

MEDIENMITTEILUNG

(Sperrfrist 1. November 2011, 14.30 Uhr)

Höhere Erlebnisdichte gefordert

Mit einem Anteil von 3,1 Prozent am Bruttoinlandprodukt (BIP) und 4,4 Prozent an der Beschäftigtenzahl hat der Tourismus im Kanton Schaffhausen eine namhafte wirtschaftliche Bedeutung. Zu wünschen übrig lässt jedoch die Erlebnisdichte. Dies zeigt eine Studie, die das kantonale Volkswirtschaftsdepartement im Hinblick auf die Erneuerung des Tourismusgesetzes erstellen liess.

Potenzial zu wenig genutzt

Zwar kann unsere Region mit dem Rheinfluss und den pittoresken Altstädten von Schaffhausen und Stein am Rhein punkten, doch ist die Erlebnisdichte zu gering und das vorhandene Potenzial wird zu wenig ausgeschöpft. Die Besucherinnen und Besucher von auswärts bleiben nicht lange genug in unserer Gegend, um hier auch übernachten zu müssen. Voraussetzung für die Steigerung der Anzahl Übernachtungen von Touristen ist aber eine Aufenthaltsdauer von mindestens sechs bis sieben Stunden. Mit dem Bodensee und dem Schwarzwald bestehen in unmittelbarer Umgebung zwei starke internationale Marken, deren Synergiepotenzial für den Schaffhauser Tourismus verstärkt genutzt werden sollte.

Tourismus mit Querschnittfunktion

Wie andernorts zeigt sich auch im Kanton Schaffhausen deutlich, dass der Tourismus eine typische Querschnittsbranche ist: Es profitieren nicht nur Leistungsträger wie das Hotel- und Gastgewerbe, die Schifffahrt oder kulturelle Institutionen, sondern auch andere Bereiche, namentlich der Detailhandel. Die meisten Leistungsträger leben aber nicht nur vom Tourismus, sondern auch von Einheimischen. Touristische Angebote sind dementsprechend auch wichtig für die Freizeitgestaltung der lokalen Bevölkerung und tragen massgeblich zur Attraktivität der Standortregion als Wohn- und Arbeitsort bei.

Sensible Hotelbranche

Die Schaffhauser Hotellerie wird im Vergleich zur gesamten Schweiz unterdurchschnittlich frequentiert. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Der Geschäftstourismus sorgt zwar über das ganze Jahr verteilt für den Grossteil der Hotelübernachtungen. An den Wochenenden wird das Angebot aber schlecht genutzt. Auch generiert der starke Freizeittourismus über das ganze Jahr gesehen nur wenig Übernachtungen und ist zudem stark auf den Sommer fokussiert. Weiter besteht bei der Frage der Angebotsgestaltung eine Diskrepanz zwischen Geschäfts- und Freizeittourismus; diese gilt es zu überbrücken.

Dennoch werden von den im Rahmen der Studie befragten Akteuren neue Übernachtungsangebote gefordert. Insbesondere fehlt es an Betrieben, die auch grössere Gruppen beherbergen können. Die durch neue Hotels hervorgerufene Kapazitätsausweitung könnte zu Strukturanpassungen führen, was aus Kundensicht durchaus begrüssenswert wäre.

Angebotsgestaltung dank Zusatzfinanzierungen

Mit der projektorientierten Vergabe von Bundesgeldern der Neuen Regionalpolitik (NRP) und dem Zugang zu kantonalen Geldern der regionalen Standortentwicklung (RSE) stehen für die touristische Angebotsgestaltung zusätzliche Mittel zur Verfügung. Auch die Gelder, die daneben beispielsweise von der Jakob und Emma Windler-Stiftung in Tourismusprojekte in Stein am Rhein investiert werden, sind wichtige Beiträge zur zukünftigen Positionierung der Region Schaffhausen als Tourismusdestination. Die Ende 2013 auslaufende gesetzliche kantonale Tourismusfinanzierung bringt jedoch grosse Unsicherheiten mit sich, die es bald zu beseitigen gilt.

Schaffhausen, 1. November 2011

Weitere Auskünfte erteilen:

- Regierungsrat Ernst Landolt (Tel 052 632 73 80)

sowie die Verfasser der Wertschöpfungsstudie:

- Dr. Heinz Rütter, Projektleiter Rütter+Partner (Tel 044 724 27 70)
- Prof. Dr. Hansruedi Müller, Projektleiter Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern (Tel 031 631 37 13)

Internet <http://www.sh.ch/Dokumente.999.0.html>

2009: Umsätze von rund 190 Mio. Franken

Insgesamt gaben die Gäste im Kanton Schaffhausen 2009 rund 190 Mio. Franken aus. Davon entfielen 87 Mio. Franken auf die Tagesgäste, 37 Mio. Franken auf die übernachtenden Gäste und 64 Mio. Franken auf den Einkaufs- und Tankstellentourismus. Der Einkaufstourismus hat in Schaffhausen wegen der Grenzlage eine grosse wirtschaftliche Bedeutung, ist aber gleichzeitig stark vom Wechselkurs abhängig, wie die jüngste Entwicklung deutlich macht.

Der Tourismus generierte 2009 im Kanton Schaffhausen eine Bruttowertschöpfung von rund 140 Mio. Franken, was 3,1 Prozent des kantonalen BIP entspricht. Rund 1'500 Vollzeitstellen sind direkt oder indirekt vom Tourismus abhängig. Dies entspricht 4,4 Prozent der kantonalen Beschäftigung. Damit liegt der Kanton Schaffhausen leicht über anderen vergleichbaren Mittellandkantonen.

Quelle: Tourismus im Kanton Schaffhausen, Wertschöpfungsstudie (Rütter et al., 2011).



Tourismus im Kanton Schaffhausen

Wertschöpfungsstudie

Auftraggeber

Volkswirtschaftsdepartement des Kantons Schaffhausen
Mühlentalstrasse 105
8200 Schaffhausen

Auftragnehmer

Rütter+Partner (R+P), Sozioökonomische Forschung und Beratung
Weingartenstr. 5, 8803 Rüslikon, +41 (0)44 724 27 70, info@ruetter.ch
Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern
Schanzeneckstrasse 1, 3001 Bern, +41 (0)31 631 37 11, fif@fif.unibe.ch

Projektleitung

Heinz Rütter, Dr., R+P
Hansruedi Müller, Prof. Dr., FIF, Universität Bern

Autor/innen

Christian Höchli, R+P
Ursula Rütter-Fischbacher, Dr., R+P

Mitarbeitende

Matthias Holzhey, R+P
Andreas Rieser, R+P
Adila Pasic, R+P

Begleitgruppe

Erhard Meister, Dr., Volkswirtschaftsdepartement Kanton Schaffhausen (Vorsitz bis Ende 2010)
Ernst Landolt, Volkswirtschaftsdepartement Kanton Schaffhausen (Vorsitz ab 2011)
Barbara Müller-Buchser, Präsidentin Kantonaler Gewerbeverband Schaffhausen
Beat Hedinger, Schaffhauserland Tourismus
Bernhard Klauser, Schaffhauserland Tourismus
Renato Pedroncelli, Gastro Schaffhausen
Sandra Egger-Möckli, Volkswirtschaftsdepartement Kanton Schaffhausen
Stefanie Rohner, Wirtschaftsförderung Kanton Schaffhausen
Thomas Holenstein, Wirtschaftsförderung Kanton Schaffhausen
Thomas Imobersteg, Hallau Tourismus
Walter Herrmann, Direktor Schifffahrt Untersee und Rhein

Fotos Titelblatt

Wirtschaftsförderung Schaffhausen / Reto Schlatter

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	5
1. Ausgangslage und Ziele der Studie	11
2. Methodisches Vorgehen	13
2.1 Regionale Abgrenzung	13
2.2 Zeitliche Abgrenzung	14
2.3 Vorgehen bei der Bestandesaufnahme von touristischen Angeboten	14
2.4 Vorgehen zur Ermittlung von Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur	14
2.5 Vorgehen zur Bestimmung von Gästefrequenzen und Gesamtnachfrage	15
2.6 Vorgehen zur Schätzung der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung	18
2.7 Vorgehen bei der Gästebefragung und der Befragung der Leistungsträger	19
2.8 Vorgehen bei der Potenzialanalyse	22
3. Entwicklung der Hotellerie und Frequenzen weiterer Angebote	23
3.1 Entwicklung der Hotellerie 1999-2009	23
3.2 Entwicklung der Angebotsqualität	36
3.3 Frequenzen in Kultur-, Sport- und Unterhaltungsbetrieben	36
4. Beschäftigung und Wirtschaftsstruktur	37
5. Befragung von Gästen im August 2010 an ausgewählten Standorten	41
6. Gästefrequenzen und Gesamtnachfrage	47
6.1 Gästefrequenzen	47
6.2 Gästesegmente	49
6.3 Tagesausgaben	49
6.4 Gesamtnachfrage	50
7. Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	53
8. Das Potenzial des Tourismus im Kanton Schaffhausen	57
8.1 Einschätzung des Angebots durch die Leistungsträger	57
8.1.1 Bewertung des Beherbergungsangebots	57
8.1.2 Bewertung des Gastronomieangebots	59
8.1.3 Bewertung des kulturellen Angebots	60
8.1.4 Bewertung des naturnahen Angebots	61
8.1.5 Bewertung des Angebots für den Tagungs- und Seminartourismus	61
8.1.6 Bewertung der Tourismusorganisation	62
8.1.7 Vergleich der Bewertungskriterien	63
8.2 Einschätzung des Ist-Zustands	65
8.3 Perspektiven mit den geplanten Tourismusprojekten	69
8.3.1 Zusammenfassung des Ist-Zustandes	69
8.3.2 Bestehende Projektideen im Kanton Schaffhausen	70
8.3.3 Bewertung der Projekte	70
8.3.4 Fazit zu den Tourismusprojekten	74
9. Fazit zur Studie	75

Zusammenfassung

Die vorliegende Studie wurde im Auftrag des Volkswirtschaftsdepartements des Kantons Schaffhausen erstellt und von einer Steuerungs- und Arbeitsgruppe mit Vertretern des Auftraggebers, von Schaffhauserland Tourismus, Hallau Tourismus, des Beherbergungs- und Gaststättengewerbes, der Schifffahrt sowie des Gewerbeverbandes und der Wirtschaftsförderung begleitet (vgl. Impressum). Die Studie zeigt die *Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft des Kantons Schaffhausen* an Hand der Gesamtnachfrage der Gäste sowie der direkt und indirekt ausgelösten touristischen Bruttowertschöpfung und Beschäftigung auf. Sie basiert methodisch auf der Analyse von statistischen Daten, Modellrechnungen, einer Befragung von Leistungsträgern und Gästen sowie auf Expertengesprächen und Angaben der Tourismusorganisationen. Zudem wurde unter Einbezug von früher erstellten Studien Dritter eine *Situations- und Potenzialanalyse* für den Tourismus erstellt.

Die Studie soll für den Kanton Schaffhausen eine Grundlage schaffen für die im Jahre 2013 in Aussicht gestellte *Erneuerung des Tourismusgesetzes*.

Entwicklung in der Hotellerie 1999-2009

- Die Hotellerie hat sich im Kanton Schaffhausen in den letzten zehn Jahren, gemessen an der Auslastung der Zimmer und den Logiernächten im Vergleich zur Gesamtschweiz *unterdurchschnittlich* entwickelt.
- Die *Auslastung* der Zimmer lag auch unter derjenigen der Vergleichskantone Aargau, Thurgau, Solothurn und Baselland. Mit Ausnahme von Aargau entwickelten sich diese Kantone auch in Bezug auf die Logiernächte positiver als Schaffhausen.
- Die *Anzahl Betriebe* hat im Gegensatz zum schweizerischen Trend weniger stark ab- die Zimmerzahl leicht stärker zugenommen. Die *Übernachtungskapazität* wurde durch einen Zugang an grösseren Betrieben bzw. durch die Vergrößerung bestehender Betriebe *erhöht*, was aus betriebswirtschaftlicher Sicht positiv zu werten ist.
- Die *Auslastung der Hotelzimmer* liegt in der Stadt Schaffhausen und in Neuhausen deutlich höher als in Stein am Rhein oder im übrigen Kanton Schaffhausen und erreicht hier knapp den Schweizer Mittelwert. Im Vergleich mit anderen Städten wie Aarau, Biel, Chur, Neuchâtel und Solothurn liegt Schaffhausen/Neuhausen jedoch am Schluss. Dasselbe gilt auch für die Entwicklung der Logiernächte. Hier liegt Schaffhausen/Neuhausen vor Aarau am Ende der Liste.
- Die Herkunft der Hotelgäste veränderte sich im Kanton Schaffhausen über die vergangenen zehn Jahre kaum.
- Der Inländeranteil liegt zwischen 33% in Schaffhausen/Neuhausen, 53% in Stein am Rhein und 79% im übrigen Kanton.

Kulturtourismus und Sportveranstaltungen

- An den bestehenden Kultur-, Unterhaltungs- und Sportangeboten wurden 2009 rund 3.5 Mio. auswärtige Gäste empfangen.
- Die bekannten Leuchttürme Rheinfall und das Städtchen Stein am Rhein vereinten 55% dieser Gästefrequenzen auf sich.

Allgemeine Wirtschaftsstruktur des Kantons Schaffhausen und der Regionen

- Der Kanton Schaffhausen verzeichnete 2008 gemäss Betriebszählung des Bundesamts für Statistik (BFS) eine Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) von rund 33'500, was 1% der Beschäftigung der Schweiz gleichkommt.
- Die Wirtschaft des Kantons Schaffhausen generierte 2008 ein Bruttoinlandprodukt (BIP) bzw. eine Bruttowertschöpfung (BWS) von rund 4.3 Mia. CHF. Dies entspricht 0.8% des schweizerischen BIP.
- Der Anteil der *Touristischen Leistungsträger*¹ an der Beschäftigung betrug 2008 im Kanton Schaffhausen 5.9%, derjenige am BIP 3.4%. Der Beschäftigungsanteil liegt somit unter dem schweizerischen Mittelwert von 8.4%.
- Die Beschäftigung und Wertschöpfung der Touristischen Leistungsträger zeigen, dass der Kanton Schaffhausen in Bezug auf seine Beschäftigungsstruktur unterdurchschnittlich auf den Tourismus ausgerichtet ist. Er ist damit vergleichbar mit andern Mittellandkantonen.
- Im Vergleich zum Durchschnitt der Schweiz weist der Kanton Schaffhausen überdies einen deutlich höheren Anteil an Industrie und Gewerbe auf. Demgegenüber sind die Bauwirtschaft und Dienstleistungen leicht untervertreten.

Gästefrequenzen und Gesamtnachfrage

- Abbildung 1 zeigt eine Zusammenstellung der im Rahmen dieser Studie erhobenen Gästefrequenzen und der wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus im Kanton Schaffhausen.
- Im Kanton Schaffhausen wurden für das Jahr 2008 insgesamt rund 2.36 Mio. *Gästefrequenzen* ermittelt. Davon sind 0.29 Mio. (12%) *übernachtende Gäste* und 2.07 Mio. *Tagesgäste* (88%). Damit liegt der Tagesgästeanteil leicht über demjenigen der Kantone Aargau, Solothurn, Baselland sowie den Mittellandregionen Emmental und Ob- und Nid- u. Oberaargau.
- Im Verhältnis zur Bevölkerung weist der Kanton Schaffhausen, dank seiner touristischen Attraktionen Rheinfall und Stein am Rhein, eine etwas höhere Gästezahl auf als vergleichbare Mittellandkantone.
- Die Gäste des Kantons Schaffhausen erzeugten 2009 eine *Gesamtnachfrage* von 194 Mio. CHF. Davon entfielen 87 Mio. CHF auf Tagesgäste, 37 Mio. CHF auf übernachtende Gäste und 64 Mio. CHF auf den Einkaufs- und Tankstellentourismus.
- Der *Einkaufstourismus* hat in Schaffhausen wegen der Grenzlage eine grosse wirtschaftliche Bedeutung. Da sie jedoch weniger im Fokus der Marketingbemühungen stehen, wurde dieses Segment nur wertmässig geschätzt, nicht aber in Bezug auf die Frequenzen.
- Die *Tagesgäste erzeugen im Verhältnis zu ihren Frequenzen deutlich weniger Wertschöpfung* als die übernachtenden Gäste. Die höchste Wertschöpfung pro Kopf wird mit Hotelgästen erzielt.

¹ Unter den Touristischen Leistungsträgern werden alle Branchen zusammengefasst, die Dienstleistungen für auswärtige Gäste anbieten: Dies sind namentlich das Gastgewerbe, Transportunternehmen wie Eisenbahn, Bus, Taxi, Bergbahnen und die Schifffahrt, der Detailhandel sowie Veranstalter in Kultur, Sport und Unterhaltung. Auch werden Reisebüros und Verkehrsvereine zu den Touristischen Leistungsträgern gezählt.

Abbildung 1: Übersicht über Gästefrequenzen, Gesamtnachfrage sowie Beschäftigungs- und Wertschöpfungswirkungen des Tourismus im Kanton Schaffhausen

Indikatoren	Kanton Schaffhausen
Gästefrequenzen in Tsd.	2'360
Tagesgäste	2'070
Übernachtende Gäste	290
Tagesgästeanteil in %	88
Gesamtnachfrage in Mio. CHF	194
Tagesgäste	87
Übernachtende Gäste	37
Einkaufstourismus*	64
Ausgaben für Ferienwohnungen (Kosten und Investitionen)	3
Gesundheitswesen	3
Ausgelöste Beschäftigung (VZÄ)	1'460
Direkt	1'030
- davon bei touristischen Leistungsträgern	690
Indirekt	430
Anteil an regionaler Beschäftigung in %	4.4
Ausgelöste Bruttowertschöpfung in Mio. CHF	136
Direkt	79
- davon bei touristischen Leistungsträgern	52
Indirekt	57
Anteil an regionalem BIP in %	3.1

Quelle: Rütter+Partner. Infolge von Rundungsabweichungen entspricht die Summe der Einzelwerte nicht immer genau dem Total. *Die Anzahl Einkaufstouristen wurde nicht erhoben und ist in den Gästefrequenzen nicht enthalten.

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

- Im Kanton Schaffhausen waren 2008 rund 1'460 *Vollzeitstellen* durch touristische Aktivitäten induziert. Dies entspricht 4.4% der kantonalen Beschäftigung.
- Durch die touristischen Arbeitsplätze wurde eine *Bruttowertschöpfung* von 136 Mio. CHF generiert, was 3.1% des kantonalen BIP entspricht. Damit liegt der Kanton Schaffhausen leicht über den andern, zum Vergleich herangezogenen Mittellandkantonen.
- Bei den Touristischen Leistungsträgern selbst, entstand eine Beschäftigung von rund 690 VZÄ und eine Bruttowertschöpfung von 52 Mio. CHF. Dies entspricht 47% der gesamten tourismusinduzierten Beschäftigung und 38% der gesamten tourismusinduzierten BWS.
- Auch im Kanton Schaffhausen zeigt sich deutlich, dass der Tourismus eine typische „*Querschnittsbranche*“ ist – es profitieren viele Betriebe weiterer Wirtschaftszweige: Der Konsum auswärtiger Gäste lösen direkt 23% der Beschäftigung (rund 340 VZÄ) und 20% der Wertschöpfung (27 Mio. CHF) in Branchen ausserhalb der Touristischen Leistungsträger aus. Auf indirektem Weg kommen weitere 29% der Beschäftigung (rund 430 VZÄ) und 42% der Wertschöpfung (57 Mio. CHF) hinzu.
- Die grosse Bedeutung des Einkaufstourismus manifestiert sich auch in einem hohen Tourismusanteil beim Handel (rund 8%).

Potenzialanalyse: Ist-Zustand

- Der Kanton Schaffhausen verfügt über ein gutes ursprüngliches Potenzial². Insbesondere zu erwähnen sind die Wasserlandschaften des Untersees, des *Rheinlaufs* und des *Rheinfalls* sowie die intakten *Kultur- und Naturlandschaften* im *Klettgau* und im *Randen*. Auch die *historischen Stadtkerne* von Schaffhausen und Stein am Rhein bieten ein hervorragendes Ambiente für den Tourismus.
- Dieses *Potenzial* wird heute jedoch *nur teilweise ausgeschöpft*. Es ist zu wenig erlebbar und die *Inwertsetzung* im Sinne von kommerziellen Angeboten ist suboptimal.
- Die kommerzielle Inwertsetzung der Potenziale wird bei den drei grössten Attraktionen der Region, dem Rheinfall, dem Städtchen Stein am Rhein und dem Munot, vor allem durch ihre öffentliche Zugänglichkeit erschwert. Dies führt insbesondere beim Rheinfall auch dazu, dass zuwenig Ressourcen für den notwendigen Unterhalt der Infrastruktur bereitstehen.
- Die *Hotellerie* wird von vielen Akteuren als grösste Schwäche im Angebot gesehen. *Insbesondere fehle es an Betrieben, die auch grössere Gruppen beherbergen können*. Die durch neue Hotels hervorgerufene Kapazitätsausweitung könnte zu Strukturanpassungen führen, die aber aus Kundensicht zu begrüessen wären.
- Die Hotellerie weist vergleichsweise tiefe Frequenzen auf und leidet, wie erwähnt, unter einer tiefen Auslastung. Dafür können drei Gründe ausgemacht werden. Erstens generiert der Freizeittourismus über das ganze Jahr gesehen nicht genügend Übernachtungen, insbesondere weil die Erlebnisdichte zu tief ist und die Nachfrage starke saisonale Schwankungen aufweist. Zweitens löst der Geschäftstourismus, der in Schaffhausen für den Grossteil der Frequenzen sorgt, zwar über das ganze Jahr verteilt Übernachtungen aus, doch ist das Angebot dafür an den Wochenenden sehr schlecht ausgelastet. Für eine bessere Auslastung an den Wochenenden fehlt wiederum die nötige Erlebnisdichte. Drittens besteht eine grosse Diskrepanz in den Ansprüchen zwischen dem Geschäfts- und dem Freizeittourismus bezüglich der Angebotsgestaltung, die schwierig zu überbrücken ist.
- In den Expertengesprächen zeigte sich, dass es für eine gute Potenzialauschöpfung vor allem auch mehr unternehmerische Marketingaktivitäten braucht. Die Aufgabe von Schaffhauserland Tourismus ist es, diese Aktivitäten zu bündeln und zu unterstützen.
- Als *positiv* zu bewerten ist die *Neuorganisation von Schaffhauserland Tourismus* und der damit gestartete Destinationsbildungsprozess, denn für die Vermarktung der Region ist eine starke kantonale Organisation sehr wichtig.
- Auf die weitere Entwicklung und Stärkung der Organisation wirken sich jedoch die *finanziellen Unsicherheiten* negativ aus. Es bedarf eines rechtlichen Rahmens, der die Finanzierung der Organisation sichert, einerseits durch eine kantonale Förderung, andererseits aber auch durch den Einbezug der Gemeinden und der Leistungsträger.
- *Touristische Angebote sind Teil eines attraktiven Arbeits- und Wohnstandorts*, da sie auch von der lokalen Bevölkerung genutzt werden. Eine staatliche Förde-

² Als ursprüngliches Angebot werden alle Faktoren verstanden, die in ihrem Wesensgehalt keinen direkten Bezug zum Tourismus haben, durch ihre Anziehungskraft auf Touristen jedoch zu touristischen Objekten werden (Müller et al., 2002).

rung des Tourismus ist deshalb auch unter dem Aspekt der Standortpolitik zu beurteilen.

- Zur weiteren Angebotsgestaltung besteht mit der projektorientierten Vergabe von *Bundesgeldern der Neuen Regionalpolitik (NRP) und dem Zugang zu kantonalen Geldern der regionalen Standortentwicklung (RSE) eine zweckmässige Lösung*. Die Gelder, die daneben von der Jakob-und-Emma-Windlerstiftung in Tourismusprojekte in Stein am Rhein investiert werden, sind wichtige Beiträge zur zukünftigen Positionierung der Region als Tourismusort.
- Die *Zusammenarbeit in grossregionalen Strukturen* ist besonders für die internationale Vermarktung der Region von grosser Wichtigkeit. Mit dem *Bodensee* und dem *Schwarzwald* bestehen zwei starke, internationale bekannte Marken in der unmittelbaren Umgebung, die verstärkt genutzt werden sollten.

Analyse bestehender Tourismusprojekte

- Mit *zukünftigen Tourismusprojekten* sollen primär zwei Ziele erreicht werden: Die bestehenden Besuchersegmente sollen erstens durch weitere Angebote zu *längeren Aufenthalten* und zu *mehr Ausgaben* animiert werden. Zweitens sollen *neue Gästesegmente* angesprochen werden, die helfen, eine ausgeglichene Nachfrage zu erreichen, und die zu mehr Übernachtungen in der Region führen.
- Eine Analyse von 16 bestehenden Tourismusprojekten zeigt, dass viele Projekte in Bearbeitung sind, die *insgesamt Schaffhausen als Tourismusdestination stärken* können. Abbildung 2 gibt eine Übersicht über die bewerteten Projekte.
- *Nur wenige Projekte haben jedoch ein grosses Potenzial*. Die Erlebnisdichte in der Region bliebe auch nach der Realisierung dieser Projekte unter den zu erreichenden sechs bis sieben Stunden, die als Voraussetzung für die Stärkung des Segments der Übernachtungsgäste gelten.
- Die *Aufwertungsmassnahmen* am Rheinfluss können die *Aufenthaltsdauer der Gäste verlängern*. Es müsste jedoch die Dichte an kommerziellen Angeboten erhöht werden, damit mehr zusätzliche Wertschöpfung generiert werden kann.

Fazit

Die Studie zeigt, dass der Tourismus mit einem Beitrag von 4.4% zur Beschäftigung und 3.1% zum kantonalen BIP ein namhafter Wirtschaftsfaktor für den Kanton Schaffhausen ist. Dazu tragen die herausragenden Attraktionen Rheinfluss und die Altstädte von Schaffhausen und Stein am Rhein massgeblich bei. Vom Tourismus profitieren nicht nur die direkten Leistungsträger wie das Gastgewerbe und die Schifffahrt sondern auch viele andere Branchen, namentlich der Detailhandel und die Kultur.

In verschiedenen Bereichen besteht ein noch nicht ausgeschöpftes Potenzial zur Weiterentwicklung und Stärkung der Tourismusbranche. Die lange Liste an Projektideen zeigt, dass dieses Potenzial erkannt worden ist und deutet auf eine hohe Dynamik im Tourismus hin. Dazu beigetragen hat auch die Reorganisation der kantonalen Tourismusorganisation und die Stärkung des Destinationsmanagements. Die aktuelle Finanzierung durch den Kanton ist im Vergleich mit anderen Mittellandkantonen gut, insbesondere auch in Verbindung mit den zur Verfügung gestellten NRP/RSE-Geldern für touristische Projekte. Die notwendige Gesetzesrevision auf Ende 2013 und die fehlende gesetzliche Grundlage zur Einbindung der Leistungsträger in die Finanzierung von Schaffhauserland Tourismus bringt jedoch Unsicherheiten, die geklärt werden müssen. Bei dieser Diskussion darf nicht vergessen werden, dass von einem breiten und qualitativ hochstehenden Angebot

auch breite Kreise der lokalen Bevölkerung und der ansässigen Firmen profitieren, denn die Verbesserung der touristischen Einrichtungen bedeutet immer auch eine Verbesserung der Wohnqualität für Einheimische. Die Förderung des Tourismus ist deshalb auch unter dem Aspekt der Standort- und Wohnortspolitik wichtig.

Abbildung 2: Tabellarische Zusammenstellung der Projektbewertung

	Ein- gliederung	Neue Kunden- segmente	Länge- rer Aufent- halt	Fördert Über- nachtun- gen	Verbes- sert Saisona- lität	Potenzial Wert- schöpfung
Standort Stein am Rhein						
Neugestaltung Gartenanlage in Stein am Rhein im Rahmen der Gartenregion	●●●	●●	●●	●●	●●	●●
Spielzeughaus	●●	●●	●●	●●	●●●	●●
Standort Schaffhausen						
Neues Konferenzhotel in der Bleiche	●	●●	●	●●●	●●	●●●
Aufwertung der Veranstaltungshalle „Stahlgiesserei“ in Kombination mit einer neuen Sporthalle	●	●●	●●	●●	●●●	●●●
Aufwertungsmassnahmen am Rheinflall						
Angebote für Kinder (Spielplatz, Picknick)	●●●	●	●●	●	●	●
Nutzung der historischen Gebäude für Handwerkerläden und Kleinkunst	●●●	●	●●	●	●●	●●
Rundwanderweg um den Rheinflall	●●●	●●	●●●	●	●	●
Museum über Wasserkraft	●●●	●●	●●	●	●●	●●
Lifanlage zwischen Neuhausen und Rheinflall	●●●	●	●	●	●	●
Events am Rheinflall	●●	●●	●	●●	●●	●●
Grossaquarium beim Rheinflall	●●●	●●	●●●	●●	●●●	●●●
Weinerlebnis Klettgau						
Erlebnishotel in Hallau	●	●●●	●	●●●	●●●	●●●
Inszenierung Weinerlebnis	●●●	●●	●●	●●	●●	●●●
Aufwertung der Trotte Osterfingen (im Rahmen des PRE-WO)	●●	●●	●●	●●●	●●●	●●●
Naturnaher Tourismus						
Regionaler Naturpark	●●	●●	●●	●●	●●	●
Aufwertung Langsamverkehr	●●●	●	●●	●●	●	●

● - Kaum Potenzial ●● - Mittleres Potenzial ●●● - Grosses Potenzial

Quelle: Rütter+Partner.

1. Ausgangslage und Ziele der Studie

Ausgangslage

Mit dem Rheinfall, dem Städtchen Stein am Rhein und der Altstadt Schaffhausens mit dem Munot bestehen im Kanton Schaffhausen drei touristische Leuchttürme, die eine Tradition als touristische Attraktionen haben. Daneben bestehen mit dem Weinbau und einer intakten Kultur- und Naturlandschaft weitere touristische Potenziale, die noch nicht vollständig ausgeschöpft sind. Die bessere Nutzung und Inwertsetzung dieser Potenziale ist das erklärte Ziel von Schaffhauserland Tourismus. Schaffhauserland Tourismus entstand 2008 als Nachfolgeorganisation von Schaffhausen Tourismus und übernimmt die Funktion des kantonalen Destinationsmanagements. Als solche erhält der Verein finanzielle Beiträge des Kantons.

Der Kanton Schaffhausen hat Mitte 2008 ein neues Gesetz über Beiträge an die kantonale Tourismusorganisation verabschiedet. Die Ausrichtung des Staatsbeitrags erfolgt erfolgsabhängig aufgrund einer Leistungsvereinbarung zwischen dem Kanton und dem Verein Schaffhauserland Tourismus. Das Gesetz zur Förderung des Tourismus ist bis Ende 2013 gültig, für die Zeit danach soll eine neue Lösung bei der Finanzierung von Schaffhauserland Tourismus gefunden werden.

Im Hinblick auf diese Gesetzesrevision hat der Kanton Schaffhausen die vorliegende Studie in Auftrag gegeben, um mehr Transparenz über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Schaffhausen und dessen Potenzial zu erhalten.

Ziele der Studie

Die Hauptziele der Studie lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Analyse und Darstellung der Bedeutung des Tourismus für die Gesamtwirtschaft, die touristischen Leistungsträger und für andere Wirtschaftszweige des Kantons Schaffhausen.
- Schätzung der durch den Tourismus ausgelösten Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen und Ermittlung der direkt und indirekt durch den Tourismus ausgelösten Wertschöpfung und Beschäftigung.
- Analyse des Potenzials für eine Aufwertung des Tourismus im Kanton Schaffhausen unter Berücksichtigung der laufenden bzw. geplanten Projekte.

2. Methodisches Vorgehen

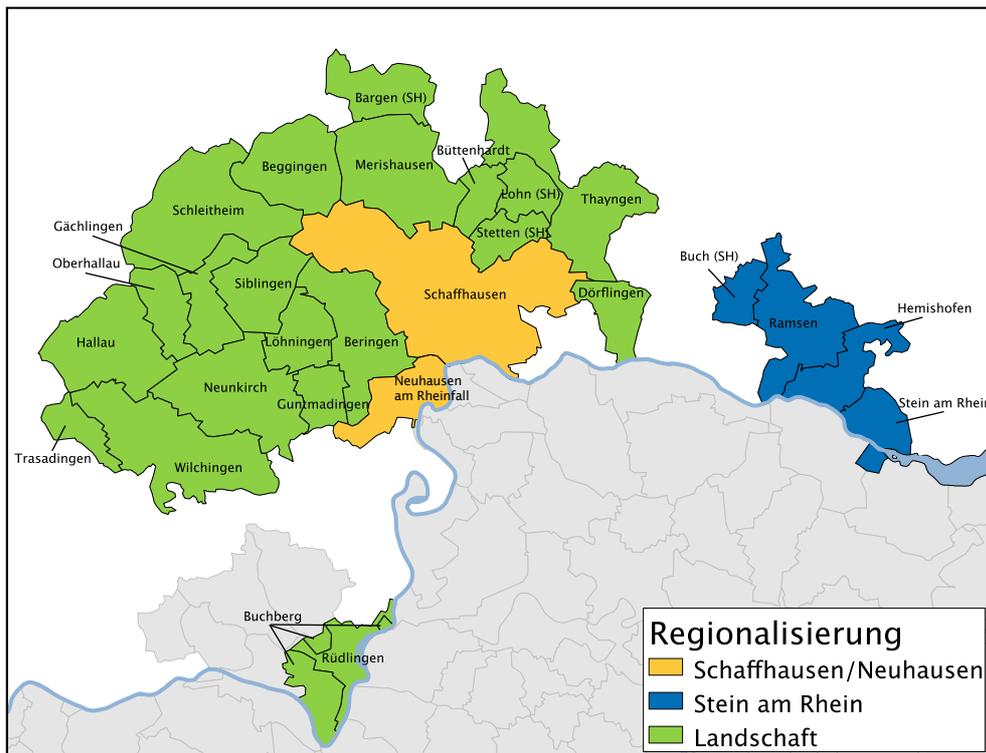
Im folgenden Kapitel wird das methodische Vorgehen dargestellt und die wichtigsten Begriffe beschrieben.

2.1 Regionale Abgrenzung

Der Kanton Schaffhausen lässt sich in fünf topographisch getrennte Regionen unterteilen. Stadt Schaffhausen und Neuhausen am Rheinfall, Reiat, Klettgau, Rüdlingen-Buchberg und Stein am Rhein mit den weiteren Gemeinden der Exklave. Für die Studie wird allerdings auf eine Regionalisierung nach diesen topographischen Kammern verzichtet, da sie für die statistischen Analysen zu klein sind. Bei einigen Analysen werden jedoch folgende Teilregionen unterschieden (Abb. 3):

- Schaffhausen/Neuhausen
- Stein am Rhein
- Landschaft bzw. die übrigen Kantonsteile

Abbildung 3: Unterschiedene Teilregionen des Kantons Schaffhausen



Quelle: BFS.

2.2 Zeitliche Abgrenzung

Die Analysen beziehen sich, wenn nichts Anderes vermerkt ist, auf das Jahr 2008 da für dieses Jahr Zahlen aus der Betriebszählung vorliegen. Die Logiernächtezahlen stammen aus dem Jahr 2009.

2.3 Vorgehen bei der Bestandesaufnahme von touristischen Angeboten

Kapazitäten und Entwicklung der Hotellerie

Die Analyse der Hotellerie beruht auf Daten aus der Tourismusstatistik des Bundesamtes für Statistik (BFS). Es werden die Anzahl Betriebe und Zimmer, Hotello-giernächte, die Herkunft der Gäste sowie die Brutto-Zimmerauslastung dargestellt und kommentiert.

Die Bruttoauslastung bezieht sich (im Gegensatz zur Nettoauslastung, die nicht für alle Jahre zur Verfügung steht) auf alle in einem Betrieb/einer Region vorhandenen Zimmer bzw. Betten. Es wird nicht berücksichtigt, ob der Betrieb geöffnet ist, ob also die Kapazitäten tatsächlich zur Verfügung stehen.

Schätzung der Kapazitäten in der Parahotellerie

Zur Parahotellerie gehören vermietete Ferienwohnungen und -häuser, Gruppenunterkünfte, Jugendherbergen, Hütten und Campingplätze. Landwirtschaftsbetriebe, die Gäste bewirten, gehören gemäss der hier verwendeten Definition nicht zur Parahotellerie, sondern werden als eigene Gruppe ausgewiesen. Die Kapazitäten in der Parahotellerie und der Landwirtschaft wurden basierend auf den Adresslisten der Tourismusorganisationen, der Befragung der Leistungsträger und der Expertengespräche geschätzt.

Schätzung der Frequenzen der Gäste von Kulturinstituten und Kultur- und Sportevents

Die Frequenzen wurden basierend auf der Adressliste der Tourismusorganisationen und einer Internetrecherche geschätzt.

2.4 Vorgehen zur Ermittlung von Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur

Die Wirtschaftsstruktur des Kantons Schaffhausen ist die Grundlage für die Darstellung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus. Die verwendete Einteilung der Branchen (Wirtschaftszweige) basiert auf der Allgemeinen Systematik der Wirtschaftszweige (NOGA) des Bundesamtes für Statistik (BFS). Die Studie enthält detaillierte Angaben für diejenigen Wirtschaftszweige, die den Touristischen Leistungsträgern zuzuordnen sind. Die übrigen Wirtschaftszweige werden in aggregierter Form dargestellt.

Touristische Leistungsträger

Zu den Touristischen Leistungsträgern (TL) zählen jene Wirtschaftszweige, welche eng mit dem Tourismus verbunden sind. Sie umfassen das Beherbergungsgewerbe, das Gaststättengewerbe, die Eisenbahnen, die Bergbahnen, den Personenstrassenverkehr, den übrigen Personenverkehr (Luftfahrt, Hilfstätigkeiten für den Verkehr), die Reisebüros und Tourismusvereine sowie den Wirtschaftszweig Unterhaltung, Kultur, Sport.

Bestimmung der Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur

Die Beschäftigungsstruktur des Kantons Schaffhausen wurde anhand der Betriebszählungsdaten 2008 des BFS ermittelt. Die Daten wurden auf eine für die Fragestellung sinnvolle Brancheneinteilung aggregiert.

Die Wirtschaftsstruktur basiert auf der Wertschöpfung pro Wirtschaftszweig. Die Beschäftigten (in Vollzeitäquivalenten VZÄ) pro Wirtschaftszweig wurden dazu mit ihrer Arbeitsproduktivität multipliziert. Die Arbeitsproduktivität entspricht der pro Beschäftigten (VZÄ) erwirtschaftete Bruttowertschöpfung. Die für die Studie eingesetzte Arbeitsproduktivität stützt sich auf zwei Grundlagen: (1) Hochrechnungen basierend auf dem Produktionskonto 2005 des BFS und (2) eine regionale Anpassung der zugrunde liegenden Produktivitäten anhand der regionalen Lohnunterschiede.

Anteil der touristischen Leistungsträger am Bruttoinlandprodukt (BIP)

Der Anteil der Touristischen Leistungsträger am BIP ist ein erster Hinweis für die Bedeutung des Tourismus in einer Region. Der Indikator umfasst die gesamte Beschäftigung und Wertschöpfung aller Branchen, die den Touristischen Leistungsträgern zugeordnet werden. Er enthält somit auch die Beschäftigung und Wertschöpfung, die sie mit Einheimischen erzielen. Gleichzeitig gibt es auch Branchen, die Umsätze mit Touristen machen und nicht zu den Touristischen Leistungsträgern zählen. Daher ist der Anteil der Touristischen Leistungsträger am BIP nicht mit dem Beitrag des Tourismus zur Wertschöpfung gleichzusetzen.

2.5 Vorgehen zur Bestimmung von Gästefrequenzen und Gesamtnachfrage

Definition von Gast bzw. Tourist

Als Gäste (Touristen) werden alle Personen bezeichnet, die sich innerhalb der untersuchten Region aufhalten und weder in der näheren Umgebung wohnhaft sind, noch dort arbeiten. Als Abgrenzung für die „nähere bzw. gewohnte Umgebung“ wird eine Distanz von 15 km bzw. 20 Min. mit dem Auto zum ständigen Wohn- oder Arbeitsort definiert. Der Grund bzw. das Motiv des Besuches spielt dabei keine Rolle (Personen, die sich innerhalb der näheren oder gewohnten Umgebung aufhalten sind Einheimische und ihre Ausgaben sind nicht touristisch).

Infolge der Grenzlage des Kantons Schaffhausen werden somit Personen, die in Deutschland wohnen (innerhalb des Perimeters von 15 km bzw. 20 Autominuten) nicht zu den Gästen (Touristen) sondern zu den Einheimischen gezählt.

Die Definition gilt auch für Geschäftstouristen. Geschäftstouristen sind Personen, die sich für eine begrenzte Zeit aus beruflichen Gründen an einem Ort aufhalten.

Dies kann eine Sitzung sein, der Besuch eines Seminars, eines Verkaufsgesprächs aber auch ein länger dauernder Auftrag (Beratung, Installation und Wartung von Produktionsanlagen). Geschäftstouristen werden bei den touristischen Frequenzen mitgezählt und ihre Ausgaben sind touristisch.

Die Gäste unterteilen sich in die zwei Kategorien Tagesgäste und übernachtende Gäste bzw. Übernachtungsgäste.

- Übernachtungsgäste sind alle Gäste, die innerhalb der untersuchten Region in einer Unterkunft übernachten, die nicht ihr ständiger Wohnsitz oder ihr Arbeitswohnsitz ist.
- Tagesgäste sind alle Gäste, die sich am Untersuchungstag in der untersuchten Region aufhalten jedoch nicht dort übernachten.

Im Rahmen der Gästebefragung wurden noch weitere Kategorien unterschieden (vgl. Abschnitt 2.7).

Schätzung der Gästefrequenzen

Die Aufenthaltstage der Gäste in der untersuchten Region werden Gästefrequenzen genannt. Bei den übernachtenden Gästen entsprechen die Frequenzen per Definition den Logiernächten. Bei der Ermittlung der Frequenzen in den einzelnen Beherbergungstypen gibt es Unterschiede in der Art und Qualität der Erfassung.

Hotellerie

Für die Hotellerie liegen offizielle Erhebungen des BFS vor. Die dargestellten Frequenzen der Hotelgäste entsprechen den durch das BFS erhobenen Logiernächten für das Jahr 2009.

Landwirtschaft und Parahotellerie

Die Logiernächte in der Landwirtschaft und der Parahotellerie wurden basierend auf einer Befragung des Gastgewerbes, der Parahotellerie und bei landwirtschaftlichen Betrieben mit touristischem Angebot geschätzt.

Zweitwohnungen

Die Eigentümer/innen von Zweitwohnungen sind Gäste (Touristen) und ihre Ausgaben gelten als touristisch, sofern die Zweitwohnung nicht als Arbeitswohnsitz verwendet wird. Zur Bestimmung der Frequenzen in Zweitwohnungen dienen die Angaben in der Gebäude- und Wohnungserhebung der Volkszählung (VZ) 2000. In der VZ werden keine Angaben zum Nutzungszweck der Wohnungen gemacht. Es ist daher nicht möglich zu unterscheiden, ob teilweise bewohnte Wohnungen als Freizeitwohnsitze oder Arbeitswohnsitze dienen. Wie umfangreiche Erhebungen verschiedener Studien (Wertschöpfungsstudien Nidwalden und Kanton Waadt) zeigten, sind in ländlichen Regionen die Anteile der teilweise bewohnten Wohnungen, die Zweitwohnungen im touristischen Sinne sind, sehr unterschiedlich.

Für die vorliegende Studie wurde von einem sehr tiefen touristischen Anteil von 10% der teilweise bewohnten Wohnungen ausgegangen³. Mit der Harmonisierung der Einwohner- und Wohnungsregister, die das BFS zur Zeit vornimmt, wird es ab 2013 möglich sein, diese Zahl zu überprüfen.

³ In der Gebäude- und Wohnungserhebung wird zwischen dauerhaft, teilweise und nicht bewohnten Gebäuden bzw. Wohnungen unterschieden. Als Basis für die Schätzung der Anzahl touristisch genutzter Zweitwohnungen wird die erhobene Anzahl teilweise bewohnter Wohnungen verwendet. Dies ist im Kanton Schaffhausen ein kleiner Teil aller bewohnten Gebäude bzw. Wohnungen.

Den nach dieser Methode festgelegten Anzahl Ferienwohnungen wurden je 75 Logiernächte pro Jahr unterstellt, was ein Erfahrungswert aus eigenen empirischen Studien in anderen Kantonen ist.

Gäste von Verwandten und Bekannten

Zur Kategorie „Besucher/innen von Verwandten und Bekannten“ werden übernachtende Gäste von in der Region ansässigen Personen gerechnet. Nicht übernachtende Besucher werden als Tagesgäste gezählt. Für die Anzahl Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem wurde eine Logiernacht pro Einwohner und Jahr unterstellt. Dies ist eine oftmals unterschätzte Gästekategorie, doch zeigen empirische Erhebungen ihre Relevanz, besonders in den schwach-touristischen Regionen.

Tagesgäste

Die Tagesgästefrequenzen wurden basierend auf der Befragung des Gastgewerbes und von Detailhandelsgeschäften geschätzt und im Rahmen des Abgleichs von Angebot und Nachfrage bereinigt. Sämtliche Schätzungen wurden zudem sowohl mit den Resultaten der Gästebefragung beim Munot, am Rheinfluss und in Stein am Rhein (vgl. Abschnitt 2.7), als auch mit den Angaben aus eigenen Studien zu ähnlichen Regionen sowie Studien Dritter zu Schaffhausen verglichen.

Schätzung der Tagesausgaben

Die Tagesausgaben umfassen alle Ausgaben der Gäste während ihres Aufenthaltes in der Region, geteilt durch die Anzahl Aufenthaltstage. Die Tagesausgaben wurden aufgrund von Erfahrungswerten aus anderen Wertschöpfungsstudien geschätzt und mit den Angaben aus den Gästebefragungen plausibilisiert. Die so ermittelten Tagesausgaben gingen in die Berechnung der Gesamtnachfrage ein.

Touristische Nachfrage/Gesamtnachfrage

Die touristische Nachfrage entspricht allen Ausgaben der Gäste (Tagesgäste und Übernachtungsgäste) während ihres Aufenthaltes in der Region. Sie wird berechnet, indem pro Gästekategorie die Tagesausgaben mit den Frequenzen multipliziert werden. In dieser Studie wird zudem zwischen touristischer Nachfrage und touristischer Gesamtnachfrage unterschieden. In der Gesamtnachfrage sind Nachfrageelemente enthalten, die entweder nicht gästespezifisch zugeordnet werden können oder unabhängig vom Aufenthalt der Gäste sind, namentlich:

- Ausgaben im Detailhandel und an Tankstellen durch Einkaufstouristen⁴.
- Die Ausgaben von ausländischen Patienten in Spitälern⁵. Die Angaben über die Anzahl Ausländer und die Kosten der Pflegetage in Spitälern stammen aus der Krankenhausstatistik des BFS (2008).
- Die Kosten und Investitionen für Zweitwohnungen. Es wurde pauschal ein Betrag von 5'000 CHF pro Jahr und Objekt unterstellt und zur Nachfrage hinzugezählt. Diese Pauschale beruht auf Ergebnissen anderer empirischer Studien u.a. in den Kantonen Waadt (Rütter et al., 2004) und Nidwalden (Rütter-Fischbacher et al., 2004).

Die touristische Gesamtnachfrage enthält nicht den gesamten touristischen Umsatz. Im touristischen Umsatz einer Region sind auch Ausgaben der Einheimi-

⁴ Unter Einkaufstouristen werden Gäste verstanden, die lediglich für den Einkauf von Waren oder Dienstleistungen anreisen.

⁵ Bundesamt für Gesundheit (BAG) (2008).

schen bei Reiseveranstaltern sowie alle indirekten Effekte enthalten. Er ist höher als die Gesamtnachfrage und Basis für die Berechnung der touristischen Bruttowertschöpfung.

2.6 Vorgehen zur Schätzung der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung

Tourismusanteile, touristische Beschäftigung und Wertschöpfung

Die Ausgaben der Gäste lösen in der regionalen Wirtschaft Umsätze, Beschäftigung und Wertschöpfung aus. Der touristische Anteil (Tourismusanteil) ist dabei je nach Wirtschaftszweig unterschiedlich. Die Tourismusanteile der Branchen wurden in den folgenden vier Schritten geschätzt:

- Schätzung des Tourismusanteils nach Wirtschaftszweig mit Hilfe eines Regressionsmodells⁶.
- Validierung der Resultate durch die Befragung der Touristischen Leistungsträger in der Region.
- Vergleich mit den ermittelten Tourismusanteilen für die Kantone Solothurn, Aargau und Baselland sowie die Regionen Emmental und Oberaargau.
- Abstimmung des angebotsseitig bei den Unternehmen ermittelten touristischen Umsatzes mit der geschätzten touristischen Nachfrage.

Die gesamten Tourismusanteile nach Wirtschaftszweigen summieren sich aus den direkten und indirekten Tourismusanteilen. Ausser bei den Reisebüros und Tourismusvereinen, die per Definition zu 100% touristisch sind⁷, liegen alle Tourismusanteile unter 100%, da ein Teil der Leistungen für Einheimische erbracht wird. So wird z.B. bei Hotelbetrieben bei der Restauration ein Teil des Umsatzes mit Einheimischen erzielt. Mit Hilfe des Tourismusanteils kann die touristische Beschäftigung ermittelt werden und die touristische Wertschöpfung.

Touristische Beschäftigung

Unter dem Begriff Beschäftigung wird in dieser Studie stets die Beschäftigung gemessen in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) verstanden. Massgebend ist somit nicht die Anzahl Personen, sondern das Arbeitsvolumen, umgerechnet auf vollzeitäquivalente Beschäftigung. Dies ist wichtig, da in der Tourismuswirtschaft sehr viele Personen temporär und/oder teilzeitlich tätig sind. Die touristische Beschäftigung ist derjenige Anteil an der Beschäftigung, der direkt oder indirekt durch die Gäste (Touristen) ausgelöst wird. Sie wird berechnet, indem die Anzahl Beschäftigte der betreffenden Branche mit ihrem Tourismusanteil multipliziert wird.

Touristische Bruttowertschöpfung

Die touristische Wertschöpfung ist derjenige Anteil der Wertschöpfung eines Unternehmens, einer Branche oder Region, der direkt oder indirekt auf touristische Umsätze zurückzuführen ist. Analog zur Beschäftigung wird sie ermittelt, indem die Bruttowertschöpfung (BWS) des Wirtschaftszweigs mit seinem Tourismusanteil multipliziert wird.

⁶ Berwert, de Bary, Rütter+Partner (2005).

⁷ Bei Reisebüros werden auch die Leistungen für die Einheimischen zum Tourismus gezählt.

Bei der Baubranche wurden Ausgaben durch Ferienwohnungseigentümer für Bau und Unterhalt als direkte Wirkung erfasst. Bauinvestitionen durch die Gastwirtschaft (Beherbergung und Gastronomie) wurden als indirekte Wirkung erfasst. Die Schätzung der Bauinvestitionen im Gastgewerbe basiert auf Angaben aus der Befragung des Gastgewerbes und wurde über die letzten drei Jahre gemittelt einbezogen. Zudem wurden die Angaben mit Ergebnissen aus Erhebungen der Konjunkturforschungsstelle (KOF) plausibilisiert.

Plausibilisierung

Für das Gastgewerbe, den Detailhandel sowie für alle anderen Branchen wurde die Nachfrage mit den Ergebnissen der angebotsseitigen Modellrechnungen abgestimmt.

Die touristische Gesamtnachfrage ist nicht identisch mit den touristischen Umsätzen, da auch Einheimische touristische Ausgaben innerhalb der Region tätigen, z.B. in Reisebüros oder bei Carunternehmen. Diese Ausgaben werden - im Gegensatz zu den Ausgaben der Einheimischen im Gastgewerbe etc. - dem Tourismus der Region zugerechnet.

Darstellung der Ergebnisse

Die geschätzten direkten und indirekten Tourismusanteile sowie die durch den Tourismus ausgelöste Beschäftigung und Wertschöpfung werden nach Branchengruppen und teilweise nach einzelnen Wirtschaftszweigen ausgewiesen. Zusätzlich werden weitere nicht zugeordnete indirekte Wirkungen (weitere Vorleistungswirkungen, Investitionen, Einkommenseffekt) geschätzt. Diese fließen ebenfalls in die Gesamtergebnisse ein.

2.7 Vorgehen bei der Gästebefragung und der Befragung der Leistungsträger

Gästebefragung

Zeitpunkt

Die Gästebefragung wurde an vier Tagen hintereinander, von Freitag 6. August 2010 bis Montag 7. August 2010 durchgeführt. Die Befragung fand jeweils zwischen 10:00 und 18:30 statt.

Standorte

An den folgenden Standorten wurden Befragungen durchgeführt:

- Rheinfall
- Munot
- Schifflande Schaffhausen
- Understadt und Rathausplatz in Stein am Rhein
- Schifflande Stein am Rhein

Dabei wurde einzig am Rheinfall durchgehend befragt. An den Schifflanden wurde jeweils nach der Ankunft und vor der Abfahrt von Kursschiffen befragt. Während der restlichen Zeit wurden Befragungen auf dem Munot und in der Understadt und auf dem Rathausplatz in Stein am Rheins durchgeführt.

Befragungsteam und Ausbildung

An den Standorten Rheinfall, Munot/Schiff lände Schaffhausen und Unterstadt/Rathausplatz/Schiff lände Stein am Rhein waren jeweils zwei Befrager/innen stationiert. Diese wurden extern rekrutiert und im Rahmen einer halbtägigen Schulung in das Thema eingeführt und für die Befragung ausgebildet. Zudem wurden die Befrager/innen zwei Mal am Standort besucht und nach jedem Befragungstag telefonisch kontaktiert um Fragen zu klären.

Regionalisierung bei der Frage zum Übernachtungsort

Bei der Erhebung des Übernachtungsortes wurde von der in dieser Studie üblicherweise verwendeten Regionalisierung abgewichen. Es wurde statt dessen zwischen drei Regionen als Übernachtungsort unterschieden: Dem Kanton Schaffhausen, der Region Schaffhausen, welche die direkt anliegenden Gemeinden um den Kanton Schaffhausen zusammenfasst und der übrigen Schweiz bzw. dem übrigen Europa. Diese Regionalisierung diente dazu, Informationen darüber zu erhalten, welcher Anteil der Besucher der Attraktionen im Kanton Schaffhausen Gäste der Hotellerie der an den Kanton Schaffhausen angrenzenden Gemeinden sind.

Befragungsform und Fragen

Die Befragung wurde anhand eines definierten Ablaufs durchgeführt. Antworten wurden in einer Strichliste festgehalten. Diese Form ermöglicht eine rasche Befragung und damit die Erhöhung der Gästekontakte. Die Anzahl möglicher Fragen ist jedoch stark limitiert. Die Resultate erlauben eine Kategorisierung der Gäste nach folgenden Kriterien:

- *Herkunft*: Einheimische, übrige Schweiz, Deutschland, übriges Europa, übrige Welt
- *Reisezweck*: Geschäftsreise oder Freizeitreise
- *Verkehrsmittelwahl bei Freizeitreisenden*: Motorisierter Individualverkehr (MIV), Car, ÖV/Schiff, Velo und Wandern
- *Übernachtung vor und nach der Reise zuhause*
- *Alle auswärtigen Übernachtungen ausserhalb der Region oder dem Kanton Schaffhausen*
- *Mindestens eine auswärtige Übernachtung innerhalb der Region Schaffhausen, aber keine Übernachtung im Kanton Schaffhausen*
- *Mindestens eine auswärtige Übernachtung im Kanton Schaffhausen*
- Bei Tagesausflüglern (Übernachtung zuhause oder ausserhalb des Kantons Schaffhausen) wurde zwischen Gästen unterschieden, die *im Kanton Schaffhausen nur die Attraktion am Befragungsstandort* und solche, die *auch weitere Attraktionen im Kanton Schaffhausen besichtigten*.
- Bei Übernachtungsgästen im Kanton Schaffhausen wurden zudem die *Übernachungskategorien* unterschieden: Hotel ***,****, Hotel *,** und Pensionen, Bed+Breakfast, Agrotourismus und Jugendherberge, Camping, Gruppenunterkünfte, gemietete Ferienwohnungen, eigene Ferienwohnungen sowie Verwandte und Bekannte.
- *Tagesausgaben*: Für die jeweiligen Gästekategorien wurden die selbst geschätzten Tagesausgaben im Kanton Schaffhausen erfasst.

Aussage zur Repräsentativität

Durch den Einsatz zweier Befrager/innen pro Standort und die kurze Befragung konnte sichergestellt werden, dass eine grosse Zahl an Gästekontakten (über 2200) erreicht werden konnten. Mit den ausgewählten Standorten konnten zudem die frequenzstärksten Attraktionen abgedeckt werden. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass mit vier Befragungstagen im August keine statistisch repräsentative Aussage für den ganzen Saisonverlauf möglich ist. Auch können keine gesicherten Aussagen zur Gästestruktur anderer Standorte (z.B. im Klettgau) und zu den Tagesausgaben der Gästesegmente des Geschäftstourismus und Einkaufstourismus gemacht werden.

Befragung der Leistungsträger

Firmen aus den Branchen Beherbergung, Detailhandel, Gastgewerbe, Kultur, Sport, Erholung und Landwirtschaft wurden auf schriftlichem Wege befragt. Bei allen Branchen ausser dem Detailhandel wurde auf Adresslisten von Schaffhauserland Tourismus zurückgegriffen. Es wurde angenommen, dass damit die Leistungsträger vollständig abgedeckt sind, was ein Vergleich mit den Angaben aus der Betriebszählung des BFS bestätigte. Für den Detailhandel zog das Bundesamt für Statistik eine Stichprobe aus dem Betriebs- und Unternehmensregister. Die Stichprobe umfasste 30% der eingetragenen Unternehmen. Migros und Coop als Marktführer wurden darüber hinaus direkt angefragt.

Abbildung 4 gibt Auskunft über die Anzahl der verschickten Fragebogen und den Rücklauf. Weiter zeigt sie, wie viele Beschäftigte die betreffenden Branchen insgesamt aufweisen und welcher Anteil davon mit der Befragung abgedeckt wird. Der hohe Anteil durch die Befragung erfasster Vollzeitäquivalente im Bereich der Kultur-, Sport- und Unterhaltungsangebote muss zurückhaltend interpretiert werden, da in diesem Bereich viele Institutionen nicht durch die Betriebszählung erfasst werden bzw. diese anderen Branchen zugeteilt sind. Zudem arbeiten in diesem Bereich viele Personen unentgeltlich und werden in der Betriebszählung deshalb nicht als Beschäftigte gezählt.

Abbildung 4: Befragung der Leistungsträger und Rücklauf der Fragebogen

Branche	Versand			Rücklauf		
	Anzahl	Anzahl	%	Beschäftigte nach BZ (VZÄ)	Rücklauf Beschäftigte (VZÄ)	%
Beherbergung	42	20	48	278	113	40
Gaststätten	164	32	20	956	117	12
Detailhandel	194	46	24	2'310	624	27
Kultur, Sport, Unterhaltung	98	36	37	188	156	83
Landwirtschaft	55	18	33	1'507	45	3
Total	553	152	27	5'239	1'053	20

Quelle: Rütter+Partner.

Insgesamt konnte mit der Befragung inkl. schriftlicher „Erinnerung“ und nachträglicher telefonischer Befragungen ein Rücklauf von 27% der verschickten Fragebogen erreicht werden, was als zufriedenstellend bezeichnet werden kann und eher leicht über den Resultaten von anderen Befragungen im Tourismussektor liegt. Die antwortenden Firmen weisen 20% der Beschäftigten der entsprechenden Branchen auf. Dieser Wert liegt so tief, da bei der Landwirtschaft nur Betriebe befragt wurden, die ein touristisches Angebot oder einen Direktverkauf von Wein bzw. von

anderen Produkten aufweisen. Daher ist die Abdeckung der Beschäftigten in der Landwirtschaft trotz dem beachtlichen Rücklauf von 33% der Fragebogen nur bei 3%. Sehr gut erscheint die Abdeckung für die Branche Kultur, Sport, Unterhaltung mit 83% der Vollzeitäquivalente. Wie erwähnt, ist jedoch zu beachten, dass in dieser Branche viel unentgeltliche Arbeit geleistet wird, die nicht in der Unternehmensstatistik des BFS erfasst wird. Ebenfalls gut ist der Rücklauf bei der Hotellerie mit 40%. Am wenigsten zuverlässig müssen die Daten für die Gaststätten eingestuft werden, mit einem Rücklauf von 20% und einer Abdeckung von lediglich 12% der Beschäftigten, was darauf hindeutet, dass vor allem grosse Betriebe nicht an der Befragung teilgenommen haben.

2.8 Vorgehen bei der Potenzialanalyse

Die Potenzialanalyse beruht auf Interviews mit Tourismusexperten, auf der schriftlichen Befragung der Leistungsträger sowie auf der Analyse der wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus. Weiter wurden bestehende Studien und Unterlagen zum Tourismus im Kanton Schaffhausen konsultiert (vgl. Literaturverzeichnis).

Interviewpartner/innen

Mit folgenden Personen wurden Gespräche geführt:

- Sarah Edelmann, Schaffhauserland Tourismus - Leitung Produkte, Gruppenreisen, Tagungen und Kongresse / Internet, Geschäftsleitung
- Sandra Egger-Möckli, Volkswirtschaftsdepartement Kanton Schaffhausen, wissenschaftliche Mitarbeiterin
- Mäni Frei, IG Rheinfall, Geschäftsführer
- Arnold Graf, Hotellerie Schaffhausen
- Beat Hedinger, Schaffhauserland Tourismus, Geschäftsführer
- Walter Herrmann, Schifffahrt Untersee und Rhein, Direktor
- Thomas Holenstein, Wirtschaftsförderung Kanton Schaffhausen, Geschäftsführer
- Franz Hostettmann, Stein am Rhein, Stadtpräsident
- Bernhard Klauser, Schaffhauserland Tourismus, Präsident
- Thomas Imobersteg, Hallau Tourismus
- Dr. Erhard Meister, Volkswirtschaftsdepartement Kanton Schaffhausen, Regierungsrat
- Barbara Müller-Buchser, Kantonaler Gewerbeverband Schaffhausen, Präsidentin
- Renato Pedroncelli, Gastro Schaffhausen
- Jakob Stoll, Projekt Regionalentwicklung Wilchingen-Osterfingen (PREWO), Präsident
- Stefanie Rohner, Wirtschaftsförderung Kanton Schaffhausen, Projektleiterin

3. Entwicklung der Hotellerie und Frequenzen weiterer Angebote

In diesem Kapitel werden statistisch verfügbare Daten zur Entwicklung der Hotellerie dargestellt und kommentiert. Weiter werden die Resultate der Recherchen zu den Frequenzen der Parahotellerie und weiterer touristischer Angebote präsentiert.

3.1 Entwicklung der Hotellerie 1999-2009

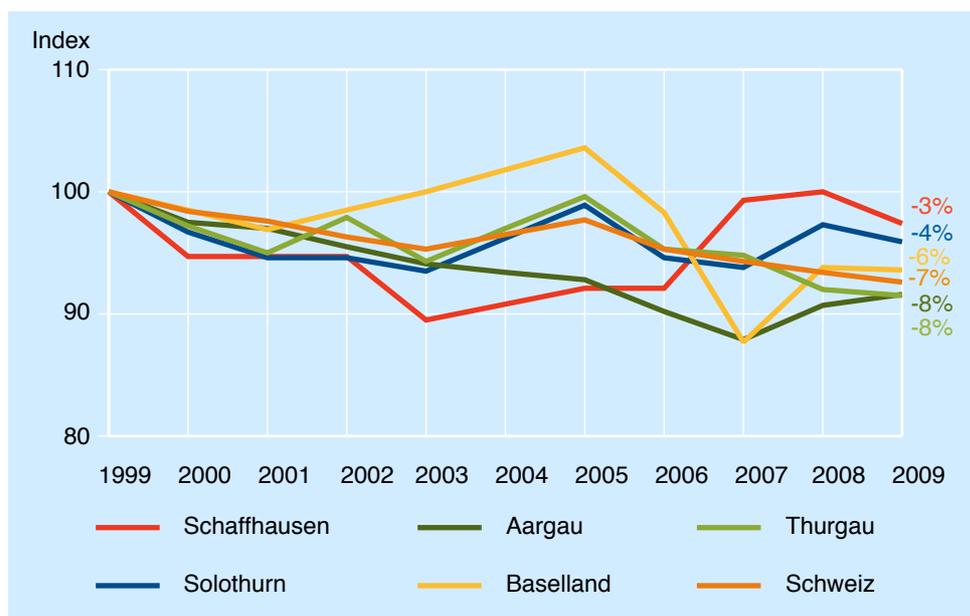
Die Entwicklung der Hotellerie im Kanton Schaffhausen wird erstens im Vergleich zu den Kantonen Aargau, Baselland, Solothurn und Thurgau sowie zur gesamten Schweiz dargestellt. Zweitens wird sie für die drei Teilregionen (1) Gemeinden Schaffhausen/Neuhausen, (2) Stein am Rhein und (3) das als Landschaft bezeichnete übrige Kantonsgebiet separat gezeigt. Drittens wird die Entwicklung auch in einem interkantonalen Städtevergleich der Teilregion Schaffhausen / Neuhausen mit ausgewählten mittelgrossen Städten der Schweiz, namentlich Aarau, Biel, Chur, Neuchâtel und Solothurn, aufgezeigt.

Anzahl Hotelbetriebe und Zimmerzahl

Kantonsvergleich

Die Anzahl *Hotelbetriebe* (Abb. 5) hat im Kanton Schaffhausen in den letzten zehn Jahren mit -3% im Vergleich zum schweizerischen Mittel (-7%) weniger stark abgenommen. Die Abnahme lag auch unter derjenigen der Vergleichskantone Aargau und Thurgau (je -8%), Baselland (-7%) und Solothurn (-4%).

Abbildung 5: Entwicklung der Anzahl Hotelbetriebe von 1999-2009, Kanton Schaffhausen, Vergleichskantone und Gesamtschweiz

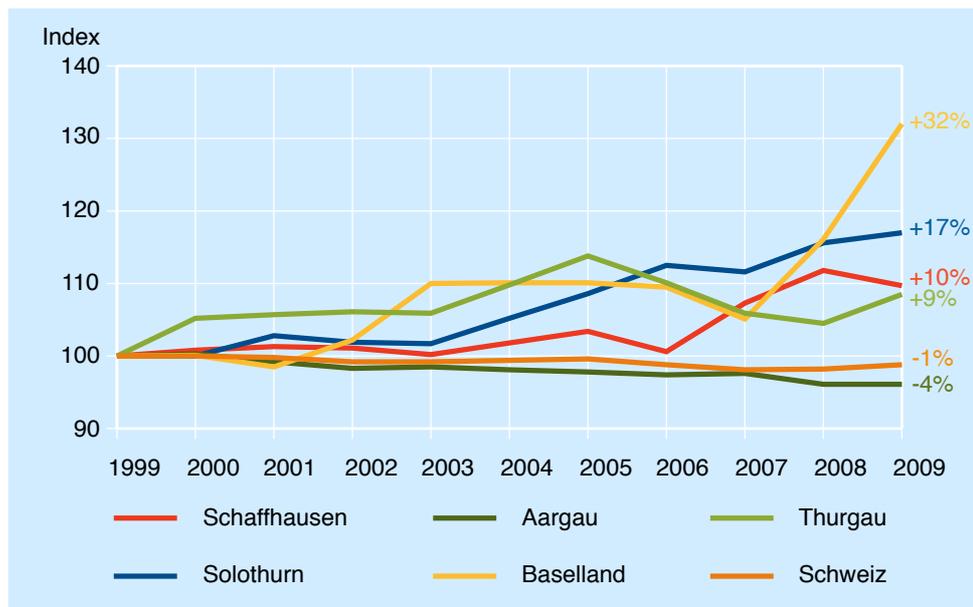


Quelle: BFS.

Bei allen Kantonen ausser Baselland erfolgte die stärkste Abnahme an Hotelbetrieben zwischen 1999 und 2003. Zwischen 2008 und 2009 nahm die Anzahl der Hotelbetriebe im Kanton Schaffhausen um einen Betrieb ab (-3%).

Im Gegensatz zu den Hotelbetrieben hat die Zimmerzahl in den letzten zehn Jahren im Kanton Schaffhausen deutlich (+10%) zugenommen. Die Zunahme ist insbesondere in den Jahren 2006 bis 2008 erfolgt (Abb. 6). Zwischen 2008 und 2009 entwickelte sich die Anzahl Hotelzimmer leicht negativ. Das bedeutet, dass die Abnahme bei den Betrieben eher kleine Hotels betraf. Die Übernachtungskapazität wurde durch neue, grössere Betriebe bzw. durch den Ausbau bestehender Betriebe gleichzeitig erhöht. Dieser Strukturwandel wird von Experten grundsätzlich begrüsst. Dieselbe Entwicklung ist in den Vergleichskantonen Baselland und Solothurn sowie in geringerem Umfange im Kanton Thurgau zu verzeichnen, während die Kapazitäten im Kanton Aargau sowie der Schweiz sowohl bei den Betrieben wie bei den Zimmerzahlen rückläufig waren.

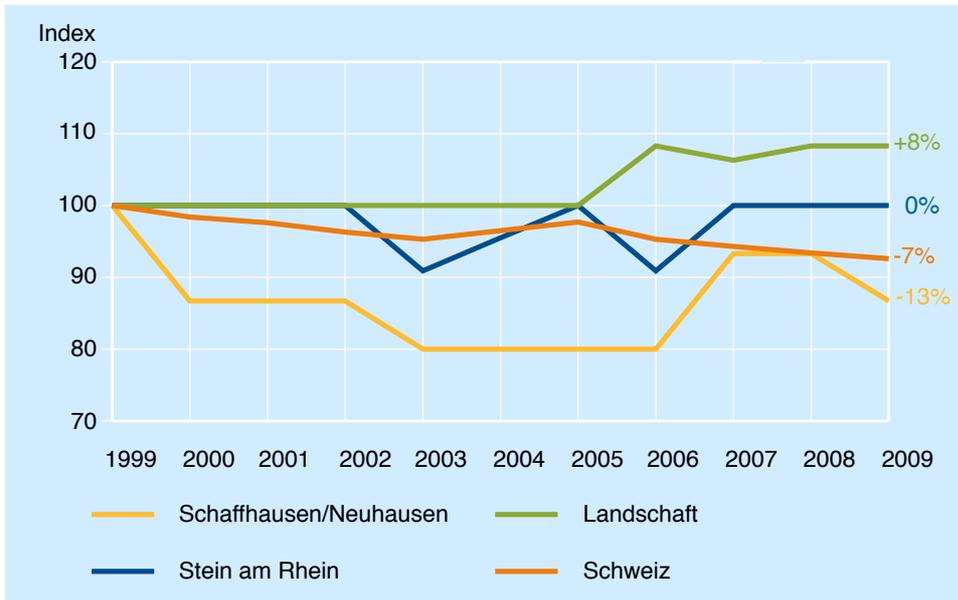
Abbildung 6: Entwicklung der Anzahl Hotelzimmer von 1999-2009; Kanton Schaffhausen und Vergleichskantone und Gesamtschweiz



Quelle: BFS.

Vergleich der *Teilregionen des Kantons Schaffhausen*

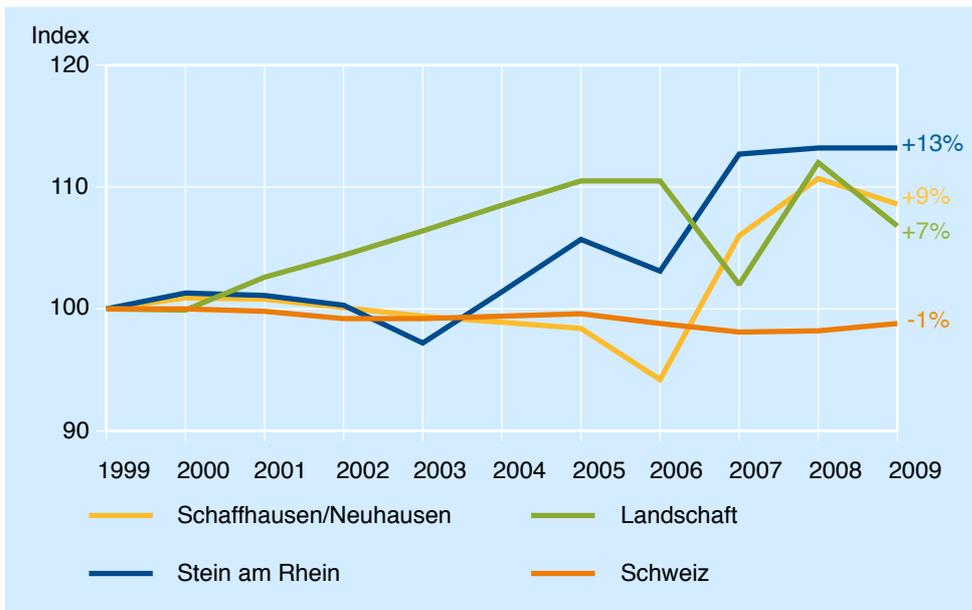
Abbildung 7: Entwicklung der Anzahl Hotelbetriebe von 1999-2009; drei Teilregionen des Kantons Schaffhausen und Gesamtschweiz



Quelle: BFS.

Die Entwicklung der drei Teilregionen in Bezug auf die Hotelbetriebe war nicht einheitlich. So verzeichnete die Region Landschaft einen Anstieg (+8%, +1 Betrieb), die Region Stein am Rhein blieb unverändert und die Region Schaffhausen/Neuhausen verzeichnete einen erheblichen Rückgang (-13%, -2 Betriebe)(Abb.7). Im Mittel ergibt dies den bereits erwähnten Rückgang von -3%. In der Schweiz hat sich die Anzahl Betriebe im selben Zeitraum um -7% verringert.

Abbildung 8: Entwicklung der Anzahl Hotelzimmer von 1999-2009; drei Teilregionen des Kantons Schaffhausen und Gesamtschweiz



Quelle: BFS.

Die Anzahl Hotelzimmer hat im Gegensatz dazu in allen drei Teilregionen zugenommen: Region Stein am Rhein +13% (+26 Zimmer), Region Schaffhausen/Neuhausen +9% (+26 Zimmer), Region Landschaft +7% (+26 Zimmer).

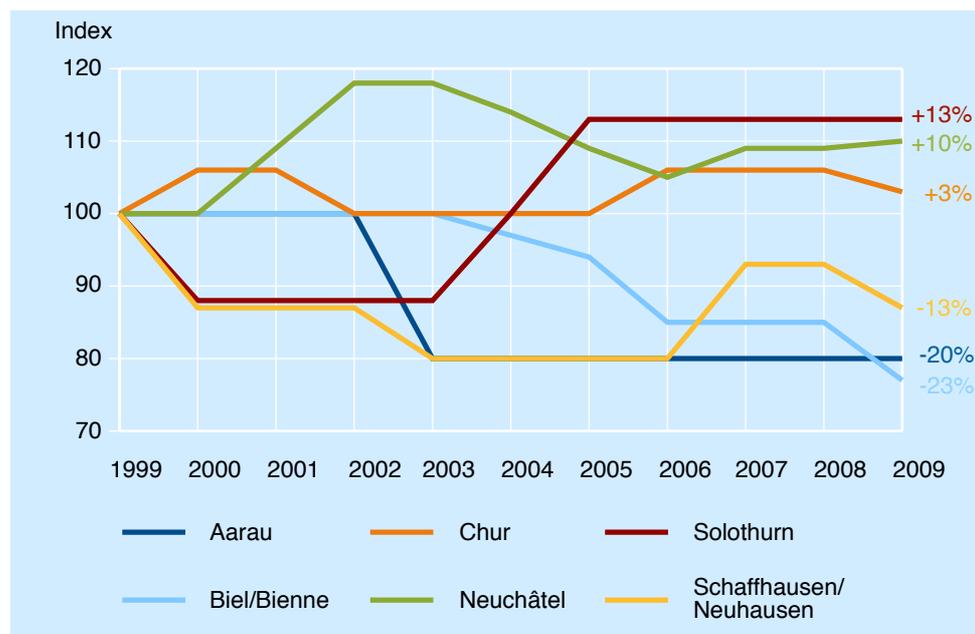
sen/Neuhausen +9% (+24) und die Region Landschaft +7% (+9 Zimmer)(Abb.8). Die grösste Steigerung erreichte somit die Region Stein am Rhein.

Interkantonaler Städtevergleich

Bei der Anzahl Hotelbetriebe zeigt sich eine Kluft zwischen drei Städten mit einem Wachstum und drei Städten mit einer Reduktion der Anzahl Betriebe (Abb. 9). Solothurn und Neuchâtel verzeichneten beide ein starkes Wachstum von 13% bzw. 10%. Dabei hatte Neuchâtel nach einem noch kräftigeren Wachstum anfangs des 21. Jahrhunderts zwischenzeitlich Kapazitäten verloren. Deutlich an Kapazitäten verloren haben nach Schaffhausen/Neuhausen (-13%) noch Aarau (-20%) und Biel (-23%).

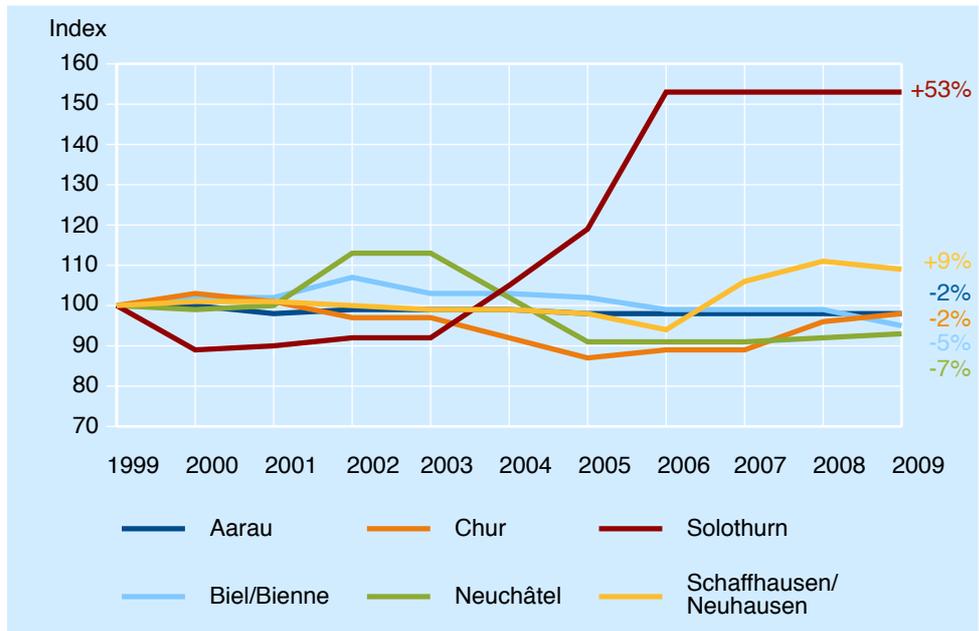
Diese Trends widerspiegeln sich jedoch nicht gleich deutlich in der Entwicklung der Anzahl vorhandener Hotelzimmer (Abb. 10). Solothurn erzielte innerhalb drei Jahre (2003 – 2006) einen Zuwachs von 53%. Schaffhausen/Neuhausen weist trotz des Rückgangs bei der Anzahl Betriebe ein deutliches Plus von 9% auf. Alle anderen Städte verloren leicht an Zimmerkapazitäten (Aarau -2%, Chur -2%, Biel -5%, Neuchâtel -7%).

Abbildung 9: Entwicklung der Anzahl Hotelbetriebe von 1999-2009; Vergleich ausgewählter mittelgrosser Städte



Quelle: BFS.

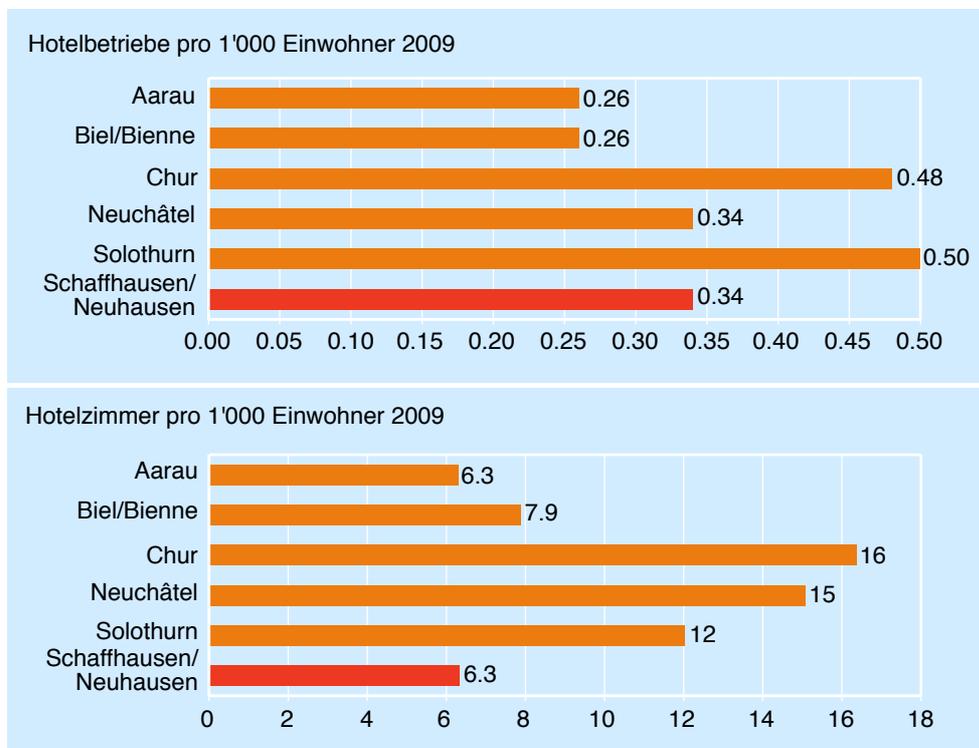
Abbildung 10: Entwicklung der Anzahl Hotelzimmer von 1999-2009; Vergleich ausgewählter mittelgrosser Städte



Quelle: BFS.

Vergleicht man die Anzahl Hotelbetriebe und Hotelzimmer pro 1'000 Einwohner (Abb. 11), fällt auf, dass Schaffhausen/Neuhausen beim Hotelangebot zwar im Mittelfeld, beim Zimmerangebot aber am Schluss der aufgeführten Städte liegt.

Abbildung 11: Anzahl Hotelbetriebe und Hotelzimmer pro 1'000 Einwohner, 2009



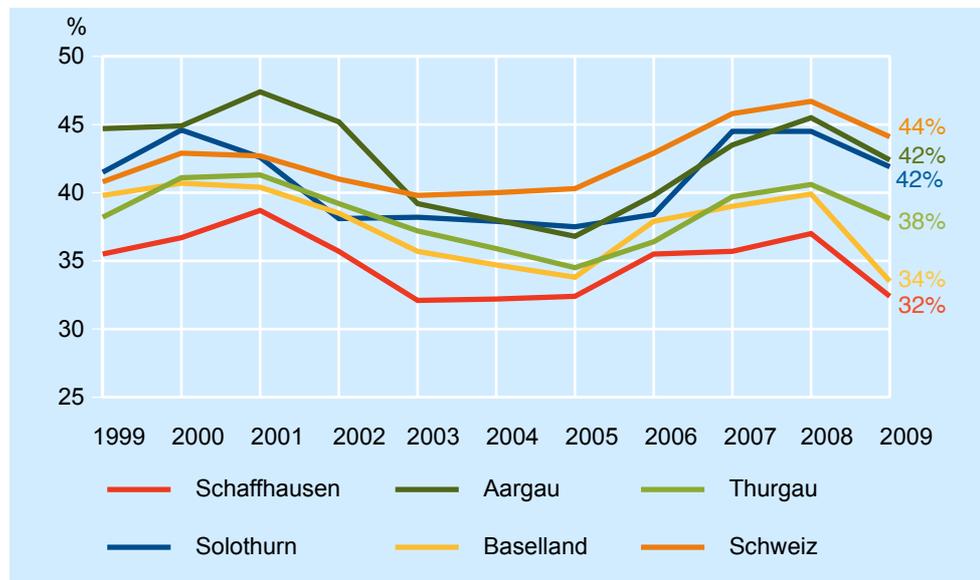
Quelle: BFS.

Auslastung der Hotelzimmer

Kantonsvergleich

Die Auslastung der Hotelzimmer hat in den letzten zehn Jahren im Kanton Schaffhausen um 4 Prozentpunkte, von 36% auf 32%, abgenommen (Abb. 12). Die Erhöhung der Kapazität (Zimmer) hat somit zu einer geringeren Auslastung geführt. In derselben Zeit ist die Auslastung in der gesamten Schweiz um 3%-Punkte, von 41% auf 44%, angestiegen. In den Vergleichskantonen Aargau und Solothurn ist die Zimmerauslastung mit je 42% deutlich höher, die Kantone Thurgau (38%) und Baselland (34%) folgen dahinter. Bei allen aufgeführten Kantonen sowie in der Gesamtschweiz fand eine fast identische Entwicklung statt, wenn auch nicht auf gleichem Niveau. So war von 1991-2001 ein Anstieg der Auslastung zu verzeichnen, von 2001-2003 nahm sie wieder ab, zwischen 2003-2005 stagnierte sie bevor sie von 2005-2008 wieder anstieg. Im letzten dargestellten Jahr 2009 sank sie teilweise erheblich.

Abbildung 12: Auslastung der vorhandenen Hotelzimmer von 1999-2009; Kanton Schaffhausen und Vergleichskantone und Gesamtschweiz

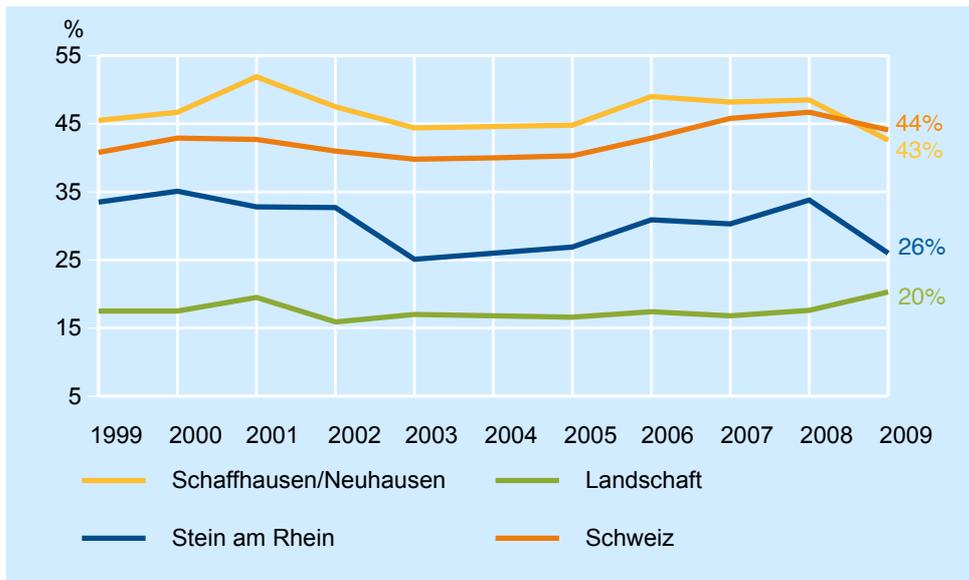


Quelle: BFS.

Vergleich der Teilregionen des Kantons Schaffhausen

Die Auslastung der Hotelzimmer in der Region Schaffhausen/Neuhausen (43%) liegt im Bereich des schweizerischen Durchschnitts (44%), die Auslastung in den Regionen Stein am Rhein (26%) und Landschaft (20%) sind sehr tief. Seit 1999 ist der Wert in Schaffhausen/Neuhausen von 46% auf 43% gesunken, in Stein am Rhein von 34% auf 26%. Die Region Landschaft konnte hingegen einen leichten Anstieg von 18% auf 20% verzeichnen. Die Region Schaffhausen/Neuhausen konnte trotz Ausbau der Hotelzimmerkapazität um 9% die Auslastung der Zimmer ungefähr konstant halten. In der Region Landschaft ist dies mit einem plus von 7% Hotelzimmerkapazität und einem Anstieg der Auslastung um 2% noch besser gelungen. Die Region Stein am Rhein konnte die grössere Anzahl Zimmer (+13%) nicht in gleichem Ausmass besetzen und verlor dadurch 8% bei der Auslastung (Abb. 13).

Abbildung 13: Auslastung der vorhandenen Hotelzimmer von 1999-2009; drei Teilregionen des Kantons Schaffhausen und Gesamtschweiz

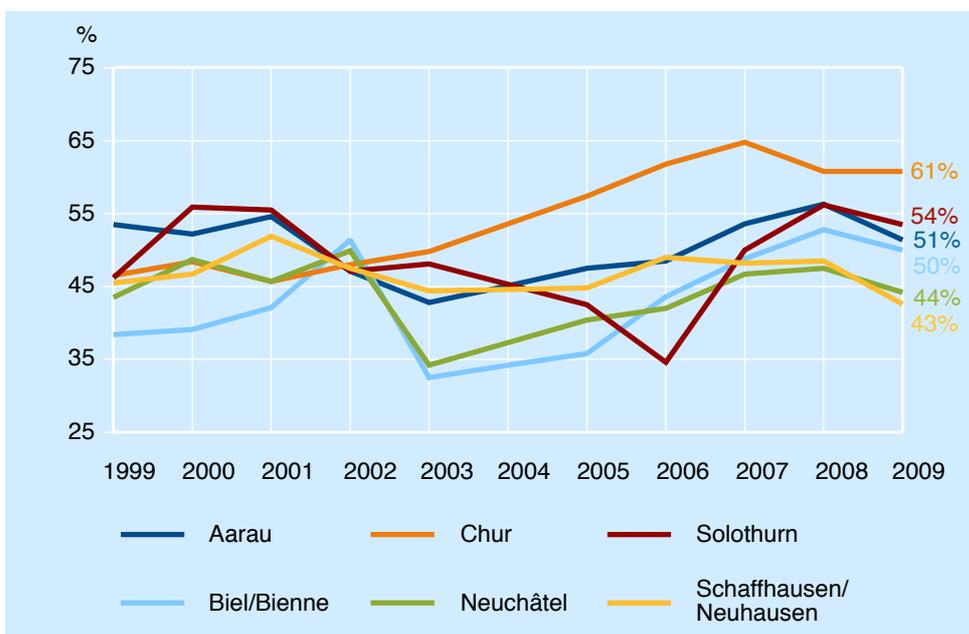


Quelle: BFS.

Interkantonaler Städtevergleich

Im Vergleich zu den anderen aufgeführten Städten liegt Schaffhausen/Neuhausen mit einer Zimmerauslastung von 43% an letzter Stelle (Abb. 14). Dies war nicht immer so: Bis 2002 lag Schaffhausen/Neuhausen im Mittelfeld. Seit 2002 stagnierte jedoch die Zimmerauslastung in Schaffhausen/Neuhausen, während in den meisten anderen Städten die Auslastung deutlich verbessert werden konnte. Beispielsweise erhöhte sich in Chur die Auslastung von 2002 bis 2007 kontinuierlich bis auf 65%. Erst in den letzten zwei Jahren sank diese wieder leicht auf 61%; dies bei einem nahezu stagnierenden Zimmerangebot (vgl. Abb. 10).

Abbildung 14: Auslastung der vorhandenen Hotelzimmer von 1999-2009; Vergleich ausgewählter mittelgrosser Städte



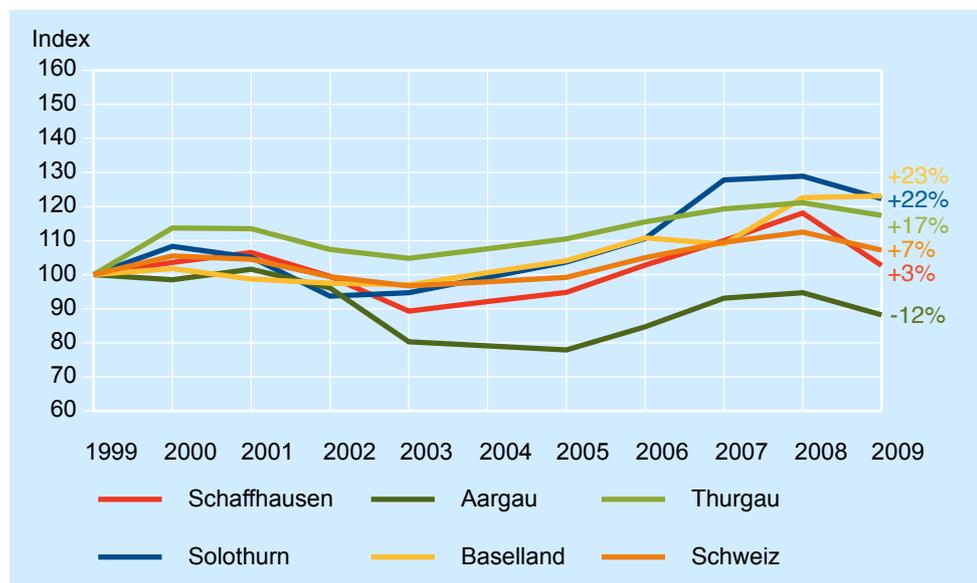
Quelle: BFS.

Entwicklung der Hotellogiernächte

Kantonsvergleich

Mit einer Zunahme um rund 3'000 Logiernächte von 111'500 im Jahre 1999 auf 114'500 im Jahre 2009 (+3%) haben sich die Hotellogiernächte im Kanton Schaffhausen im Vergleich zur Gesamtschweiz (+7%) unterdurchschnittlich entwickelt. Die Vergleichskantone schneiden mit Ausnahme von Aargau (-12%) deutlich besser ab, sie verzeichneten alle Zunahmen zwischen +17% und +23% (Abb.15). In der Zeitspanne zwischen 1999-2003 nahmen die Logiernächte mit Ausnahme des Kanton Thurgaus in allen Kantonen ab. Von 2003-2008 war in allen Kantonen wiederum ein Anstieg zu verzeichnen. Im Jahr 2009 war in allen Kantonen ausser Baselland, in welchem die Anzahl Logiernächte etwa konstant blieb, ein Rückgang zu beobachten. Der Kanton Schaffhausen litt am stärksten. Er verlor in einem Jahr 15% der Logiernächte, was sich auch auf die Auslastung (vgl. Abb. 12) auswirkte.

Abbildung 15: Entwicklung der Hotellogiernächte von 1999-2009; Kanton Schaffhausen, Vergleichskantone und Gesamtschweiz

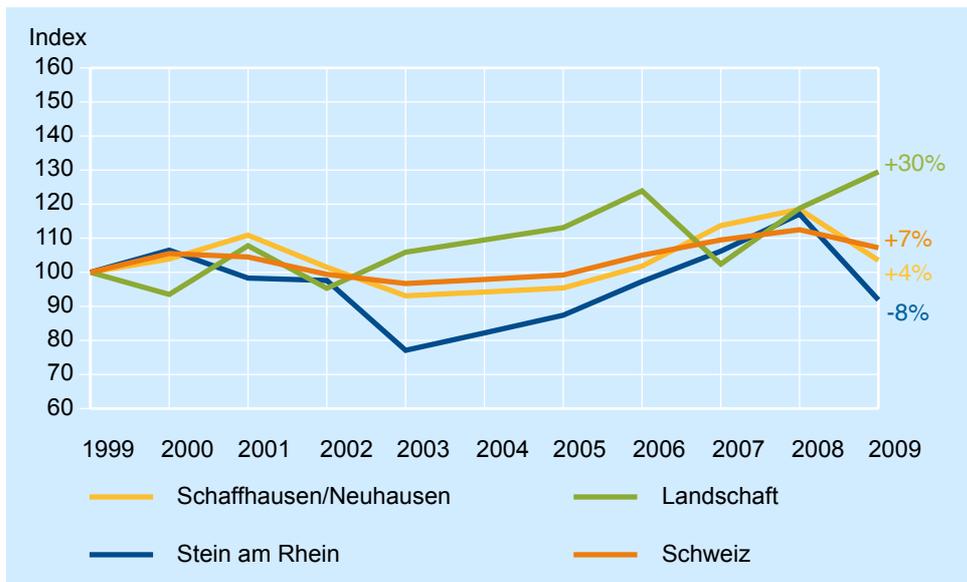


Quelle: BFS.

Vergleich der Teilregion des Kantons Schaffhausen

Die Logiernächteentwicklung verlief in den Regionen sehr unterschiedlich. Die Regionen Landschaft (+30%) und Schaffhausen/Neuhausen (+4%) erlebten eine positive Entwicklung während die Region Stein am Rhein eine Abnahme verzeichnete (-8%). Wird jedoch das gesamtschweizerische Mittel (+7%) als Vergleichswert einbezogen, so muss festgestellt werden, dass sich auch die Region Schaffhausen/Neuhausen unterdurchschnittlich entwickelte (Abb. 16).

Abbildung 16: Entwicklung der Hotellogiernächte von 1999-2009; drei Teilregionen des Kantons Schaffhausen und Gesamtschweiz



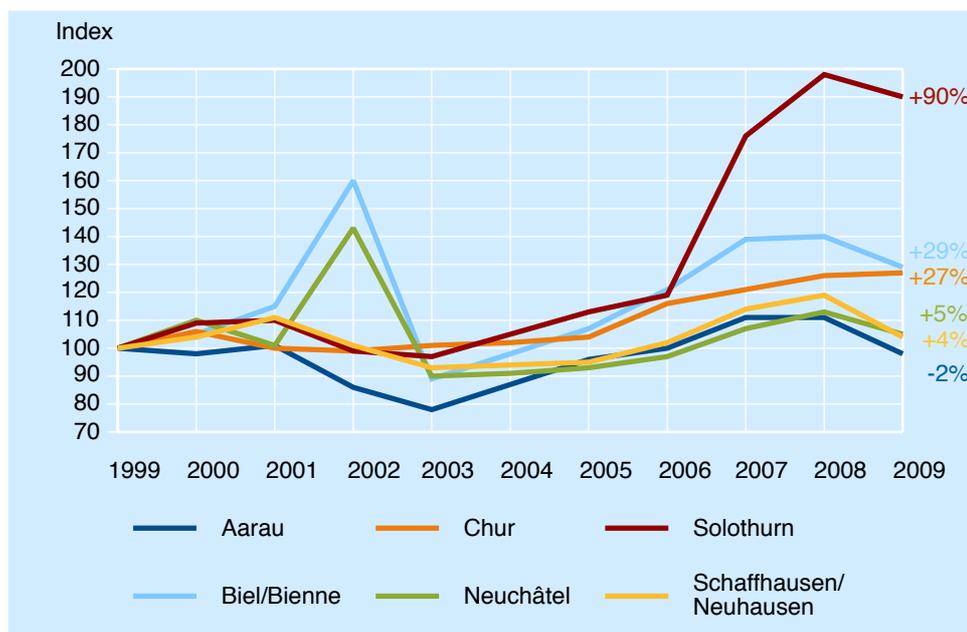
Quelle: BFS.

Interkantonaler Städtevergleich

Schaffhausen/Neuhausen bewegt sich mit einem leichten Wachstum von 4% in der wachstumsschwächsten Gruppe zusammen mit Neuchâtel und Aarau (Abb. 17). Diese drei Städte entwickeln sich seit 2004 im Gleichschritt. Chur und Biel haben sich mit beinahe 30% Wachstum deutlich positiver entwickelt. Sehr dynamisch ist die Logiernachtzahl in der Stadt Solothurn gewachsen. Sie verzeichnet ein Plus von 90%. Dies ist primär auf die Eröffnung des Ramada-Hotels zurückzuführen. Die Dynamik ist aber auch die Frucht einer klaren Positionierung der Stadt Solothurn als Seminar- und Tagungsstandort, welche von der Stadtregierung und dem Kanton unterstützt wird. So wurden parallel zur Eröffnung des Ramada-Hotels mehrere alte Gebäude in der Altstadt aufwändig saniert und für den Betrieb als Tagungsort in der sogenannten Seminarreihe zusammengefasst.

Die Spitze in den Logiernachtzahlen von Biel und Neuchâtel im Jahr 2002 ist auf die EXPO.02 in der Region zurückzuführen.

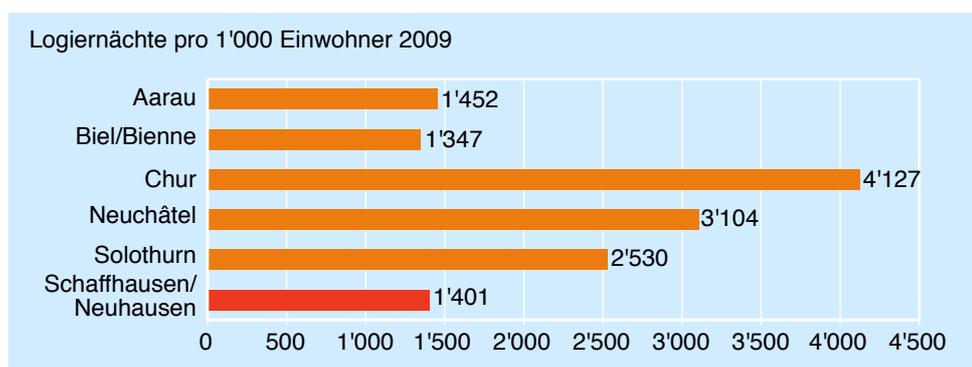
Abbildung 17: Entwicklung der Hotellogiernächte von 1999-2009; Vergleich ausgewählter mittelgrosser Städte



Quelle: BFS.

Mit 1'401 Logiernächten pro 1'000 Einwohner im 2009 bewegt sich Schaffhausen/Neuhausen in der hinteren Gruppe zusammen mit Aarau und Biel (Abb. 18). Solothurn generierte 1.8 Mal und Neuchâtel 2.2 Mal so viele Logiernächte pro 1'000 Einwohner. Chur generierte gar 2.9 Mal so viele Logiernächte pro 1'000 Einwohner.

Abbildung 18: Anzahl Logiernächte pro 1'000 Einwohner 2009; Vergleich ausgewählter mittelgrosser Städte



Quelle: BFS.

Herkunft der Hotelgäste

Die Hotelgäste des Kantons Schaffhausen stammen zu 45% aus der Schweiz, 21% aus Deutschland, je 8% reisen aus den übrigen Nachbarländern und dem übrigen Europa an (Abb. 19). Der Inländeranteil liegt leicht über dem schweizerischen Mittel (43%) und in ähnlicher Grössenordnung wie in den Vergleichskantonen Solothurn (51%) und Aargau (50%). Die Kantone Baselland (58%) und Thurgau (61%) weisen einen deutlich höheren Inländeranteil auf. Der Inländeranteil blieb im Kanton Schaffhausen in den letzten zehn Jahren beinahe unverändert (-1%).

Abbildung 19: Herkunft der Hotelgäste 2009; Vergleichskantone und Schweiz

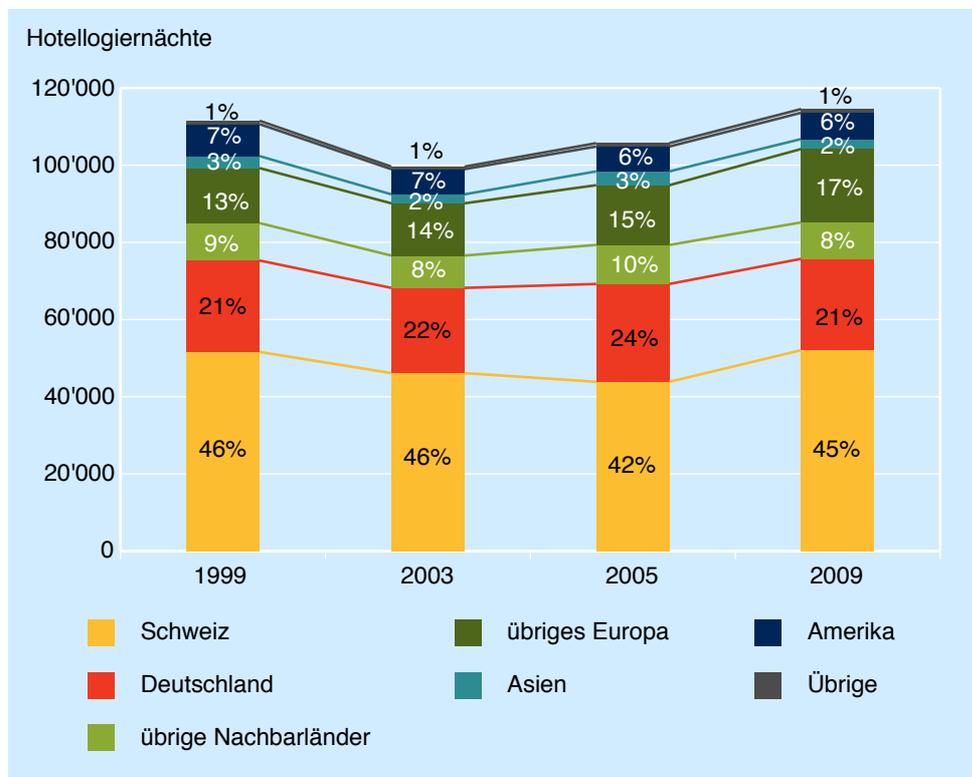
Herkunft der Hotelgäste 2009	Anteil an Hotellogiernächten in %					
	SH	BL	SO	AG	TG	Schweiz
Schweiz	45	58	51	50	61	43
Deutschland	21	18	22	23	24	17
Frankreich	3	3	2	3	1	4
Grossbritannien	5	2	2	2	1	5
Österreich	2	1	2	2	2	1
Niederlande	4	3	4	2	2	3
Italien	3	3	3	3	2	3
übriges Europa	8	7	10	9	5	10
Asien	2	2	2	3	1	5
Nordamerika	6	2	2	2	1	4
Südamerika	<1	<1	<1	1	<1	1
Übrige	1	1	<1	1	<1	2

Quelle: BFS.

Entwicklung im Kanton Schaffhausen und in den Teilregionen von 1999-2009

Abbildung 20 zeigt die Herkunft der Hotelgäste im Kanton Schaffhausen im Vergleich der Jahre 1999, 2003, 2005 und 2009. Bei leicht zunehmenden Logiernächten blieben die Anteile der Herkunftsregionen relativ stabil. Der Anteil von Gästen aus dem übrigen Europa nahm um 4% zu.

Abbildung 20: Herkunft der Hotelgäste 1999, 2003, 2005 und 2009; Kanton Schaffhausen



Quelle: BFS.

In der Region Schaffhausen/Neuhausen veränderten sich die Anteile der Herkunftsländer nur leicht. Der Inländeranteil sowie der Anteil der Deutschen nahmen je um 2% ab, derjenige der übrigen Nachbarn um 3%. Der Anteil der Gäste aus dem übrigen Europa stieg um 7% (Abb. 21).

In der Region Stein am Rhein war, wie bereits erwähnt, eine Abnahme der Logiernächte zu verzeichnen wobei die Anteile der Herkunftsländer sich nur leicht veränderten. Der Inländeranteil stieg um 3%, der Anteil der Deutschen wuchs um 1% und der Anteil der Gäste aus den übrigen Nachbarländern nahm um 2% zu (Abb. 22).

In der Region Landschaft wurde, wie erwähnt, eine deutliche Zunahme der Logiernächte verzeichnet. Die Anteile der Herkunftsländer der Gäste veränderten sich teilweise erheblich. Der Inländeranteil sank um 11%, der Anteil der Deutschen stieg um 7% und der Anteil der Gäste aus dem übrigen Europa stieg um 3% (Abb. 23).

Abbildung 21: Herkunft der Hotelgäste 1999, 2003, 2005 und 2009; Region Schaffhausen/Neuhausen

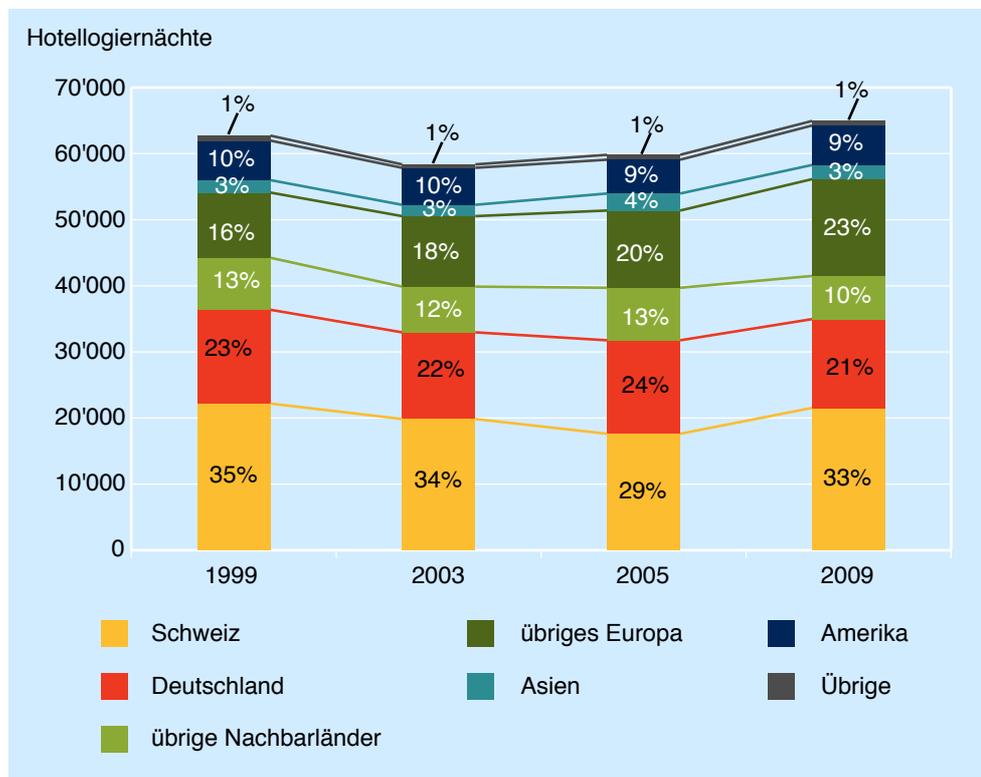
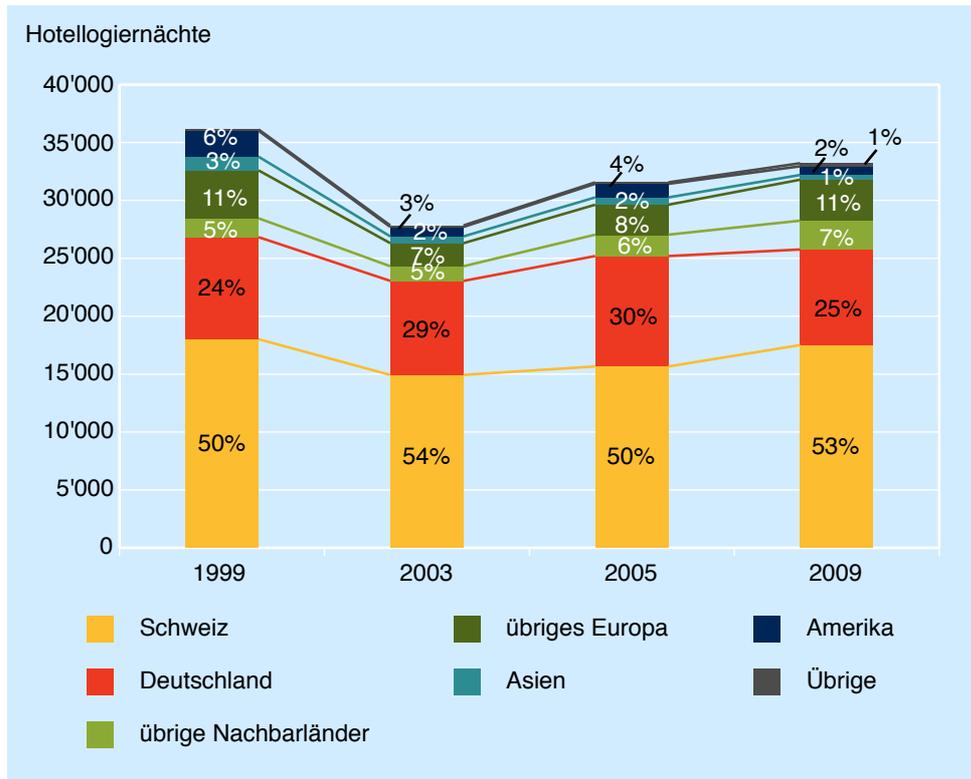
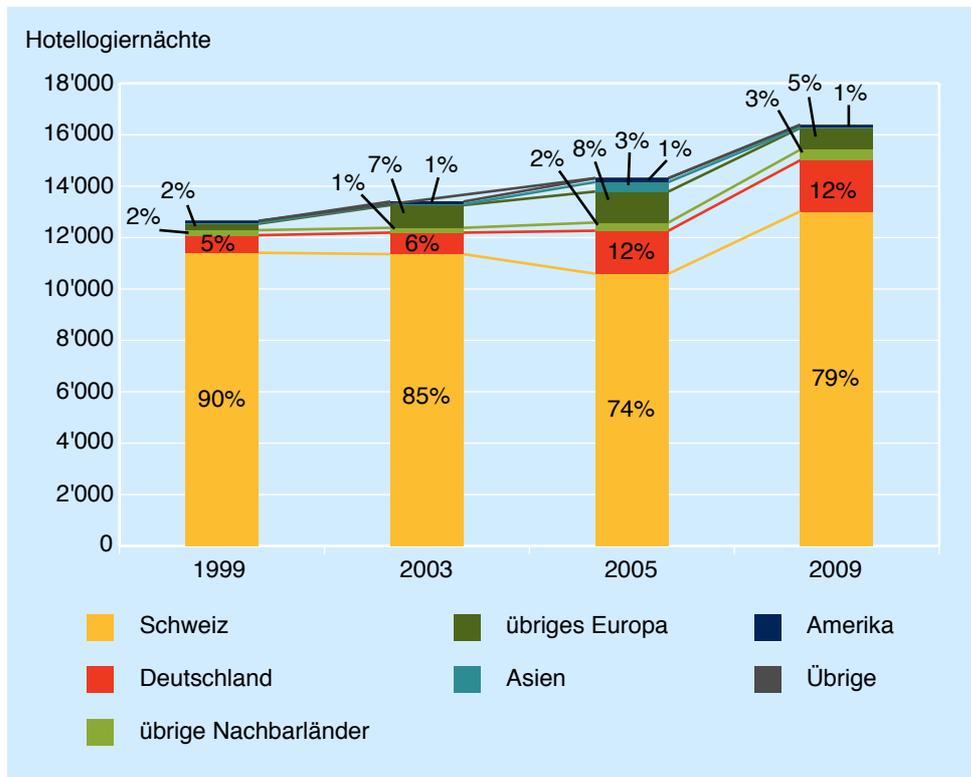


Abbildung 22: Herkunft der Hotelgäste 1999, 2003, 2005 und 2009; Stein am Rhein



Quelle: BFS.

Abbildung 23: Herkunft der Hotelgäste 1999, 2003, 2005 und 2009; Landschaft



Quelle: BFS.

3.2 Entwicklung der Angebotsqualität

Angebot nach Sterne-Kategorie

Von den 37 Hotelbetrieben im Kanton Schaffhausen waren laut Beherbergungsstatistik (HESTA) des BFS 2009 sechs als 3-Sterne und zwei als 4-Sterne Betriebe registriert. Die übrigen 29 Betriebe waren nicht klassifiziert. Anteilmässig verfügt Schaffhausen damit über einen relativ hohen Anteil mittel- bis hochklassiger Betriebe – 16% 3-Sterne und 5% 4-Sterne-Betriebe. In den Kantonen Aargau und Solothurn war dieser Anteil deutlich niedriger (13% und 6% bzw. 9% und 6%).

Angebot mit Qualitätszertifizierung

Als Indikator für die Angebotsqualität kann die, durch Schweiz Tourismus vergebenen Qualitätsstandards Q1-Q3 verwendet werden. Per 23.12.2010 sind im Kanton Schaffhausen 14 Betriebe ausgezeichnet. Sieben davon erhielten ihre Auszeichnung im Verlauf des Jahres 2010. Im Kanton Aargau sind 52 Betriebe qualifiziert, im Kanton Solothurn deren 18. Bei beiden Vergleichskantonen hat sich die Anzahl ausgezeichnete Betriebe in den letzten zehn Jahren konstant entwickelt.

3.3 Frequenzen in Kultur-, Sport- und Unterhaltungsbetrieben

Abbildung 24: Schätzung der Frequenzen auswärtiger Besucher von Kultur-, Sport- und Unterhaltungsangeboten (Institutionen und jährlich *wiederkehrende* Anlässe)

Frequenzen auswärtiger Gäste an touristischen Attraktionen	Frequenzen	
	absolut	in %
Total Frequenzen (inkl. Doppelzählungen)	3'501'000	100
Kulturinstitutionen	33'000	1
Kulturveranstaltungen	101'000	3
Museen, Schlösser, Kirchen	517'000	15
Naturerlebnisse	68'000	2
Schiffahrt	537'000	15
Sportanlagen	150'000	4
Sportveranstaltungen	66'000	2
Unterhaltungsangebote	79'000	2
Rheinfall	1'200'000	34
Städtchen Stein am Rhein	750'000	21

Quelle: Schätzungen Rütter+Partner.

Der Rheinfall und das Städtchen Stein am Rhein sind die grössten Attraktionen im Kanton Schaffhausen. Zusammen vereinen sie über 50% der Besucherfrequenzen. Auch die Rheinschiffahrt zwischen Schaffhausen und Untersee und die Schiffahrt am Rheinfall erzielen hohe Frequenzen, wobei der grösste Teil dieser Gäste auch in den Frequenzen des Rheinfalls bzw. des Städtchen Stein am Rhein enthalten sind und somit als Doppelzählungen gelten (Abb. 24).

Auch die kulturellen Angebote der Museen, Schlösser und Kirchen erzielen beachtliche Frequenzen. Darunter befindet sich allerdings auch der Munot, der rund 80% dieser Frequenzen generiert.

4. Beschäftigung und Wirtschaftsstruktur

In Kapitel 4 werden die Beschäftigung und die Wirtschaftsstruktur des Kantons Schaffhausen dargestellt. Die Analyse dient als Grundlage zur Abschätzung der Wirkungen des Tourismus (Methodik vgl. Abschnitt 2.4).

Abbildung 25: Kanton Schaffhausen, Beschäftigungs- und Wertschöpfungsstruktur 2008

Kanton Schaffhausen		Beschäftigung		Bruttowertschöpfung		Produktivität	
		Schaffhausen	Schweiz	Mio.CHF	in (%)		Tsd. CHF
Noga		VZÄ	in (%)	in (%)			
Touristische Leistungsträger		1'991	5.9	8.4	149	3.4	75
Beherbergungsgewerbe	55.1-55.2	278	0.8	1.9	17	0.4	61
Gaststättengewerbe	55.3-55.4	956	2.9	3.2	58	1.3	61
Eisenbahnen	60.1	130	0.4	0.9	13	0.3	99
Bergbahnen	60.21C	-	0.0	0.1	-	0.0	-
Personenstrassenverkehr	60.2	281	0.8	0.6	28	0.6	99
Übriger Personenverkehr*	61,62,63.2	62	0.2	0.6	7.0	0.2	113
Reisebüros, Tourismusvereine	63.3	96	0.3	0.3	12	0.3	124
Kultur und Unterhaltung	92	147	0.4	0.5	11	0.3	77
Sport	92	41	0.1	0.2	3.2	0.1	77
Landwirtschaft	01-05	1'507	4.5	3.7	59	1.4	39
Industrie, Gewerbe	15-37	10'466	31	19	1'466	34	140
Energie, Wasser, Bergbau	10, 40-41	265	0.8	0.8	94	2.2	353
Bauwirtschaft	45	2'379	7.1	8.5	214	4.9	90
Dienstleistungen**	50-95	16'910	50	59	2'095	48	124
Handel	50-52	4'541	14	15	484	11	107
Übrige Dienstleistungen		12'369	37	44	1'611	37	130
Vermietung priv. Haushalte	97				258	6.0	
Insgesamt		33'518	100		4'335	100	129
Anteil an Schweiz in %		1.0			0.8		
* inkl. Schifffahrt							
** ohne Touristische Leistungsträger							

Quelle: BFS, Berechnungen und Schätzungen Rütter+Partner.

Differenzen bei den Beschäftigungszahlen gegenüber von Zahlen des BFS entstanden durch Rundungsabweichungen.

Im Jahr 2008 wies der Kanton Schaffhausen eine Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten von insgesamt 33'518 VZÄ auf, dies entsprach 1% der Beschäftigung der Schweiz (Abb. 25). Die Wirtschaft des Kantons Schaffhausen generierte 2008 eine *Bruttowertschöpfung* von rund 4.3 Mia. CHF. Dies entsprach 0.8% der schweizerischen Wertschöpfung (BIP). Abb. 25 zeigt die Aufteilung von Beschäftigung und Wertschöpfungsleistung auf die verschiedenen Branchengruppen.

Die Touristischen Leistungsträger (Definition siehe Abschnitt 2.4) verfügten 2008 über rund 2'000 VZÄ und generierten eine Wertschöpfung von 149 Mio. CHF. Dies

entsprach einem Anteil an der kantonalen Beschäftigung von 5.9% und einem Anteil am kantonalen BIP von 3.4%. Der Anteil an der Beschäftigung liegt unter demjenigen der Gesamtschweiz (8.4%). Für den BIP-Anteil der touristischen Leistungsträger liegen für die Schweiz für 2008 keine Berechnungen vor.

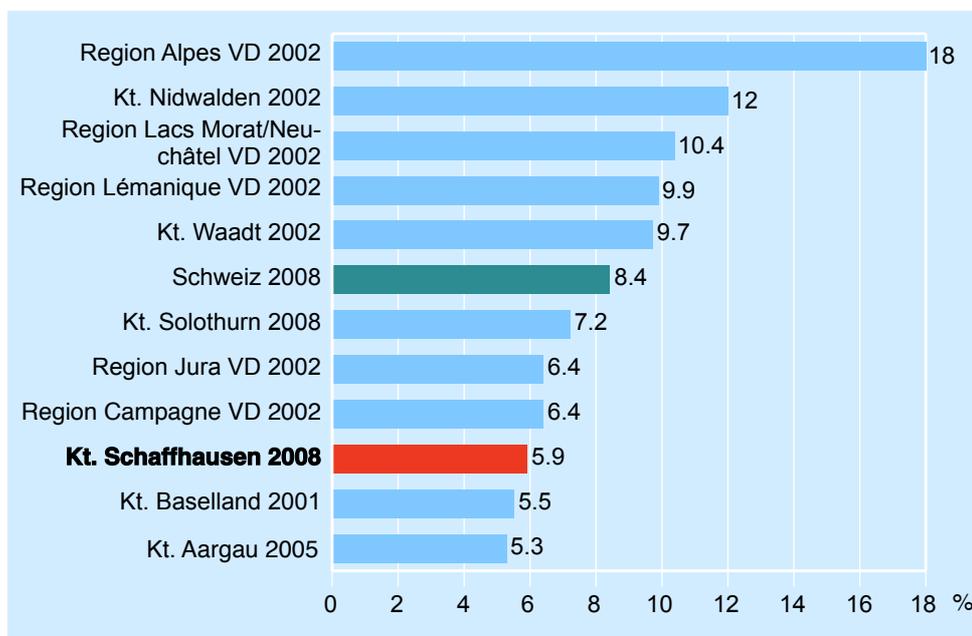
Aus der Tabelle geht auch hervor, dass der 2. Sektor im Kanton Schaffhausen mit einer Beschäftigung von rund 10'500 VZÄ (31% der kantonalen Beschäftigung) im Vergleich zum Durchschnitt der Schweiz (19%) deutlich wichtiger ist. Entsprechend sind die Dienstleistungen (ohne Touristische Leistungsträger) leicht untervertreten mit 50% gegenüber 59% im CH-Mittel. Der Anteil der Landwirtschaft liegt leicht höher als im schweizerischen Durchschnitt.

Vergleich der Anteile der Touristischen Leistungsträger mit anderen Schweizer Regionen

Der Anteil der Touristischen Leistungsträger an der Beschäftigung und Bruttowertschöpfung ist ein Hinweis auf die Tourismusintensität einer Region. Er ist jedoch nicht mit der touristischen Wertschöpfung gleichzusetzen, da die Touristischen Leistungsträger auch für Einheimische Leistungen erbringen und umgekehrt Branchen, die nicht zu den Touristischen Leistungsträgern gehören, touristische Umsätze und Wertschöpfung erzielen. Für den Vergleich werden mehrheitlich Regionen beigezogen, die als mittel- bis schwach touristisch eingestuft werden.

Der Anteil der Touristischen Leistungsträger an der Beschäftigung liegt im Kanton Schaffhausen mit 5.9% unter dem schweizerischen Mittel von 8.4%. Er liegt auch unter derjenigen der Kantone Nidwalden und Waadt, jedoch über dem der Kantone Baselland und Aargau (Abb. 26).

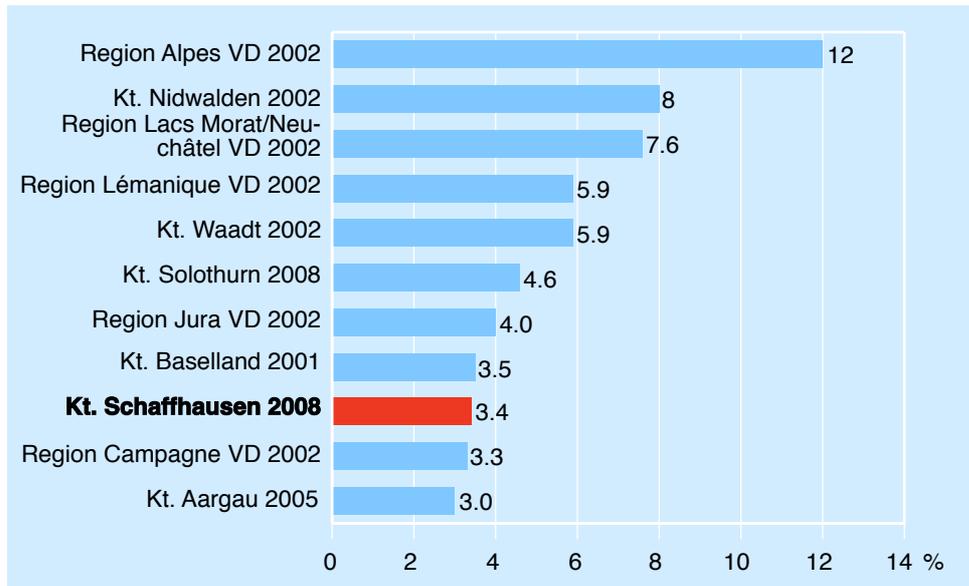
Abbildung 26: Anteil der Touristischen Leistungsträger an der Beschäftigung verschiedener Regionen (rangiert)



Quelle: Div. Wertschöpfungsstudien Rütter+Partner, verschiedene Jahre.

In Bezug auf die Wertschöpfung ist der Anteil der Touristischen Leistungsträger im Kanton Schaffhausen etwa gleich gross wie im Kanton Baselland. Er ist jedoch geringer als derjenige des Kantons Solothurn, da im Kanton Solothurn die Eisenbahnen als Teil der Touristischen Leistungsträger, eine hohe Bedeutung haben (Abb. 27).

Abbildung 27: Anteil der Touristischen Leistungsträger an der Bruttowertschöpfung bzw. BIP verschiedener Regionen



Quelle: Div. Wertschöpfungsstudien Rütter+Partner, verschiedene Jahre.

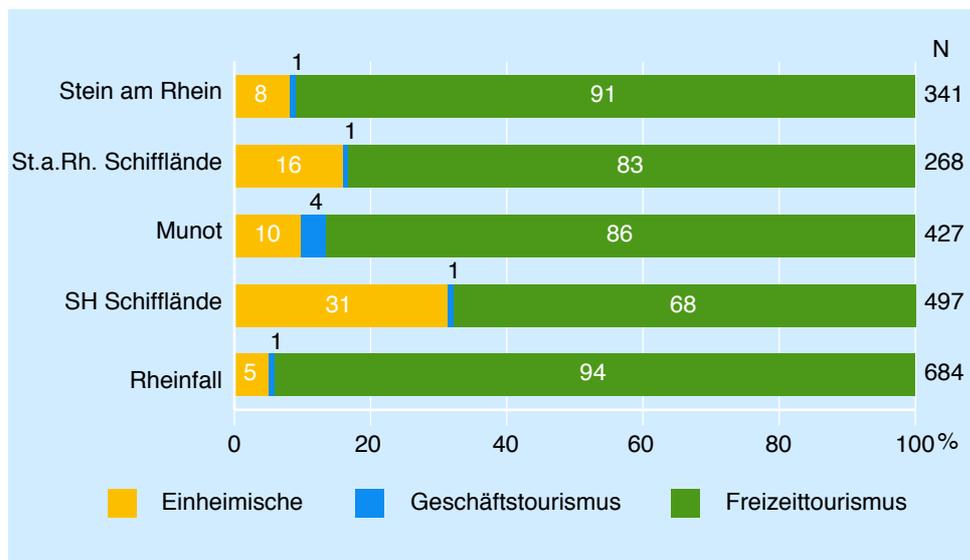
5. Befragung von Gästen im August 2010 an ausgewählten Standorten

An vier Tagen anfangs August 2010 wurden an den fünf Standorten Stein am Rhein, Unterergasse/Rathausplatz und Schiffflände, Munot, Schiffflände Schaffhausen sowie Rheinflall mittels Strichlisten Angaben von über 2200 Besucherinnen und Besuchern erhoben. Die Gästebefragung gibt wertvolle Hinweise zur Gästestruktur der frequenzstärksten Attraktionen im Kanton Schaffhausen. In diesem Kapitel werden die Ergebnisse aus der Befragung vorgestellt. Die Methodik ist im Kapitel 2.7 erläutert.

Gästesegmente

Alle fünf Standorte werden vor allem von Freizeittouristen besucht. Geschäftstouristen halten sich kaum an diesen Orten auf. Der Anteil einheimischer Besucher liegt durchschnittlich bei rund 10%. Mit 31% einen namhaften Anteil Einheimischer wurden lediglich an der Schiffflände Schaffhausen gezählt. Dies hängt vermutlich mit der Nähe zur Altstadt und damit an der höheren Zahl Passanten zusammen. Der Rheinflall, der etwas isoliert ist von den allgemeinen Passantenströmen, hat demgegenüber den kleinsten Anteil einheimischer Besucher (Abb. 28).

Abbildung 28: Gästesegmente an den verschiedenen Standorten

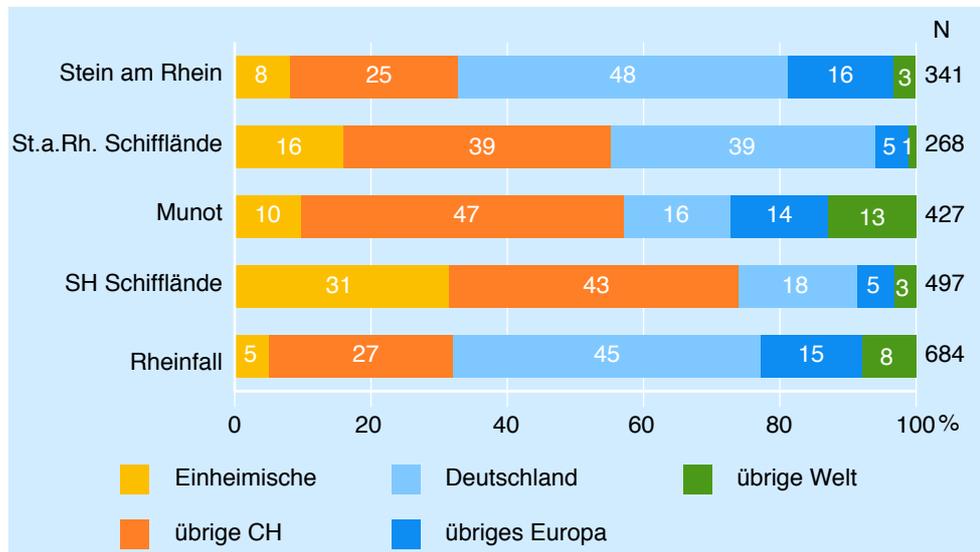


Quelle: Rütter+Partner, Gästebefragung 2010.

Herkunft der Gäste

Beim Munot und der Schiff lände Schaffhausen dominieren die Schweizer Besucher. In Stein am Rhein und am Rheinfall kommt die grösste Besuchergruppe aus Deutschland. Die Besucher von ausserhalb Europas spielen eine untergeordnete Rolle (Abb. 29).

Abbildung 29: Gästeherkunft an den verschiedenen Standorten

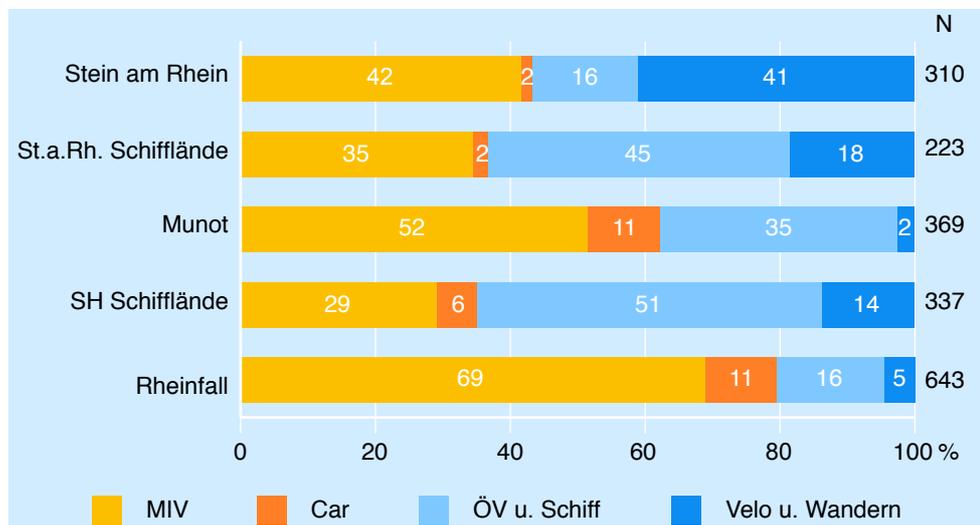


Quelle: Rütter+Partner, Gästebefragung 2010.

Verkehrsmittelwahl zur Anreise

Der grösste Anteil der Besucher reist jeweils mit dem Privatauto (motorisierter Individualverkehr, MIV) an (Abb. 30). Dies gilt insbesondere für den Rheinfall, zu dem rund 69% mit dem Privatwagen anreisen. Dies hängt stark mit dem Gästesegment der Transittouristen zusammen, die nach dem Besuch weiterreisen. Der Anteil an Gästen, der mit öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. dem Schiff reisen, ist an den Schiff länden jeweils deutlich höher, was jedoch nicht überrascht. Der hohe Anteil an Gästen, die in Stein am Rhein mit dem Velo anreisen, entspricht den Erwartungen. Stein am Rhein liegt an mehreren populären Fernradwegen und wird entsprechend oft von Velofahrer besucht.

Abbildung 30: Verkehrsmittelwahl zur Anreise an den verschiedenen Standorten

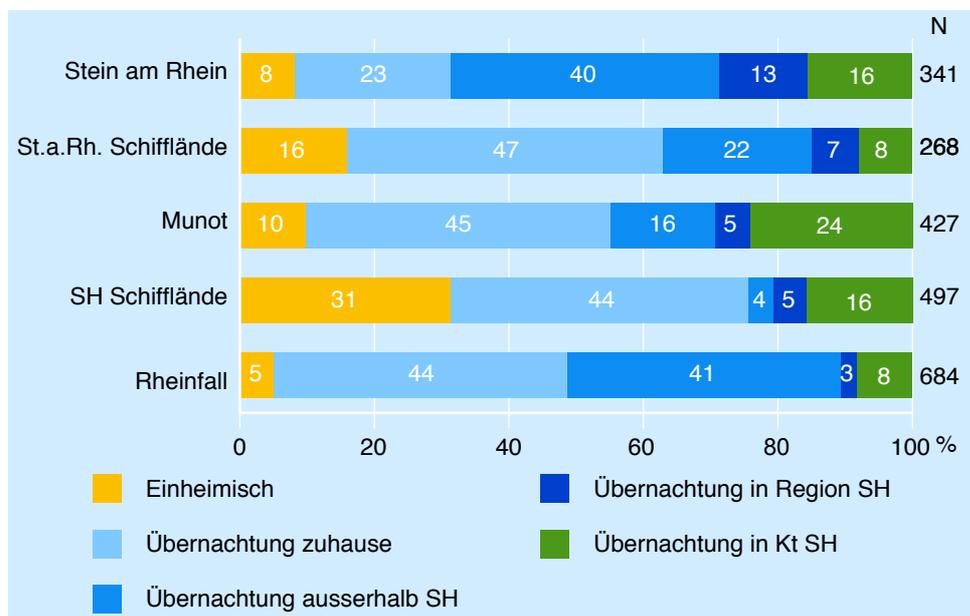


Quelle: Rütter+Partner, Gästebefragung 2010.

Übernachtungsort vor bzw. nach dem Besuch

Die Besucher wurden zudem nach ihrem Übernachtungsort vor bzw. nach dem Besuch gefragt. Der Grossteil – jeweils über 40%, ausser in der Hauptgasse in Stein am Rhein - gab an, beide Nächte zuhause zu verbringen (Abb. 31). Die zweitgrösste Gästegruppe bildet sich aus Gästen, die zwar mindestens eine Nacht nicht zuhause übernachteten, jedoch dies nicht in der Region⁸ oder im Kanton Schaffhausen tun. Lediglich 8% - 24% gaben an, im Kanton Schaffhausen zu übernachten. Eine weitere Gruppe gab an, in der näheren Umgebung zum Kanton Schaffhausen zu übernachten. Dieser Anteil bewegt sich in Stein am Rhein in derselben Grössenordnung wie die Übernachtungsgäste im Kanton. An den anderen drei Standorten spielt diese Gruppe eine untergeordnete Rolle.

Abbildung 31: Übernachtungsort vor bzw. nach dem Besuch

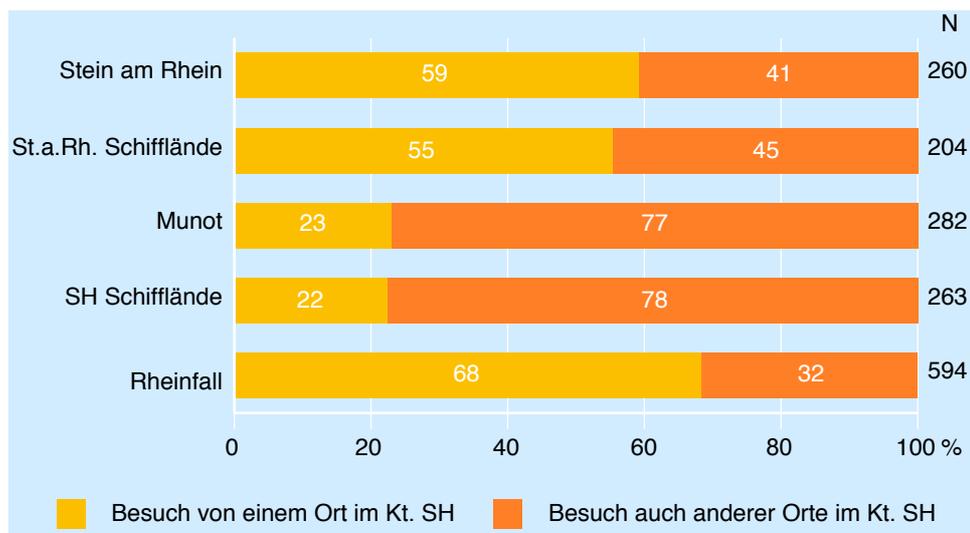


Quelle: Rütter+Partner, Gästebefragung 2010.

Anzahl besuchter Attraktionen im Kanton Schaffhausen

Auswärtige Besucher, die nicht im Kanton Schaffhausen übernachteten, wurden gefragt, ob sie neben der Attraktion am Befragungsort weitere Attraktionen im Kanton Schaffhausen besuchen. Ein hoher Anteil von 68% der Rheinfallbesucher gab an, nur den Rheinfall zu besichtigen. Im Städtchen Stein am Rhein und an der Schiffländle Stein am Rhein lag dieser Anteil etwas tiefer (59% bzw. 55%). Deutlich tiefer lag der Anteil bei Gästen auf dem Munot und an der Schiffländle Schaffhausen (23% bzw. 22%); diese Attraktionen ziehen für sich genommen nicht die grossen Massen an (Abb. 32).

⁸ Zur Region Schaffhausen wurden bei der Gästebefragung Gemeinden gezählt, die unmittelbar an den Kanton Schaffhausen grenzen. Diese regionale Abgrenzung wurde nur in der Gästebefragung verwendet und sollte die Gäste identifizieren helfen, die in unmittelbarer Nähe zum Kanton Schaffhausen übernachteten.

Abbildung 32: Anzahl besuchter Attraktionen im Kanton Schaffhausen

Quelle: Rütter+Partner, Gästebefragung 2010.

Übernachungskategorie der im Kanton Schaffhausen übernachtenden Gäste

Gäste, die im Kanton Schaffhausen übernachteten, wurden nach der Übernachtungskategorie gefragt (Abb. 33). Zwischen 31% und 57% der Übernachtungsgäste übernachteten in Hotels und Pensionen, zwischen 15% und 36% in Angeboten der Parahotellerie.

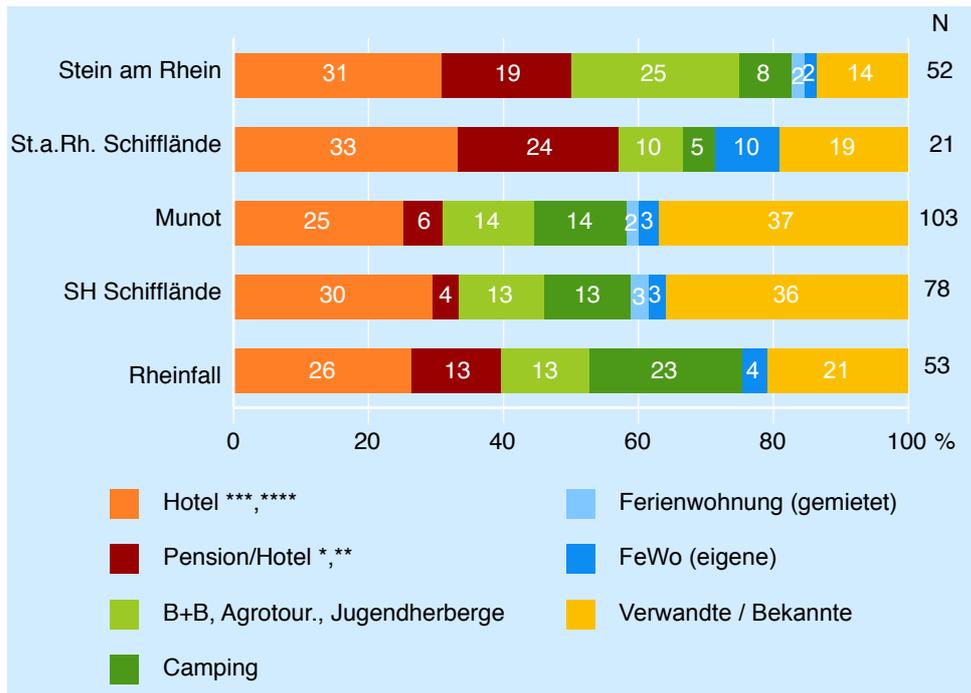
Auffällig ist der hohe Anteil an Camping-Gästen am Rheinfall. Viele Übernachtungsgäste gaben an, in ihrem Fahrzeug auf einem Parkplatz zu übernachten. Diese Gäste wurden der Kategorie Camping angerechnet.

Beim Munot und an der Schiffländle Schaffhausen ist der hohe Anteil an Personen, die bei Verwandten und Bekannten übernachteten möglicherweise auf das Musikfestival „Das Festival“ zurückzuführen, welches am selben Wochenende in der Altstadt Schaffhausen durchgeführt wurde.

Weder gemietete noch eigene Ferienwohnungen spielen im Kanton Schaffhausen als Übernachtungsort eine grosse Rolle. Dies im Unterschied zu den deutschen Nachbarregionen, wo Übernachtungen in Ferienwohnungen ein wichtiges Segment sind. Nicht zu unterschätzen ist die Relevanz von Gästen, die bei Verwandten und Bekannten im Kanton Schaffhausen übernachteten. Ihr Anteil liegt zwischen 14% und 37%.

Es ist besonders bei den Übernachtungsgästen allerdings zu beachten, dass die Anzahl befragter Gäste relativ gering war.

Abbildung 33: Übernachtungskategorien der im Kanton Schaffhausen übernachtenden Gäste



Quelle: Rütter+Partner, Gästebefragung 2010.

6. Gästefrequenzen und Gesamtnachfrage

In Kapitel 6 wird die Nachfrage der Gäste dargestellt. Dabei wird von den Gästefrequenzen in den verschiedenen Kategorien ausgegangen und diese mit den Tagesausgaben (vgl. Abschnitt 6.3, Abb. 38) zur Nachfrage der Gäste hochgerechnet. Die Methodik ist in Abschnitt 2.5 beschrieben.

6.1 Gästefrequenzen

Die Gästefrequenzen wurden in unterschiedlicher Genauigkeit erfasst bzw. geschätzt: Die Hotellogiernächte basieren auf den Erhebungen des BFS und können als relativ genau eingestuft werden. Die Logiernächte der Parahotellerie und der Landwirtschaft basieren auf einer schriftlichen Befragung sämtlicher Anbieter. Die Logiernächte bei Verwandten und Bekannten sowie in eigenen Ferienwohnungen sind Schätzungen, die sich einerseits auf die durchgeführte Gästebefragung, andererseits auf Erfahrungswerten von weiteren Gästebefragungen in anderen Regionen abstützen. Die Tagesgästefrequenzen wurden anhand der Befragung der Gastrobetriebe und der Detailhandelsgeschäfte geschätzt (vgl. auch Abschnitt 2.5) und anhand der Resultate der Gästebefragung plausibilisiert.

Im Kanton Schaffhausen wurden für das Jahr 2008 insgesamt rund 2.4 Mio. Gästefrequenzen ermittelt (Abb. 34). Davon sind rund 290'000 (12%) übernachtende Gäste und 2.1 Mio. Tagesgäste (88%).

Die übernachtenden Gäste (Logiernächte) teilen sich auf in rund 115'000 Hotelgäste (40%), rund 56'000 Gäste in der Parahotellerie (19%), 1'800 Gäste in der Landwirtschaft (1%), rund 40'000 Übernachtungen in Zweitwohnungen (14%) und rund 78'000 Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten (27%).

Abbildung 34: Gästefrequenzen im Kanton Schaffhausen, 2009

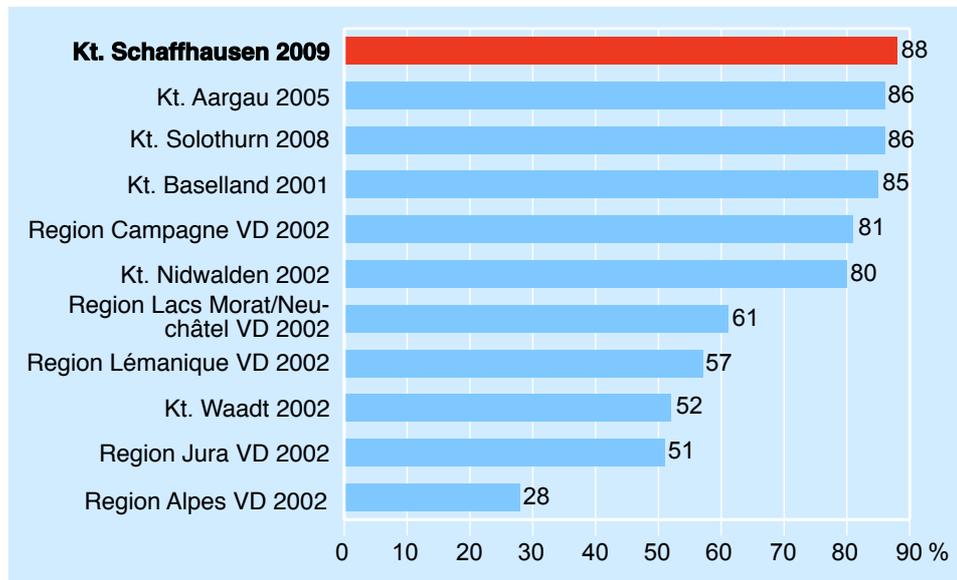
Kanton Schaffhausen 2009	Frequenzen		
	absolut	in %	in %
Total übernachtende Gäste und Tagesgäste	2'363'200		100
Total Tagesgäste	2'073'500	100	88
<i>Aufteilung der Tagesgäste</i>			
• Freizeittourismus	1'843'400	89	78.0
• Geschäftstourismus	230'000	11	9.7
Total übernachtende Gäste	289'700	100	12
<i>Aufteilung der übernachtenden Gäste</i>			
• Hotel	114'500	40	4.8
• Landwirtschaft	1'800	1	0.1
• Zweitwohnungen	39'500	14	1.7
• Gruppenunterkünfte/Camping/B&B	55'600	19	2.4
• Verwandte/Bekannte	78'300	27	3.3

Quelle: BFS, Schätzungen Rütter+Partner.

Gästefrequenzen im Regionenvergleich

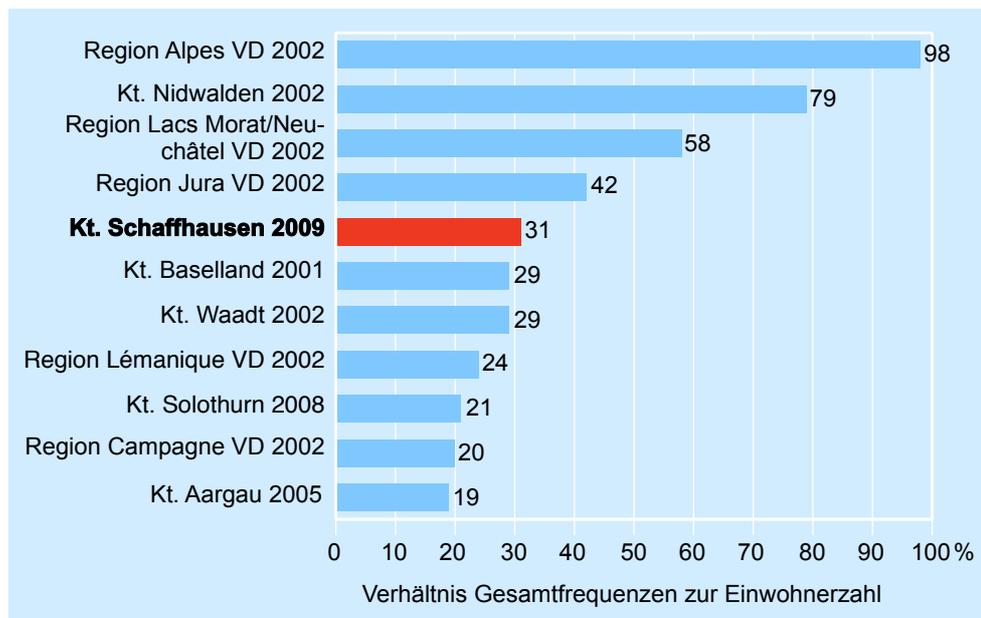
Der Anteil der Tagesgäste ist im Kanton Schaffhausen mit 88% hoch, liegt jedoch in derselben Grössenordnung wie in den Kantonen Solothurn, Aargau und Baselland (Abb. 35).

Abbildung 35: Tagesgästeanteil im Kanton Schaffhausen im Vergleich zu anderen Regionen der Schweiz



Quelle: Wertschöpfungsstudien Rütter+Partner, diverse Jahre.

Abbildung 36: Touristische Frequenzen im Verhältnis zur Einwohnerzahl in verschiedenen Regionen der Schweiz



Quelle: Wertschöpfungsstudien Rütter+Partner, diverse Jahre.

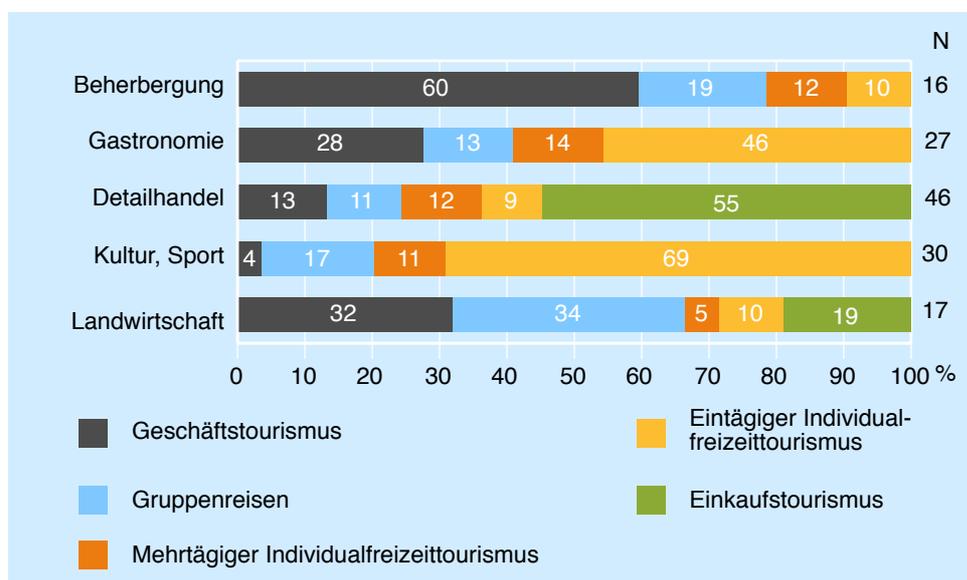
In Abbildung 36 sind die touristischen Frequenzen - Tagesgäste und übernachtende Gäste - im Verhältnis zu den Einwohnerzahlen der entsprechenden Regionen dargestellt. Dieser Vergleich soll einen Eindruck von der touristischen Intensität der

Regionen vermitteln. Die Abbildung zeigt deutlich, dass der Kanton Schaffhausen, dank den touristischen Leuchttürmen Rheinfal, Stein am Rhein und Munot im Vergleich zu seiner Einwohnerzahl höhere Gästefrequenzen aufweist als die anderen Mittellandkantone Baselland, Solothurn und Aargau. Er weist auch höhere Frequenzen auf als der Kanton Waadt, der mit den Alpes VD über eine stark touristische Region verfügt.

6.2 Gästesegmente

Aus der Befragung der Leistungsträger geht hervor, welches Gewicht die einzelnen Gästesegmente in Bezug auf die Frequenzen haben (vgl. Abb. 37). Der Geschäftstourismus hat insbesondere bei den Beherbergern ein deutliches Gewicht. Aber auch bei der Gastronomie und in der Landwirtschaft ist der Anteil rund 30%. Der Anteil von Gästen durch Gruppenreisen liegt bei allen Leistungsträgern ausser der Landwirtschaft zwischen 10% und 20%. Dies entspricht auch den Ergebnissen der Studie der Kantonsschule Schaffhausen für den Rheinfal (Kantonsschule Schaffhausen, 1999). In ihrer Befragung ermittelte sie einen Anteil an Gruppen mit mehr als fünf Personen von 16%. Die Angebotsstruktur der Landwirtschaft mit Fest- und Bankettsälen sowie Kutschenfahrten ist generell attraktiver für Gruppen. Übernachtungsmöglichkeiten werden im Agrotourismus hingegen wenige angeboten. Auffallend ist der hohe Anteil an Einkaufstouristen, die der Detailhandel angibt.

Abbildung 37: Verteilung der Gästesegmente der unterschiedlichen Leistungsträger



Quelle: Rütter+Partner, Befragung der Leistungsträger 2010.

6.3 Tagesausgaben

Für die Schätzung der Gesamtnachfrage bedarf es neben einer Erhebung der Gästefrequenzen auch Angaben zu den getätigten Tagesausgaben nach Gästekategorie. Die angewandte Methodik zur Schätzung der Tagesausgaben, wurde im

Abschnitt 2.5 beschrieben. In Abbildung 38 sind die in der Schätzung der Gesamtnachfrage eingesetzten Tagesausgaben nach Gästekategorien ersichtlich.

Die Tagesgäste tätigen deutlich tiefere Ausgaben als Übernachtungsgäste. Bei ihnen beeinflusst vor allem die Beherbergungskategorie die Höhe der Tagesausgaben, da sich die Ausgaben für Aktivitäten nur unwesentlich von denjenigen der Tagesgäste unterscheiden.

Abbildung 38: Unterstellte Tagesausgaben der Gäste nach Regionen und Gästekategorien

Tagesausgaben nach Kategorien	CHF
Durchschnitt alle Gäste	53
Tagesgäste	42
• Freizeittourismus	41
• Geschäftstourismus	48
Übernachtende Gäste	136
• Hotel	217
• Landwirtschaft	98
• Zweitwohnungen	61
• Parahotellerie	98
• Verwandte/Bekannte	51

Quelle: Schätzung Rütter+Partner.

6.4 Gesamtnachfrage

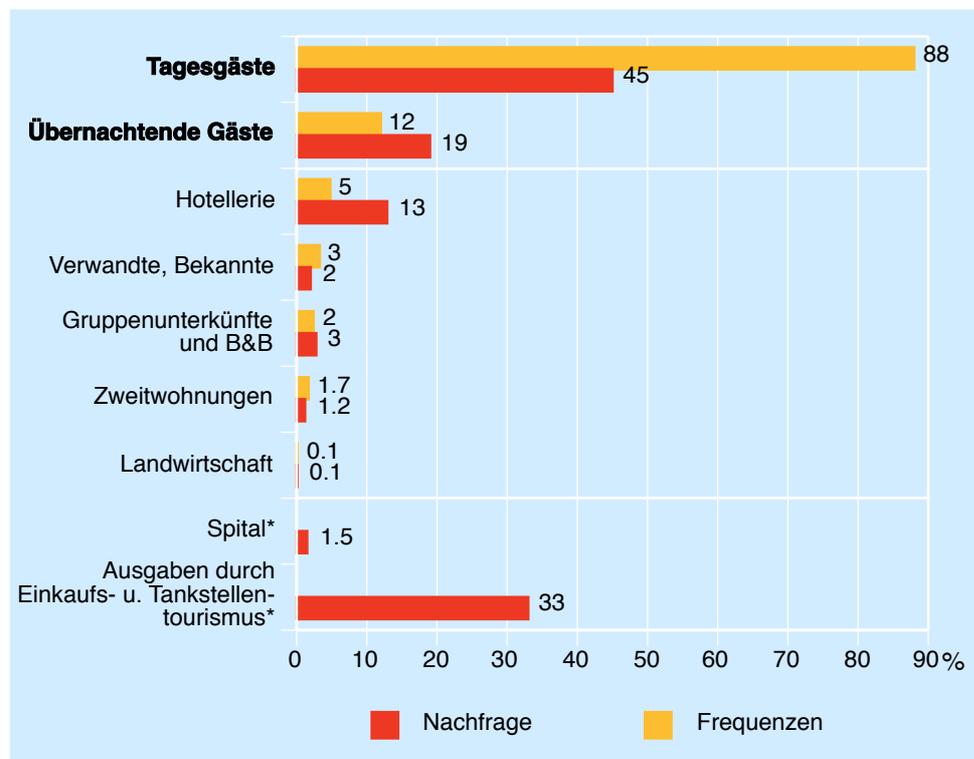
Die touristische Nachfrage der Gäste entspricht den Ausgaben der Gäste während ihres Aufenthalts und in etwa den direkten Umsätzen, die mit Gästen in einer Region erzielt werden. Sie wird berechnet, indem die Gästefrequenzen der einzelnen Gästekategorien mit den jeweiligen Tagesausgaben multipliziert werden (Methodik vgl. Abschnitt 2.5). Zusätzlich zu den Ausgaben der Gäste gehören noch folgende Ausgaben zur touristischen Gesamtnachfrage: Ausgaben des Einkaufs- und Tanktourismus, Aufwendungen für Investitionen und den Unterhalt von Ferienwohnungen sowie Ausgaben von Gästen im Gesundheitswesen.

Insgesamt führten die Ausgaben der Gäste im Kanton Schaffhausen im Jahr 2009 zu einer Gesamtnachfrage von 194 Mio. CHF. Davon entfielen 124 Mio. CHF auf Ausgaben während des Aufenthalts. 64 Mio. CHF wurden durch Einkaufs- und Tankstellentouristen ausgegeben, 3 Mio. CHF sind Ausgaben die Zweitwohnungsbesitzer für die laufenden Kosten und für Renovationen an ihren Wohnungen ausgaben, und 2.8 Mio. CHF sind die Ausgaben von ausländischen Patienten, die im Kanton Schaffhausen einen Spitalaufenthalt benötigten (Abb. 39).

Abbildung 39: Frequenzen und Gesamtnachfrage im Kanton Schaffhausen 2009

Kanton Schaffhausen 2009	Gesamtfrequenz		Gesamtnachfrage	
	absolut	in %	in Mio. CHF	in %
Total übernachtende Gäste und Tagesgäste	2'363'200	100	124	64
Total Tagesgäste	2'073'500	88	87	45
<i>Aufteilung der Tagesgäste</i>		100		100
• Freizeittourismus	1'843'400	89	76	87
• Geschäftstourismus	230'100	11	11	13
Total übernachtende Gäste	289'700	12	37	19
<i>Aufteilung der übernachtenden Gäste</i>		100		100
• Hotel	114'500	40	25	67
• Landwirtschaft	1'800	0.6	0	0.5
• Zweitwohnungen	39'500	13.6	2	6.5
• Gruppenunterkünfte/Camping/B&B	55'600	19	5	15
• Verwandte/Bekannte	78'300	27	4	11
+ Ausgaben durch Einkaufs- und Tanktourismus			64	33
+ Ausgaben für Ferienwohnungen (Kosten und Investitionen)			3	1.5
+ Ausgaben im Gesundheitswesen			3	1.5
Touristische Gesamtnachfrage			194	100

Quelle: Schätzungen und Berechnungen Rütter+Partner.

Abbildung 40: Vergleich Nachfrage und Frequenzen der Gäste, Kanton Schaffhausen 2009

Quelle: BFS; Schätzungen und Berechnungen Rütter+Partner. * Keine Angaben von Frequenzen.

Die Abbildungen 40 stellt die Gästefrequenzen grafisch der Nachfrage gegenüber: Die Tagesgäste generieren im Kanton Schaffhausen 88% der Frequenzen, tragen

jedoch nur 45% zur Gesamtnachfrage bei. Umgekehrt leisten die übernachtenden Gäste insgesamt 19% der Nachfrage bei einem Anteil von 12% an den Frequenzen. Am Besten ist das Verhältnis bei den Hotelgästen. Diese tragen 13% zur Nachfrage bei, obwohl sie lediglich 5% der Gästefrequenzen ausmachen. Auffallend ist der Einfluss des Einkaufs- und Tanktourismus, der 33% zur Gesamtnachfrage beiträgt.

Abbildung 40 macht aber auch deutlich, dass die Tagesgäste, obschon sie im Vergleich zu den übernachtenden Gästen durchschnittlich 94 CHF pro Tag weniger ausgeben (vgl. Abb. 38), für den Kanton Schaffhausen auch in Bezug auf die Nachfrage die wichtigste Gästegruppe sind - entsprechen die 45% der Nachfrage doch 87 Mio. CHF pro Jahr.

Die Frequenzen der übernachtenden Gäste sind vergleichsweise gering, was trotz den hohen Tagesausgaben von durchschnittlich CHF 136 (Hotel CHF 217) zu der erwähnten Gesamtnachfrage von rund 37 Mio. CHF führt. Dies entspricht 19% der Gesamtnachfrage. Das Verhältnis von Tages- zu übernachtenden Gästen ist für den Kanton Schaffhausen auch in Bezug auf das Verkehrsaufkommen ungünstig.

7. Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

In Kapitel 7 wird die volkswirtschaftliche Wirkung des Tourismus im Kanton Schaffhausen dargestellt.

Die touristische Gesamtnachfrage plus die übrigen Elemente der touristischen Ausgaben ergeben den direkten touristischen Umsatz und in der Folge die direkte touristische Wertschöpfung und Beschäftigung. Über die Vorleistungseinkäufe und Investitionen der touristischen Unternehmen sowie durch die Konsumausgaben der im Tourismus beschäftigten Personen wird auf weiteren Stufen der Wertschöpfungskette indirekt zusätzliche Wertschöpfung und Beschäftigung ausgelöst. Die indirekten Effekte sind um so grösser, desto grösser die betrachtete Region ist, da in grossen Regionen ein grösserer Anteil der Vorleistungen und Investitionen innerhalb der Region bezogen bzw. ein grösserer Teil der Erwerbseinkommen innerhalb der Region ausgegeben wird⁹. Die Summe aller touristischen Wertschöpfungs- und Beschäftigungswirkungen lässt sich mit der Gesamtbeschäftigung oder dem kantonalen bzw. regionalen Bruttoinlandprodukt (BIP) in Beziehung setzen. Daraus ergibt sich der Beschäftigungs- und BIP-Anteil des Tourismus als wichtigster Indikator. Davon zu unterscheiden ist der Anteil der Touristischen Leistungsträger an Beschäftigung und BIP (vgl. Kapitel 4, Abb. 25 und 26), der nur einen groben Indikator für die Tourismusintensität einer Region darstellt.

Die touristische Beschäftigung und Wertschöpfung wird nach Branchen ausgewiesen. In der Darstellung wird zwischen den direkten und den indirekten Effekten unterschieden.

Tourismusabhängigkeit der Schlüsselbranchen

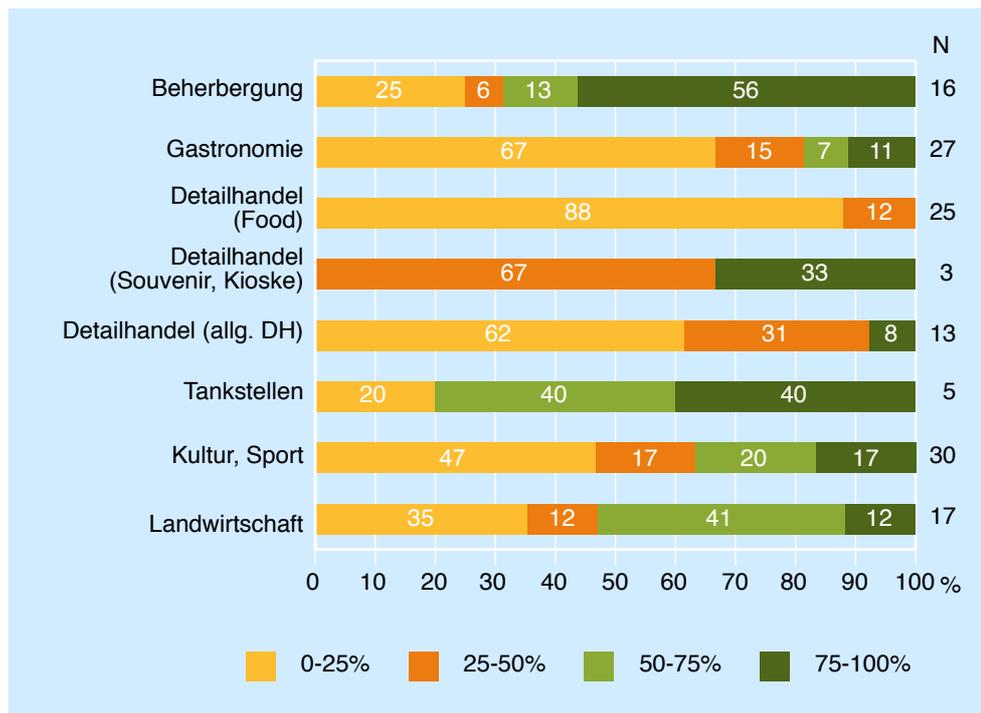
In der Befragung der Leistungsträger wurde ermittelt, welchen Anteil des Umsatzes durch auswärtige Gäste generiert wird. Aus Abbildung 41 wird ersichtlich, dass sich selbst in den einzelnen Branchen grosse Unterschiede ergeben.

Die grösste Tourismusabhängigkeit haben die Beherberger; da die meisten Hotels jedoch gleichzeitig auch einen Gastronomiebetrieb haben, liegt der touristische Anteil des Umsatzes unter 100%. In der Befragung gaben rund ein Drittel der Betriebe (fünf Betriebe) gar einen touristischen Umsatzanteil von unter 50% an.

Im Detailhandel ist der touristische Anteil am Umsatz normalerweise tief. In Schaffhausen liegt er mit rund 8% jedoch deutlich höher als in vergleichbaren Kantonen. Dies liegt an der grenznahen Lage, die zu einem höheren Anteil auswärtiger Kunden beiträgt. Dies ist insbesondere auch bei den Tankstellen festzustellen.

Bei der Tourismusabhängigkeit der Landwirtschaft ist zu beachten, dass nur Landwirtschaftsbetriebe mit touristisch interessanten Angeboten für die Befragung angeschrieben wurden. Die Tourismusabhängigkeit der ganzen Branche ist deutlich geringer.

⁹ Aus diesem Grunde ist die Summe der direkten und indirekten Wertschöpfung der Regionen tiefer als diejenige des gesamten Kantons.

Abbildung 41: Eigeneinschätzung des Tourismusanteils bei den Touristischen Leistungsträgern

Quelle: Rütter+Partner, Befragung der Leistungsträger 2010.

Beiträge verschiedener Branchengruppen

Die Abbildung 42 gibt einen Überblick über die touristische Wirkung in den einzelnen Branchen. Im Kanton Schaffhausen sind insgesamt rund 1'460 VZÄ durch touristische Aktivitäten induziert. Dies entspricht 4.4% der kantonalen Beschäftigung. Dabei entsteht eine Bruttowertschöpfung von 136 Mio. CHF, was 3.1% des kantonalen BIP entspricht.

Bei den Touristischen Leistungsträgern selbst wird eine Beschäftigung von 690 VZÄ induziert und eine Bruttowertschöpfung von 52 Mio. CHF generiert. Dies entspricht 47% der gesamten tourismusinduzierten Beschäftigung und 38% der gesamten tourismusinduzierten Bruttowertschöpfung. Der Wertschöpfungsbeitrag ist tiefer als der Beschäftigungsbeitrag, da die Branche überdurchschnittlich arbeitsintensiv ist.

Der Tourismus ist eine typische „Querschnittsbranche“ - es profitieren auch andere Wirtschaftszweige: Die Landwirtschaft generiert mit Touristen eine Beschäftigung von 56 VZÄ und eine Wertschöpfung von 2.2 Mio. CHF. Die Industrie und das Gewerbe partizipieren mit 17 VZÄ und einer Bruttowertschöpfung von 2 Mio. CHF und Energie, Wasser, Bergbau mit 7.9 VZÄ und einer Bruttowertschöpfung von 2.1 Mio. CHF. Die Bauwirtschaft generiert rund 29 VZÄ und 2.6 Mio. CHF an Wertschöpfung und die übrigen Dienstleistungen rund 554 VZÄ und eine Bruttowertschöpfung von 62 Mio. CHF. Über die Vermietungen von Wohnungen und die Eigenmietwerte der Zweitwohnungen entsteht zudem eine Wertschöpfung in der Höhe von 2.6 Mio. CHF. Über weitere indirekte Effekte, die keiner Branche zugeordnet werden können, kommen noch 110 VZÄ und 11 Mio. CHF an Wertschöpfung dazu.

Abbildung 42: Direkte und indirekte Beiträge des Tourismus zur Beschäftigung und totale touristische Wertschöpfung im Kanton Schaffhausen, Verteilung nach Branchen, 2008

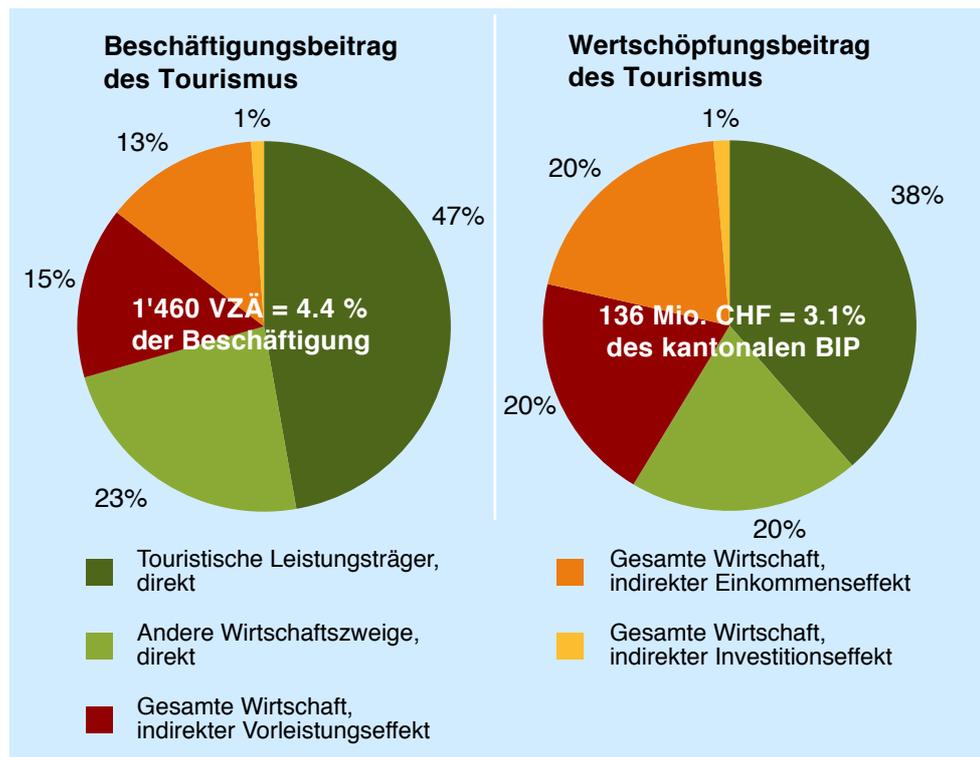
Kanton Schaffhausen	Noga	Tourismusanteil an Beschäftigung in %			Tour. Beschäftigung		Tour. Bruttowertschöpfung	
		Total	Direkt	Indirekt	VZÄ	(%)	Mio.CHF	(%)
Touristische Leistungsträger		35	35		690	47	52	38
Beherbergungsgewerbe	55.1-55.2	69	69		192	13	12	8.5
Gaststättengewerbe	55.3-55.4	28	28		268	18	16	12
Eisenbahnen	60.1	5.0	5.0		6.5	0.4	0.6	0.5
Bergbahnen	60.21C	-	-		-	0.0	-	0.0
Personenstrassenverkehr	60.2	16	16		45	3.1	4.4	3.3
Übriger Personenverkehr*	61,62,63.2	52	52		32	2.2	3.5	2.5
Reisebüros, Tourismusvereine	63.3	100	100		96	6.6	12	8.8
Kultur und Unterhaltung	92	28	28		41	2.8	3.2	2.3
Sport	92	23	23		9.4	0.6	0.7	0.5
Landwirtschaft	01-05	3.7	3.0	0.7	56	3.8	2.2	1.6
Industrie, Gewerbe	15-37	0.2	0.0	0.2	17	1.2	2.0	1.4
Energie, Wasser, Bergbau	10,40-41	3.0	0.1	2.9	7.9	0.5	2.1	1.5
Bauwirtschaft	45	1.2	0.3	0.9	29	2.0	2.6	1.9
Dienstleistungen**	50-95	3.3	1.7	1.6	554	38	62	45
Handel	50-52	7.9	5.9	2.0	358	24	27	20
Übrige Dienstleistungen		1.6	0.2	1.4	196	13	34	25
Zwischentotal					1'354	92	123	90
Vermietung priv. Haushalte	97				-	-	2.6	1.9
Nicht zuteilbare indirekte Effekte					110	7.5	11	8.2
Total		4.4	3.1	1.2	1'464	100	136	100
Direkte touristische Bruttowertschöpfung							79	
Direkte touristische Beschäftigung					1'034			
Anteil Total an reg. Beschäftigung und BIP					4.4		3.1	
Anteil Direkt an reg. Beschäftigung und BIP					3.1		1.8	
* inkl. Schifffahrt								
** ohne Touristische Leistungsträger								

Quelle: Schätzungen und Berechnungen Rütter+Partner. * ohne Touristische Leistungsträger.

Direkte und indirekte Beiträge

Abbildung 43 zeigt die direkten und indirekten Anteile an der gesamten durch den Tourismus induzierten Beschäftigung und Wertschöpfung. Wie erwähnt, werden 47% der Beschäftigung (690 VZÄ) und 38% der Wertschöpfung (52 Mio. CHF) direkt durch die Touristischen Leistungsträger generiert, 23% der Beschäftigung (344 VZÄ) und 20% der Wertschöpfung (27 Mio. CHF) lösen die Gäste direkt in anderen Branchen aus. Auf indirektem Weg ergeben sich zusätzliche 29% der Beschäftigung (430 VZÄ) und 41% der Wertschöpfung (57 Mio. CHF). Insgesamt ist der Wertschöpfungsbeitrag des Tourismus geringer als dessen Beitrag zur Beschäftigung, da die Arbeitsproduktivität, wie erwähnt, geringer ist als im Durchschnitt aller Branchen.

Abbildung 43: Direkte und indirekte Beiträge des Tourismus zu Beschäftigung und Wertschöpfung im Kanton Schaffhausen, 2008



Quelle: Schätzungen und Berechnungen Rütter+Partner.

Abbildung 44: Tourismusanteile am BIP in verschiedenen Regionen der Schweiz



Quelle: Wertschöpfungsstudien Rütter+Partner, diverse Jahre.

Abbildung 44 zeigt die Anteile des Tourismus am BIP in verschiedenen Regionen der Schweiz. Die Zahlen stammen aus Wertschöpfungsstudien die mit derselben Methode erhoben worden sind. Die Werte für den Kanton Schaffhausen liegen in derselben Grössenordnung wie die Werte der Kantone Solothurn, Aargau und Baselland. Er liegt jedoch unter den Werten die für den Kanton Waadt ermittelt worden sind. Der Kanton Waadt verfügt mit den Alpes Vaudoises über eine stark touristische Region, betreibt aber auch für die weniger touristischen Regionen ein professionelles Marketing und verfügt über entsprechende Ressourcen.

8. Das Potenzial des Tourismus im Kanton Schaffhausen

Die Potenzialanalyse basiert auf der Analyse der Angebote, Expertengesprächen und Diskussionen in der Begleitgruppe. Ausserdem wurden in der schriftlichen Befragung von Unternehmen der Branchen Beherbergung, Gastronomie, Detailhandel, Kultur, Sport, Unterhaltung und Agrotourismus auch ihre Einschätzungen des Angebots erfragt.

Im ersten Teil des Kapitels werden die empirischen Resultate der schriftlichen Befragung der Leistungsträger vorgestellt. In einem zweiten Teil wird aufgrund bestehender Studien Dritter, der Expertengespräche und eigener Einschätzungen auf qualitativer Basis der Ist-Zustand des touristischen Angebots beschrieben. In einem dritten Teil werden zur Debatte stehende zukünftige Tourismusprojekte auf ihr Potenzial hin qualitativ analysiert.

8.1 Einschätzung des Angebots durch die Leistungsträger

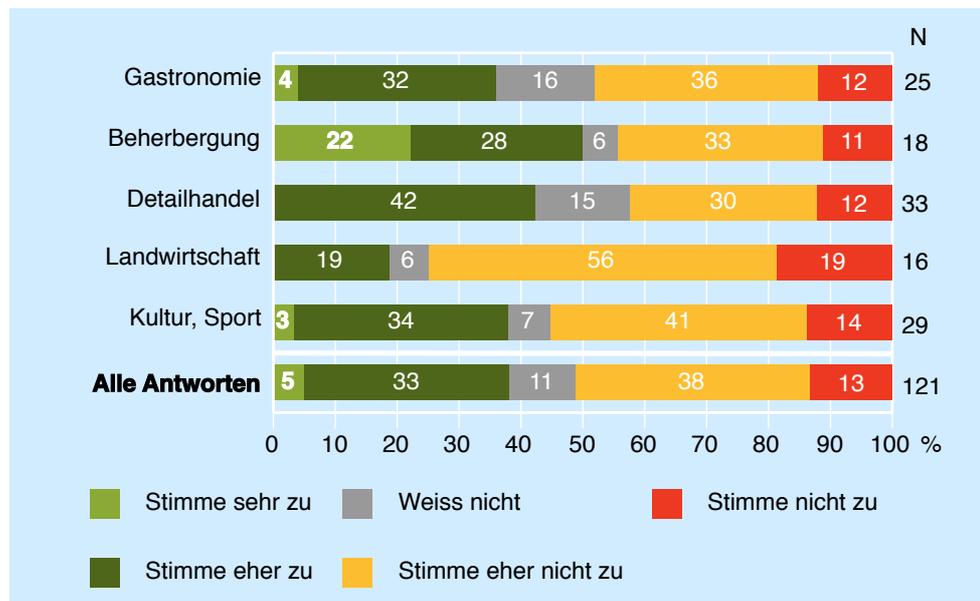
Die befragten Unternehmen konnten dazu Stellung nehmen, ob sie das Beherbergungs- und Gastronomieangebot in ihrer Standortregion als ausreichend einschätzen. Weiter wurden sie um eine Beurteilung des Kultur- und Freizeitangebots, des Angebots für Seminare und des naturnahen Angebots gebeten. Die Fragen waren dabei als Aussagen formuliert, denen „sehr“ bis „nicht“ zugestimmt werden konnte. Die Antworten werden nach Branchen differenziert dargestellt.

8.1.1 Bewertung des Beherbergungsangebots

Aussage: „Das regionale Beherbergungsangebot ist ausreichend“ (Abb. 45)

Das Beherbergungsangebot wird als ungenügend bewertet. Dies wird vor allem im Vergleich zur Bewertung des Gastronomieangebots deutlich.

Abbildung 45: Bewertung der Aussage: „Das regionale Beherbergungsangebot ist ausreichend“

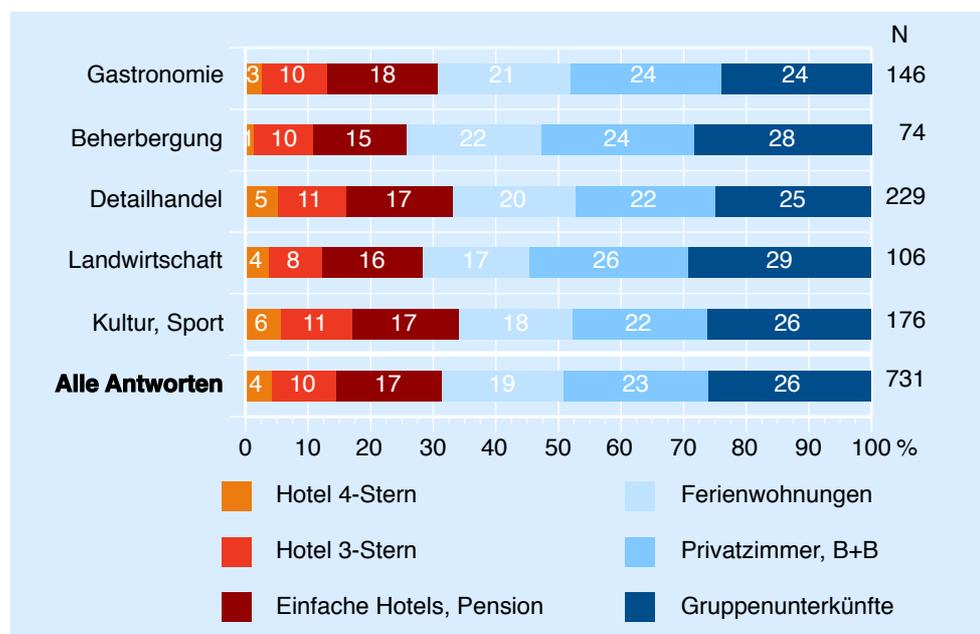


Quelle: Rütter+Partner.

Frage: „In welcher Kategorie von Übernachtungsmöglichkeiten müsste das Angebot ausgebaut werden?“ (Abb. 46)

Ein Ausbau des Beherbergungsangebots wird in allen Kategorien gewünscht, vor allem aber im unteren Preissegment und in der Parahotellerie.

Abbildung 46: Antworten auf die Frage: „In welcher Kategorie von Übernachtungsmöglichkeiten müsste das Angebot ausgebaut werden?“



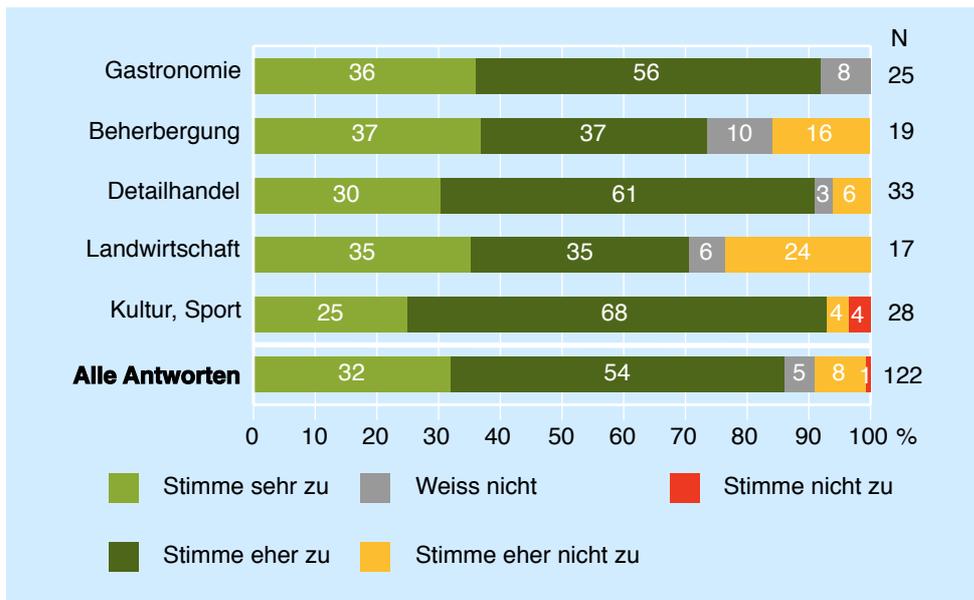
Quelle: Rütter+Partner. Mehrfachnennungen waren möglich.

8.1.2 Bewertung des Gastronomieangebots

Aussage: „Das regionale Gastronomieangebot ist ausreichend“ (Abb. 47)

Das Gastronomieangebot wird allgemein sehr positiv bewertet. Lediglich 9% bewerten das Angebot negativ. Auffallend sind die relativ hohen Anteile negativer Einschätzungen bei den befragten Landwirtschaftsbetrieben und den Beherbergern. Es ist jedoch schwierig, eine plausible Erklärung dafür zu finden.

Abbildung 47: Bewertung der Aussage: „Das regionale Angebot der Gastronomie ist ausreichend“

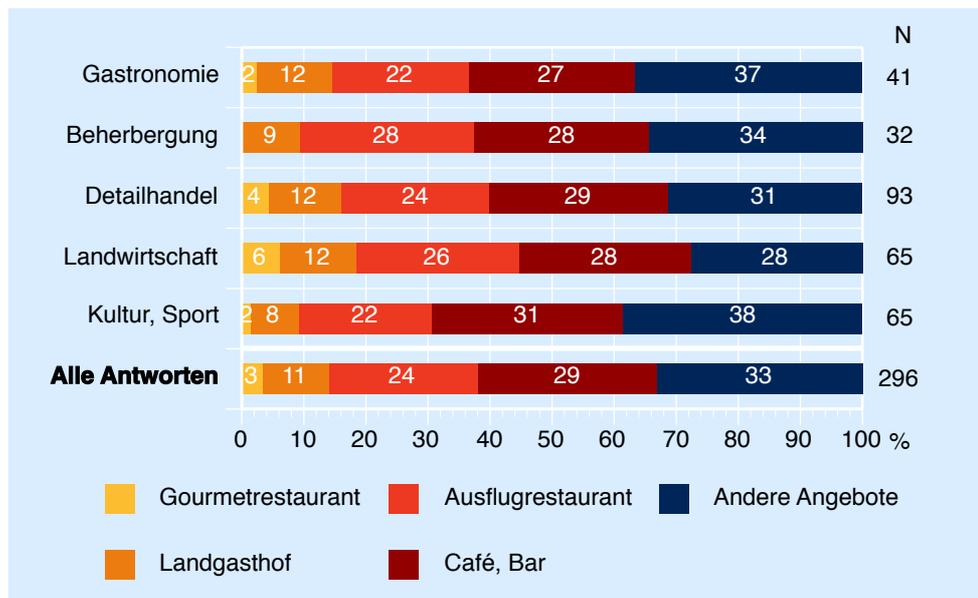


Quelle: Rütter+Partner.

Frage: „In welcher Kategorie von Restaurationsbetrieben müsste das Angebot ausgebaut werden?“ (Abb. 48)

Ausgebaut werden müsste das Angebot vor allem bei Ausflugsrestaurants sowie bei Bars und Cafés. Unter der Kategorie „Andere Angebote“ sind die Wünsche sehr divers. Von Restaurants mit internationaler Küche bis Raucherrestaurants wird alles gewünscht.

Abbildung 48: Antworten auf die Frage: „In welcher Kategorie von Restaurationsbetrieben müsste das Angebot ausgebaut werden?“



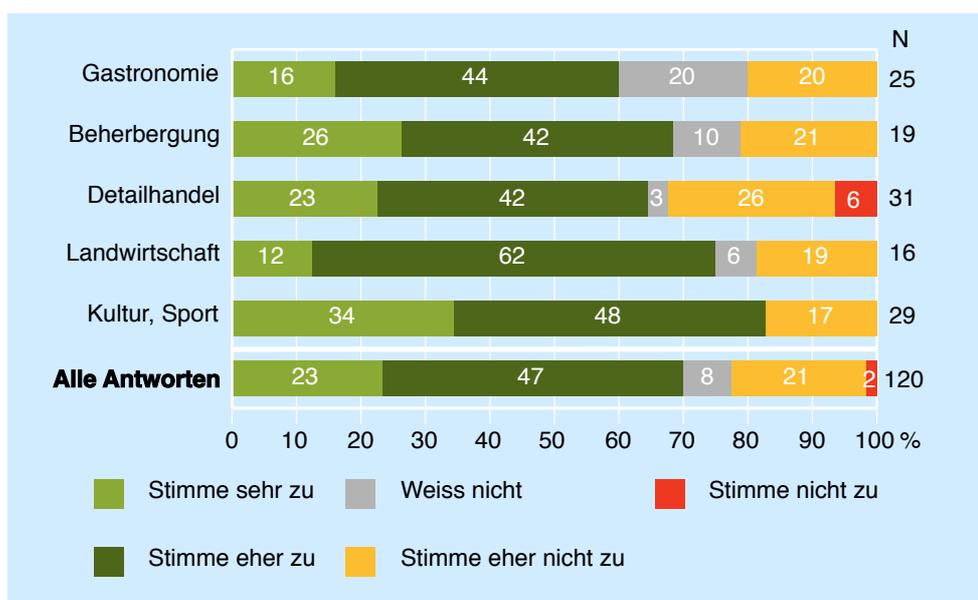
Quelle: Rütter+Partner. Mehrfachnennungen waren möglich.

8.1.3 Bewertung des kulturellen Angebots

Aussage: „Das kulturelle Angebot (Museen, Theater, Konzerte) ist eine Stärke der Region“ (Abb. 49)

Das kulturelle Angebot wird insgesamt positiv bewertet. Knapp ein Viertel der Befragten sind der Ansicht, dass das Angebot ungenügend ist. Ebenfalls ein Viertel sieht das Angebot sehr positiv und beinahe 50% sieht dieses eher positiv.

Abbildung 49: Bewertung der Aussage: „Das kulturelle Angebot (Museen, Theater, Konzerte) ist eine Stärke der Region“



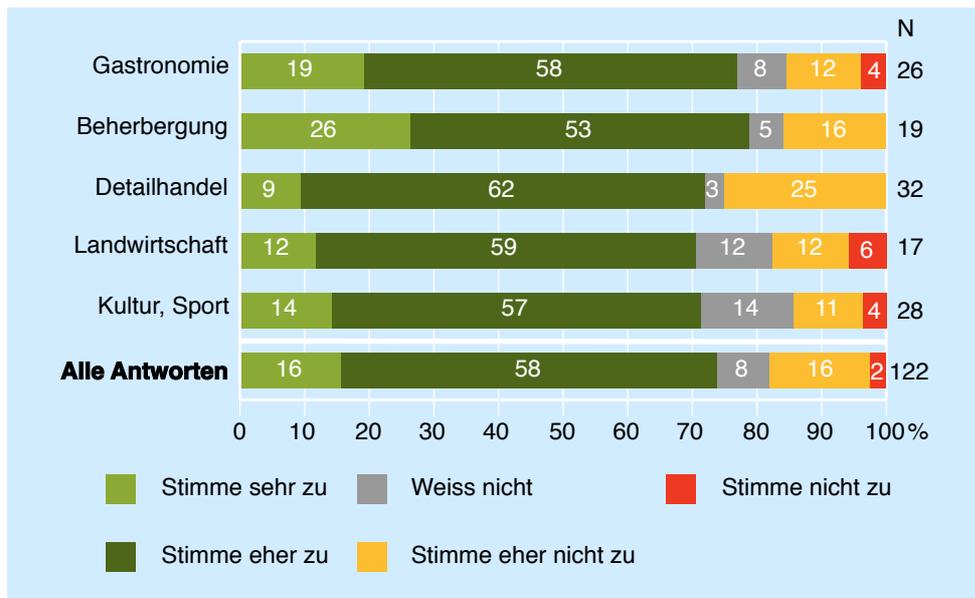
Quelle: Rütter+Partner.

8.1.4 Bewertung des naturnahen Angebots

Aussage: „Das naturnahe Angebot (Velo, Biken, Wandern, etc.) ist eine Stärke der Region“ (Abb. 50)

Das naturnahe Angebot (Velo, Wandern etc.) wird insgesamt noch etwas positiver bewertet als das kulturelle Angebot. Gleichzeitig wurde das Angebot aber etwas weniger oft als sehr positiv bewertet (16% im Vergleich zu 23%).

Abbildung 50: Bewertung der Aussage: „Das naturnahe Angebot (Velo, Biken, Wandern, etc.) ist eine Stärke der Region“



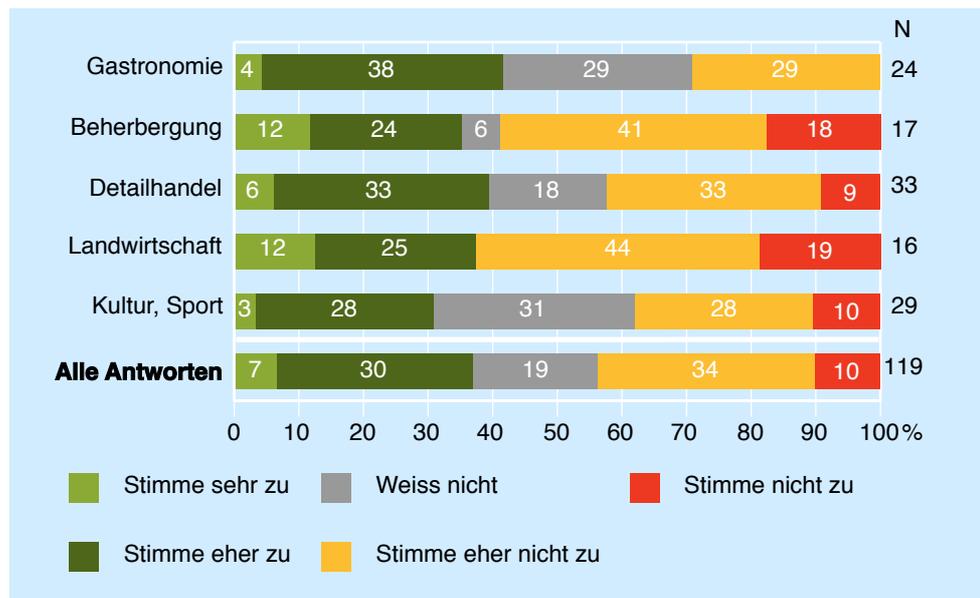
Quelle: Rütter+Partner.

8.1.5 Bewertung des Angebots für den Tagungs- und Seminar-tourismus

Aussage: „Die Angebote für Firmen (Seminare, Geschäftsshotellerie) sind eine Stärke der Region“ (Abb. 51)

Das Angebot für Firmen (Seminar- und Tagungsräumlichkeiten) wird als ähnlich ungenügend bewertet wie das Beherbergungsangebot. Nur 37% erachtet das Angebot als genügend. Demgegenüber schätzen 44% das Angebot als ungenügend ein. Auffallend ist der grosse Anteil an „Weiss nicht“-Aussagen.

Abbildung 51: Bewertung der Aussage: „Die Angebote für Firmen (Seminare, Geschäftshotellerie) sind eine Stärke der Region“



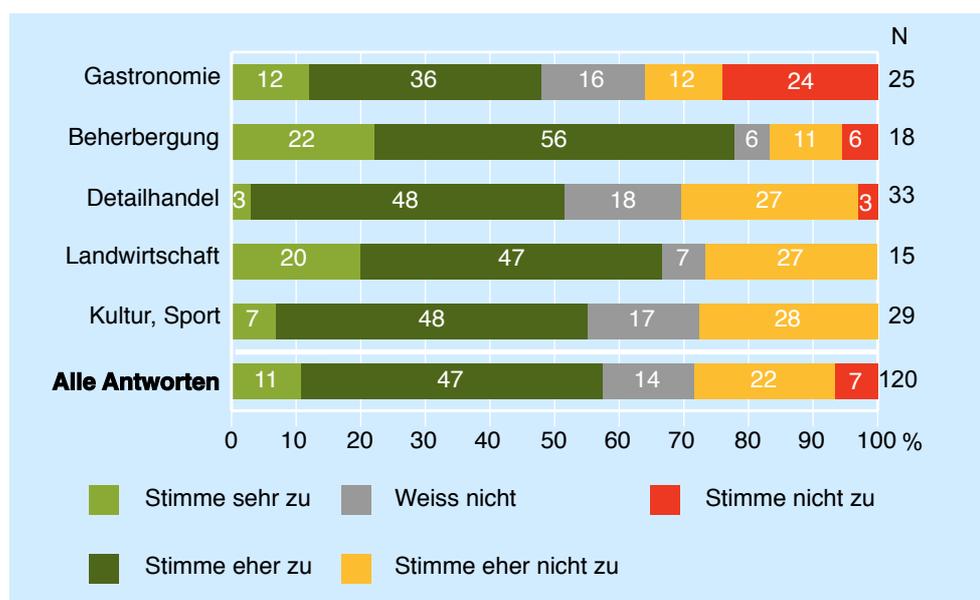
Quelle: Rütter+Partner.

8.1.6 Bewertung der Tourismusorganisation

Aussage: „Die Leistungen von Schaffhauserland Tourismus entsprechen meinen Bedürfnissen“ (Abb. 52)

Das Angebot von Schaffhauserland Tourismus (SHLT) wird insgesamt positiv bewertet. Bei den Beherbergern ist die Zustimmung am grössten, in der Gastronomie am geringsten.

Abbildung 52: Bewertung der Aussage: „Die Leistungen von Schaffhauserland Tourismus entsprechen meinen Bedürfnissen“

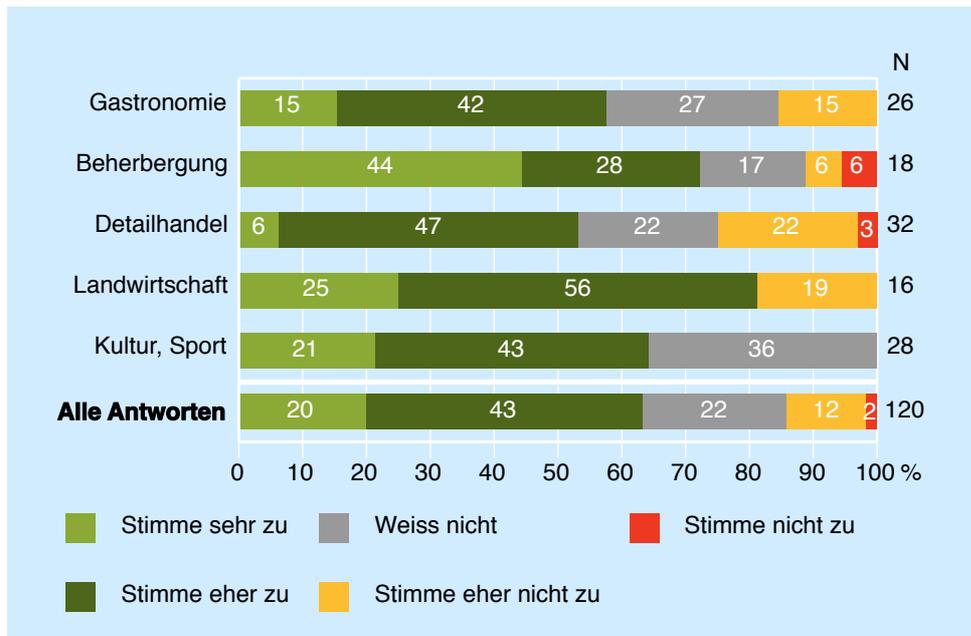


Quelle: Rütter+Partner.

Aussage: „Die Leistungen von Schaffhauserland Tourismus haben sich verbessert“ (Abb. 53)

Für eine deutliche Mehrheit haben sich die Leistungen von Schaffhauserland Tourismus verbessert (63%). Lediglich 15% stimmen der Aussage nicht zu. Ein hoher Anteil von 23% hat sich nicht zur Aussage geäußert. Bei den Kultur/Sport-Veranstaltern haben gar 36% mit „weiss nicht“ geantwortet.

Abbildung 53: Bewertung der Aussage: „Die Leistungen von Schaffhauserland Tourismus haben sich verbessert“



Quelle: Rütter+Partner.

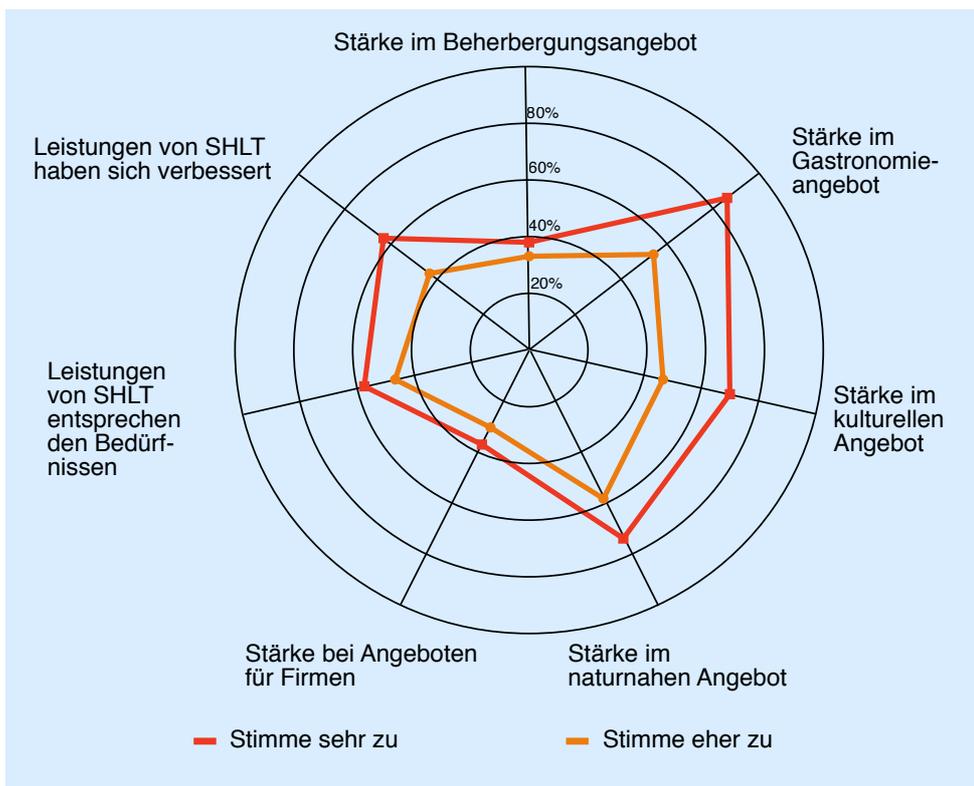
8.1.7 Vergleich der Bewertungskriterien

Abbildung 54 fasst die Resultate der Befragung zusammen. Dabei wurden die Nennungen „trifft sehr zu“ und „trifft zu“ auf den Achsen der Spinnengrafik von 0-100% abgetragen. Der Vergleich verdeutlicht Folgendes:

- Die Stärken im Angebot werden vor allem in der Gastronomie aber auch im kulturellen und naturnahen Angebot gesehen. Das Beherbergungsangebot und Angebote für Firmen (Seminare und Tagungen) werden hingegen negativ bewertet.
- Die Leistungen von Schaffhauserland Tourismus entsprechen den Bedürfnissen einer knappen Mehrheit. Etwas mehr Antwortende erkennen eine Leistungsverbesserung beim Schaffhauserland Tourismus in den vergangenen Jahren.

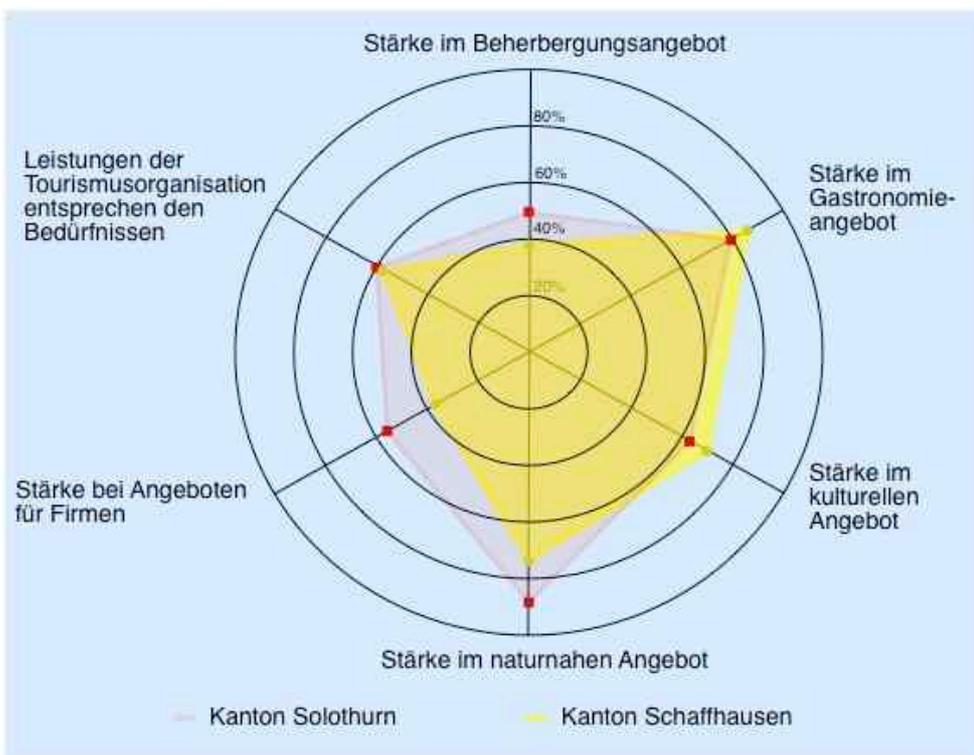
Das gleiche Fragenset wurde 2009 in einer Befragung der Leistungsträger im Kanton Solothurn verwendet. Es zeigt sich, dass die Leistungsträger in Solothurn ihr Beherbergungsangebot sowie das Angebot für Firmen und das naturnahe Angebot besser einschätzen als die Leistungsträger in Schaffhausen (Abb. 55). Umgekehrt schätzen die Leistungsträger in Schaffhausen das Gastronomieangebot und das kulturelle Angebot leicht besser ein. Die Leistungen der Tourismusorganisationen wird in beiden Kantonen ähnlich eingeschätzt.

Abbildung 54: Angebotsbeurteilung durch die Leitungsträger



Quelle: Rütter+Partner.

Abbildung 55: Angebotsbeurteilung durch die Leistungsträger: Vergleich Schaffhausen und Solothurn



Quelle: Rütter+Partner, Befragung Leistungsträger in Solothurn 2009 und in Schaffhausen 2010.

8.2 Einschätzung des Ist-Zustands

Im folgenden Kapitel wird der Ist-Zustand des touristischen Angebots kommentiert. Dazu werden Stärken und Schwächen zu einzelnen Aspekten aufgezeigt. Es werden jedoch keine Empfehlungen gegeben oder Lösungsansätze präsentiert.

Ursprüngliches Angebot¹⁰ mit viel Potenzial

Das ursprüngliche Angebot der Region hat touristisches Potenzial - die Natur, historische Städte und der Weinbau zusammen mit der Gourmet-Gastronomie bilden dabei die drei Pfeiler. Bei den naturnahen Angeboten besteht mit dem Rheinfluss ein Leuchtturm, der trotz eines tendenziellen Rückgangs in den Besucherzahlen nach wie vor rund eine Million Gäste jährlich anzieht. Daneben besteht mit dem Rhein hoch bis zum Untersee ein Wasserlauf mit grossem Potenzial für weitere Angebote. Auch die Naturlandschaft im Randen und die attraktive, vom Weinbau geprägte Kulturlandschaft im Klettgau haben grosse Potenziale für weitere Angebote, insbesondere im naturnahen Tourismus.

Die Altstadtkerne, sowohl von Stein am Rhein als auch von Schaffhausen, bieten ein attraktives Ambiente für einen Kultur- und Städtetourismus. In der näheren Umgebung bestehen zudem weitere kulturelle Attraktionen, wie beispielsweise die Schlösser Laufen und Hohenklingen. Stein am Rhein zieht als zweiter Leuchtturm der Region bereits heute jährlich rund 750'000 Besucher an.

In Verbindung mit dem bereits gut etablierten Angebot in der Gourmet-Gastronomie bieten die Weinbaugebiete im Klettgau und Reiat einen dritten Pfeiler für attraktive Angebote.

Bessere Inwertsetzung der vorhandenen Potenziale

Die obengenannten Potenziale werden zurzeit jedoch nicht genügend in Wert gesetzt. Es fehlt primär an Produkten, die das ursprüngliche Angebot nutzen und es erlebbar machen. Für Gäste fehlen damit die Erlebnisse, die sie zum längeren Aufenthalt animieren könnten. Dies ist auch ein wichtiger Faktor im Bestreben, den wertschöpfungsintensiveren Übernachtungstourismus zu fördern. In der Erlebnisökonomie gibt es eine weit verbreitete Einschätzung, dass ein Angebot mit einer hohen Erlebnisdichte von sechs bis sieben Stunden Voraussetzung für einen namhaften Übernachtungsfreizeitourismus ist.

Wo Attraktionen bestehen, werden ihre Potenziale zu wenig genutzt. Der Rheinfluss und Stein am Rhein generieren bereits heute beinahe 2 Millionen Gästefrequenzen. Ein grosser Teil dieser Besucher verweilt jedoch nur für kurze Zeit in der Region und reist danach weiter¹¹. Die Gästebefragung im Rahmen dieser Studie hat zudem ergeben, dass rund 5% der Gäste keine Ausgaben im Kanton Schaffhausen tätigen und weitere 14% lediglich bis zu 10 CHF¹². Dies ist nicht nur auf eine tiefe Zahlungsbereitschaft der Gäste zurückzuführen, sondern auch auf das Fehlen von attraktiven Angeboten.

¹⁰ Als ursprüngliches Angebot werden alle Faktoren verstanden, die in ihrem Wesensgehalt keinen direkten Bezug zum Tourismus haben, durch ihre Anziehungskraft auf Touristen jedoch zu touristischen Objekten werden (Müller et al., 2002).

¹¹ Die Gästebefragung der Kantonsschule Schaffhausen am Rheinfluss ergab 1999, dass 37% der Besucher weniger als 1 Stunde und weitere 34% 1-2 Stunden am Rheinfluss verweilen. Lediglich 29% bleiben länger als 2 Stunden.

¹² Die Studie von IC Infraconsult (2007) nennt für den Rheinfluss als mittlere Tagesausgaben 22 CHF (Hans Wespi (SH-Tourismus) zit. In: Ibrahim, 2005)

In den Befragungen wird ein grosses Potenzial in den naturnahen Angeboten, z.B. Velo, Wandern und Wassersport gesehen. Der Velotourismus erreicht in Stein am Rhein bereits eine so grosse Beliebtheit, dass er auch Konflikte verursacht. Die sichere Parkierung von Velos und Gepäck ist beispielsweise ein Problem, das neben der Inanspruchnahme von Raum vermutlich auch viele Velotouristen von längeren Aufenthalten und Museumsbesuchen abhält.

Ebenfalls zu erwähnen ist die ungenügende Verbindung der einzelnen Attraktionen. Besonders beim Rheinflall fällt auf, wie isoliert er von anderen Attraktionen ist. Es fehlt vor allem an einer städtebaulichen Umsetzung der Besucherführung zwischen dem Ortszentrum und dem Areal des Rheinflalls. Auch fehlen ausreichende Attraktionen in unmittelbarer Umgebung, die zu einer längeren Aufenthaltsdauer animieren könnten¹³.

Schwieriges Management öffentlich zugänglicher Attraktionen

Im Zusammenhang mit dem oben erwähnten Defizit muss auf den erschwerenden Umstand hingewiesen werden, dass beide Leuchttürme der Region öffentlich zugänglich sind. Dies führt zu mehreren Schwierigkeiten: Erstens müssen die Mittel für ihren Unterhalt aus anderen Quellen generiert werden. Zweitens fehlt ohne Verkauf von Eintrittsen einer der wichtigsten Indikatoren zur Kontrolle der Nachfrageentwicklung. Drittens wird auch die Integration der Attraktion in die Wertschöpfungskette erschwert, da sich niemand dafür einsetzt. Letzteres ist insbesondere beim Rheinflall sichtbar. Es bestehen auf dem Areal des Rheinflalls nur wenige attraktive kommerzielle Angebote. Auch in der unmittelbaren Umgebung des Areals bestehen kaum touristische Angebote.

Grosses Verbesserungspotenzial in der Hotellerie

Beim abgeleiteten touristischen Angebot¹⁴ besteht der grösste Handlungsbedarf im Übernachtungsangebot. Obwohl die Beherbergungsstatistik des BFS für das bestehende Angebot eine tiefe Auslastung ausweist, wünschen sich viele Befragte neue Angebote in der Hotellerie. Ein weiterer Ausbau der Kapazitäten wird möglicherweise zu einer tiefergreifenden Strukturanpassung im Hotellerieangebot führen. Dies kann durchaus positiv sein, da das Angebot danach besser den Kundenbedürfnissen entsprechen würde. Am aktuellen Angebot wird nämlich vor allem kritisiert, dass das bestehende Angebot von kleinen Anbietern dominiert wird, was die Durchführung grösserer Veranstaltungen in Schaffhausen erschwert.

Die Hotellerie in Schaffhausen und Stein am Rhein leidet besonders unter ihren einseitigen Nachfragegruppen. Während in Stein am Rhein der Sommerfreizeitourismus dominiert und damit die Beherbergungsangebote vor allem in den Sommermonaten und an Wochenenden ausgelastet sind, dominiert in Schaffhausen der Geschäftstourismus. Hier ist es schwierig, die Wochenenden auszulasten. Zudem bestehen zwischen den Geschäfts- und Freizeitgästen unterschiedliche Ansprüche an das Ambiente, was eine weitere Herausforderung an die Angebotsgestaltung darstellt. Es gibt durchaus Beispiele, die diesen Ansprüchen gerecht werden, wie das Ramada in Solothurn zeigt.

¹³ Zu diesem Schluss kommt auch IC Infraconsult (2007) in ihrer Studie. Eine längere Aufenthaltsdauer sei nur mit einer Verdichtung der Attraktionen zu erreichen.

¹⁴ Das abgeleitete touristische Angebot umfasst all jene Leistungen, die speziell im Hinblick auf die touristischen Bedürfnisbefriedigung entstanden sind bzw. betrieben werden (Müller et al., 2002).

Der Hotellerie kann mit einer gezielten Angebotsentwicklung, die zu einer ausgeglicheneren Nachfrage führt, geholfen werden. Es muss aber gleichzeitig festgehalten werden, dass dies ebenso in umgekehrter Richtung gilt. Insbesondere für den Ausbau des Tagungs- und Veranstaltungstourismus muss ein passendes Übernachtungsangebot bestehen, um auf dem Markt bestehen zu können.

Mehr Unternehmertum bei den Leistungsträgern

Bei Teilen der touristischen Wertschöpfungskette fehlt das Bewusstsein, ein touristischer Leistungsträger zu sein. Auch wird bei einigen der Unternehmergeist vermisst, der notwendig wäre, um das vorhandene Potenzial für neue attraktive Angebote nutzen zu können. Es besteht eine Erwartungshaltung gegenüber anderen Akteuren, dass diese mehr für die Attraktivierung des Gesamtangebots tun sollen, doch will niemand die unternehmerischen Risiken selber tragen.

Teilweise wird auch sehr wenig zur Pflege der Kundenbeziehungen unternommen, sei dies im eigenen Betrieb oder in Form von einer engen Zusammenarbeit mit Partnern und Schaffhauserland Tourismus. Auch wenn Schaffhauserland Tourismus für die Vermarktung der Region und über das Booking auch teilweise für die Gästeakquise zuständig ist, wäre es notwendig, dass primär die Leistungsträger die Angebote auf die Bedürfnisse der Kunden abstimmen, aktiv um Kundschaft werben und ihre Stammgäste pflegen.

In diesem Zusammenhang ist auch auf das Verständnis der Rolle von Schaffhauserland Tourismus einzugehen. Erstens muss Schaffhauserland Tourismus von den Leistungsträger stärker als Koordinations- und Lobbyinstitution der ganzen Branche wahrgenommen und in dieser Funktion unterstützt werden. Zweitens sollte in der Angebotsentwicklung Schaffhauserland Tourismus nur als Impulsgeber für private Initiativen fungieren. Die Entwicklung eigener Angebote darf nicht Primärziel sein, denn dies würde zu viele Ressourcen binden.

Bestehen einer starken kantonalen Tourismusorganisation

Die Organisation von Schaffhauserland Tourismus wurde 2008 evaluiert (Jan von Trott, 2008). Der Bericht zeigt bereits deren Stärken und Schwächen detailliert auf, weshalb hier auf eine vertiefte Analyse verzichtet wird.

Die Neuausrichtung von Schaffhauserland Tourismus und deren Stärkung als kantonale Tourismusorganisation war ein wichtiger Schritt in der Destinationsbildung und für die Vermarktung der Region. Diese Strategie sollte weitergeführt werden. Die Akzeptanz einer zentralen Organisation muss aber insbesondere in den tourismusschwachen Regionen gepflegt werden, da sich diese sehr rasch vernachlässigt fühlen. Dies kommt auch in einzelnen Kommentaren in der Befragung der Leistungsträger zum Ausdruck¹⁵.

Bei den finanziellen Rahmenbedingungen besteht ein weiteres Potenzial für die Verbesserung der Effektivität der Arbeit. Vorrangig ist die langfristige Sicherung des bestehenden finanziellen Rahmens. Erstens entfällt Ende 2013 die gesetzliche Grundlage für die kantonale Förderung. Zweitens besteht kein gesetzlicher Rahmen, der die Leistungsträger zu finanziellen Beiträgen verpflichtet. Drittens muss ein grosser Teil des Gesamtbudgets für den Betrieb der drei Informationszentren aufgewendet werden. Für reine Marketingkommunikationsmassnahmen bleibt ver-

¹⁵ Es wird beispielsweise kritisiert, dass nur der Rheinfl, Stein am Rhein und das Blauburgunderland vermarktet wird. Auch wird moniert, dass nur die Gourmet-Restaurants vermarktet werden.

hältnismässig wenig übrig, was auch Eventconsult in ihrer Studie festgestellt hat (Jan von Trott, 2008).

Zusammenarbeit in grossregionalen Strukturen

Aus der Befragung der Leistungsträger geht hervor, dass Anbieter den Kanton Schaffhausen als Randregion der Schweiz wahrnehmen und darin das Problem für die sinkenden Frequenzen sehen. Wie auch die Studie von Jan von Trott (2008) zeigt, sollte sich Schaffhausen aber weniger am Schweizer Markt orientieren, sondern sich viel mehr als Teil der Bodenseeregion sehen. Zudem befindet sich der Schwarzwald als weitere bekannte deutsche Tourismusregion in unmittelbarer Nähe. Eine Zusammenarbeit im Kontext einer grösseren Region ist wichtig, da der Rheinfluss zwar sowohl in der Schweiz, als auch in Deutschland eine bekannte Marke, diese aber für die internationale Vermarktung zu klein ist.

Ein Produkt einer solchen regionalen Zusammenarbeit könnte eine Gästekarte sein. Sie wird von zahlreichen Regionen angeboten. Auch für die Bodenseeregion besteht mit der Bodenseerlebniskarte ein solches Angebot. Aus der Region Schaffhausen werden allerdings keine Angebote eingebunden. Lediglich die Schifffahrt auf dem Rhein und Untersee ist Teil des Verbundes. Eine Masterarbeit (Mittler, 2003) ergab einerseits, dass die wichtigsten Attraktionen in Schaffhausen ohnehin gratis sind und deshalb nicht als Angebot in die Erlebniskarte eingebunden werden können. Andererseits besteht jedoch auch eine grosse Skepsis von Seiten der Schaffhauser Leistungsträger.

In diesem Zusammenhang ist auch auf die wichtige Rolle der Rheinschifffahrt als Bindeglied innerhalb der Bodenseeregion hervorstreichend.

Bestehende staatliche Unterstützung

Die bereits bestehende kantonale Unterstützung von 500'000 CHF pro Jahr ist vergleichbar mit den Beiträgen der öffentlichen Hand in anderen Mittellandkantonen¹⁶. Mit dem Auslaufen der gesetzlichen Grundlage 2013 ist diese Unterstützung jedoch gefährdet. Eine Anschlusslösung muss dringend gefunden werden.

Mit den NRP- und RSE-Geldern besteht neben den Beiträgen an den Schaffhauserland Tourismus eine projektorientierte Finanzierungsmöglichkeit, die bei der Angebotsgestaltung eine wichtige Funktion einnimmt. Schaffhauserland Tourismus kann sich bei der Angebotsentwicklung darauf abstützen. Die in der Region Stein am Rhein aktive Jakob-und-Emma-Windler-Stiftung ist ein wichtiger Geldgeber bei touristischen Projekten in Stein am Rhein. Die Attraktivität von Stein am Rhein als Tourismusort hängt stark von dieser Finanzierungsquelle ab.

Die staatliche Tourismusförderung steht mit der anstehenden Gesetzesreform unter politischem Druck. Die Studie zur Revision des Tourismusgesetzes im Kanton Schaffhausen des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus der Universität Bern (Müller et al., 2004) kommt zum Schluss, dass es genügend Argumente für eine eigenständige Tourismuspolitik gibt; primär werden Marktversagen und Transaktionskosten genannt, aber auch das Nivellieren der Rahmenbedingungen im Vergleich zu anderen Regionen kann ein Argument sein. Unter Marktversagen und Transaktionskosten werden insbesondere Marketinganstrengungen und der Betrieb von Informationszentren zusammengefasst, die als öffentliches Gut ver-

¹⁶ Aargau hat für die Jahre 2008/2009 500'000 CHF aus dem Lotteriefonds gesprochen, Baselland finanziert 2009-2012 mit jeweils 600'000 CHF pro Jahr, Solothurn sprach in den letzten Jahren jeweils 200'000 CHF ohne gesetzliche Grundlage und der Kanton Thurgau fördert nach einer gescheiterten gesetzlichen Grundlage mit 670'000 bis 760'000 CHF die Tourismusorganisation.

standen werden. Unter dem Nivellieren der Rahmenbedingungen wird der Wettbewerb zwischen Tourismusregionen verstanden. In vielen Kantonen der Schweiz wird der Tourismus deshalb staatlich gefördert.

Gleichzeitig bestehen aber in mehreren Kantonen auch gesetzliche Grundlagen, um die Leistungsträger und die Gäste in die Finanzierung der Tourismusorganisation einzubinden (Müller et al., 2004). Da diese direkt von den Leistungen der Organisation profitieren bzw. im Sinne des Verursacherprinzips, darf ein Beitrag an die Finanzierung der Organisation erwartet werden.

Touristische Angebote sind Teil eines attraktiven Arbeits- und Wohnstandorts

Die vorliegende Studie zeigt, dass viele Leistungsträger nicht nur vom Tourismus leben, sondern auch von Einheimischen. Touristische Angebote sind dementsprechend wichtig für die Freizeitgestaltung der lokalen Bevölkerung und tragen massgeblich zur Attraktivität der Standortregion als Wohn- und Arbeitsort bei. Tourismusförderung muss deshalb auch als Teil der Standortförderung gesehen werden. Gleichzeitig sind viele Angebote auf touristische Gäste angewiesen - zwar funktionieren viele Angebote ohne lokale Gäste nicht, doch ohne genügend auswärtige Gäste können die Angebote ebenfalls nicht langfristig bestehen. Eine staatliche Tourismusförderung hilft, die Angebotspalette zu erhalten und wirkt damit auch positiv auf die Wohn- und Arbeitsplatzqualität.

Ein weiteres Argument für eine Tourismusförderung ist, dass touristische Leistungsträger Arbeitsplätze schaffen, die zwar nicht hoch-produktiv sind, der Bevölkerungsgruppen mit tieferem Ausbildungsniveau, die sonst möglicherweise Schwierigkeiten auf dem Arbeitsmarkt hat, jedoch Verdienstmöglichkeiten im primären Arbeitsmarkt bieten.

8.3 Perspektiven mit den geplanten Tourismusprojekten

8.3.1 Zusammenfassung des Ist-Zustandes

Bereits heute bestehen Attraktionen mit hohen Frequenzen bei den Tagesfreizeitouristen. Räumlich und zeitlich ist die Nachfrage aber sehr konzentriert. Zudem geben viele dieser Touristen während ihres Aufenthalts wenig bis gar nichts aus. Der ertragsstarke Übernachtungstourismus leidet vor allem an der Einseitigkeit der Kundengruppen. Die Nachfrage im Freizeittourismus ist gering, weil die Erlebnisdichte zu klein ist. Um die Übernachtungsfrequenzen im Freizeittourismus deutlich erhöhen zu können, müssen die Angebote eine Erlebnisdichte von sechs bis sieben Stunden erreichen. Zudem ist der Freizeittourismus stark auf die Sommermonate konzentriert.

Zwei Ziele stehen daher im Vordergrund:

- Die heutigen Gäste müssen zu längeren Aufenthalten und mehr Ausgaben animiert werden.
- Es müssen neue Gästesegmente angesprochen werden, um die Nachfrage auf eine breitere Basis stellen und damit die Saisonalität vermindern zu können.

8.3.2 Bestehende Projektideen im Kanton Schaffhausen

Es bestehen schon zahlreiche Projekte, die jedoch noch nicht umgesetzt sind.

Region Stein am Rhein

- Neugestaltung Gartenanlage in Stein am Rhein im Rahmen der Gartenregion
- Spielzeughaus

Stadt Schaffhausen

- Neues Konferenzhotel in der Bleiche
- Aufwertung der Veranstaltungshalle „Stahlgießerei“ in Kombination mit einer neuen Sporthalle

Aufwertungsmassnahmen am Rheinflall

- Angebote für Kinder (Spielplatz, Picknick)
- Nutzung der historischen Gebäude für Handwerkerläden und Kleinkunst
- Rundwanderweg um den Rheinflall
- Liftanlage zwischen Neuhausen und Rheinflall
- Events am Rheinflall
- Grossaquarium

Region Klettgau

- Erlebnishotel in Hallau
- Inszenierung Weinerlebnis
- Aufwertung der Trotte Osterfingen (im Rahmen von PREWO¹⁷)

Naturnaher Tourismus

- Regionaler Naturpark
- Aufbau von signalisierten Biketrails

8.3.3 Bewertung der Projekte

Nachfolgend wird das Potenzial der oben stehenden Projekte beurteilt, die unter 8.3.1 genannten Ziele zu erreichen. Die Resultate sind in der Abbildung 56 tabellarisch zusammengestellt.

Kriterien

Folgende Kriterien stehen bei der Bewertung im Vordergrund:

- Gliedert sich gut in die bestehenden Attraktionen ein
- Motiviert zu längeren Aufenthalten und mehr Ausgaben
- Fördert vor allem Übernachtungstourismus
- Zieht neue Kundensegmente an
- Verringert die Saisonalität der Nachfrage
- Steigert insgesamt die touristische Wertschöpfung

¹⁷ PREWO: Projekt Regionalentwicklung Wilchingen-Osterfingen. Vom Bundesamt für Landwirtschaft und dem Kanton finanziertes Projekt zur regionalen Entwicklung.

Projektbeurteilung

Region Stein am Rhein

- *Gartenanlage in Stein am Rhein:* Durch die Lage in unmittelbarer Nähe zur Altstadt von Stein am Rhein integriert sich die Gartenanlage gut in die bestehende Attraktion. Das Potenzial, dass der Aufenthalt von Gästen verlängert wird, ist vor allem im Gästesegment 50+¹⁸ gross. Auch werden Gartenliebhaber als zusätzliches Gästesegment angesprochen. Ein weiteres Potenzial besteht durch die Vermarktung im Rahmen der „Gartenregion Bodensee“. Es ist somit ein wertvolles Projekt zur besseren Verankerung von Stein am Rhein in der Bodenseeregion.
- *Spielzeughaus:* Das Spielzeughaus soll zwei bedeutende Sammlungen von Spielzeug und Zinnfiguren beherbergen und dem Publikum zugänglich machen. Mit dem Spielzeughaus wird Stein am Rhein weiter als Museumsstandort gestärkt. Die Aufenthaltsdauer kann im Segment der Museumsbesucher verlängert werden. Die Bedeutung der auszustellenden Sammlungen lässt erwarten, dass auch ein neues Segment an Liebhaber-Publikum angezogen wird, welches weniger saisonabhängig ist. Dies wäre insbesondere zur Stärkung des sonst frequenzschwachen Winterhalbjahrs sehr wünschenswert.

Stadt Schaffhausen

- *Neues Konferenzhotel in der Bleiche:* Das Konferenzhotel kann das bestehende Nachfragepotenzial besser ausschöpfen und insbesondere in Verbindung mit dem Projekt „Stahlgiesserei“ neue Kunden im Gruppen- bzw. MICE¹⁹-Segment generieren. Am vorgesehenen Standort wird es kaum die Angebotslücke im Freizeittourismus füllen.
- *Veranstaltungshalle „Stahlgiesserei“ und Sporthalle:* Die Aufwertung des bestehenden Angebots in der Eventhalle bringt insbesondere in Kombination mit einem grösseren Konferenzhotel das Potenzial eines Ausbaus des MICE-Segments. Können regelmässig Sportanlässe, Events, Konferenzen bzw. Tagungen mit Übernachtungsgästen auch an den Wochenenden bzw. im Winterhalbjahr plaziert werden, so brächte dies eine Verbesserung für die gesamte Hotellerie und Gastronomie am Standort Schaffhausen.

Aufwertungsmassnahmen am Rheinflall

- *Kleine Aufwertungsmassnahmen wie beispielsweise ein Kinderspielplatz:* Die zahlreichen kleineren Aufwertungsmassnahmen auf dem Rheinflallareal führen zu einer Erhöhung der Attraktivität des Areals und verlängern die Aufenthaltsdauer.
- *Nutzung der historischen Gebäude für Handwerkerläden und Kleinkunst:* Eine bessere Nutzung der bestehenden Bausubstanz und die Integration von Verkaufsläden für lokale Produkte sowie die Einrichtung von Galerien verlängern die Aufenthaltsdauer und erhöht den Konsum.
- *Rundwanderweg um den Rheinflall:* Ein attraktiver Rundwanderweg führt insbesondere zu einer besseren Verbindung beider Rheinflallseiten und einer Verlängerung der Aufenthaltsdauer. Führt der Weg nahe der Wasserlinie entlang, wird

¹⁸ 50+: Das Kundensegment der über 50-Jährigen. Dem Kundensegment wird viel Potenzial zugesprochen, da ihr Anteil an der Gesellschaft steigt und diese Generation über verhältnismässig viel Geld und Zeit verfügt.

¹⁹ MICE: Meetings, Incentives, Conferences, Events. Insbesondere Seminar- und Tagungstourismus mit einer Nachfrage nach Rahmenprogrammen.

das Erlebnis der Naturgewalt deutlich intensiviert. Ohne weitere kommerzielle Angebote auf dem Areal des Rheinfalls führt diese Massnahme jedoch kaum zu mehr Wertschöpfung.

Abbildung 56: Tabellarische Zusammenstellung der Projektbewertung

	Eingliederung	Neue Kundensegmente	Längerer Aufenthalt	Fördert Übernachtungen	Verbessert Saisonalität	Potenzial Wertschöpfung
Standort Stein am Rhein						
Neugestaltung Gartenanlage in Stein am Rhein im Rahmen der Gartenregion	●●●	●●	●●	●●	●●	●●
Spielzeughaus	●●	●●	●●	●●	●●●	●●
Standort Schaffhausen						
Neues Konferenzhotel in der Bleiche	●	●●	●	●●●	●●	●●●
Aufwertung der Veranstaltungshalle „Stahlgiesserei“ in Kombination mit einer neuen Sporthalle	●	●●	●●	●●	●●●	●●●
Aufwertungsmassnahmen am Rheinfall						
Angebote für Kinder (Spielplatz, Picknick)	●●●	●	●●	●	●	●
Nutzung der historischen Gebäude für Handwerkerläden und Kleinkunst	●●●	●	●●	●	●●	●●
Rundwanderweg um den Rheinfall	●●●	●●	●●●	●	●	●
Museum über Wasserkraft	●●●	●●	●●	●	●●	●●
Liftnlage zwischen Neuhausen und Rheinfall	●●●	●	●	●	●	●
Events am Rheinfall	●●	●●	●	●●	●●	●●
Grossaquarium beim Rheinfall	●●●	●●	●●●	●●	●●●	●●●
Weinerlebnis Klettgau						
Erlebnishotel in Hallau	●	●●●	●	●●●	●●●	●●●
Inszenierung Weinerlebnis	●●●	●●	●●	●●	●●	●●●
Aufwertung der Trotte Osterfingen (im Rahmen des PREWO)	●●	●●	●●	●●●	●●●	●●●
Naturnaher Tourismus						
Regionaler Naturpark	●●	●●	●●	●●	●●	●
Aufwertung Langsamverkehr	●●●	●	●●	●●	●	●

● - Kaum Potenzial ●● - Mittleres Potenzial ●●● - Grosses Potenzial

Quelle: Rütter+Partner.

- *Liftnlage zwischen Neuhausen und Rheinfall:* Diese Projekt hat kein Potenzial für eine Aufenthaltsverlängerung auf dem Areal, bietet aber einen rascheren und einfacheren Zugang zum Rheinfallareals vom Stadtzentrum Neuhausens und erlaubt dadurch eine bessere städtebauliche Integration der Attraktion. Besucher könnten vom weiter entfernten Parkplatz Burgunwiese durch das Ortszentrum gelenkt werden und würden dort mehr Nachfrage generieren.
- *Events am Rheinfall:* Die Nutzung des Areals für ausgesuchte kulturelle Events würde insbesondere bei Abendveranstaltungen neue Übernachtungsgäste anziehen und indirekte Werbeeffekte für die Region generieren.
- *Grossaquarium am Rheinfall:* Im SIG-Gebäude oberhalb des Rheinfalls ist die Installation eines Grossaquariums geplant ähnlich zum bestehenden Sealife in Konstanz. Es wird mit einer jährlichen Gästefrequenz von etwa 550'000 Besu-

cher/innen gerechnet. Diese Attraktion wäre ein komplett neues Angebot für die Region. Mit dem Standort in unmittelbarer Nähe zum Rheinfall-Areal wird das ganze Gebiet rund um den Rheinfall stark aufgewertet. Auch wird die Achse für den Langsamverkehr zwischen dem Rheinfall und dem Gemeindezentrum gestärkt. Insbesondere für Familien würde sich die Erlebnisdichte massgeblich verbessern.

Region Klettgau

- *Erlebnishotel in Hallau*: Da es bis jetzt kein Hotel mit grösseren Kapazitäten im Klettgau gibt, bietet dieses Projekt die Grundlage für weitere Angebote in der Region, die auf attraktive Übernachtungsmöglichkeiten angewiesen sind. Ein Hotel mit architektonischer Ausstrahlung würde vor allem das Segment der LOHAS²⁰ und MICE anziehen, die gleichzeitig gut auf Angebote mit Bezug zu Wein und der Gastronomie ansprechen. Der Betrieb eines Hotels ist jedoch auf eine genügende Erlebnisdichte angewiesen, die zurzeit noch nicht gegeben ist. Von der geplanten Aufwertung der Trotte Osterfingen würde das Hotel aber sicherlich profitieren.
- *Inszenierung Weinerlebnis*: Die bessere Inszenierung des Weinbaus und des Weinverkaufs nutzt die vorhandenen Potenziale und stärkt die Kundensegmente der Gruppenreisen, der LOHAS und der 50+. Zudem könnte mit der Verknüpfung von einer stärkeren Inszenierung der Kulturlandschaft des Klettgaus ein weiteres Potenzial besser ausgeschöpft werden.
- *Aufwertung der Trotte Osterfingen (im Rahmen von PREWO)*: Die Aufwertung der Trotte Osterfingen bietet in einem kleineren Rahmen ein ähnliches Potenzial wie die Stahlgiesserei in Schaffhausen. Zwar besteht bereits heute die Möglichkeit, die Trotte für Events zu nutzen, mit der Erhöhung der Attraktivität kann dieses jedoch besser genutzt werden. Eine intensivere Nutzung der Trotte würde vor allem das Gruppen- und MICE-Segment stärken. Die Trotte würde von einem verbesserten Übernachtungsangebot in der Region (siehe neues Hotel Hallau) zusätzlich profitieren.

Naturnaher Tourismus

- *Regionaler Naturpark*: In einer Studie im Auftrag des Agglomerationsvereins Schaffhausen (Forster et al., 2010) wurde die Machbarkeit eines Naturparks bestätigt. In der Studie wird insbesondere der Nutzen des Parklabels für den Tourismus hervorgehoben. Es ist jedoch zu erwähnen, dass mit dem Label alleine noch kein touristisches Produkt entsteht. Viel mehr müssen vermarktbarere Produkte entwickelt werden, die unter der Marke eines Naturparks verkauft werden können. Die betroffenen Regionen Reiat und Klettgau bieten neben der landschaftlichen Attraktivität zurzeit aber nur wenige vermarktbarere Angebote. In der Studie von Forster et al. (2010) werden als Zielpublikum die Segmente der Familien, Gruppen, Schulen, LOHAS und 50+ genannt.
- *Aufwertung Langsamverkehr (insbesondere Bike- und Inlineskaterouten)*: Die Bodenseeregion ist eine sehr beliebte Destination für Veloreisen. Die Attraktivität wird mit einem Ausbau der signalisierten Routen, insbesondere für Bikes und Inlineskates verbessert. Die schlechte Anbindung des Rheinfalls an die überregionalen Velorouten wird in der Umfrage der Leistungsträger kritisiert. Mit einem Ausbau eines guten und sicheren Radnetzes wird vor allem das Kundensegment der Familien und 50+ gestärkt.

²⁰ LOHAS: Lifestyle of Health and Sustainability. Ein Kundensegment, welches sich für Gesundheit, Luxus und Nachhaltigkeit interessiert.

8.3.4 Fazit zu den Tourismusprojekten

Die Erlebnisdichte würde mit den Projekten nur teilweise verbessert. Einzelne neue Attraktionen würden sich jedoch gut ins bestehende Angebot eingliedern und zu deutlich längeren Aufenthalten führen, so zum Beispiel das Grossaquarium am Rheinfall. Für Familien bleibt neben dem Grossaquarium die Erlebnisdichte noch immer schwach. Die Segmente der 50+, LOHAS und MICE werden hingegen deutlicher gestärkt.

9. Fazit zur Studie

Erkenntnisse aus der Analyse der Hotelleriestatistik

Die Konsolidierung in der Hotellerie, die schweizweit bei der Anzahl Betriebe und der Anzahl Zimmer feststellbar ist, fand in Schaffhausen nicht im gleichen Masse statt. Zusammen mit einer Entwicklung der Logiernächte, die unter dem schweizerischen Mittel liegt, führt dies zu einer unterdurchschnittlichen Auslastung der Betten. Auch der Städtevergleich zwischen Schaffhausen/Neuhausen und sechs weiteren ähnlich grossen Städten ergibt, dass Schaffhausen eine tiefe Auslastung aufweist. Insgesamt besteht damit eine schwierige Ausgangslage für neue Hotelprojekte im Kanton, obwohl diese von sehr vielen Akteuren gewünscht werden.

Erkenntnisse aus der Analyse von Angebots- und Nachfrageseite

Im Verhältnis zur Einwohnerzahl wird der Kanton Schaffhausen sehr oft besucht. Etliche vergleichbare Mittellandkantone wie auch der Kanton Waadt verzeichnen ein tieferes Verhältnis von Gästefrequenzen zu Einwohnern. Dies ist vor allem auf die zwei Leuchttürme „Rheinfall“ und „Stein am Rhein“ zurückzuführen.

Die hohen Frequenzen werden zu einem sehr grossen Anteil durch Tagesgäste erzeugt. Der Kanton Schaffhausen führt auch hier die Liste der Mittellandkantone an, zu denen Zahlen vorliegen. Dies ist insofern problematisch, als Tagesgäste weniger Wertschöpfung pro Kopf generieren. Mehrheitlich tätigen diese wenige, teilweise gar keine Ausgaben im Kanton (Tagesausgaben von rund 40 CHF im Vergleich zu 140 CHF bei Übernachtungsgästen). Auch bemerkenswert ist die verhältnismässig hohe Infrastrukturbelastung und der Betreuungsaufwand in den Informationszentren bei Tagestouristen.

Die Hotellerie hingegen generiert vergleichsweise wenige Frequenzen und leidet, wie erwähnt, unter einer tiefen Auslastung. Dafür können drei Gründe ausgemacht werden. Erstens generiert der Freizeittourismus über das ganze Jahr gesehen nicht genügend Übernachtungen, insbesondere weil die Erlebnisdichte zu tief ist und die Nachfrage starke saisonale Schwankungen aufweist. Zweitens löst der Geschäftstourismus, der in Schaffhausen für den Grossteil der Frequenzen sorgt, zwar über das ganze Jahr verteilt Übernachtungen aus, doch sind dafür die Wochenenden sehr schlecht ausgelastet. Für eine bessere Auslastung an den Wochenenden fehlt wiederum die nötige Erlebnisdichte. Drittens besteht eine grosse Diskrepanz in den Ansprüchen zwischen dem Geschäfts- und dem Freizeittourismus bezüglich der Angebotsgestaltung, die schwierig zu überbrücken ist.

Erkenntnisse zur wirtschaftlichen Wirkung des Tourismus

Im Kanton sind rund 1'460 Vollzeitäquivalente direkt oder indirekt durch den Tourismus induziert, was 4.4% der kantonalen Beschäftigung entspricht. Dabei werden 136 Mio. CHF an Wertschöpfung generiert, was 3.1% des kantonalen BIP entspricht. Im Vergleich zu den Mittellandkantonen Aargau (2.2%), Solothurn (2.1%) und Baselland (2.0%) hat der Tourismus für den Kanton Schaffhausen ein deutlich grösseres Gewicht.

Die durch den Tourismus ausgelöste Beschäftigung ist ein wichtiger Beitrag zur breiten Abstützung des Arbeitsplatzangebots in der Region. Arbeitsplätze im Tou-

rismus gelten zwar nicht als hochproduktiv, doch bieten sie Beschäftigung für die Bevölkerung mit tieferem Bildungsniveau.

Erkenntnisse aus der Potenzialanalyse

Angebot

Der Kanton Schaffhausen verfügt über ein sehr breites und gutes ursprüngliches Angebot: Den Rhein, zusammen mit dem Rheinflall und dem Untersee, das Klettgau mit der gut erhaltenen, vom Weinbau geprägten Kulturlandschaft, den Randen mit einer schönen Naturlandschaft. Aber auch die historischen Stadtkerne in Schaffhausen und Stein am Rhein und die Winzerdörfer bieten eine hohe Aufenthaltsqualität.

Hingegen fehlt es an der Inszenierung und Inwertsetzung dieser Attraktionen. Der Rheinflall und Stein am Rhein sind zwar Leuchttürme und generieren bereits heute hohe Frequenzen. Doch bestehen nur beschränkt attraktive kommerzielle Angebote in deren Umfeld. Dies hat einerseits einen direkten Effekt auf das Ausgabeverhalten der Gäste. Andererseits fehlt auch die nötige Erlebnisdichte, um die Gäste länger in der Region zu halten und mehr Übernachtungen zu generieren.

Die Hotellerie leidet unter der tiefen Nachfrage im Freizeittourismus, ist jedoch auch nicht attraktiv genug, um Feriengäste anzuziehen. Für den Aufbau eines Event- und Tagungstourismus fehlen zudem Beherbergungsangebote, die auch grössere Gruppen aufnehmen können. Die Erweiterung der Kapazitäten durch neue Hotels würde vermutlich zu tieferegreifenden Strukturanpassungen führen. Aus der Kundensicht wäre dies aber zu begrüssen.

Tourismusorganisation

Mit der Gründung von Schaffhauserland Tourismus als kantonales Dach des Tourismus wurde bereits ein wichtiger Schritt in der Destinationsbildung unternommen. Die grösste Herausforderung der nächsten Jahre wird die Sicherung der Finanzierung sein. Die gesetzliche Grundlage für die kantonale Unterstützung entfällt Ende 2013. Zudem besteht kein gesetzlicher Rahmen, um die Leistungsträger in die Finanzierung einbeziehen zu können.

Zusammenarbeit in grossregionalen Strukturen

Das Destinationsmanagement bei Schaffhauserland Tourismus reicht für ein nationales Marketing, doch für die internationale Vermarktung sind die Marken „Rheinflall“ und „Stein am Rhein“ zu klein. Mit dem Schwarzwald und vor allem mit dem Bodensee als unmittelbare Nachbarregion bestehen jedoch gute Voraussetzungen für eine Anbindung an international bekanntere Marken. Wie bereits die Studie von Eventconsult (Jan von Trott, 2008) konstatierte, sollte dieses Potenzial besser genutzt werden.

Staatliche Unterstützung der Tourismusorganisation

Im Zusammenhang mit der Gesetzesrevision steht auch die staatliche Förderung des Tourismus zur Diskussion. Bereits eine für den Kanton Schaffhausen erstellte Studie zur Finanzierung der Tourismusorganisation aus dem Jahr 2004 (Müller et al., 2004) kommt zum Schluss, dass es mehrere Gründe gibt, weshalb eine eigenständige Tourismuspolitik betrieben werden sollte. Einerseits ergeben sich aus dem Umstand, dass regionales Marketing ein öffentliches Gut darstellt, grosse Probleme mit Trittbrettfahrern. Andererseits sprechen hohe Transaktionskosten für eine Koordination der Vermarktung und des Unterhalts von Informationszentren.

Nicht zu vergessen sind zudem die positiven Wirkungen sowohl der Tourismuswerbung für das Image der Region als auch des guten touristischen Angebots für die Wohn- und Arbeitsplatzförderung.

Eine staatliche Unterstützung der Tourismusorganisation bedeutet jedoch nicht, dass die Finanzierung der Tourismusorganisation einzig eine staatliche Aufgabe ist. Vielmehr sollte der Staat eine gesetzliche Basis schaffen, welche die Nutznießer der Leistungen eines Destinationsmanagements in die Finanzierung verbindlich einbindet, namentlich die Leistungsträger und die Gäste.

Ziele für die zukünftige Stärkung des Tourismus

Aus der Analyse des Ist-Zustandes ergeben sich zwei Ziele zur Stärkung des Tourismus im Kanton Schaffhausen: Erstens müssen mit neuen Projekten die heutigen Gäste zu längeren Aufenthalten und Mehrausgaben animiert werden. Zweitens müssen neue Gästesegmente angezogen werden, welche die saisonalen Schwankungen verringern und zu mehr Übernachtungen in der Region führen.

Bewertung bestehender Tourismusprojekte

Im Rahmen dieser Studie wurden bestehende Tourismusprojekte qualitativ auf ihr Potenzial zur Erreichung der oben genannten Ziele bewertet. Die Analyse zeigt, dass viele Projektideen in Bearbeitung sind. Diese Dynamik ist vielversprechend für die zukünftige Entwicklung des Tourismus im Kanton. Die meisten Projekte gliedern sich gut in das bestehende Angebot ein und werten dieses auf. Sie haben damit auch das Potenzial, die Aufenthaltsdauer der Gäste zu verlängern. Sie reichen jedoch noch nicht aus, damit die kritische Erlebnisdichte von sechs bis sieben Stunden, die als Voraussetzung für einen hohen Anteil an Übernachtungsgästen gilt, erreicht werden kann. Dies gilt in besonderem Masse für das Segment der Familien. Für die Segmente 50+, LOHAS und MICE wird das Potenzial der Projektideen als deutlich besser eingeschätzt.

Insbesondere am Standort Rheinflall fällt zudem auf, dass es nach wie vor an attraktiven kommerziellen Angeboten fehlt, die einerseits die Aufenthaltsdauer in der Umgebung erhöhen und andererseits auch die touristische Wertschöpfung stärken könnten. Das Projekt eines Gossaquariums wäre diesbezüglich sehr wünschenswert und würde den Standort am Rheinflall stark aufwerten.

Schlussbemerkungen

Die Studie zeigt, dass der Tourismus mit einem Beitrag von 4.4% zur Beschäftigung und 3.1% zum kantonalen BIP namhafter ein Wirtschaftsfaktor für den Kanton Schaffhausen ist. Dazu tragen die herausragenden Attraktionen Rheinflall und die Altstädte von Schaffhausen und Stein am Rhein massgeblich bei, die jedes Jahr viele Gäste anlocken. Vom Tourismus profitieren nicht nur die direkten Leistungsträger wie das Gastgewerbe und die Schifffahrt sondern auch viele andere Branchen, namentlich der Detailhandel und die Kultur.

In verschiedenen Bereichen besteht ein noch nicht ausgeschöpftes Potenzial zur Weiterentwicklung und Stärkung der Tourismusbranche. Die lange Liste an Projektideen zeigt, dass dieses Potenzial erkannt ist und deutet auf eine hohe Dynamik im Tourismus hin. Dazu beigetragen hat auch die Reorganisation der kantonalen Tourismusorganisation und die Stärkung des Destinationsmanagements. Die aktuelle Finanzierung durch den Kanton ist im Vergleich mit anderen Mittellandkantonen gut, insbesondere auch in Verbindung mit den zur Verfügung gestellten RSE-Geldern für touristische Projekte. Die notwendige Gesetzesrevision auf Ende 2013 und die fehlende gesetzliche Grundlage zur Einbindung der Leistungsträger in die

Finanzierung von Schaffhauserland Tourismus bringen jedoch Unsicherheiten, die gelöst werden müssen. Bei dieser Diskussion darf nicht vergessen werden, dass von einem breiten und qualitativ hochstehenden touristischen Angebot auch die lokale Bevölkerung und ansässige Firmen profitieren. Die Förderung des Tourismus ist deshalb auch unter dem Aspekt der Standort- und Wohnortspolitik wichtig.

Abkürzungsverzeichnis

BAG	Bundesamt für Gesundheit
BFS	Bundesamt für Statistik
BIP	Bruttoinlandprodukt (aggregierte BWS der Firmen einer Region)
BWS	Bruttowertschöpfung
HESTA	Beherbergungsstatistik des Bundesamts für Statistik (BFS)
HPM	Human Powered Mobility
LOHAS	Lifestyle of Health and Sustainability
MICE	Meetings, Incentives, Conventions, Events
MIV	Motorisierter Individualverkehr
NOGA	Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige (BFS)
NRP	Neue Regional Politik
PREWO	Projekt Regionalentwicklung Wilchingen-Osterfingen
RSE	Regional- und Standortentwicklung
TL	Touristische Leistungsträger
VZ	Eidgenössische Volkszählung
VZÄ	Vollzeitäquivalente Beschäftigung
50+	Gästesegment der über 50-Jährigen (Best Ager)

Literatur

Statistiken

- BFS, Bundesamt für Statistik (2009): Betriebszählung 2008.
- BFS, Bundesamt für Statistik (2009): Produktionskonto 2009
- BFS, Bundesamt für Statistik (2000): Volkszählung, Wohnungszählung.
- BFS, Bundesamt für Statistik (div): Daten aus der Tourismusstatistik.
- BFS, Bundesamt für Statistik (2008): Krankenhausstatistik und Statistik der sozialmedizinischen Institutionen 2008. Definitive Resultate.

Wertschöpfungsstudien Rütter+Partner

- Rütter-Fischbacher, U., Holzhey, M. (2009): Die Wertschöpfung des Tourismus in den Regionen Emmental und Oberrargau. Im Auftrag der Regionen Emmental und Oberrargau.
- Rütter-Fischbacher, U., Berwert, A., Wegmann, A. (2008): Zweite Evaluation der touristischen Entwicklung Kanton Basel-Landschaft. Im Auftrag der Volkswirtschafts- und Sanitätsdirektion Kanton Basel-Landschaft.
- Berwert, A., Mehr, R., Rütter-Fischbacher, U. (2007): Wertschöpfungs- und Situationsanalyse des Tourismus im Kanton Aargau. Studie im Auftrag von Aargau Tourismus und dem Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA) des Kantons Aargau.
- Berwert, A., de Bary, A., Rütter, H. (2006): Modellbasierte Schätzungen von Tourismusanteilen auf Gemeindeebene für einzelne Wirtschaftszweige – Ergebnisse einer Pilotstudie im Berner Oberland. In: Schweizerische Tourismuswirtschaft, Jahrbuch 2005/2006. IDT-HSG Institut für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen. S. 31-53.
- Rütter, H., Berwert, A., Rütter-Fischbacher, U., Schneiter, S., Scherly, F. (2004): L'importance du tourisme pour l'économie vaudoise. Wertschöpfungsstudie im Auftrag des Kantons Waadt und des Office du Tourisme du Canton de Vaud. Bericht+Kurzfassung.
- Rütter-Fischbacher, U., Berwert, A., Rütter, H., de Bary, A. (2004): Der Tourismus im Kanton Nidwalden und in Engelberg. Wertschöpfungsstudie im Auftrag der Arbeitsgruppe Volkswirtschaft II, Wellenberg, des Kantons Nidwalden und der Gemeinde Engelberg.
- Rütter, H., Berwert, A., Rütter-Fischbacher, U., Landolt, M. (2001): Der Tourismus im Wallis – Wertschöpfungsstudie. Sitten: Departement für Volkswirtschaft, Institutionen und Sicherheit. Dienststelle für Tourismus- und Wirtschaftsförderung. Sitten 2001.
- Rütter, H., Müller, H., Guhl, D., Stettler, J. (1996): Wertschöpfer Tourismus. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus. Bern.
- Rütter, H., Müller, H., Guhl, D., Stettler, J. (1995): Tourismus im Kanton Bern. Wertschöpfungsstudie. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Berner Studien zu Freizeit und Tourismus 34, Universität Bern, 1995.

Weitere Literatur

- IC Infraconsult (2007): Grundlagen und Entwicklungsszenarien für den Tourismus am Rheinfall.
- Forster et al. (2010): Machbarkeitsstudie für einen Regionalen Naturpark im Kanton Schaffhausen.
- Mittler, R. (2003): Der Nutzen der Erlebniskarte Bodensee für den Sonderfall Schaffhausen.
- Müller, H. et al. (2002): Freizeit FN 9. Bern.
- Müller, H. et al. (2004): Revision Tourismusgesetz Kanton Schaffhausen.
- Von Trott, J. (2008): Schaffhauserland Tourismus
- Diverse Projekteingaben für RSE-Finanzierungsbeiträge