

Innovationsförderung im Tourismus

Erste Ergebnisse aus dem Online-Panel Q2/18

Worum geht's?

- Zum Aufbau eines am Bedarf des mittelständischen Tourismusgewerbes ausgerichteten Informationsangebotes führt das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes quartalsweise Onlinebefragungen mit touristischen Unternehmen und Organisationen durch.
- Um die Aktivitäten des Kompetenzzentrums bedarfsgerecht zu gestalten, wird ein differenziertes Meinungsbild der deutschen Tourismuswirtschaft eingeholt
- Die Befragungsinhalte orientieren sich somit an den Aufgaben des Kompetenzzentrums sowie an den Bedarfen der Branche
- Themen:
 - Erste Befragungsrunde im ersten Quartal 2018 durchgeführt zum Thema „Mediennutzung im Tourismus“
 - Zweite Befragung im zweiten Quartal zum Thema „Innovationsförderung“

Jetzt mitmachen
beim
Markt- und
Trend-Radar



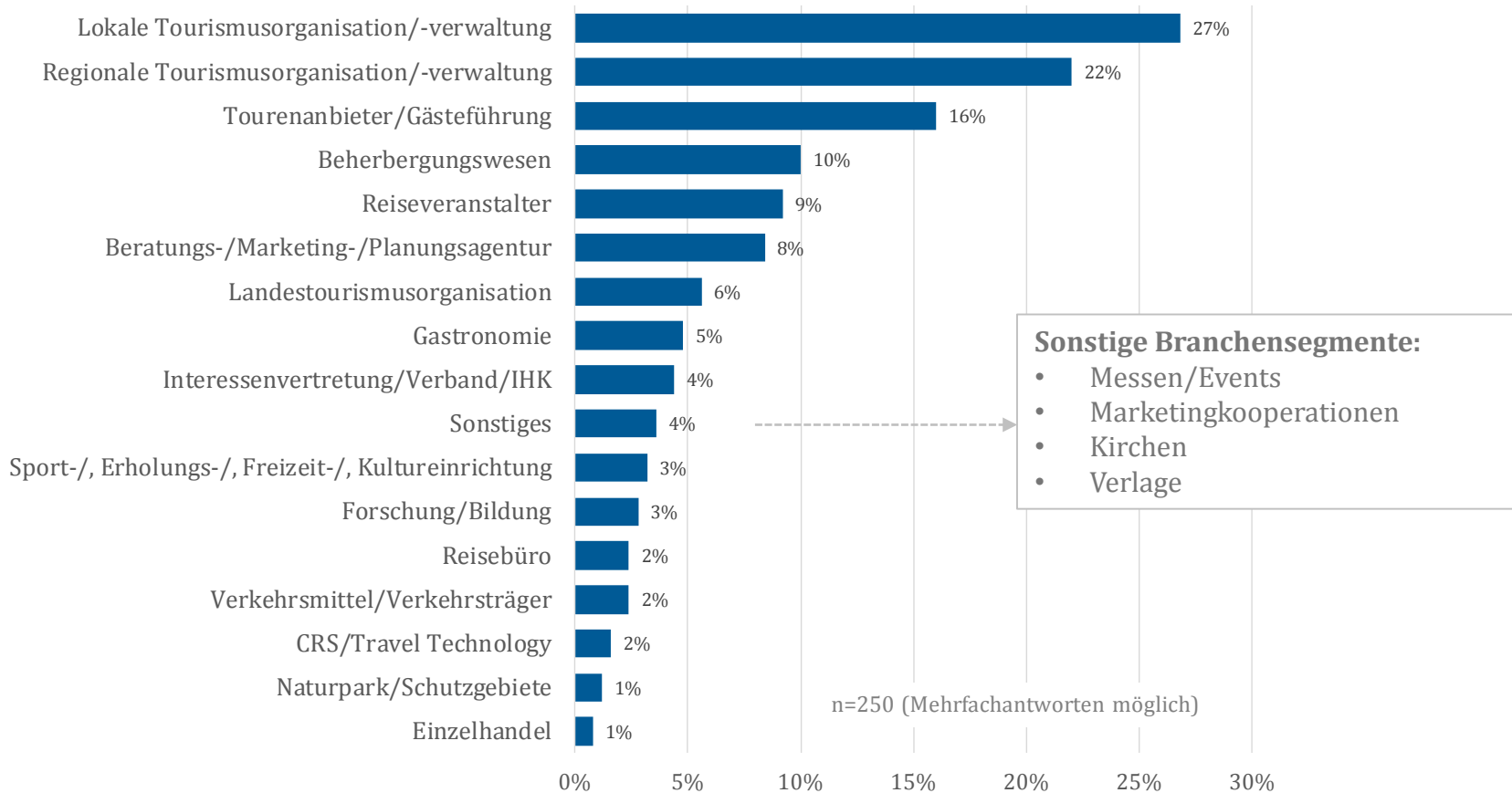
Weitere Informationen unter: www.kompetenzzentrum-tourismus.de/wissen/online-panel

Datenbasis – Online-Panel Q2/18

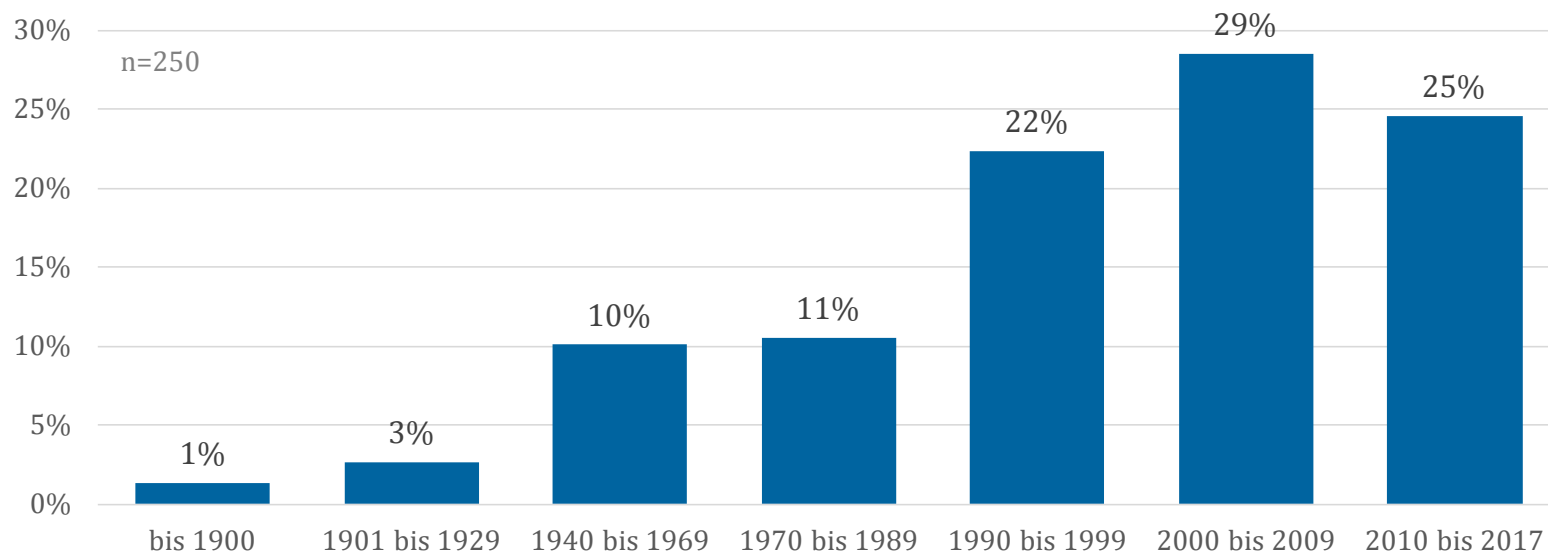
Onlinepanel – Datenbasis Q2

- Valide Fälle: 250
- Befragungszeitraum Q2: 28.05. - 15.06.2018

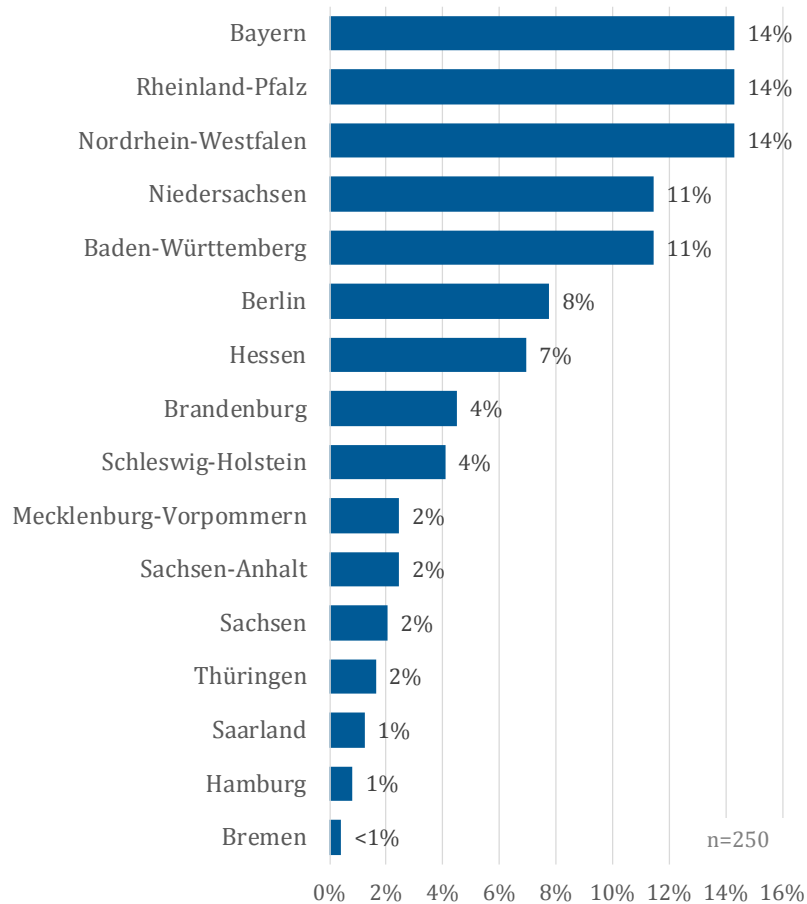
Vertretene Branchen



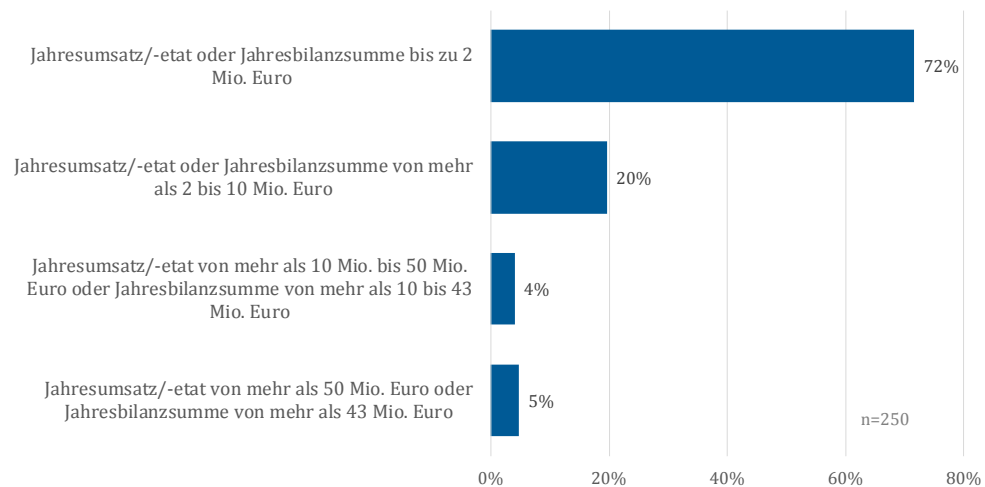
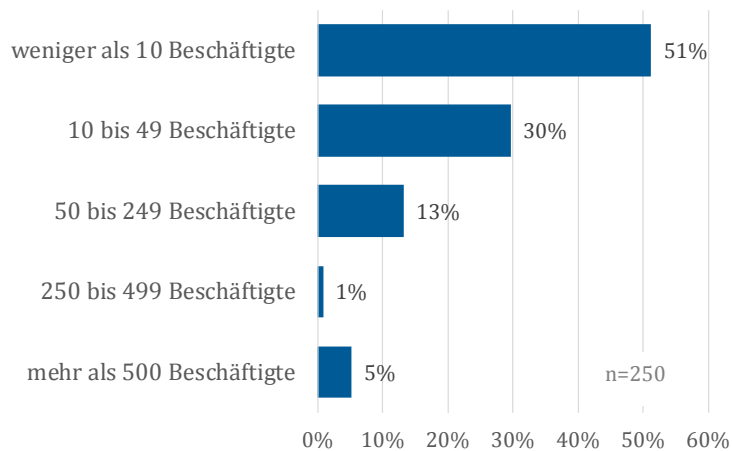
Gründungsjahr der Betriebe



Geschäftssitz der Betriebe



Größe der Betriebe



Anzahl der Geschäftsstandorte

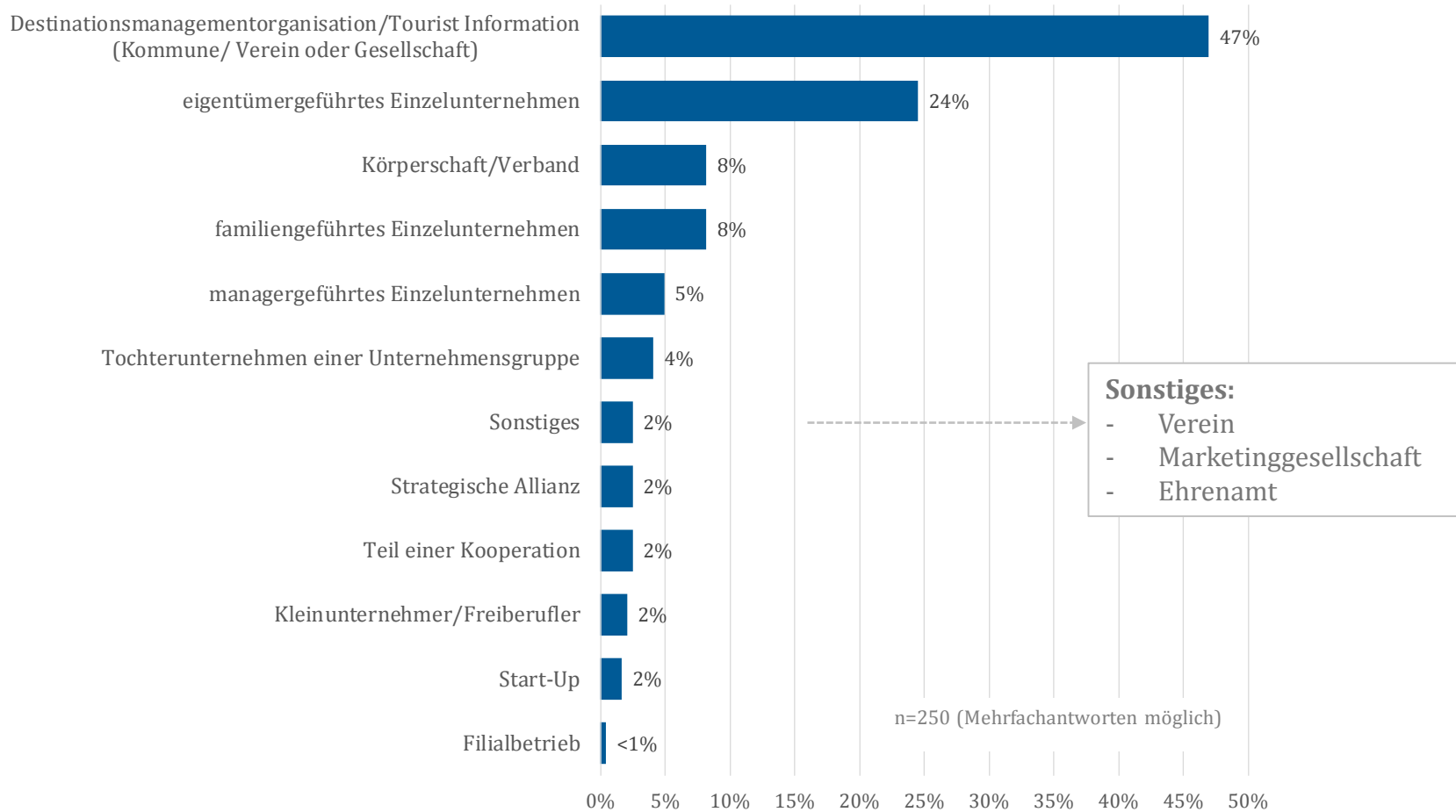
■ Inland

- 80% der Betriebe haben einen Geschäftsstandort im Inland
- 10% der Betriebe haben zwei Geschäftsstandorte im Inland
- 10% der Betriebe haben mehr als zwei Geschäftsstandorte im Inland

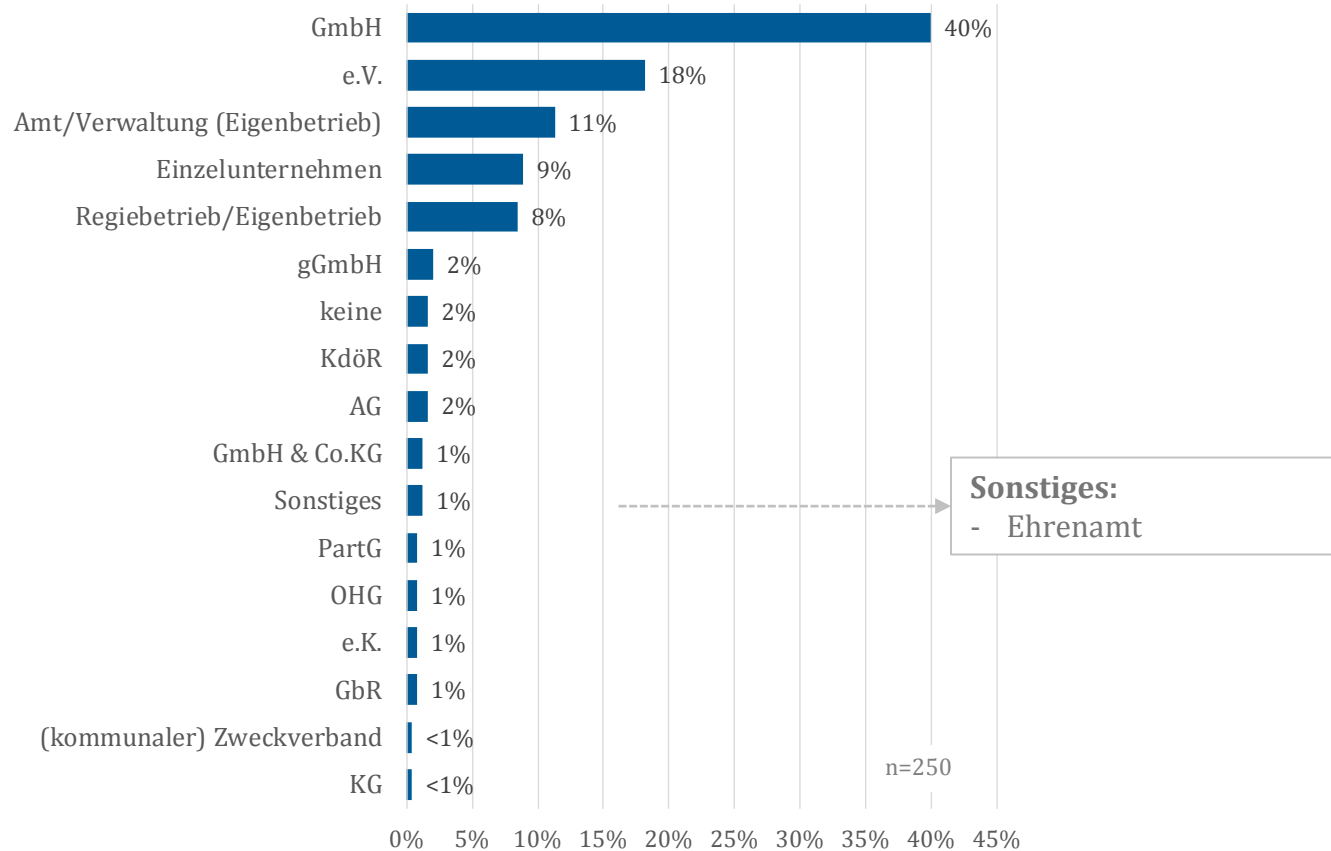
■ Ausland

- 84% der Betriebe haben keinen Geschäftsstandort im Ausland
- 16% haben mindestens einen Geschäftsstandort im Ausland

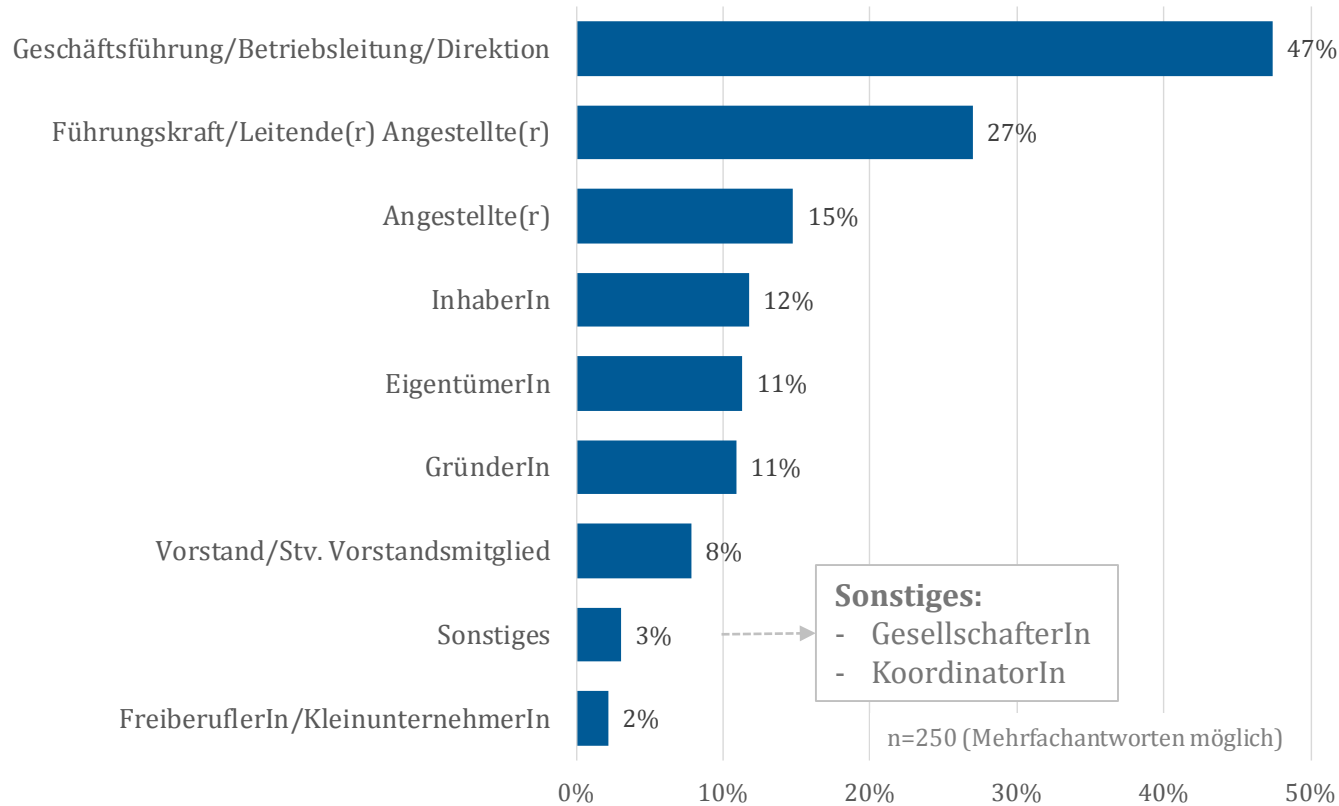
Betriebsform



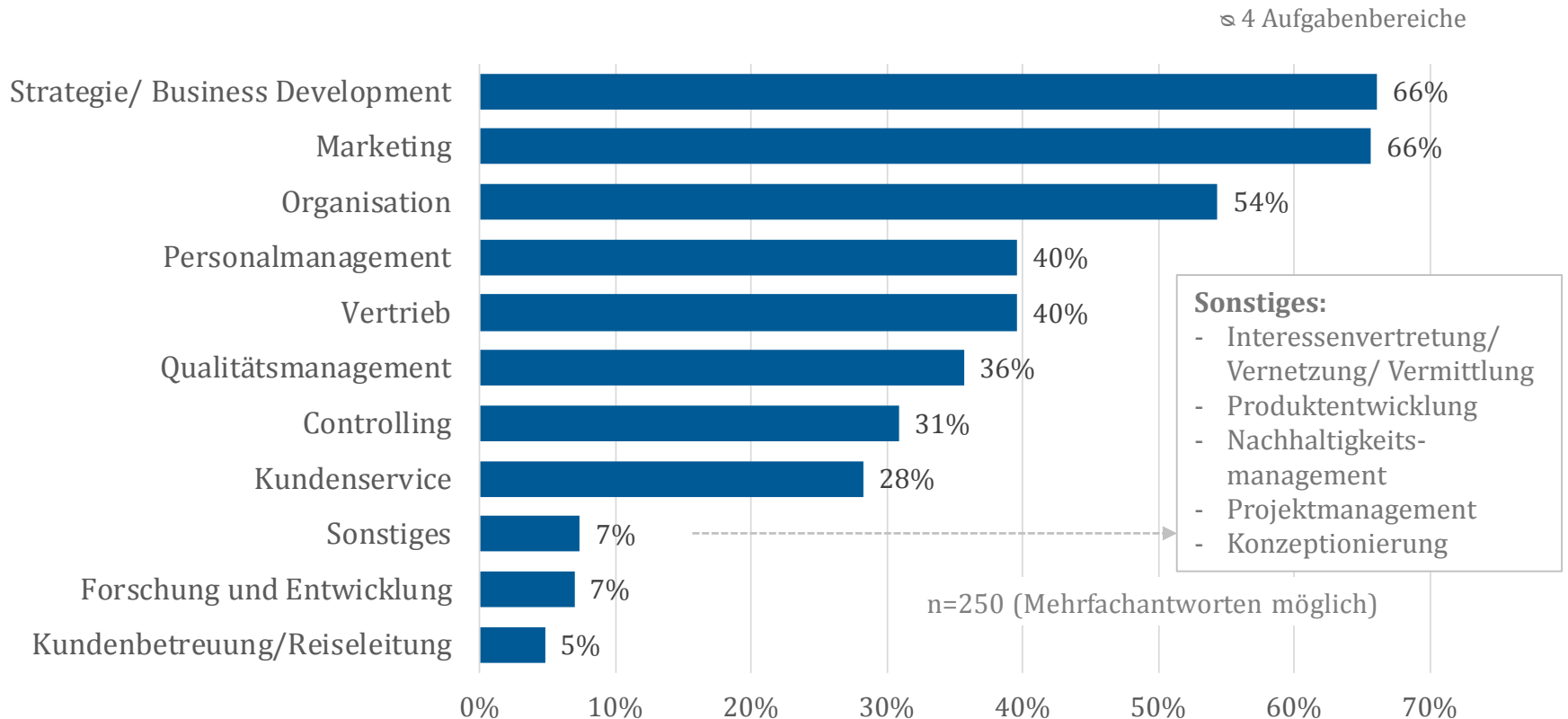
Rechtsform der Betriebe



Position der Befragten im Betrieb

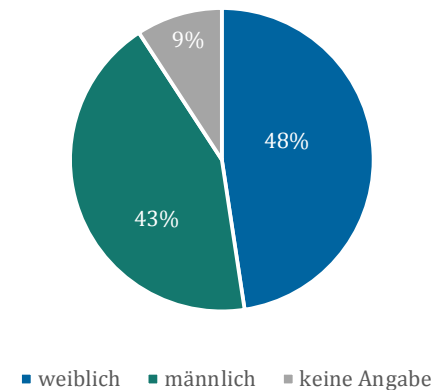
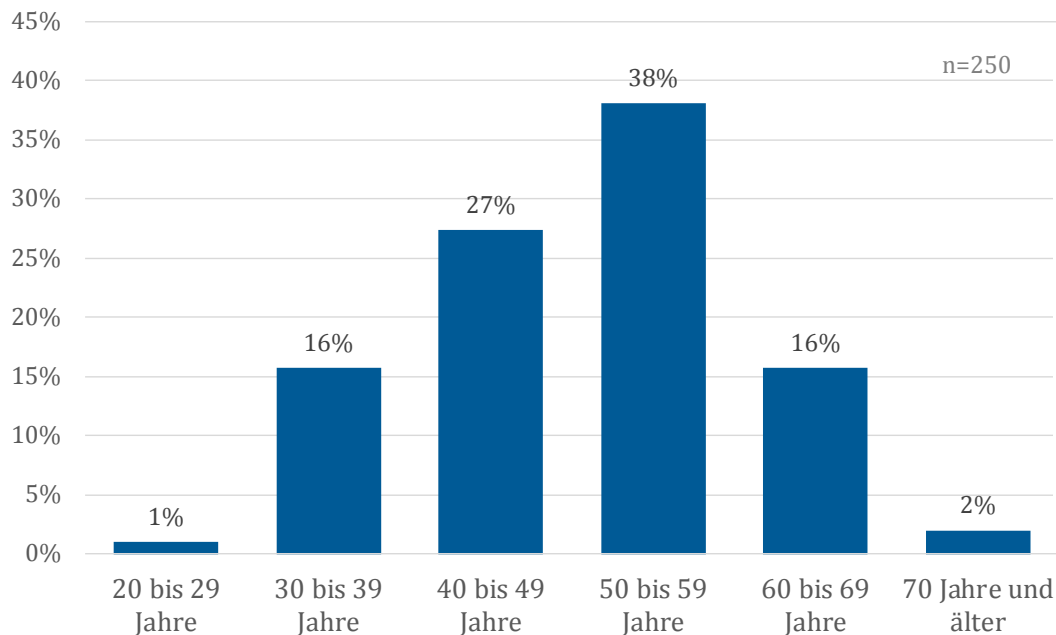


Aufgabenbereiche der Befragten

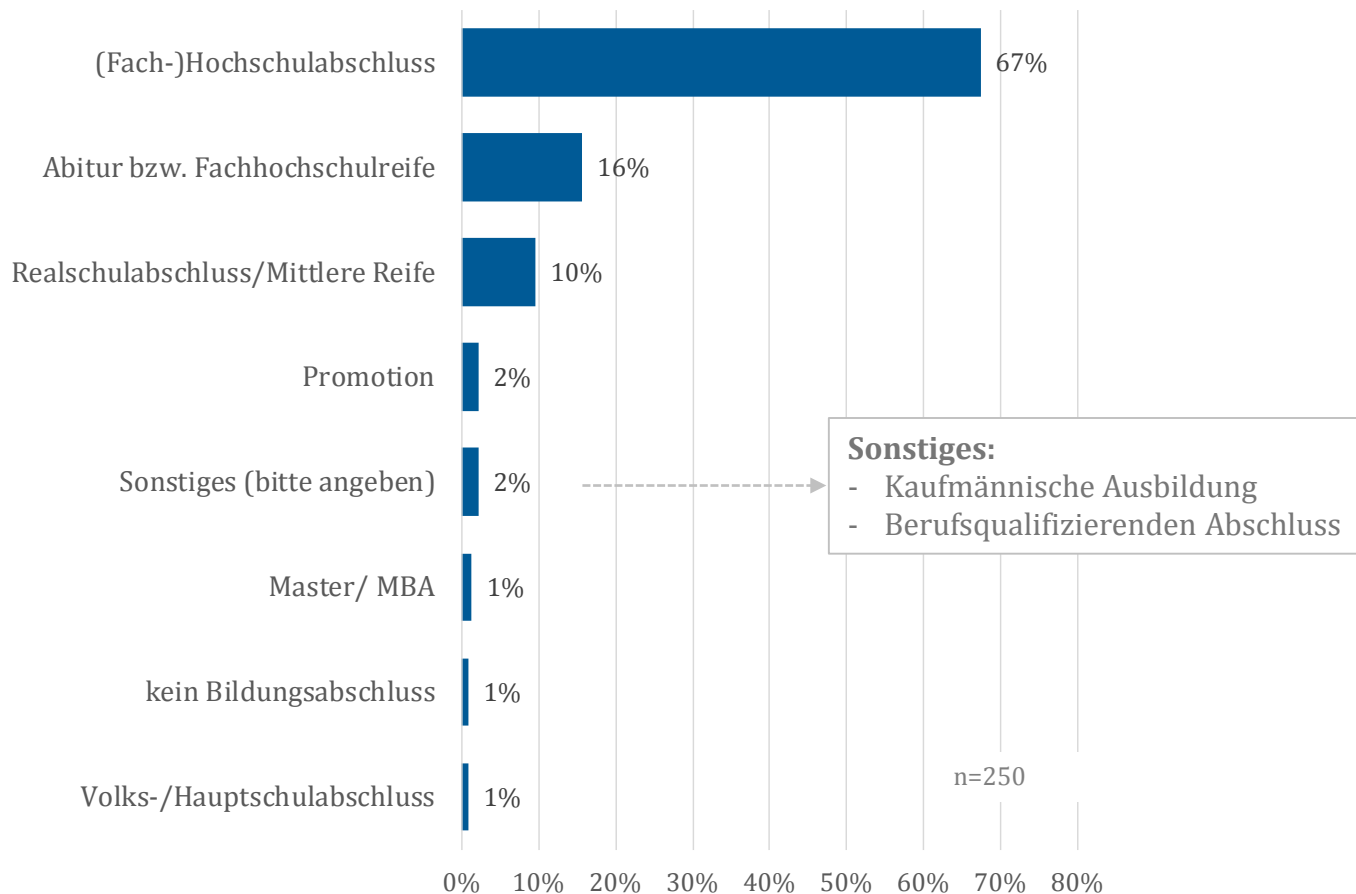


Alter und Geschlecht der Befragten

\bar{x} =50 Jahre

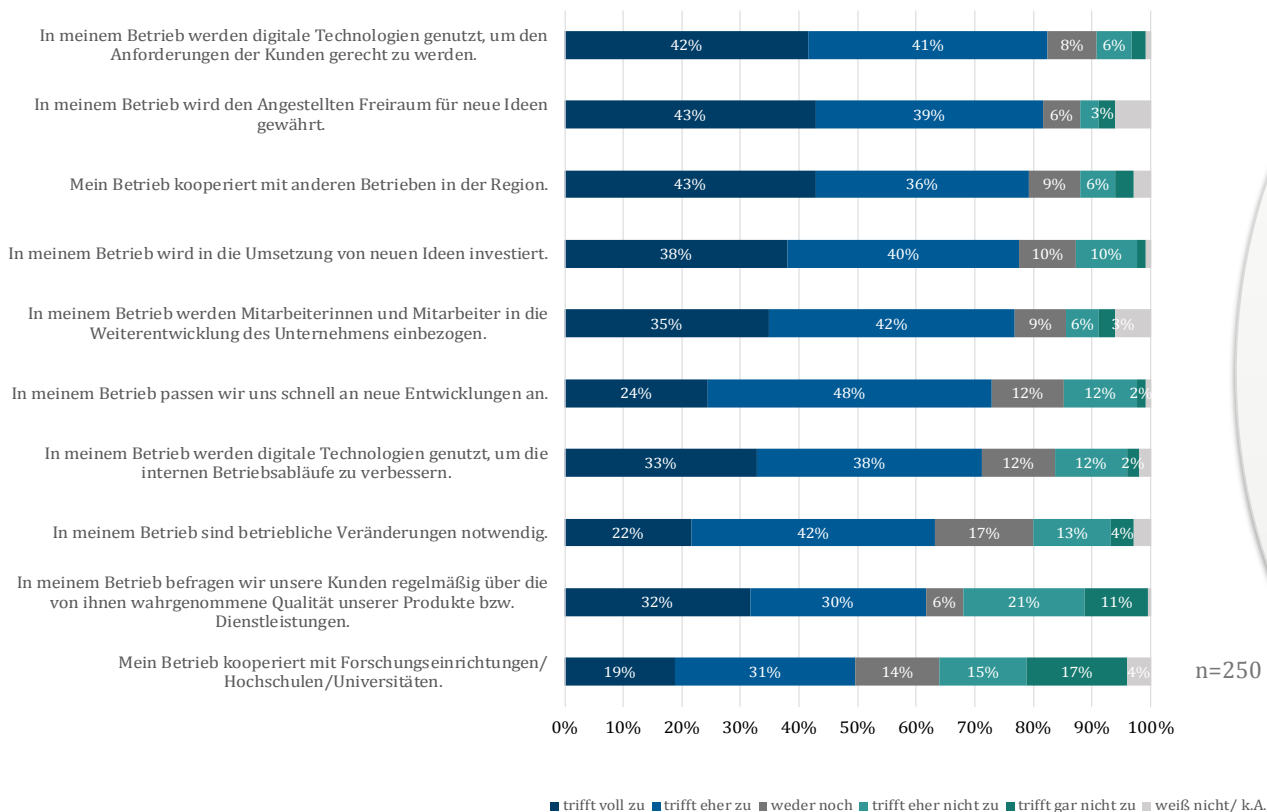


Höchster Bildungsabschluss der Befragten



Häufigkeiten – Onlinepanel Q2

Allgemeine Aussagen zur Beurteilung der Innovationstätigkeit der Betriebe



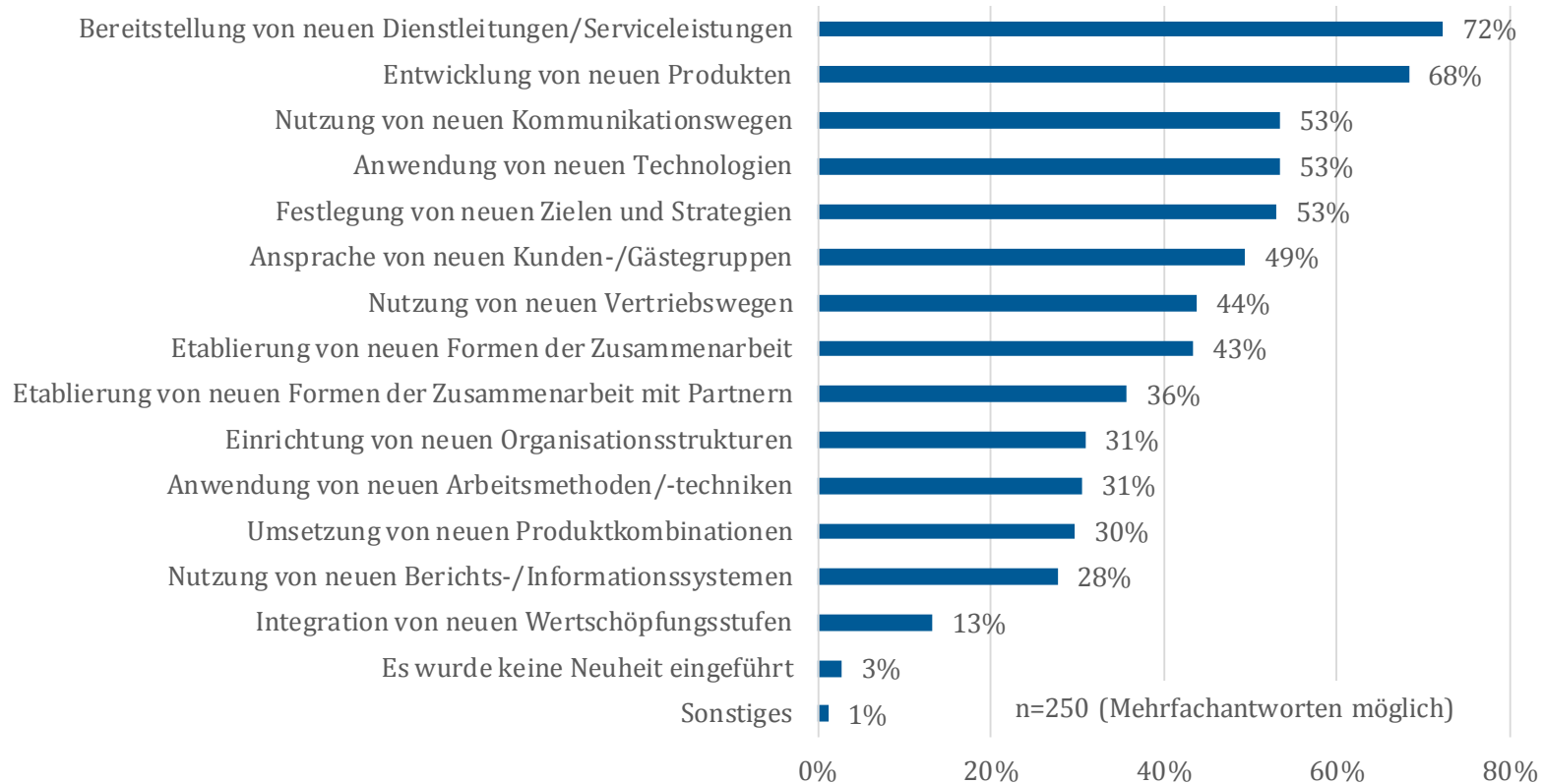
Bitte beurteilen Sie die nachfolgenden Aussagen, die sich auf Ihr Unternehmen/Ihre Organisation beziehen. Lesen Sie sich jede Aussage aufmerksam durch und beurteilen Sie auf der nebenstehenden Skala, inwieweit die Aussage zutrifft oder nicht zutrifft. Sie können Ihre Antworten von „trifft voll zu“ bis „trifft gar nicht zu“ abstimmen.

Innovationsfähigkeit

- Anhand der Bewertung von Aussagen der Befragten kann die grundlegende Innovationsfähigkeit der touristischen Betriebe insgesamt positiv beurteilt werden.
- Dennoch ist zu beachten, dass 30% der Befragten nicht mit Hochschulen oder Forschungseinrichtungen kooperieren. In der Stärkung von Forschungs Kooperationen zur Steigerung der Innovationstätigkeit steckt somit deutliches Potenzial.
- Positiv hervorzuheben ist, dass in über 80% der Betriebe den Angestellten Freiraum für neue Ideen gewährt wird und digitale Technologien genutzt werden, um den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden.

Innovationstätigkeit

Wurde in Ihrem Betrieb innerhalb der letzten zwei Jahre eine Neuheit der unten genannten Kategorien eingeführt?
(Mehrfachantworten möglich)

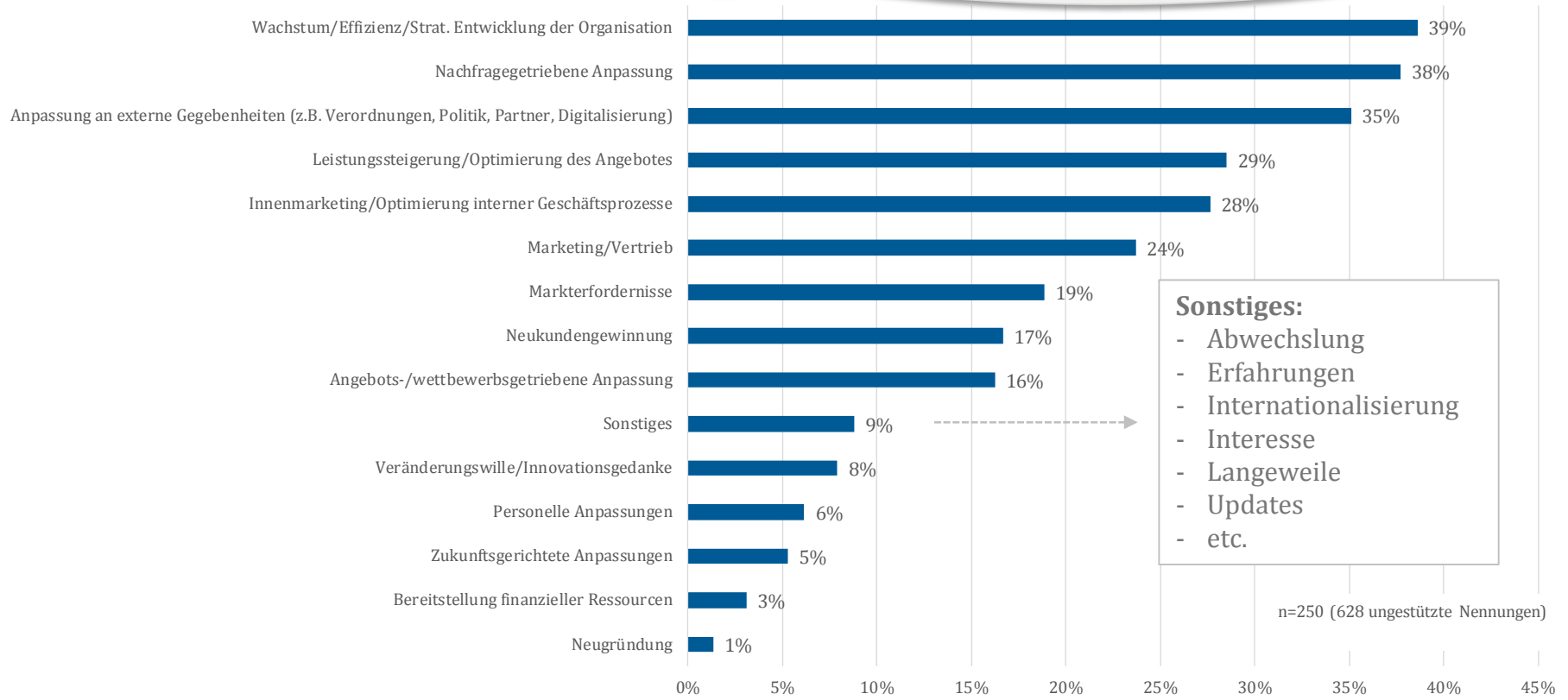


Innovationstätigkeit

- Im Vordergrund der Innovationstätigkeit steht vor allem die Einführung von neuen Dienst- und Serviceleistungen sowie die Entwicklung neuer Produkte.
- Über die Hälfte der Befragten gibt an, neue Kommunikationswege, neue Technologien zu etablieren und neue Ziele und Strategien festzulegen.
- Innerbetriebliche Neuheiten wie z.B. neue Organisationsstrukturen oder Arbeitsformen spielen bei jeweils einem Drittel der Befragten eine Rolle.

Gründe der Innovationstätigkeit

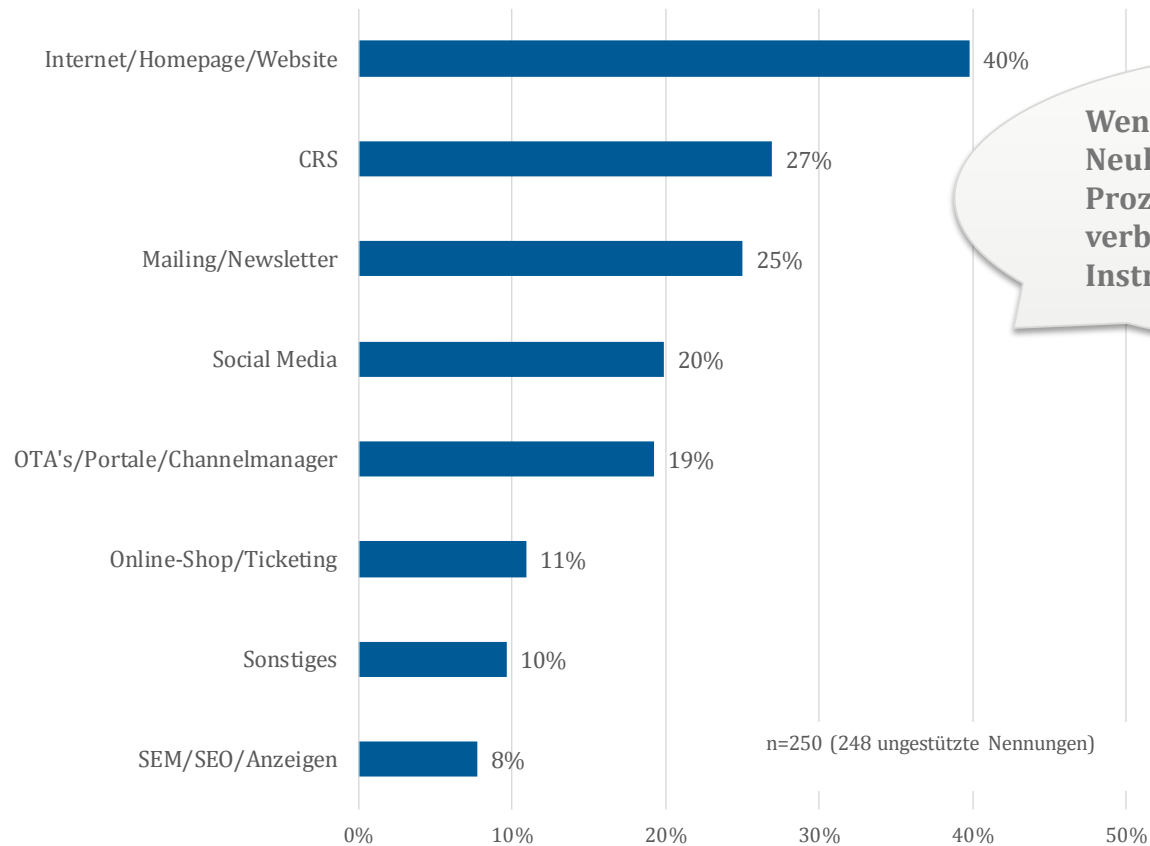
Warum wurde(n) die Neuheit(en) eingeführt?
Nennen Sie die drei wichtigsten Gründe für die Einführung der Neuheit(en) in den vergangenen zwei Jahren. (Mehrfachantworten möglich)



Gründe

- Die Gründe für die Einführung von Neuheiten sind vielfältig. Mehr als ein Drittel der Befragten nennen das Unternehmenswachstum, die Anpassung an Kundenbedürfnisse sowie äußere Bedingungen und Trends als die wichtigsten Gründe für die Innovationstätigkeit bzw. die Einführung von Neuheiten in ihren Betrieben.
- Bei 27% der Befragten liegt die Innovationstätigkeit in der Organisation begründet.

Digitale Vertriebswege zum Verkauf von Produkten und Dienstleistungen



Wenn die Einführung der Neuheiten mit digitalen Medien, Prozessen oder Technologien verbunden war, welche digitalen Instrumente setzt Ihr Betrieb ein?

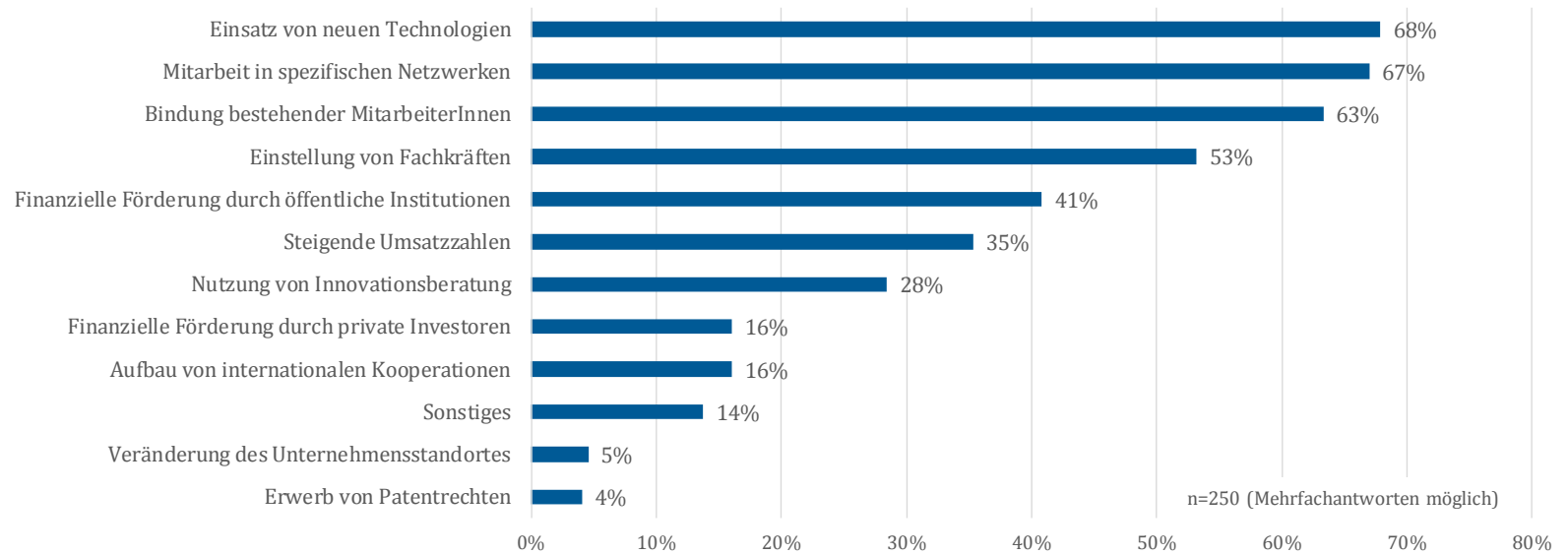


Digitale Instrumente

- Bei Verwendung digitaler Medien während der Einführung von Neuheiten wurden die Befragten gebeten, die eingesetzten Instrumente zu nennen. Dabei fällt auf, dass im Vertrieb weiterhin die eigene Website bei 40% der Befragten im Fokus steht. Onlineportale werden dagegen nur von 19% der Befragten genannt.
- Ein Drittel der Befragten nutzt digitale Office-/Buchungssoftware zur Umsetzung interner Geschäftsprozesse. Kollaborative Projektmanagementsoftware wird von 12% als digitales Instrument genannt.

Erfolgsfaktoren

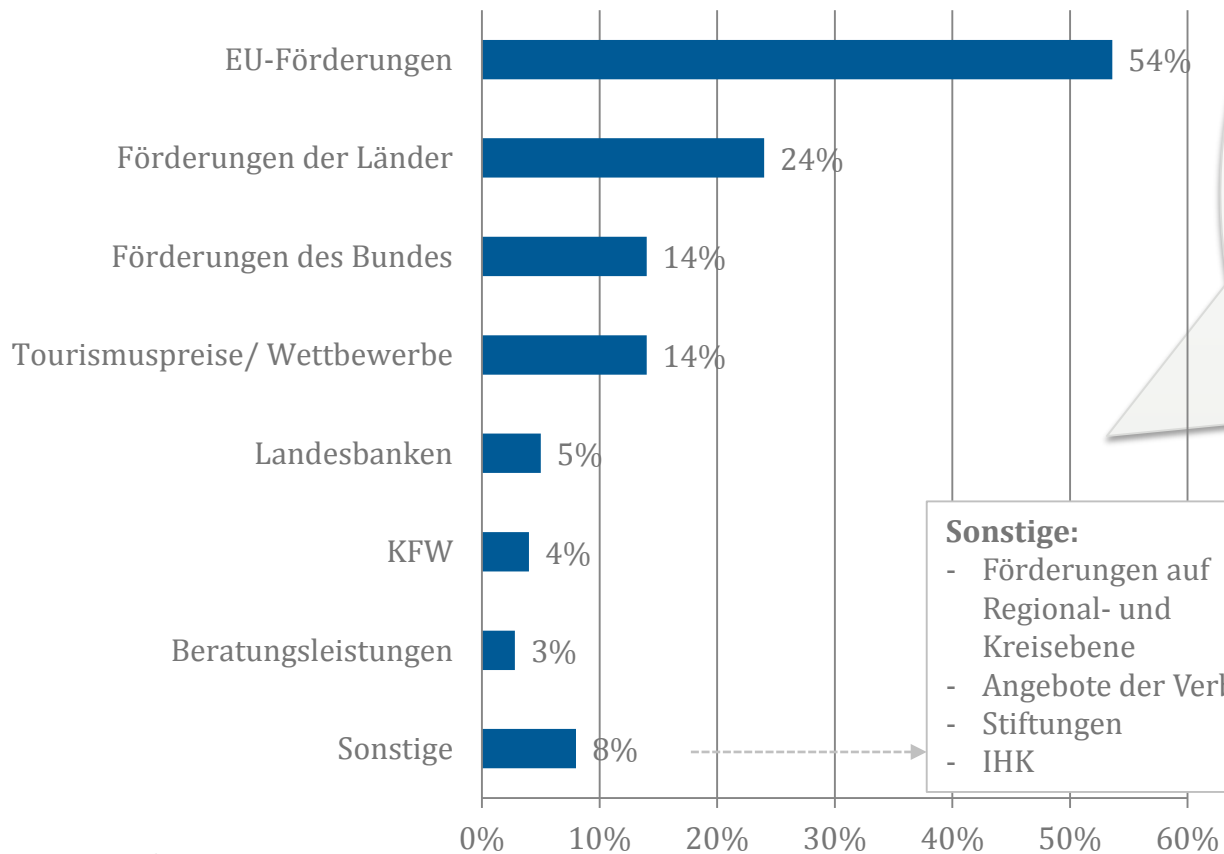
Welche Faktoren sind Ihrer Meinung nach Voraussetzung für den langfristigen Erfolg der eingeführten Neuheit(en)?
(Mehrfachantworten möglich)



Erfolgsfaktoren

- Neben dem Einsatz von neuen Technologien werden die Mitarbeit in spezifischen Netzwerken, die Bindung bestehender MitarbeiterInnen und die Einstellung von Fachkräften von über der Hälfte der Befragten als Erfolgsfaktor gesehen.
- Je größer das Unternehmen, desto eher wird der Einsatz neuer Technologien als Voraussetzung für den langfristigen Erfolg eingeführter Neuheiten gewertet.
- Die Bindung bestehender Mitarbeiter als Erfolgsfaktor für eingeführte Neuheiten hat in größeren Unternehmen einen höheren Stellenwert als in KMU
- Die Antworten sind weitestgehend unabhängig von der Branchenzugehörigkeit der Befragten. Bei Tourismusorganisationen wird die finanzielle Förderung durch öffentliche Institutionen jedoch deutlich häufiger als Erfolgsfaktor gewertet als in anderen Branchenbereichen. Dagegen stehen steigende Umsatzzahlen vor allem im Gastgewerbe und bei Erholungs- und Freizeiteinrichtungen als Erfolgsfaktor eingeführter Neuheiten im Fokus.

Ungestützte Bekanntheit von Förderprogrammen

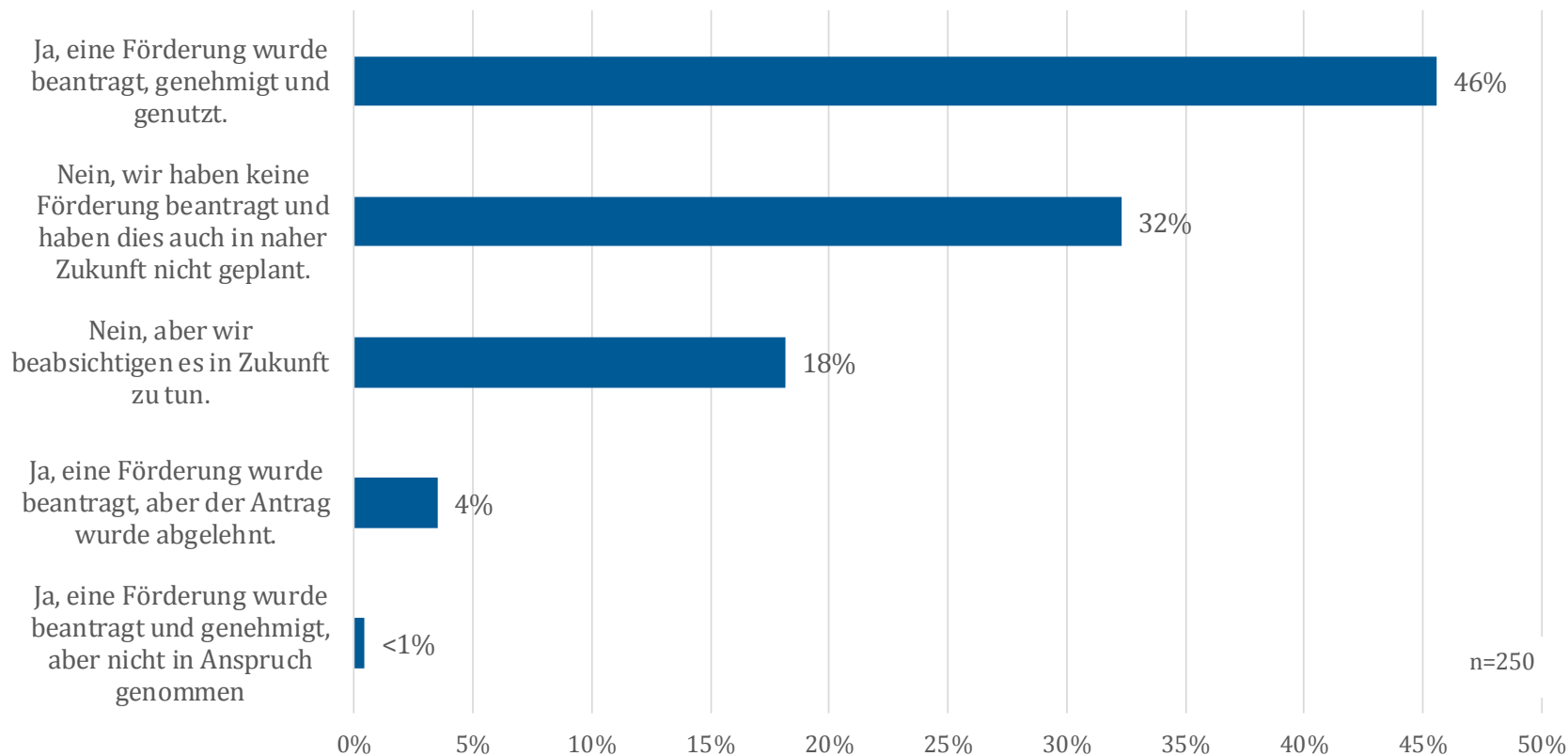


In Deutschland gibt es verschiedene Unterstützungsmöglichkeiten für Betriebe, die zur Förderung touristischer Projekte und Investitionen in Anspruch genommen werden können. Welche Formen/Programme der Tourismusförderung (Finanzhilfen, Zuschüsse, Wettbewerbe etc.) kennen Sie?

n=250 (310 ungestützte Nennungen)

Förderanträge

Hat Ihr Unternehmen in den vergangenen fünf Jahren Förderungen beantragt, um touristische Projekte/ Investitionen umzusetzen?

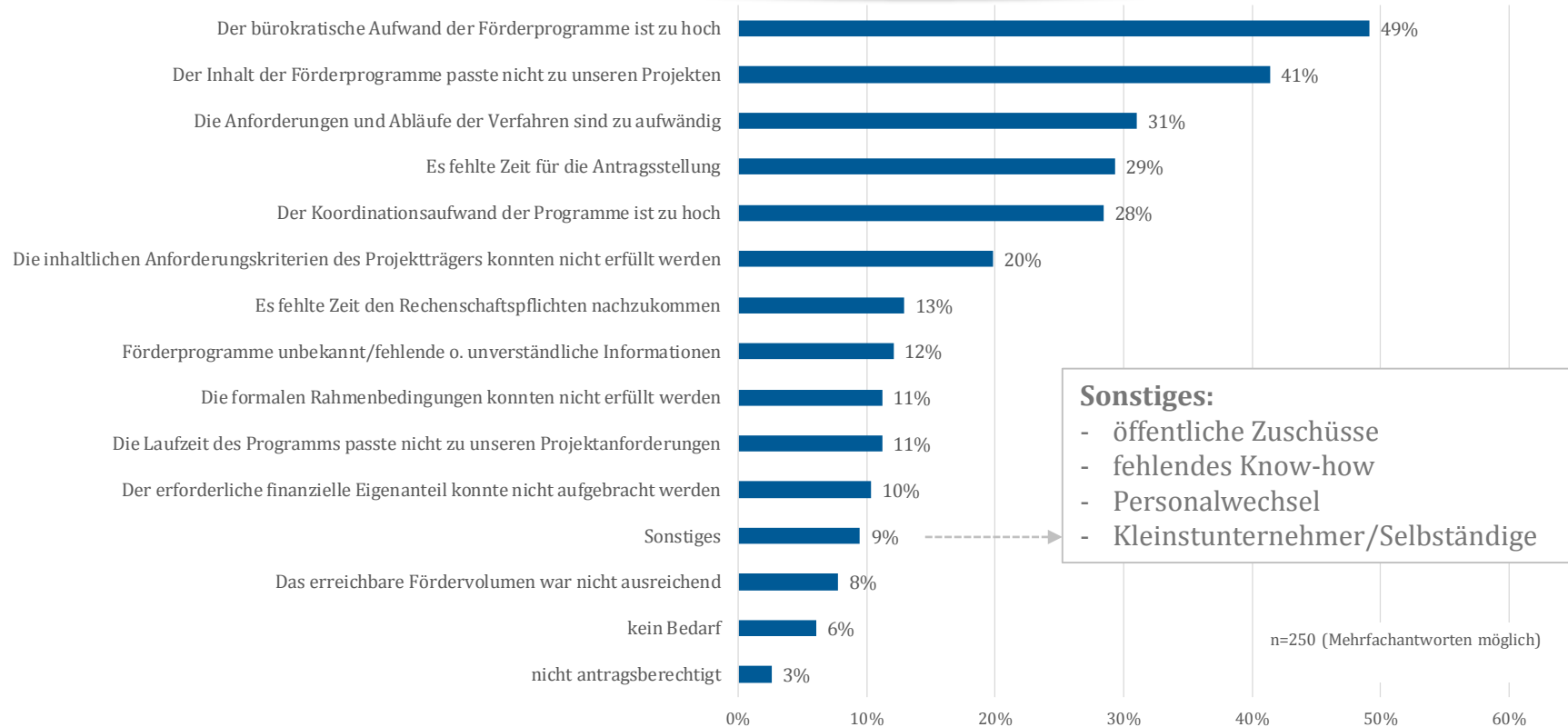


Förderanträge

- Während EU-Förderkulissen bei über der Hälfte der Befragten bekannt sind, wurden Förderprogramme des Bundes von lediglich 14% (ungestützt) benannt.
- 46% der Befragten hat bereits Förderungen beantragt, um touristische Projekte umzusetzen und Investitionen zu tätigen. Insbesondere für Tourismusorganisationen ist dies gängige Praxis.
- 32% verzichten auf diese zusätzlichen Finanzierungsquellen. Hierzu gehören insbesondere 65% der Einzelunternehmen, bzw. 78% aus dem Bereich Tourenanbieter/Gästeführung und 54% der Befragten aus dem Reisevertrieb.
- Darüber hinaus ist die Beantragung von Fördermitteln unabhängig von der Gewinnorientierung des Betriebes.

Barrieren

Bitte geben Sie diejenigen Gründe an, die dafür verantwortlich sind, dass Sie in den vergangenen fünf Jahren keine Förderung in Anspruch genommen/erhalten haben. (Mehrfachantworten möglich)

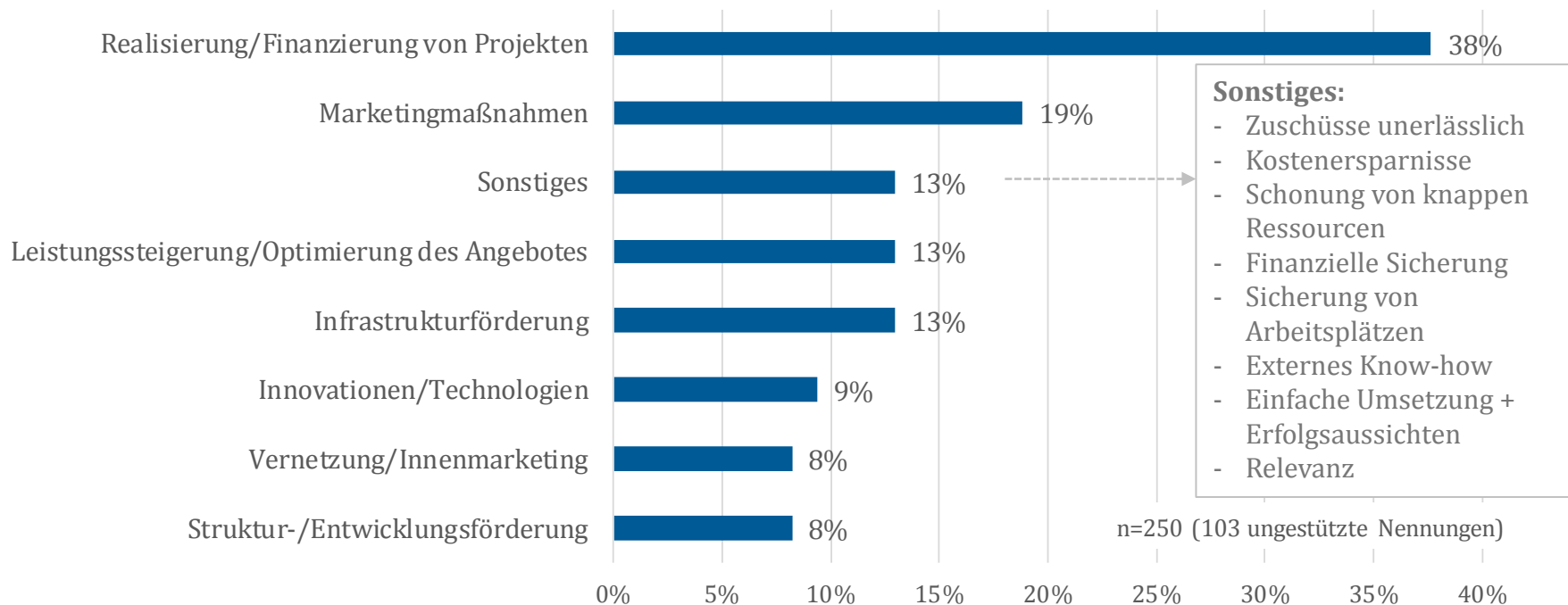


Barrieren

- Gründe, die gegen einen Förderantrag sprechen, hängen vor allem mit dem Aufwand der Antragsstellung zusammen. Darüber hinaus finden 40% der Befragten keine passenden Förderprogramme.
- Ca. ein Drittel der Befragten geben zudem an, den zeitlichen und koordinatorischen Aufwand nicht leisten zu können.

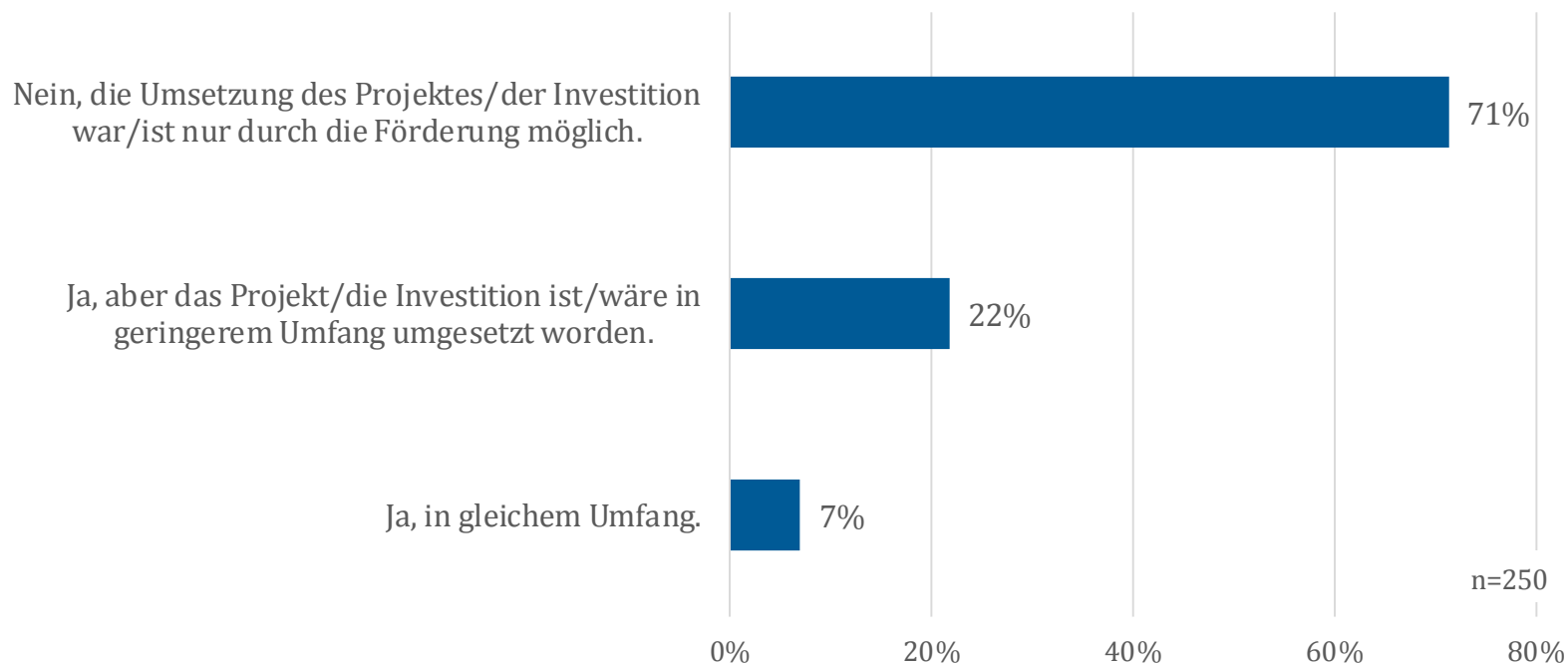
Gründe für eine Förderung

Warum haben Sie sich für die angegebenen Formen/Programme der Förderung beworben? Bitte beschreiben Sie möglichst genau den Nutzen, den sich Ihr Unternehmen von der Förderung verspricht.



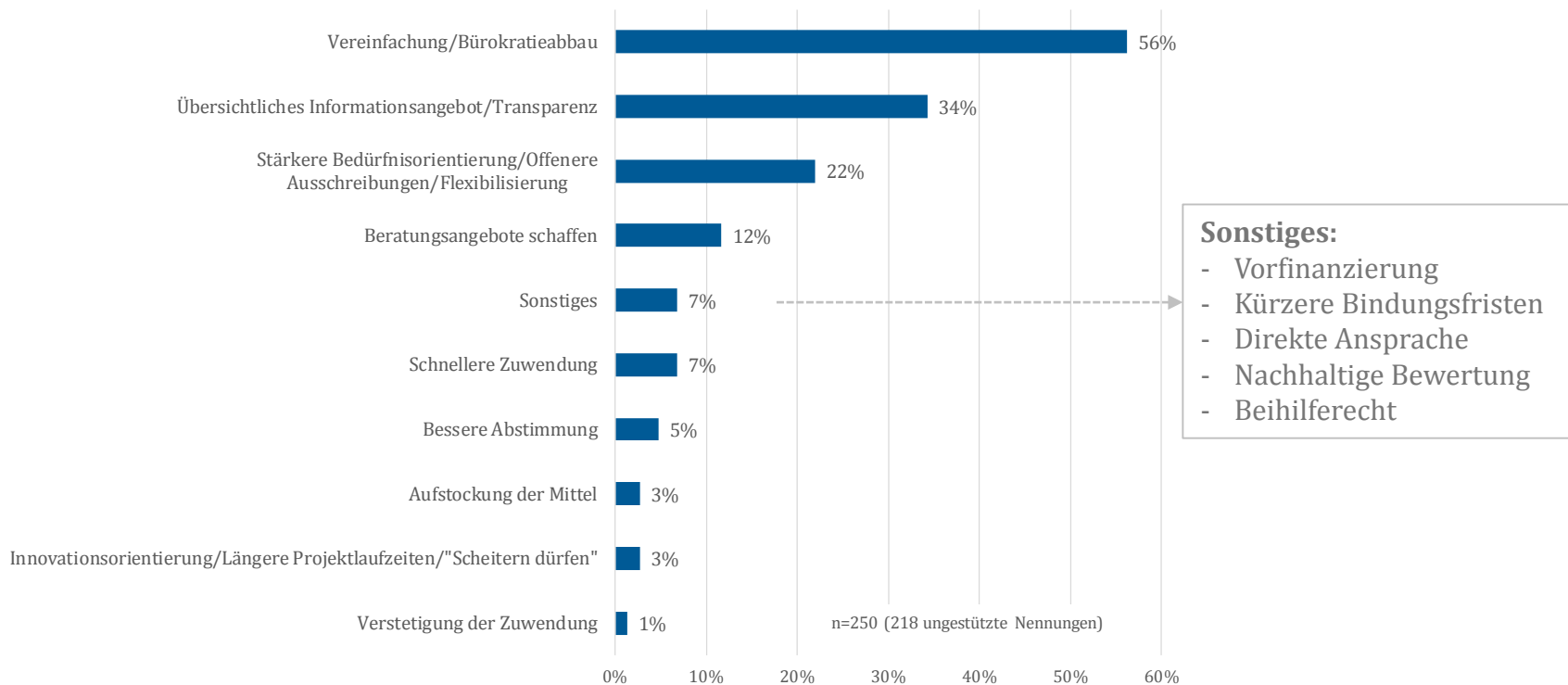
Realisierbarkeit von Projekten durch eine Förderung

Hat/Hätte Ihr Betrieb das touristische Projekt/ die Investitionen ohne eine Förderung realisiert?



Wünsche und Verbesserungsvorschläge

Welche Möglichkeiten der Verbesserung öffentlicher Förderprogramme sehen Sie?



Nutzen und Verbesserungsvorschläge

- Förderprogramme werden für die Umsetzung von Projekten genutzt, die ohne die finanziellen Zuschüsse nicht oder nur zum Teil realisiert werden können.
- Knapp 20% der Befragten geben an, die Förderung für Marketingmaßnahmen zu nutzen.
- Verbesserungspotenziale sehen die Befragten vor allem im Bürokratieabbau, der Schaffung einer Informationsangebots und einer stärkeren Bedarfsorientierung.

Fazit I

- Die Ergebnisse zeigen, dass touristische Betriebe grundsätzlich eine gute Innovationsfähigkeit aufweisen.
- Allerdings kooperieren lediglich die Hälfte der Befragten mit Hochschulen oder Forschungseinrichtungen. In der Stärkung von Forschungsk Kooperationen zur Steigerung der Innovationstätigkeit im Tourismus steckt somit deutliches Potenzial.
- Die bestehenden Innovationstätigkeiten der Betriebe sind überwiegend erfolgs- und nachfragegetrieben. Eine nach innen gerichtete Innovationstätigkeit, bei der Organisationen neu aufgestellt werden, um Geschäftsprozesse zu verbessern, ist bisher nachrangig und sollte daher stärker in den Fokus gerückt werden.
- Neben dem Einsatz von neuen Technologien und der Netzwerkarbeit, gelten die Bindung von Mitarbeitenden und die Einstellung von Fachkräften als Erfolgsfaktoren. Der Erfolg der Innovationstätigkeit steht somit in einem unmittelbaren Zusammenhang mit den Beschäftigten eines Betriebes.

Fazit II

- Um neue Produkte und Dienstleistungen einzuführen oder Infrastrukturen zu erneuern, müssen Tourismusbetriebe investieren. EU, Bund und Länder stellen dafür Fördermittel bereit. Bundesförderprogramme haben bei den Befragten einen deutlich geringeren Bekanntheitsgrad als EU- und Länder-Programme.
- Darüber hinaus profitieren von bestehenden Förderkulissen, insb. der EU, bisher vor allem Tourismusorganisationen.
- Zukünftige Förderprogramme sollten daher verstärkt einzelne Betriebe der Tourismuswirtschaft in den Blick nehmen und die Antragsverfahren vereinfachen.
- Hierbei ist insbesondere die Förderung von echten Innovationen zu berücksichtigen.
- Darüber hinaus fehlt ein Informationsangebot, das einen Überblick über Fördermöglichkeiten im Tourismus bietet.
- Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes wird sich diesem Defizit mit einer sich im Aufbau befindenden Förderdatenbank annehmen.

Disclaimer

Sämtliche vom Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen sind Eigentum des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind nur mit schriftlicher Einwilligung des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes.