akquisition und Durchführung von internationalen Großkongressen (über 1.000 Teilnehmer), Messen, Großveranstaltungen, etc. als besonders herausfordernd und stellt einen Wettbewerbs-Nachteil im Destinationsvergleich dar.
- ⇒ Die Vorstudie der GMA aus dem Jahr 2006 ging in ihrer „Zielprognose 2015“ (Annahme: 1,1 Mio. Nächte) von etwa 6.830 gewerblichen Betten aus. Im Vergleich zum tatsächlichen Bettenbestand zeigt sich anhand der damaligen Prognose ein aktuell daraus noch unausgeschöpftes Entwicklungspotential von rund 300 Betten.

2 Analyse der Entwicklung des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck

2.4 Fazit

Fazit zur nachfrageseitigen Entwicklung

- ⇒ Die Entwicklung der Nächtigungen im gewerblichen Bereich ist mit 35% innerhalb der vergangenen 10 Jahre als dynamisch zu bezeichnen und zeugt vom „Boom“ des Städtetourismus. Die Autoren der Vorstudie waren in ihrer optimistischen Prognoserechnung für das Jahr 2015 von rd. 1,1 Mio. Nächtigungen ausgegangen, dieser Wert wurde in Innsbruck bereits 2008 erreicht.
- ⇒ Gleichzeitig ist aber auch festzuhalten, dass das Nächtigungswachstum in Innsbruck (analog zum Angebotswachstum) weniger dynamisch verlief als in Salzburg (+43%) bzw. in Wien (+63%).
- ⇒ Im Segment der 3 Sterne Hotellerie lässt sich die dynamischste Entwicklung der Nächtigungen und Ankünfte beobachten.
- ⇒ Die durchschnittlich Aufenthaltsdauer der Gäste in Innsbruck war leicht rückläufig, diese ist von 1,75 im Jahr 2005 auf 1,64 im Jahr 2015 gesunken. Mit im Durchschnitt 1,9 Tagen verzeichnen 2/1 Stern Betriebe die längste Aufenthaltsdauer unter den gewerblichen Betrieben.
- ⇒ Im Beobachtungszeitraum hat sich - aufgrund des verhältnismäßig geringeren Angebotswachstums – in Konsequenz die Auslastung der Betriebe über alle Sparten verbessert hat und ein Niveau erreicht, das durchwegs über jenem anderer (inter)nationaler Städte (mit dynamischerem Angebotswachstum, aber auch höheren Nächtigungssteigerungen) liegt.
- ⇒ Die Vorstudie der GMA aus dem Jahr 2006 ging in ihrer Prognoserechnung zu den quantitativen Entwicklungspotenzialen des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck bis zum Jahr 2015 in einer optimistischen Betrachtung von einem Nächtigungsanstieg auf 1.107.500 Nächtigungen aus. Wie aus der aktuellen Nächtigungsstatistik hervorgeht wurde dieser Wert um rd. 300.000 Nächtigungen übertroffen.

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle globale Branchentrends



Städtereisen und Kreuzfahrten als Treiber für globales Wachstum der Reisebranche

Europa und Amerika werden weiter **Marktanteile** zugunsten Schwellen- und Entwicklungsländern **verlieren**

Starker Wettbewerb, vor allem in urbanen Räumen



2030: 1,8 Milliarden internationale Ankünfte (2012: 1 Milliarde)

- Verlangsamung des Wachstums auf \emptyset 3,3% pro Jahr 2010-2030 (3,9% 1995-2010)
- Wachstum in Westeuropa \emptyset 1,8% pro Jahr 2010-2030

Ankünfte aus Schwellen- und Entwicklungsländern wachsen **doppelt so schnell** wie jene aus entwickelten Ländern

Weitere Expansion von **internationalen Hotelmarken**

(Quelle: UNWTO)

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle Branchentrends

3.1.1 Marktbezogene Trends

Marktbezogene Trends

Multioptionalität

- Vielzahl an Handlungsmöglichkeiten
- Variabilität und Individualität
- Immer kurzfristigeres Reiseverhalten
- Hohe Reiseerfahrung der Gäste
- Hohe Online-Affinität
- Hybrides Kaufverhalten¹
- Gesteigertes Sicherheitsempfinden führt zu kurzfristigen Verschiebungen der Reiseströme

„Ent-Touristifizierung“

- Gast sehnt sich nach „echten“ Erlebnissen und Begegnungen
- Authentizität

Die Welt wird kleiner

- gesteigerte Mobilität durch (No frills)² Fluganbieter und neue Mobilitätsformen



¹ Konsumverhalten, bei dem eine Person in einer Situation preisorientiert einkauft und bei einer anderen Gelegenheit erlebnisorientiert und preisunsensibel konsumiert.

² Airlines mit geringem Standardservice und dezentralen Airports.

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle Branchentrends

3.1.1 Marktbezogene Trends

Multioptionalität

- ⇒ Mit diesem Begriff wird ein Konsumentenverhalten bezeichnet, welches nicht mehr primär eindimensional rational ist, sondern als mehrdimensional und instabil beschrieben werden kann.
- ⇒ Der **multioptionale Konsument** erwartet in allen Bereichen ein vielfältiges Angebot: ein Spektrum an Produkten und Dienstleistungen, sowie an Möglichkeiten, um seine Konsumwünsche erfüllen zu können.
- ⇒ Das hybride Kaufverhalten des Einzelnen nimmt zu.
- ⇒ Aus dem Hintergrund großer Möglichkeiten in Gesellschaft, Konsum und bei der Wahl von Lebensstilen wird auch das Reiseverhalten multioptional. Reisende hegen den Wunsch, kurzfristig aus einem sehr umfangreichen Programm eine große Zahl an Aktivitäten auszuwählen.
- ⇒ Das geänderte Nachfrageverhalten der Gäste erfordert individualisierte und maßgeschneiderte Angebote. Diese können situativ sehr gegensätzlich sein. Zum einen sind qualitativ hochwertige und imagerträchtige Angebote gefragt, zum anderen werden preisgünstige Angebote gewünscht. Der Reise- oder Freizeit- Konsument ist multioptional.

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle Branchentrends

3.1.1 Marktbezogene Trends

Ent-Touristifizierung

- ⇒ Reisen wird immer alltäglicher. Dies resultiert aus einem wandelnden Menschenbild, welches geprägt von ständigem Unterwegssein und grenzenloser Mobilität ist. Das Unterwegssein wird somit zur Normalität.
- ⇒ Reisen wird zur täglichen Aufgabe, aber die Menschen fühlen sich nicht als Touristen. Sie sehnen sich nach dem Besonderen, wollen Echtes und Authentisches erleben. Dies soll durch ein Ausbrechen aus der Welt der Tourismus-Industrie erreicht werden. Die „Fassade Tourismus“ ist nicht mehr länger die Sehnsucht der Menschen.
- ⇒ So entstehen neue Sehnsüchte der Reisenden. Die Entkoppelung des Reisens vom Tourismus ist das Ergebnis.

Die Welt wird kleiner

- ⇒ Eine immer mobiler werdende Menschheit, sowie moderne Informations- und Kommunikationstechnologien führen dazu, dass die Welt immer kleiner und überschaubarer erscheint.
- ⇒ Die neue Mobilität ist gekennzeichnet durch neue Mobilitätsformen (No frills-Airlines, Fernbusse) sowie die Charakteristika der „Sharing Economy“ (Airbnb, Uber, Zipcar, ..)

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle Branchentrends

3.1.2 Angebotsbezogene globale Innovationen und Trends



Angebotsbezogene Innovationen und Trends

Dynamisches Wachstum multiplizierender „Hotelmarken“

- Lifestyle/budget Bereich als DER Wachstumstreiber

Trend zu Kundenbindungsprogrammen

- Kundenbindung durch Loyalty-Programme (Bonus-Einlösung) führt zu spontanen Reiseentscheidungen der Kunden

Konzeptinnovationen

- Klare Positionierungen, Storytelling und Branding treten in den Vordergrund
- Abkehr von Zielgruppen hin zu Lebensstilen
- Einbindung von Digitalisierung

„neue“ Betriebstypen und Wohnformen

- Starkes Wachstum im Longstay-Segment
- Wohnen bei Fremden

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle Branchentrends

3.1.2 Angebotsbezogene Innovationen und Trends

Dynamisches Wachstum im Bereich multiplizierender Hotelmarken

- ⇒ Internationale Investoren und Hotelbetreiber suchen zur Sicherung ihrer Marktattraktivität sowie zur bestmöglichen Nutzung von Kostenvorteilen in der Produktion nach (global) multiplizierbaren lifestyleorientierten Hotelkonzepten. Dabei entstehen Hotelmarken unterschiedlichster Positionierung zwischen Lifestyle Budget und Lifestyle Luxury.
- ⇒ Diese Entwicklung wird zum einen von den weltweit führenden Hotelbetreibern angetrieben (zum Beispiel Prizeotel durch Rezidor oder Moxy durch Marriott oder Jo&Joe und M-Gallery durch Accor, Aloft durch Starwood oder Inside durch Melia). Zum anderen geht diese Entwicklung aber auch von Privathotel(gruppen) aus, wie zum Beispiel die Konzeptlinien „Henri“, „25hours“ oder im nationalen Kontext „Harry´s home“ oder „Daniel´s“.

Trend zu Kundenbindungsprogrammen

- ⇒ Internationale Hotelgruppen und –marken versuchen mithilfe spezieller Kundenbindungsprogramme Gäste durch Bonifikation für Aufenthalte in Form von Gratisnächtigungen, Upgrades sowie sonstiger Reisedienstleistungen an sich zu binden. Je internationaler und breiter das Portfolio zugehöriger Hotels ist, desto stärker werden durch derartige Programme Reiseentscheidungen beeinflusst. Je geringer der Anteil an Partnerhotelbetrieben derartiger Systeme einer Destination, desto geringer fällt das Potential an aus diesem Segment erzielbarer Nächtigungen aus.

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle internationale Branchentrends

3.1.2 Angebotsbezogene Innovationen und Trends

Konzept - Themen- (Boutique-) Hotel



Themen- (Boutique-) Hotel

- Klein-fein-individuell-vintage
 - Einem bestimmtem Stil/Thema gewidmet
 - Individuelle Gestaltung/Architektur
 - Außergewöhnlich, historisch
 - Kleine Zimmer, effektvolle Einrichtung
 - Individueller, persönlicher Service
 - Privathotellerie (Fokus auf Gastgeber)
 - Starkes Storytelling (Geschichte)
 - Stil- statt Zielgruppenkonzepte
- Konzeptbeispiel aus Innsbruck:
Romantikhôtel Schwarzer Adler



3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle internationale Branchentrends

3.1.2 Angebotsbezogene Innovationen und Trends

Konzept – Lifestyle- (Budget-)Hotel



Lifestyle- (Budget-) Hotel

- Urban- stylisches Themenkonzept
- Designorientiert
- Unkonventionell
- Servicereduktion
- Lobby als Co Space (F&B, Arbeiten, Kommunikation)
- Keine Kategorisierung nach Hotelsternen
- Konzeptbeispiel aus Innsbruck: Nala Individuell Hotel



3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle internationale Branchentrends

3.1.2 Angebotsbezogene Innovationen und Trends

Konzept – (Jugend-) Hostel



(Jugend-) Hostel

- „Coole“, junge Konzepte
- Budget-orientiert, Service reduziert
- Unterbringung in Einzel-, Doppel- oder Mehrbettzimmern (Dorms)
- Richten sich besonders an junge und kommunikationsorientierte, preisbewusste Reisende sowie Längerverweiler
- Begegnungszonen sozialer Interaktion und interkulturellen Austauschs
- Gesellige Atmosphäre und Community-Feeling

- Konzeptbeispiel aus Innsbruck derzeit nicht vorhanden.
- In Österreich Meininger, A&O, Wombats.
- In Deutschland Bretterbude, Superbude.

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle internationale Branchentrends

3.1.2 Angebotsbezogene Innovationen und Trends

Konzept – MICE-(Business-) Hotel



MICE-(Business-)Hotel

- Geschäftstourismus
- Konzentration auf Messen, Tagungen, Veranstaltungen und Kongresse
- Mit eigener oder angebundener Tagungs- Infrastruktur
- Oftmals in unmittelbarer Nähe von Kongress- & Messestrukturen
- Klassifizierung ab 4 Sternen
- Parkmöglichkeit

- Konzeptbeispiel aus Innsbruck: Congress Hotel, Hotel Grauer Bär



3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.1 Aktuelle internationale Branchentrends

3.1.2 Angebotsbezogene Innovationen und Trends

Alternatives Wohnen: Longstay-Konzepte



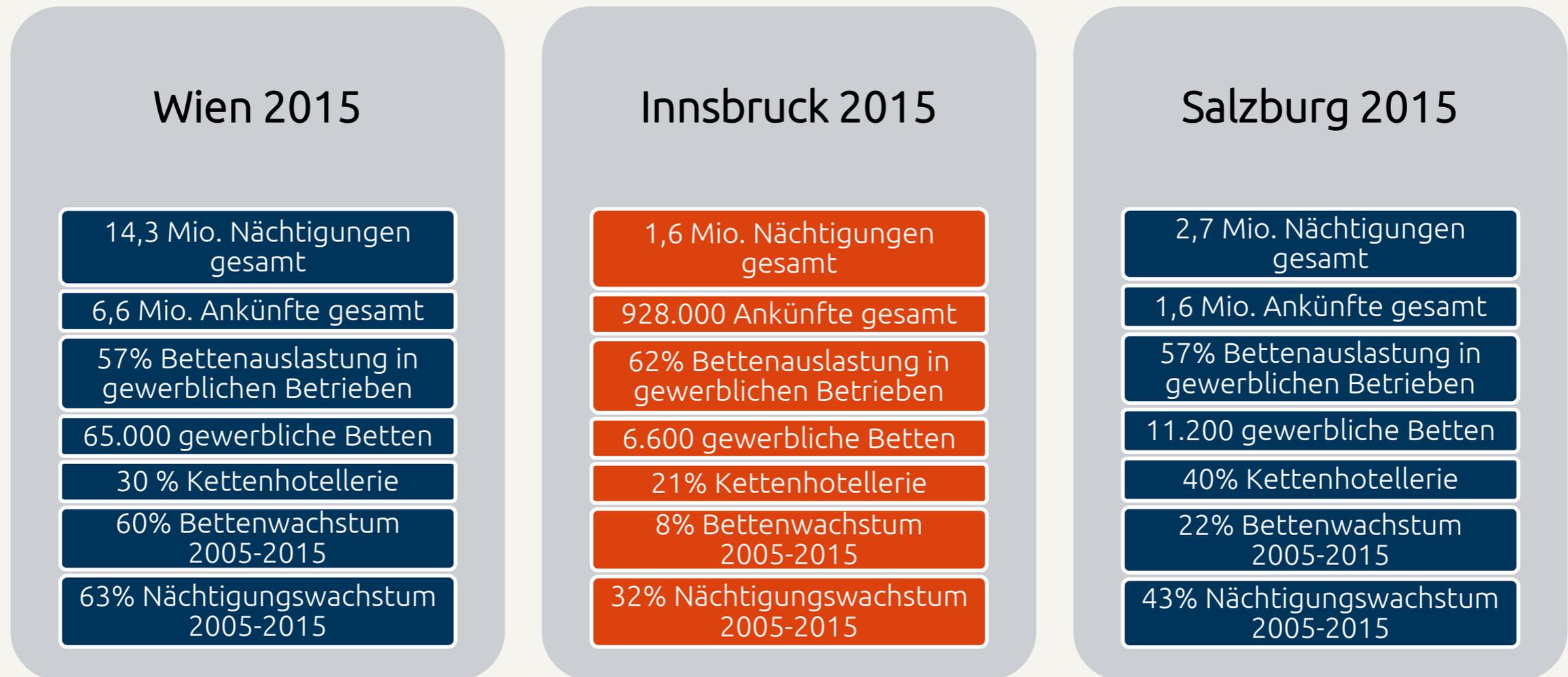
Longstay-Konzepte

- Temporäre Wohnformen ab 7 Tagen bis max. 1 Jahr
- „Zuhause auf Zeit“ für multiple Nutzergruppen (Job-Nomaden, Bildungs- und Forschungsemester, Fernpendler, spezielle Lebenssituationen wie Krankengliederung, Scheidung,..)
- Zubuchbare Hotel-Dienstleistungen
- Konzeptbeispiel aus Innsbruck: B(l)ack Home City Apartments



3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.2 National Benchmark-Städte



- ⇒ Im nationalen Drei-Städte-Benchmarkvergleich Wien-Salzburg-Innsbruck erreicht die Tiroler Landeshauptstadt innerhalb der gewerblichen Betten die **höchste Bettenauslastung** .
- ⇒ Der **Anteil der Kettenhotellerie** ist in Innsbruck **am geringsten**.
- ⇒ In der Dynamik der Entwicklung im 10-Jahresvergleich zeigt sich, dass das relativ **geringste Nächtigungswachstum** aller drei Städte in Innsbruck einhergeht mit dem im Vergleich auch **geringsten Angebotswachstum** an Betten.

3 Marktrelevante Branchenentwicklungen

3.3 Fazit

Fazit zu den marktrelevanten Branchenentwicklungen

- ⇒ Der Hotelmarkt in vielen europäischen Städten ist geprägt von einer starken Entwicklung von Hotel-Produkten in den Bereichen „**Lifestyle (Budget)**“ und „**Boutique**“. Diese Konzepte werden sowohl von privaten Hotels als auch von internationalen Marken-Betreibern oft auch in „Franchise Logik“ stark vorangetrieben.
- ⇒ Stark wachsend ist auch das Angebot an spezialisierten „**(Jugend-)Hostels**“. Diese Betriebstypen, teils als Einzelbetriebe teils durch Ketten entwickelt, bieten in der Abkehr von klassischen Jugendherbergen „coole Begegnungszonen“ für junge und junggebliebene Reisende.
- ⇒ Eine wachsende Anzahl von Touristen strebt nach möglichst authentischen Erlebnissen und Erfahrungen. Dieses Phänomen kann auch als „**live like a local**“ Bewegung bezeichnet werden und bildet die Basis für sogenannte „sharing-Konzepte“. Viele Städte wurden von dieser Thematik und ihrer Dynamik überrascht und arbeiten aktuell an entsprechenden Regulierungsinstrumenten zur Schaffung vergleichbarer Bedingungen zu jenen der gewerblichen Hotellerie.
- ⇒ „Neue“ Beherbergungstypen finden sich auch im Bereich sogenannter „**Longstay-Konzepte**“ (verstanden als Aufenthalte zwischen 7 Tagen und maximal 1 Jahr). Diese erfreuen sich wachsender Nachfrage und tragen der Internationalisierung des Arbeits- und Bildungsmarktes sowie ausgewiesenen Spezialbedürfnissen Rechnung.
- ⇒ Eine weitere dynamische Entwicklung zeigt sich im **Segment der „MICE-Hotellerie“**, die – als Basis für den Aufbau des Segmentes Großveranstaltungen, Messen, Kongresse und Conventions – in enger räumlicher Nähe bzw. direkter Anbindung an Kongress- oder Messe-Strukturen – diese Märkte entsprechend aufbaut und serviziert bzw. über eine additive Positionierung mit Tagungs- und Gruppen-Angeboten ihr Produktportfolio abrundet.
- ⇒ **Innsbruck** ist mit seinem bestehenden Angebot derzeit eher „klassisch“ aufgestellt und birgt konzeptiv in den obigen Segmenten noch entsprechende **Entwicklungspotenziale**.

4 Zusammenfassende SWOT-Analyse des hoteltouristischen Standortes Innsbruck

Stärken

- Geografische Lage und Erreichbarkeit
- Exzellente Anbindung an nationale und internationale Verkehrsströme
- Hohe internationale Markenbekanntheit
- Einzigartige Verbindung des umgebenden alpinen Natur- und Kulturrums mit urbanem Flair (Nordkette-Stadtbeziehung; Feriendörfer)
- Innsbruck als Wirtschafts- und Universitätsstandort
- Kompaktheit der Stadt mit kurzen Wegen
- Gelungene Kombination aus Natur, Kultur und Shopping
- Gute Basis familiengeführter Hotelbetriebe
- Attraktiver nächtigungsgenerierender Veranstaltungsmix im Jahreskreislauf
- Anhaltend hoher Nachfragedruck und Auslastung in allen touristischen Segmenten

Schwächen

- Kleinteiligkeit der Angebotsstruktur mit fehlenden Kapazitäten für Großveranstaltungen
- Geringer Anteil an internationaler Markenhotellerie
- Fehlen von Leitbetrieben im Premium-, Longstay- und Hostel-Segment
- Verhältnismäßig großer Anteil wenig USP1-kräftiger Hotelbetriebe
- Teils zu breite Streuung der Qualitäten innerhalb gleicher Sterneklassifizierungen
- Teils starker Rückgang der touristischen Beherbergungskapazitäten in den Feriendörfern²
- Vergleichsweise geringe durchschnittliche Aufenthaltsdauer
- Vergleichsweise geringere Internationalisierung in den Nicht-DACH-Märkten als der Wettbewerb
- Vor allem in den niederen Beherbergungskategorien teilweise vorhandener Investitionsstau (= Überalterung von Bestandsbetrieben aufgrund zu geringer jährlicher Investitionsquoten in die betriebliche Entwicklung)

¹ Hotels mit unverwechselbarem Profil und entsprechender Strahlkraft

² Für Innsbruck betrifft dies v.a. das südliche Mittelgebirge/den Stadtteil Igls

4 Zusammenfassende SWOT-Analyse des hoteltouristischen Standortes Innsbruck

Chancen

- Eventkultur fördert und stärkt das alpin-urbane Image der Marke Innsbruck und bringt nachhaltig positive Effekte auf die Wertschöpfung
- Bemühungen der Congress Messe Innsbruck hinsichtlich Akquise neuer Kongresse und Messen stärkt den MICE-Standort Innsbruck
- Investitionen in neue touristische Infrastrukturprojekte (z.B.: Patscherkofelbahn)
- Ermöglichung weiteren Marktwachstums durch differenzierte Hotelentwicklungen
- Ermöglichung weiteren Marktwachstums durch stärkere Internationalisierung der Nachfrage (im Einklang mit der Entwicklung des Flughafens)
- Potenziale aus der Produktentwicklung in den Bereichen (Medical-)Wellness & Health in den Feriendörfern (auch in Zusammenhang mit der Medizinuniversität Innsbruck)
- Potenziale im Longstay-Bereich auf Basis neuer soziodemografischer und/oder internationaler Nachfragegruppen (Job-Nomaden, arabischer und asiatischer Raum)

Risiken

- Angebots- sowie nachfragebezogene Trends und Entwicklungen werden nicht zeitgerecht implementiert
- Bestehende Investitionsstaus werden nicht aufgelöst und führen zu wachsendem Wettbewerbs- und Preisdruck
- (Zu) starke Regulierung bremst innovative Entwicklungen am Markt
- (Zu) geringe Präsenz in internationalen Vertriebssystemen führt zu verlangsamtem Marktwachstum

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.1 Ermittlung künftiger Kapazitätserfordernisse

5.1.1 Prämissen

Einer Ermittlung nachhaltig tragfähiger Kapazitäten für den Hotelmarkt Innsbruck liegen nachstehende Prämissen zugrunde:

- ⇒ Es ist davon auszugehen, dass auf Basis der skizzierten Entwicklungen im internationalen Städtetourismus auch zukünftig ein **nachhaltiges Nachfragewachstum** für die Stadt Innsbruck erwartet werden kann.
- ⇒ Ein derartiges Nachfragewachstum bedarf einer entsprechend koordinierten Entwicklung eines **adäquaten Angebotswachstums** unter folgenden Voraussetzungen:
 - ⇒ Neue Angebote ergänzen das bestehende Portfolio in konzeptioneller und kapazitätsmäßiger Sicht und schließen auf diese Weise bestehende Angebotslücken (**Produktentwicklung und Diversifikation statt direkter Konkurrenzierung**).
 - ⇒ Grundlage aller Überlegungen ist hierbei die Anpassung des Innsbrucker hoteltouristischen Angebotes in qualitativer Sicht an die internationale Marktentwicklung **im Sinne eines breiten Konzeptmix**.
 - ⇒ Entsprechend den Empfehlungen zur „Raumverträglichen Tourismusedwicklung der Tiroler Landesregierung“ aus 2010 sollten generell Projektneuentwicklungen mit **Kapazitäten über 150 Zimmern besonders sorgsam geprüft** und nur auf Basis **spezieller nachweislicher Notwendigkeiten** entwickelt werden.
 - ⇒ Ökonomische Zielsetzung ist zum einen eine entsprechende Erhöhung der **nachhaltigen Wertschöpfung** pro Gast für die Stadt Innsbruck und zum anderen eine entsprechende **Absicherung der erreichten Auslastungsniveaus der Hotellerie**.
- ⇒ Basierend auf diesen Prämissen hat die Definition sinnvoller **Angebotsausweitungen**
 - ⇒ auf Basis der künftigen Nachfrageentwicklung **in Szenarien** sowie
 - ⇒ der Bereitstellung der für die jeweiligen Konzepttypen **geeigneten Entwicklungszonen und Standorte** zu erfolgen.

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.1 Ermittlung künftiger Kapazitätserfordernisse

5.1.2 Szenario-Methode

- ⇒ Aufgrund der Heterogenität unterschiedlichster nicht eindeutig prognostizierbarer Einflussfaktoren auf die Nachfrage und ihrer Wechselwirkungen - Beispiele hierfür sind die Entwicklungen im Flugverkehr, die Entscheidung für oder gegen (sportliche) Großereignisse oder die Entwicklungen im Bereich der sharing economy (AirBnB) – ist es sinnvoll, unterschiedliche **Szenarien** der Marktentwicklung anzunehmen und deren jeweilige Auswirkungen auf die Entwicklung von Nachfrage und Angebot darzustellen. Damit ermöglicht dieses Instrument auch die **kurzfristige Anpassbarkeit der Konsequenzen der jeweiligen Nachfrageentwicklung auf eine angepasste Angebotssteuerung**.

- ⇒ In der Folge werden **drei plausible Szenarien** für den Hotelmarkt Innsbruck zum **prognostizierbaren Marktwachstum und deren angebotsseitigen Konsequenzen berechnet**, die auch die sich im Zeitverlauf ergebende Reduktion bestehender Beherbergungskapazitäten (**=Substitutionsbedarf**), etwa durch Betriebsaufgabe oder Wandlung in andere Nutzungen miteinbezieht.
 - ⇒ Szenario A: **geringes Wachstum 2%** (Wachstum in den ersten drei Jahren um ein Drittel weniger dynamisch als in der letzten Dekade, danach 1,5% (entspricht dem halben Wachstum der letzten Dekade))
 - ⇒ Szenario B: **gemäßigtes Wachstum 3%** (gleiches Wachstum wie in der letzten Dekade)
 - ⇒ Szenario C: **dynamisches Wachstum 3,5%** (um rd. 15% höheres Wachstum als in der letzten Dekade)

- ⇒ Die Berechnung erfolgt unter der Prämisse, dass die Bettenauslastung in der gewerblichen Hotellerie trotz des Angebotswachstums und aufgrund des Marktwachstums **zumindest einen Wert von 60% Bettenauslastung** erreicht.

- ⇒ Die Umrechnung der prognostizierten Bettenkapazitäten erfolgt im Verhältnis 2:1 auf Zimmereinheiten.

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.1 Ermittlung künftiger Kapazitätserfordernisse

5.1.2 Szenario-Methode

Szenario A: geringes Wachstum

- Ausgangspunkt ist die Marktsituation 2016
- Planungszeitraum 2017-2026
- Jährliches Nächtigungswachstum 2 % in den ersten drei Jahren, sodann 1,5% (= halbe Wachstumsgeschwindigkeit Innsbrucks in der letzten Dekade)
- Jährlicher Substitutionsbedarf 1% p.a. der Betten
- Bettenauslastung 60%

Szenario B: gemäßigttes Wachstum

- Ausgangspunkt ist die Marktsituation 2016
- Planungszeitraum 2017-2026
- Jährliches Nächtigungswachstum 3% (= gleiche Wachstumsgeschwindigkeit wie Innsbruck in der letzten Dekade)
- Jährlicher Substitutionsbedarf 1% p.a. der Betten
- Bettenauslastung zwischen 60% und 64% in der Dekade

Szenario C: dynamisches Wachstum

- Ausgangspunkt ist die Marktsituation 2016
- Planungszeitraum 2017-2026
- Jährliches Nächtigungswachstum 3,5% (= rd. 15% höhere Wachstumsgeschwindigkeit als in der letzten Dekade)
- Jährlicher Substitutionsbedarf 1% p.a. der Betten
- Bettenauslastung zwischen 60% und 63% in der Dekade

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.1 Ermittlung künftiger Kapazitätserfordernisse

5.1.3 Berechnung

Szenario A: geringes Wachstum

Prognose künftiger Kapazitätserfordernisse (gewerbliche Betriebe)										
Jahr	gewerbliche Betriebe			Nächtigungen gewerbliche Betriebe	Wachstumsquote p.a.			Ziel-auslastung	Betten-bedarf	Zimmer-bedarf
	5/4 Sterne	3 Sterne	2/1 Sterne		Ø	5/4 Sterne	3 Sterne			
Referenzwert: Wachstum p.a. 2001-2016					2,0%	4,7%	0,1%			
2016	855.371	440.697	129.777	1.425.845						
2017	872.478	449.511	132.373	1.454.362	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	59%	
2018	889.928	458.501	135.020	1.483.449	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	60%	
2019	907.727	467.671	137.720	1.513.118	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	60%	
2020	921.342	474.686	139.786	1.535.815	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	60%	
2021	935.163	481.807	141.883	1.558.852	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	60%	
2022	949.190	489.034	144.011	1.582.235	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	60%	
2023	963.428	496.369	146.171	1.605.968	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	60%	
2024	977.879	503.815	148.364	1.630.058	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	60%	
2025	992.547	511.372	150.589	1.654.509	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	60%	
2026	1.007.436	519.042	152.848	1.679.326	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	60%	
Veränderung 2016-2026	152.065	78.345	23.071	253.481						1.638 819

- ⇒ Unter Annahme eines jährlichen Nächtigungswachstums von anfangs 2% in den ersten Jahren, das sich sodann auf 1,5% p.a. abschwächt in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (alle Kategorien) ist für das Jahr 2026 in Innsbruck inkl. Igls/Vill von 1,68 Mio. Nächtigungen auszugehen.
- ⇒ Die Berechnung des sich daraus ergebenden zusätzlichen Bettenbedarfs unter Wahrung einer Mindestauslastungsquote von 60% ergibt in diesem Szenario graduell bis zum Jahr 2026 einen zusätzlichen Bedarf von rd. 1.600 Betten bzw. rd. 800 Zimmern.
- ⇒ Der im internationalen Städtetourismus anzunehmende Substitutionsbedarf in der Höhe von 1% p.a. ist im angegebenen zusätzlichen Betten- bzw. Zimmerbedarf bereits berücksichtigt.

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.1 Ermittlung künftiger Kapazitätserfordernisse

5.1.3 Berechnung

Szenario B: **gemäßigtes Wachstum**

Prognose künftiger Kapazitätserfordernisse (gewerbliche Betriebe)											
Jahr	gewerbliche Betriebe			Nächtigungen gewerbliche Betriebe	Wachstumsquote p.a.			Ziel-auslastung	Betten-bedarf	Zimmer-bedarf	
	5/4 Sterne	3 Sterne	2/1 Sterne		Ø	5/4 Sterne	3 Sterne				2/1 Sterne
Referenzwert: Wachstum p.a. 2001-2016					2,0%	4,7%	0,1%				
2016	855.371	440.697	129.777	1.425.845							
2017	881.032	453.918	133.670	1.468.620	3,0%	3,0%	3,0%	60%			
2018	907.463	467.535	137.680	1.512.679	3,0%	3,0%	3,0%	60%			
2019	934.687	481.562	141.811	1.558.059	3,0%	3,0%	3,0%	60%			
2020	962.728	496.008	146.065	1.604.801	3,0%	3,0%	3,0%	61%			
2021	991.609	510.889	150.447	1.652.945	3,0%	3,0%	3,0%	61%			
2022	1.021.358	526.215	154.961	1.702.533	3,0%	3,0%	3,0%	62%			
2023	1.051.998	542.002	159.609	1.753.610	3,0%	3,0%	3,0%	62%			
2024	1.083.558	558.262	164.398	1.806.218	3,0%	3,0%	3,0%	63%			
2025	1.116.065	575.010	169.330	1.860.404	3,0%	3,0%	3,0%	63%			
2026	1.149.547	592.260	174.409	1.916.216	3,0%	3,0%	3,0%	64%			
Veränderung 2016-2026	294.176	151.563	44.632	490.371					2.184	1.092	

- ⇒ Unter Annahme eines jährlichen Nächtigungswachstums von durchgängig 3% in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (alle Kategorien) ist für das Jahr 2026 in Innsbruck inkl. Igls/Vill von ca. 1,9 Mio. Nächtigungen auszugehen.
- ⇒ Die Berechnung des sich daraus ergebenden zusätzlichen Bettenbedarfs unter Wahrung einer Mindestauslastungsquote von 60% bis 64% ergibt in diesem Szenario graduell bis zum Jahr 2026 einen zusätzlichen Bedarf von rd. 2.200 Betten bzw. rd. 1.100 Zimmern.
- ⇒ Der im internationalen Städtetourismus anzunehmende Substitutionsbedarf in der Höhe von 1% p.a. ist im angegebenen zusätzlichen Betten- bzw. Zimmerbedarf bereits berücksichtigt.

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.1 Ermittlung künftiger Kapazitätserfordernisse

5.1.3 Berechnung

Szenario C: dynamisches Wachstum

Prognose künftiger Kapazitätserfordernisse (gewerbliche Betriebe)										
Jahr	gewerbliche Betriebe			Nächtigungen gewerbliche Betriebe	Wachstumsquote p.a.			Ziel-auslastung	Betten-bedarf	Zimmer-bedarf
	5/4 Sterne	3 Sterne	2/1 Sterne		Ø	5/4 Sterne	3 Sterne			
Referenzwert: Wachstum p.a. 2001-2016					2,0%	4,7%	0,1%			
2016	855.371	440.697	129.777	1.425.845						
2017	885.309	456.121	134.319	1.475.750	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	59%	
2018	916.295	472.086	139.020	1.527.401	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	60%	
2019	948.365	488.609	143.886	1.580.860	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	60%	
2020	981.558	505.710	148.922	1.636.190	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	60%	
2021	1.015.912	523.410	154.134	1.693.457	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	61%	
2022	1.051.469	541.729	159.529	1.752.728	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	61%	
2023	1.088.271	560.690	165.113	1.814.073	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	62%	
2024	1.126.360	580.314	170.892	1.877.566	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	62%	
2025	1.165.783	600.625	176.873	1.943.280	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	62%	
2026	1.206.585	621.647	183.063	2.011.295	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	63%	
Veränderung 2016-2026	351.214	180.950	53.286	585.450						2.764 1.382

- ⇒ Unter Annahme eines jährlichen Nächtigungswachstums von durchgängig 3,5% in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben (alle Kategorien) ist für das Jahr 2026 in Innsbruck inkl. Igls/Vill von rd. 2 Mio. Nächtigungen auszugehen.
- ⇒ Die Berechnung des sich daraus ergebenden zusätzlichen Bettenbedarfs unter Wahrung einer Mindestauslastungsquote von 60% bis 63% ergibt in diesem Szenario graduell bis zum Jahr 2026 einen zusätzlichen Bedarf von rd. 2.800 Betten bzw. rd. 1.400 Zimmern.
- ⇒ Der im internationalen Städtetourismus anzunehmende Substitutionsbedarf in der Höhe von 1% p.a. ist im angegebenen zusätzlichen Betten- bzw. Zimmerbedarf bereits berücksichtigt.

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.1 Kapazitätsanforderungen

5.1.4 Fazit

- ⇒ Im Zeitraum 2005 bis 2015 sind die Nächtigungen in Innsbruck inkl. Igls/Vill um 35% und die Ankünfte um 45% angestiegen, die Bettenauslastung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe im Jahr 2015 betrug rd. 62%. Im Vergleich zu anderen österreichischen Landeshauptstädten wird damit ein sehr guter Wert erzielt (Salzburg: 54%, Wien: 57%, Graz: 58%).
- ⇒ In der Vorstudie der GMA aus dem Jahr 2006 gehen die Autoren bei ihrer Prognoserechnung zu den quantitativen Entwicklungspotenzialen des Hotel- und Beherbergungsmarktes Innsbruck bis zum Jahr 2015 in einer optimistischen Betrachtung von einem Nächtigungsanstieg auf 1.107.500 Nächtigungen aus. Wie aus der aktuellen Nächtigungsstatistik hervorgeht wurde dieser Wert um rd. 300.000 Nächtigungen übertroffen. Weiters wurde das Entwicklungspotenzial an Hotelbetten inkl. Ergänzung des Substitutionsbedarfs in einer „Zielprognose 2015“ (Annahme: 1,1 Mio. Nächte) im Bereich von etwa 6.830 Betten angenommen. Im Vergleich zum tatsächlichen Bettenbestand zeigt sich anhand der damaligen Prognose ein aktuell ungenutztes Entwicklungspotential von rund 300 Betten.
- ⇒ Die grundsätzlich positiv annehmbaren Prognosen der Zukunftsentwicklung der Nachfrage im Städtetourismus der nächsten 10 Jahre - auch unter Würdigung eines anzunehmenden Substitutionsbedarfs – berechnen, je nach angesetzter Wachstumsdynamik und einer definierten Zielauslastung von zumindest 60%, ein mögliches **Angebotswachstum für den Zeitraum bis 2026 zwischen ca. 800 – ca. 1.400 zusätzlichen Zimmern als marktverträglich.**
- ⇒ Dieser Zuwachs kann prinzipiell durch Aus- und Umbauten bestehender Betriebe sowie aufgrund von Neueröffnungen erreicht werden, unabhängig von der Frage privater (lokaler) oder internationaler Marken-Betreiber.
- ⇒ Jedenfalls ist darauf Bedacht zu nehmen, dass dieses Wachstum nicht eindimensional, sondern ausgewogen entlang der definierten konzeptionellen Entwicklungsrichtungen im Sinne eines **entsprechend ausgewogenen Angebots-Mix erfolgt, also sämtliche der angesprochenen Konzept-Typen in diesem Mengenintervall Verwirklichung finden können.**

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.2 Qualitativ-konzeptionelle Anforderungen

- ⇒ Der Innsbrucker Beherbergungsmarkt weist derzeit im Vergleich zu anderen Städten ein verhältnismäßig gering ausdifferenziertes Angebot auf.
- ⇒ Eine dynamische Entwicklung der Nachfrage bei gleichzeitig unterproportionalem Wachstum des Bettenangebots führt erfahrungsgemäß zu mäßigem Innovationsdruck, was kurzfristig zwar erfolgreich, mittel- und langfristig jedoch wachstumshemmend sein kann.
- ⇒ Die Entwicklung kann sowohl in Form von Hotelprojekten der Privathotellerie als auch über (inter)nationale (Franchise-) Brands erfolgen.
- ⇒ Für die Entstehung eines ausgewogenen, an den künftigen Bedürfnissen der Nachfrage orientierten Bettenangebotes, wäre eine **stärkere konzeptionelle Ausdifferenzierung** anzustreben. Auf Basis der Entwicklung Szenario B: gemäßigtes Wachstum wäre nachstehender Betriebstypenmix anzuregen:



5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.3 Allgemeine Standortanforderungen

- ⇒ Die Anforderungen an den jeweils „idealen“ Standort sind von der individuellen Konzeption, Größe und Betreiberschaft des Beherbergungsbetriebs abhängig und können je nach Kernnutzerguppe stark variieren.
- ⇒ **Konzeptionelle Standorteignungen:**
 - ⇒ Wandlung historischer Bausubstanzen in oder in unmittelbarer Nähe zum historischen Zentrum für **Premium-, Themen- und Boutique-Hotellerie**
 - ⇒ Neue Standorte in unmittelbarer Nähe/Anbindung zu „Frequenzpunkten“ wie Kongress- und Messezentren, Hauptbahnhöfen, Flughäfen, Shopping- und Gewerbezentren bzw. Autobahnabfahrten für **MICE- und Lifestyle-(Budget-)Hotellerie bzw. Longstay-Konzepte**
 - ⇒ Standorte in Nähe zu longstay-affinen Infrastrukturen (Universitäten, Bildungseinrichtungen, Krankenhäuser) für Longstay- und **Hostel-Konzepte**
 - ⇒ Ländliche Standorte für **spezialisierte Themenhotellerie** (zB Gesundheit- und Wellness-Konzepte) bzw. Longstay-Konzepte
- ⇒ **Spezifische Standorteignungen:**
 - ⇒ Zur Klärung der spezifischen Eignung unterschiedlicher Standorte in der Stadt für spezifische Hotelkonzepte wurde in der Folge eine Zonierung des Stadtgebietes in vier Entwicklungszonen vorgenommen.
 - ⇒ Sodann wurde festgelegt für welche Konzepttypen diese Zonen jeweils besonders geeignet erscheinen (**Konzeptzuordnung**).
 - ⇒ In einer weiteren Stufe wurden aktuell in der Magistratsabteilung vorliegende Projektanträge in Hinblick auf deren konkrete Zoneneignung eingeschätzt (**Zoneneignung des Konzeptes**).
 - ⇒ Eine **abschließende tourismusfachliche** Erststellungnahme auf Basis vorliegender Projektinformationen konkretisiert die für eine endgültige Beurteilung notwendigen Limitationen (Kommentar).
 - ⇒ **Jedenfalls gilt es festzuhalten, dass im Rahmen der Ersteinschätzung keinerlei betriebswirtschaftliche Aspekte bewertet werden, sondern lediglich Aussagen zur wirtschaftsräumlichen Standortverträglichkeit getroffen werden.**

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

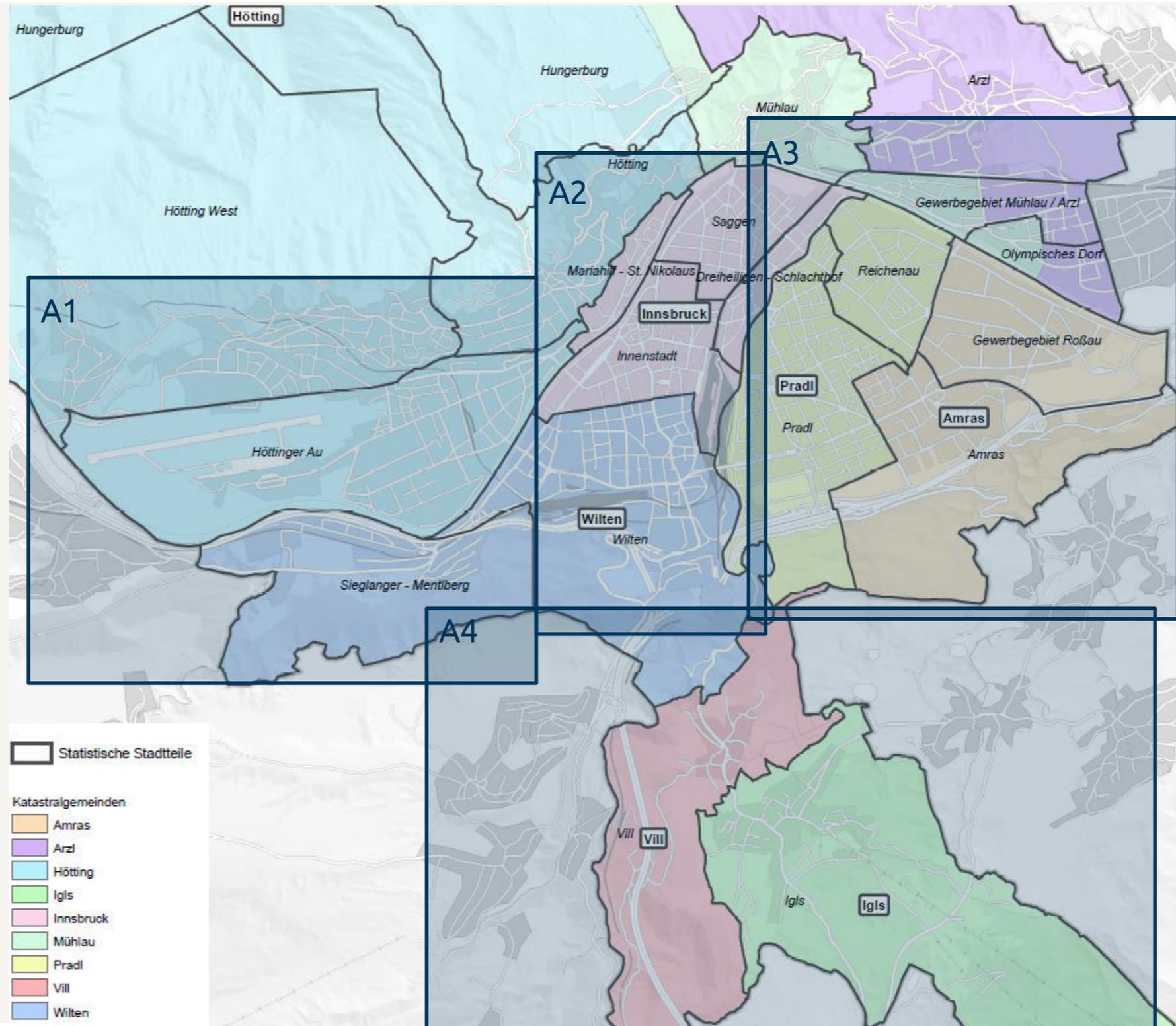
5.3 Allgemeine Standortanforderungen

Zonierung

Die Verknüpfung der marktseitigen Entwicklungsanforderungen mit den städtischen Standorträumen erfolgt nun unter spezieller Berücksichtigung der stadtteilspezifischen Gegebenheiten, die in der Zonenbeschreibung umrissen werden und die Zoneneignung für die Prüfstandorte definieren.

Zu diesem Zweck wird eine pragmatische, aus tourismusfachlicher Sicht logische Zonierung des Stadtgebietes in vier Bereiche vorgenommen (Zentrum = Innsbruck Mitte, westliche Peripherie = Innsbruck West, östliche Peripherie = Innsbruck Ost, Igls/Vill = Innsbruck Süd).

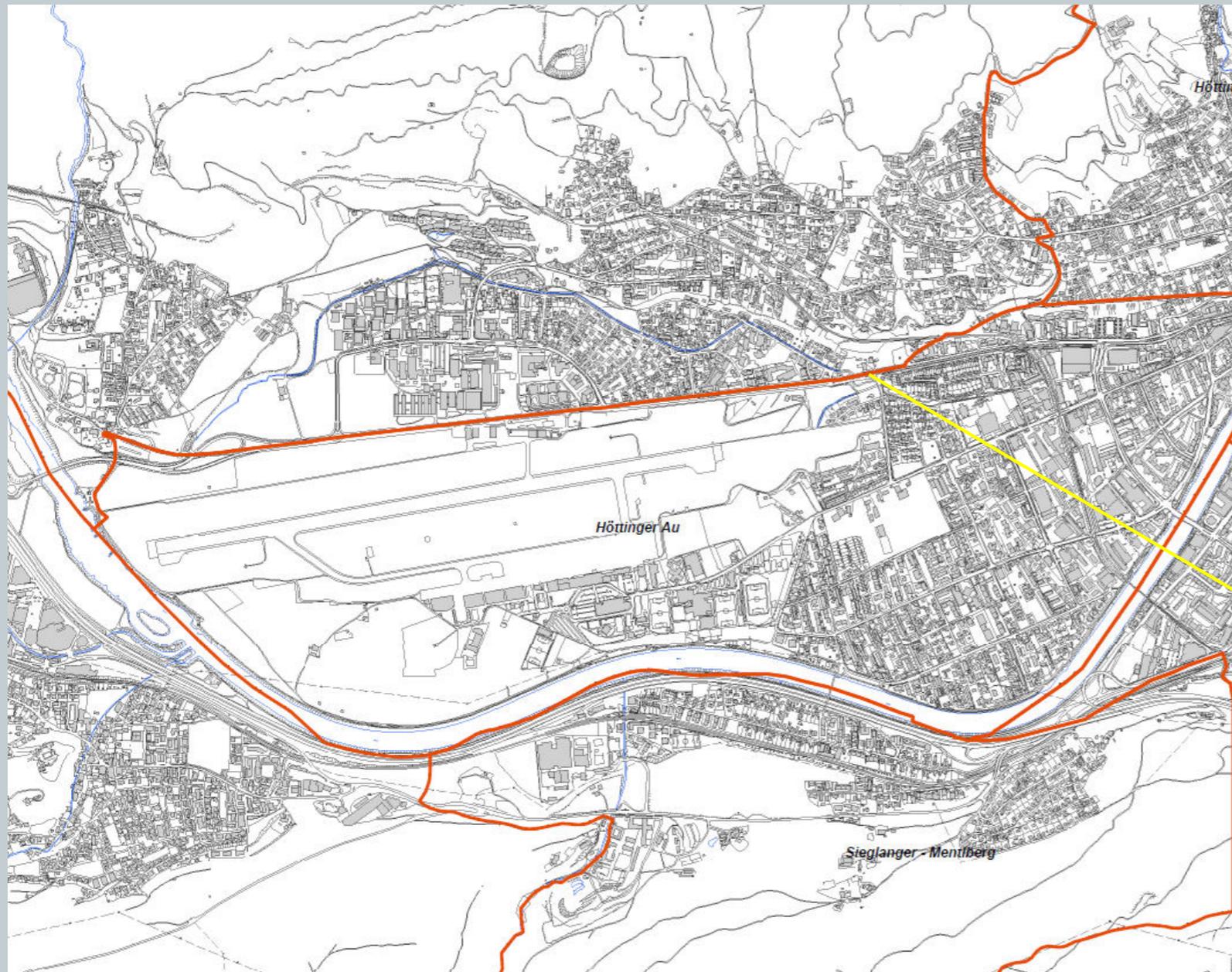
- ⇒ **Zone A1: Innsbruck West**
Sieglinger-Mentlberg, Höttinger Au, Hötting West, Wilten
- ⇒ **Zone A2: Innsbruck Mitte**
Mariahilf-St. Nikolaus, Saggen, Dreieheiligen-Schlachthof, Innenstadt, Wilten
- ⇒ **Zone A3: Innsbruck Ost**
Pradl, Reichenau, Mühlau, Rossau, Amras, Arzl
- ⇒ **Zone A4: Innsbruck Süd**
Vill, Igls



5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.3 Allgemeine Standortanforderungen

Zone A1: Innsbruck West



Zonenbeschreibung:

- ⇒ Schnittstelle zwischen (wachsenden) Wohngebieten und der Innenstadt
- ⇒ Trägerinfrastrukturen: Universität (Technische Fakultät), Flughafen, USI, Autobahnabfahrt Innsbruck, Kranebitten
- ⇒ Gewerbeflächen

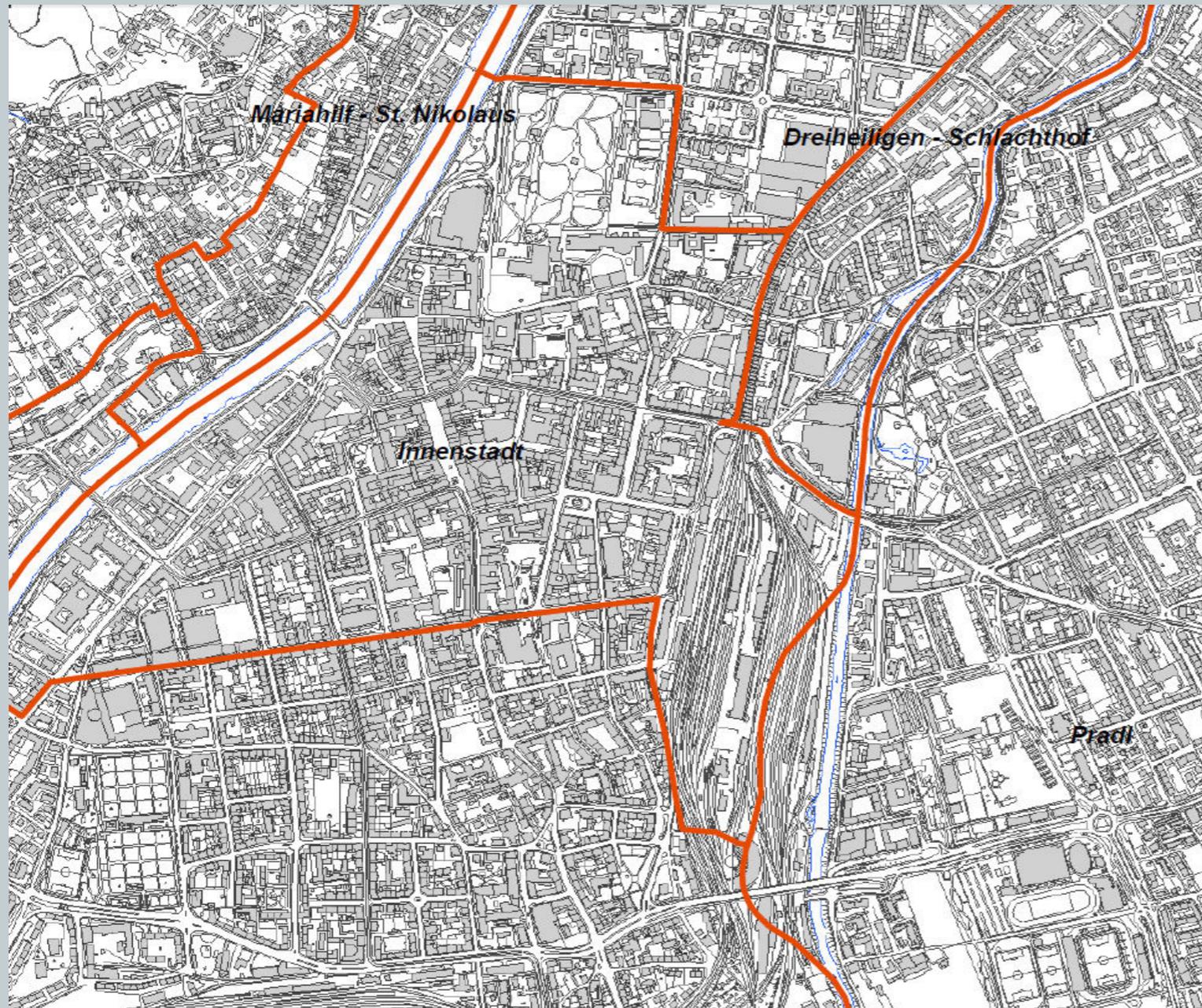
Besondere Zoneneignung für folgende Konzepttypen:

- ⇒ MICE-(Business)-Konzept
- ⇒ Longstay-Konzept
- ⇒ Hostel-Konzept

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.3 Allgemeine Standortanforderungen

Zone A2: Innsbruck Mitte



Zonenbeschreibung:

- ⇒ Innenstadt - historisches Zentrum
- ⇒ hohe Dichte an Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben, Shoppingmöglichkeiten (Achse Maria-Theresienstraße, ..)
- ⇒ Hauptbahnhof, Kongresshaus, Messe, MCI u. Sowi, Haus der Musik, Landesmuseum, Hofkirche, Nordkettenbahn

Besondere Zoneneignung für folgende Konzepttypen:

- ⇒ MICE-(Business-) Konzept
- ⇒ Premium-Konzept
- ⇒ Lifestyle-(Budget-) Konzept
- ⇒ Themen-(Boutique-) Konzept

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.3 Allgemeine Standortanforderungen

Zone A3: Innsbruck Ost



Zonenbeschreibung:

- ⇒ Schnittstelle zwischen (wachsenden) Gewerbegebieten und Wohngebieten (Reichenau, Olympisches Dorf)
- ⇒ Autobahnabfahrt Innsbruck Ost (und Innsbruck Mitte)
- ⇒ Großflächige Gewerbe- und Shoppingbereiche (DEZ, SOHO,..)

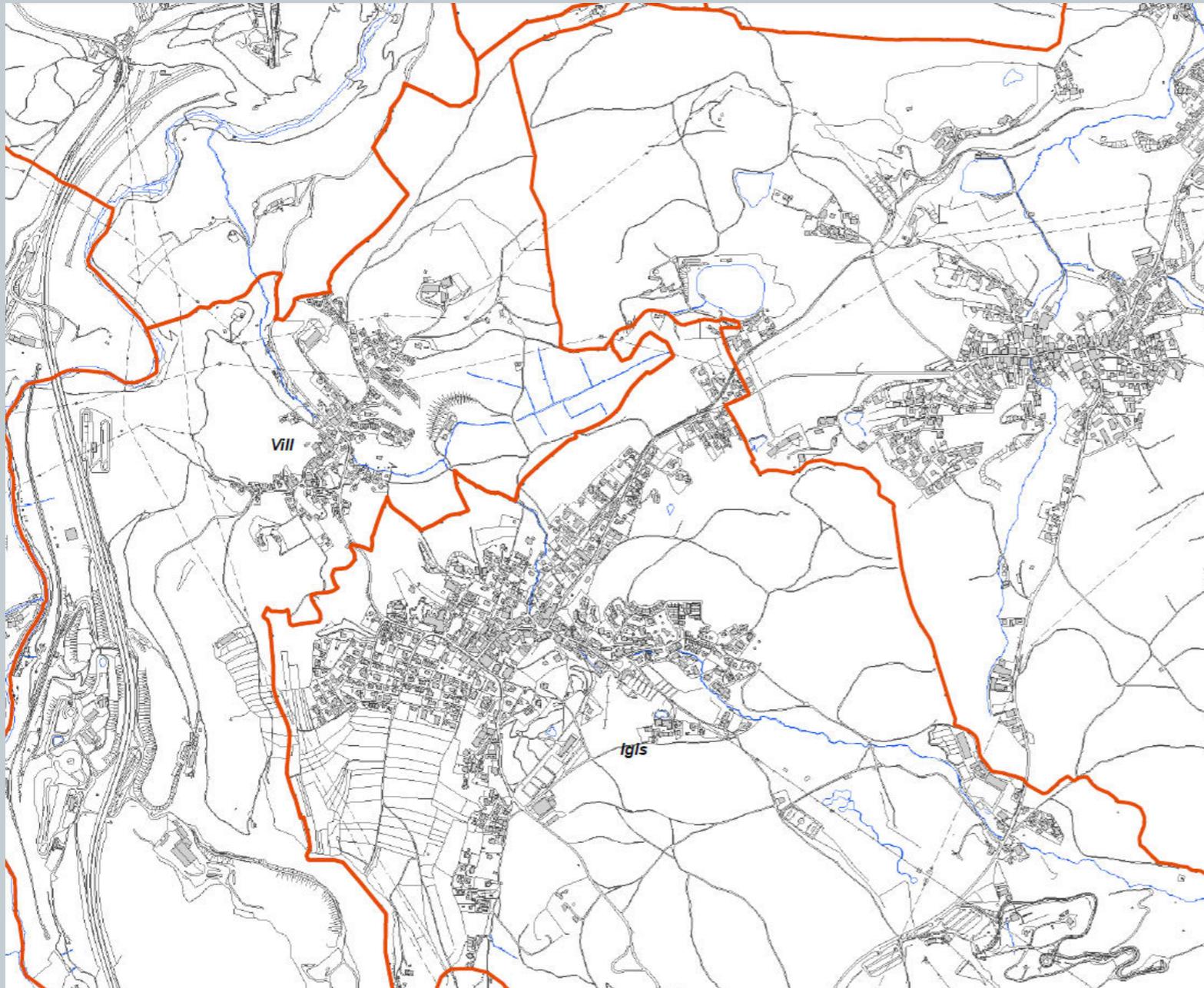
Besondere Zoneneignung für folgende Konzepttypen:

- ⇒ Lifestyle-(Budget-) Konzept
- ⇒ Hostel-Konzept
- ⇒ Longstay-Konzept

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.3 Allgemeine Standortanforderungen

Zone A4: Innsbruck Süd



Zonenbeschreibung:

- ⇒ Innsbrucks Feriendörfer
- ⇒ Dominanz von Wohnnutzungen und Freilandwidmungen
- ⇒ Autobahnabfahrt Innsbruck Mitte
- ⇒ Kerninfrastrukturen: Patscherkofelbahn, Bobbahn, Olympiagolf, Reitinfrastruktur
- ⇒ Lanser See (Gemeindegebiet Lans)

Besonders geeignete Konzepttypen am Standort:

- ⇒ Themen-(Boutique-) Konzept
- ⇒ MICE-(Business-) Konzept
- ⇒ Longstay-Konzept
- ⇒ Igls/Vill: Gesundheitsaffine Konzepte

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.4 Situation Igls/Vill

Einschätzung zur speziellen Situation in Igls/Vill:

- ⇒ Eine Betrachtung der Nächtigungsstatistik für Igls-Vill zeigt, dass sich die Nächtigungen alleine seit 2011 von 194.372 auf 171.239 im Jahr 2015 reduziert haben. Dies entspricht einem Rückgang von rd. 12%, der auch einem Rückbau der dortigen Kapazitäten geschuldet ist. 2016 hat ein weiterer größerer Betrieb geschlossen (Eagles Hotel Astoria). In Innsbruck exklusive Igls hingegen haben sich die Nächtigungszahlen im Vergleichszeitraum um rd. 22% gesteigert. Die Stadtteile Igls/Vill konnten somit an der positiven Entwicklung der Stadt Innsbruck nicht partizipieren.
- ⇒ Die Ansprache des „typischen“ Städtetouristen ist vergleichsweise aufgrund der räumlichen Distanz zum Zentrum der Stadt schwierig.
- ⇒ Bemerkenswert ist die historische Entwicklung im Bereich der im Bereich des spezialisierten Medical Wellness- und Gesundheits-Tourismus positionierten Betriebe. Eine Vorreiterrolle nehmen hierbei etwa das Parkhotel Igls (F.X. Mayer-Kur) sowie der (im Gemeindegebiet von Lans situierte) Lanserhof ein, welche beide gezielt die Vorteile einer an sich attraktiven örtlichen touristischen Infrastruktur (Golf, Lansersee, Patscherkofel, Walking Areas) mit ihren – spezifischen Gesundheitsangeboten koppeln.
- ⇒ Für zukünftige Projekte werden die wirtschaftsräumlichen Chancen entweder in weiteren spezialisierten Medical-Wellness bzw. gesundheitsaffinen Konzepten gesehen, oder in Longstay-Angeboten bzw. in speziellen Urlaubformen wie Hotel-Chalet-Entwicklungen oder etwa (stadtnahem) (Motorhome)-Camping (in Seenähe), letztere freilich in kritischer Würdigung des dafür jeweils erforderlichen Flächenverbrauchs.

5 Handlungsfelder und Entwicklungsmaßnahmen für den touristischen Beherbergungsmarkt in Innsbruck

5.5 Begleitende Empfehlungen zur verträglichen Integration neuer Projekte

Zu bestmöglicher Integration neuer Hotelprojekte in den touristischen Beherbergungsmarkt werden insbesondere nachstehende begleitende Rahmenbedingungen seitens der unterschiedlichen Institutionen empfehlenswert.

Institution	Empfohlene Maßnahmen
TVB Innsbruck	<ul style="list-style-type: none">• Kontinuierliche Produktentwicklung in den touristischen Haupt- und Nebenprodukten als Themenbasis für die Hotellerie, auch unter Einbindung (über)regionaler Produktbestandteile• Verstärkte internationale Marktbearbeitung• Aufbau von Vertriebs- und Marketingkooperationen und Plattformen zwischen den (bestehenden und neu hinzukommenden) Hotelbetrieben
Magistrat der Stadt Innsbruck	<ul style="list-style-type: none">• Berücksichtigung der Sicherstellung eines breiten und passenden Mix an Kategorien und Betriebstypen als wesentliches Kriterium in Raumordnungs- und Städteplanerischen Verfahren• Unterstützung neu hinzukommender Betriebe in deren bestmöglicher Integration in das soziale Umfeld und Standortgefüge
Congress Messe Innsbruck	<ul style="list-style-type: none">• Begleitende Forcierung der Vertriebsarbeit von Großveranstaltungen (Kongresse, Messen, etc.) auf Basis der neu hinzukommenden Kapazitäten
Flughafen Innsbruck	<ul style="list-style-type: none">• Stabilisierung und Ausbau der internationalen Flugverbindungen nach Innsbruck
IVB	<ul style="list-style-type: none">• Sicherstellung einer optimalen Anbindung der Hotelstandorte in den Zonen an den öffentlichen Verkehr
Projektwerber	<ul style="list-style-type: none">• (Verpflichtende) Umfeldkommunikation von Projektwerbern mit relevanten standortspezifischen Stakeholdern bereits im Vorfeld der Entwicklung und begleitend während der gesamten Bauphase und Eröffnung

6 Zusammenfassung

- ⇒ Seitens der Magistratsabteilung III / Stadtplanung, Stadtentwicklung und Integration und der Magistratsabteilung IV / Wirtschaft und Tourismus der Landeshauptstadt Innsbruck wurde conos gmbh mit einer „**Markt- und Potentialanalyse des Hotel- und Beherbergungsmarktes in Innsbruck 2017-2027**“ beauftragt.
- ⇒ In der Studie wurden nachfolgende Aspekte untersucht:
 - ⇒ **Bestehende Situation des Tourismusmarktes** Innsbruck in wirtschaftlicher und konzeptiver Sicht inklusive einer verdichtenden **SWOT-Analyse** und **Benchmark-Vergleichen**.
 - ⇒ Wesentliche **Trends, Tendenzen und Entwicklungen** in der (inter)nationalen Hotellerie.
 - ⇒ Einschätzung der auf Basis prognostizierbarer Marktentwicklungen möglichen **Ausweitung der Bettenkapazitäten in unterschiedlichen Eintrittsszenarien**.
 - ⇒ **Einschätzung aktueller Hotelprojekte** in Hinblick auf deren konzeptionelle und standortspezifische Eignung und Machbarkeit für eine markt- und wettbewerbskonforme Entwicklung des städtischen Beherbergungsmarktes.
- ⇒ **Methodisch** wurde zum einen auf umfangreiches primär- und sekundärstatistisches Material, Expertengespräche sowie die Daten- und Informationsgrundlagen zur europäischen Hotelentwicklung der conos gmbh zurückgegriffen.

Im Sinne der erforderlichen **Objektivität** in der Projekteinschätzung wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber bewusst auf direkte Kontaktaufnahmen zu den Projektwerbern verzichtet.

6 Zusammenfassung

- ⇒ Als wesentliche **Kernergebnisse** lassen sich festhalten:
 - ⇒ Innsbruck ist im Benchmark-Vergleich aktuell sehr erfolgreich in Hinblick auf die erzielten Auslastungen, verzeichnet jedoch ein geringeres Marktwachstum als andere Städte, was auch an einem vergleichsweise maßvollen Angebotswachstum liegt.
 - ⇒ Konzeptionell ist die Innsbrucker Hotellerie tendenziell „konservativ“ mit noch geringer Diversifikation in international wachsenden Beherbergungskonzepten.
 - ⇒ Der Anteil internationaler Marken an der Innsbrucker Hotellerie ist im Benchmark-Vergleich gering.
 - ⇒ Je nach gewähltem Entwicklungsszenario der Nachfrage können in Innsbruck im Zeitraum der nächsten zehn Jahre zwischen 800 und 1.400 Zimmer hinzuentwickelt werden ohne dass bestehende Auslastungsniveaus nachhaltig gefährdet werden.
 - ⇒ Die aktuell vorliegenden Projektanträge sind im Wesentlichen bezogen auf Konzepte und Makrostandorte entwicklungscompatibel unter **wirtschaftsräumlichen Gesichtspunkten ohne jede Vorwegnahme einer entsprechend notwendigen raumordnungssachlichen Prüfung durch die jeweiligen Behörden.**
 - ⇒ **Eine projektspezifische oder betriebswirtschaftliche Qualifizierung der Projekte erfolgte auftragsgemäß nicht.**

Linz-Wien-Innsbruck, am 05.04.2017