
Gegenwind nimmt zu

Rund 350 000 Betten werden im Bereich der gemeinnützigen touristischen Unternehmen in Deutschland angeboten. Betrachtet man nur die Betriebe, die mehr als 50 aufweisen, schrumpft die Zahl auf immerhin noch rund 194 000 Betten (ohne Jugendherbergen).

Die Angebote sind segmentspezifisch ausgerichtet. Es handelt sich dabei um Jugend-, Familien- und Tagungstourismus, Segmente also, die sich mit denen kommerzieller Anbieter überschneiden.

Die gewerblich aufgestellte Beherbergungswirtschaft beanstandet hierbei die Wettbewerbsverzerrung und geht auf Konfrontationskurs. Dieser Weg dürfte besonders in den unteren Preissegmenten nicht unbedingt erfolgreich sein. Den Endverbraucher interessiert Wettbewerbsverzerrung wenig, ihm geht es neben Preis und Qualität um Angebotsinhalte – bei diesen sind gerade bezüglich Wertorientierung die gemeinnützigen Unternehmen im Vorteil.

Die Studie »Kommen jetzt die Guten? Potenziale wertorientierter Anbieter des dritten Sektors im Tourismus« beschreibt die Veränderungen des Verbraucherverhaltens, Konsequenzen elektronischer Vermarktungswege, ermittelt die Bettenpotenziale wettbewerbsfähiger Betriebe und untersucht ihre gesellschaftsrechtlichen Strukturen. Die Bettenkapazitäten werden touristischen Spezialisierungen zugeordnet.

Weitere Infos: www.dicon-beratung.de