



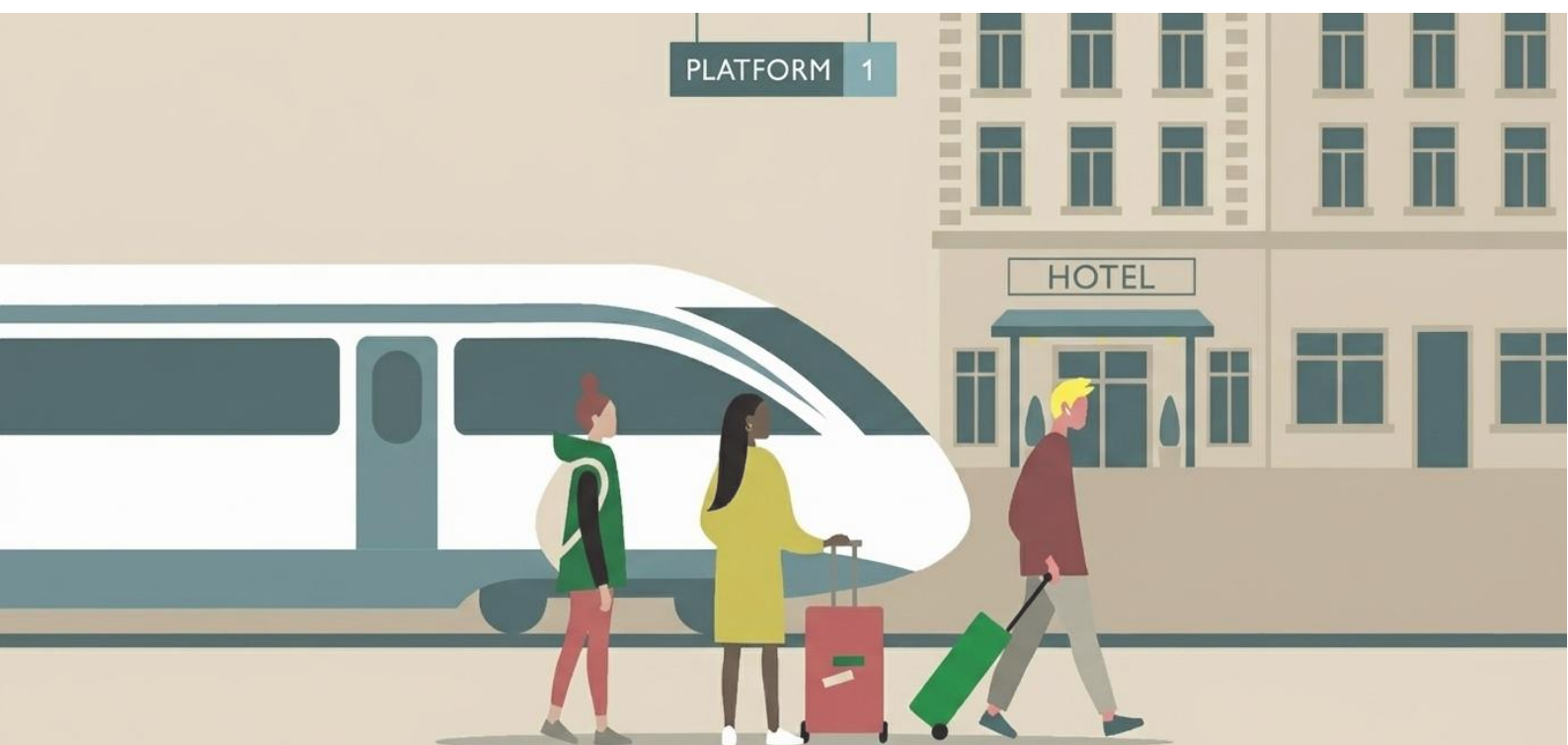
Universität St.Gallen

WORK PACKAGE 4E – REPORT

Studie zum Konzept «Hotel mit ÖV inklusive»

INNOSUISSE FLAGSHIP – RESILIENT TOURISM (RESTo)
Subproject 2: Designing digitally supported services,
business processes and business models

Dr. Simon Kuster, Prof. Dr. Christian Laesser
St. Gallen, Oktober 2024



Funding

Dieser Bericht wird durch das Flagship-Projekt «Resilient Tourism» finanziert, das von Innosuisse, der Schweizer Innovationsagentur zur Förderung wissenschaftsbasierter Innovationen im Interesse von Wirtschaft und Gesellschaft in der Schweiz, unterstützt wird.

<https://www.resilienttourism.ch/de/flagship-project>

Autoren

Dr. Simon Kuster, Projektleiter am Forschungszentrum für Tourismus und Transport des Instituts für Systemisches Management und Public Governance der Universität St. Gallen.

Prof. Dr. Christian Laesser, Professor für Tourismus und Service Management an der Universität St. Gallen und Direktor des Instituts für Systemisches Management und Public Governance.

Kontaktadresse: imp@unisg.ch, IMP-HSG, Dufourstrasse 40a, CH-9000 St. Gallen

Zitation

Kuster, S., & Laesser, C. (2024). *Studie zum Konzept «Hotel mit ÖV inklusive»*. St. Gallen: IMP-HSG

Copyright

Kein Teil dieses Berichts darf ohne Genehmigung des Herausgebers vervielfältigt oder verwendet werden.

© 2024 IMP-HSG, Universität St. Gallen, Schweiz

Vorbemerkung

Dieser Bericht ist Teil des Innosuisse-Flaggschiffprojekts «Resilient Tourism» (ResTo). Das Projekt zielt darauf ab, den Tourismussektor in Krisenzeiten widerstandsfähiger und nachhaltiger zu machen. Dies geschieht durch die Entwicklung von Dateninfrastrukturen, Geschäftsmodellen sowie Werkzeugen für eine nachhaltige digitale Transformation und die gegenseitige Befruchtung von Theorie und Praxis. Der vorliegende Bericht ist Teil des *vierten Arbeitspakets* des *zweiten Subprojekts*, das von der Universität St. Gallen (HSG) geleitet wird.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1 Einführung	4
2 Methodik	5
2.1 Angebotsentwicklung	5
2.2 Untersuchung	6
3 Ergebnisse	8
3.1 Quantitative Auswertungen	8
3.2 Qualitative Rückmeldungen	11
4 Schlusswort	13
Appendix	14
Quellen	20

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Angebotsoptionen	6
Abbildung 2: Eingegangene Antworten nach Postleitzahl	7
Abbildung 3: Outcomes der sechs Choice Sets	8
Abbildung 4: Teilnahmebereitschaft am Beispiel der Option pro Ankunft	9
Abbildung 5: Auswertung der Attraktivitätsbeurteilung (Likert-Scale-Fragen)	10
Abbildung 6: Streuung der Preisbereitschaften (425 Antworten)	10
Abbildung 7: Betriebe, die Vollintegration in Betracht ziehen	11
Abbildung 8: Betriebe, die Vollintegration nicht in Betracht ziehen	11
Abbildung 9: Ansicht des Befragungsinstruments	14

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ausgaben für Mobilität pro Logiernacht	4
Tabelle 2: Vergleichbare Angebote im Markt	5
Tabelle 3: Antworten nach Sprache/Region	6
Tabelle 4: Nachhaltigkeitsprofil der Betriebe	6
Tabelle 5: Teilnehmer nach Hotelkategorie	6
Tabelle 6: Teilnahmebereitschaftsquote pro Angebotsvariante gemäss Direktabfrage	9
Tabelle 7: Präferenzen gemäss Auswahlexperiment	9
Tabelle 8: Preisbereitschaften der befragten Betriebe	11
Tabelle 9: Übersicht über Kernerkenntnisse aus qualitativen Rückmeldungen	13

Abkürzungsverzeichnis

BfS	Bundesamt für Statistik
CHF	Schweizer Franken
CO ₂	Kohlenstoffdioxid
HSG	Universität St.Gallen
Mio.	Millionen
MIV	motorisierter Individualverkehr
ÖV	öffentlicher Verkehr / öffentliche Verkehrsmittel
PLZ	Postleitzahl
ResTo	Resilient Tourism (Innosuisse Flagship Project)
SP	Subprojekt
WP	Work Package

1 Einführung

Ein bedeutender Teil der Umweltbelastung des Tourismus entsteht bei der An- und Abreise zur Feriendestination. Wenn Reisen nachhaltiger werden sollen, ist eine CO₂-ärmere Mobilität notwendig. Der ausgebauten öffentliche Verkehr (ÖV) der Schweiz birgt diesbezüglich unerschlossene touristische Potenziale. Damit ein modaler Wechsel vom motorisierten Individualverkehr (MIV) zum ÖV gelingt, muss dessen Nutzung niederschwellig sein. Erfolgreiche Beispiele lokaler und regionaler Versuche mit «ÖV inklusive» (oder auch «Bergbahnen inklusive») zeigen, dass die Bündelung von Transportdienstleistungen und Übernachtungen auf Anklang stösst.

Um den ÖV-Anteil an den touristischen An- und Abreisen zu erhöhen, sollte der Zugang für Übernachtungsgäste möglichst einfach sein. Auf Initiative der Regionaldirektorenkonferenz wurden in der vorliegenden Studie in Zusammenarbeit mit Alliance SwissPass, HotellerieSuisse und Schweiz Tourismus mögliche Alternativen zur Inklusion von überregionalen Transportleistungen ausgelotet. Ziel war es, seitens Hotelbetriebe das Interesse zu prüfen, «Inklusiv-Optionen» in ihr Übernachtungsangebot aufzunehmen. Zu diesem Zweck wurden drei konkrete Angebote ausgearbeitet und evaluiert.

Tabelle 1: Ausgaben für Mobilität pro Logiernacht (Mio. CHF; eigene Darstellen, gemäss Satellitenkonto Tourismus, BfS, 2022; Zahlen: 2017)

Modus [CHF]	Inländer* [Mio./Jahr]	pro Logiernacht (von 27.77 Mio.)	Ausländer [Mio./Jahr]	pro Logiernacht (von 25.53 Mio.)	In- und Ausländer [Mio./Jahr]	pro Logiernacht (von 53.30 Mio.)
Strassenverkehr	163	5.87	282	11.05	445	8.35
Fahrzeugvermietung	107	3.71	114	4.47	217	4.07
Eisenbahn	164	5.91	234	9.17	398	7.47
MIV+ÖV Strasse/Schiene	430	15.48	630	24.68	1060	19.89
Bergbahnen	261	9.40	617	24.17	878	16.47
Schiffahrt	29	1.04	59	2.31	88	1.65
Total	1054	25.93	1306	51.16	2026	38.01

*ohne Geschäftsreisen

Gemäss Zahlen des Bundesamts für Statistik (BfS, 2022) geben Touristinnen und Touristen in der Schweiz bei Reisen mit Übernachtung (ohne Geschäftsreisen von Inländern) im Durchschnitt rund CHF 40 pro Logiernacht für Transportdienstleistungen aus. Werden Bergbahnen und Schiffahrt ausgeklammert, so liegen die durchschnittlichen Ausgaben bei knapp CHF 20 pro Logiernacht. Inländische Touristen geben dabei im Mittel deutlich kleinere Beträge aus (CHF 15.48) als ausländische Gäste (CHF 24.68). Die vorliegende Untersuchung fokussiert aber nicht auf nachfrage-seitigen Ausgaben oder Zahlungsbereitschaften, sondern adressiert die Angebotsseite mit besonderem Fokus auf die Hotellerie.

Der vorliegende Kurzbericht fasst nach dieser *kurzen Einleitung* (1) die Angebotsentwicklung und das *methodische Vorgehen* (2), die quantitative und qualitative *Auswertung der Rückmeldungen* (3) und konkrete Empfehlungen im *Schlusswort* (4) kompakt zusammen.

2 Methodik

Im folgenden Abschnitt wird zuerst die Entwicklung und mögliche Ausgestaltung des Angebots «ÖV inklusive» skizziert. Im zweiten Abschnitt wird die effektive Abfrage der Präferenzen bzw. Akzeptanz der möglichen Angebote erläutert.

2.1 Angebotsentwicklung

Bevor das Interesse seitens Hotels untersucht werden konnte, mussten realistische Angebote für eine Bündelung von «Hotel mit ÖV inklusive» ausgearbeitet werden. Der Anspruch dabei war es, möglichst einfache Standardlösungen zu entwerfen. Diese wurden in Zusammenarbeit mit Alliance SwissPass bzw. Vertretern der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) entwickelt. Folgende drei Optionen zur Integration von ÖV in das Übernachtungsangebot wurden dabei angeboten:

- A) **Vollintegration pro Logiernacht**, wobei das Hotel unabhängig von der effektiven ÖV-Nutzung seitens Gäste CHF 12.50 pro Nacht bezahlt. Das Hotel darf damit grundsätzlich allen Gästen die An- und Abreise anbieten, wobei es volle Preis- und Verrechnungsautonomie hat. Das bedeutet, dass das Hotel einen (selbst zu definierenden) Aufpreis explizit dem Gast verrechnen kann, oder aber diese Kosten auch einfach in die Übernachtungspreise integriert.
- B) **Vollintegration pro Ankunft**, wobei das Hotel unabhängig von der effektiven ÖV-Nutzung seiner Gäste CHF 25.00 pro Ankunft bezahlt. Die Logik ist identisch wie bei der vorangehenden Variante; die Abrechnung erfolgt jedoch nicht pro Logiernacht, sondern pro Ankunft.
- C) **Optionale Integration pro Ankunft**, wobei das Hotel insgesamt CHF 70 bezahlt, wenn ein Gast mit ÖV an- und/oder abreist. Das Hotel hat dabei die volle Preis- und Verrechnungsautonomie, kann also entscheiden, ob und wie es die CHF 70 für «Hotel mit ÖV inklusive» vermarktet bzw. bepreist.

Die angebotenen Preise liegen (zumindest im Mittelwertvergleich) unter den seitens Touristen üblicherweise bezahlten Preisen für Mobilität auf Ferienreisen in der Schweiz (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 2: Vergleichbare Angebote im Markt (Flatrates für tageweise Benutzung des ÖV-Netzes in der Schweiz; Quelle: sbb.ch, 2023/2024)

Zielgruppe	ÖV 2. Klasse, pro erwachsene Person	Preisspanne (günstigstes bis teuerstes Angebot, pro Tag)
Ausländische Touristen	Swiss Travel Pass	rund CHF 30 (bei 15 Tagen) bis CHF 80 (bei 3 Tagen)
Inländische Touristen	(Spar-)Tageskarte zum Halbtax/Gemeinde	rund CHF 30 (nur teils verfügbar) bis CHF 79 (mit Halbtax)

Für inländische Touristen liegen die angebotenen Preise deutlich unter den Tarifen für Spartageskarten Gemeinde (ab ca. CHF 40 pro Tag) und Tageskarten zum Halbtax (rund CHF 80 pro Tag). Für ausländische Touristen liegen diese Preise leicht unter den Tarifen des Swiss Travel Pass, welcher ein «Generalabonnement» für die Dauer von drei bis fünfzehn Tagen zu Kosten von – je nach Dauer – rund CHF 30 bis CHF 80 (pro Tag und erwachsene Person in der zweiten Klasse) darstellt (vgl. sbb.ch für aktuelle Preise).

Abbildung 1: Angebotsoptionen (abgefragt im Rahmen von binären Choice Sets; eigene Darstellung)

Option A	Option B	Option C	Option D
Vollintegration pro Logiernacht	Vollintegration pro Ankunft	Optionale Integration pro Ankunft	Kein Angebot «ÖV inklusive»
Preis, den das Hotel bezahlt CHF 12.50 pro Logiernacht (unabhängig von ÖV-Nutzung)	Preis, den das Hotel bezahlt CHF 25.00 pro Ankunft (unabhängig von ÖV-Nutzung)	Preis, den das Hotel bezahlt CHF 70.00 pro Ankunft sofern An-/Abreise per ÖV	Preis, den das Hotel bezahlt CHF 0.00
Nutzen Hotel darf <u>allen</u> Übernachtungsgästen die An- und Abreise mit ÖV anbieten und hat hierbei volle Preis- und Verrechnungsautonomie	Nutzen Hotel darf <u>allen</u> Übernachtungsgästen die An- und Abreise mit ÖV anbieten und hat hierbei volle Preis- und Verrechnungsautonomie	Nutzen Hotel hat volle Preis- und Verrechnungsautonomie	Nutzen --

Diese drei seitens ÖV-Branche angebotenen Tarifmodelle für ein mögliches Branchenangebot für Hotels mit «ÖV inklusive» wurden um die Option «Kein Angebot «ÖV inklusive»» (Status quo) ergänzt und im Rahmen eines Auswahl-experiments abgefragt. Die Erläuterung des entsprechenden Befragungs- und Auswertungsmethodik erfolgt im nächsten Abschnitt.

2.2 Untersuchung

Zur Umsetzung der Marktstudie wurde das Auswahl-experiment mithilfe der Befragungssoftware Unipark (von Questback bzw. Tivian) mehrsprachig aufgesetzt. Zwischen dem 6.6.2023 und dem 25.7.2023 haben insgesamt 425 Personen bzw. Beherbergungsbetriebe die Online-Befragung komplett beantwortet. Die Studie wurde dreisprachig durchgeführt, sodass Antworten aller Landesteile vertreten sind. Als Sample wurden primär die Mitglieder des Branchenverbands Hotellerie-Suisse adressiert, wobei eine sekundäre Weiterleitung des Befragungslinks explizit nicht ausgeschlossen wurde.

Tabelle 3: Antworten nach Sprache/Region

Sprache	Anzahl	Prozent
Deutsch	354	83.3
Français	51	12.0
Italiano	20	4.7
Gesamt	425	100.0

Tabelle 4: Nachhaltigkeitsprofil der Betriebe

Swisstainable-Level	Anzahl	Prozent
Level III – leading	30	7.1
Level II – engaged	65	15.3
Level I – committed	156	36.7
Keine Beteiligung	174	40.9

Da mit der vorliegenden Marktstudie primär die Interesselage der Betriebe und die Attraktivität der entworfenen Angebote geprüft werden sollte, wurde kein streng repräsentatives Sample angestrebt. Trotzdem wurde darauf geachtet, dass die ganze Bandbreite an Hotelbetrieben abgedeckt ist. Dazu wurden Hotelkategorien (und auch Spezialisierungen nach HotellerieSuisse) im Survey abgefragt.

Tabelle 5: Teilnehmer nach Hotelkategorie

Klassifikation	Anzahl	Prozent	Klassifikation	Anzahl	Prozent
5***** Hotel (inkl. Superior)	36	8.5	5***** Serviced Apartments	1	0.2
4***** Hotel (inkl. Superior)	135	31.8	4***** Serviced Apartments	3	0.7
3*** Hotel (inkl. Superior)	150	35.2	3*** Serviced Apartments	3	0.7
2** Hotel (inkl. Superior)	18	4.2	2** Serviced Apartments	0	0.0
1* Hotel (inkl. Superior)	2	0.5	1* Serviced Apartments	1	0.2
Swiss Lodge	28	6.6	keine Klassifikation	48	11.3
Gesamt	369	87	Gesamt	56	13

Die Auswertung nach Postleitzahl des Betriebs zeigt, dass die meisten relevanten Reisedestinationen im Sample enthalten sind. In erster Linie handelt es sich dabei um Hotels in den bekannten Bergdestinationen der Kantone Graubünden, Wallis und Bern. Aber auch Unterkünfte in den Vor-alpen, im Mittelland, im Tessin und im Jura haben an der Befragung teilgenommen.

Abbildung 2: Eingegangene Antworten nach Postleitzahl (und Anzahl Antworten pro PLZ; je dunkler, desto mehr Teilnahmen pro Ortschaft)



Der Kernteil der Befragung (vgl. Appendix) basierte auf einem Auswahlexperiment, wobei – nach einer kurzen Vorstellung der drei verfügbaren Angebote – jeweils zwei Varianten gegenübergestellt wurden. Die Teilnehmer waren angehalten, sich jeweils für eines der beiden Angebote zu entscheiden. So können die Präferenzen detailliert ermittelt werden. Zudem wurde das Auswahl-experiment um eine Attraktivitäts-Beurteilung der drei Angebotsvarianten ergänzt. Diese Beurteilung geschah anhand einer Liste von Kriterien auf Basis einer Likert-Skala (von «trifft voll und ganz zu» bis «trifft überhaupt nicht zu»).

- 1) *Intro*
- 2) *Variantenübersicht*
- 3) *Auswahlexperiment (mit sechs Choice Sets)*
- 4) *Attraktivitäts-Beurteilung (aller drei Angebotsvarianten)*
- 5) *Preisbereitschaft (Abfrage der Zahlungsbereitschaft)*
- 6) *Swisstainable-Potenzial (Pflicht-Zuschlag)*
- 7) *Hoteldescriptoren*
- 8) *Abschluss*

Ergänzend zur Evaluation der ausgearbeiteten Varianten wurden die allgemeine Preisbereitschaft («fair» und «teuer» pro Variante) sowie die Bereitschaft zu einem obligatorischen Swisstainable-Zuschlag für «ÖV inklusive» abgefragt.

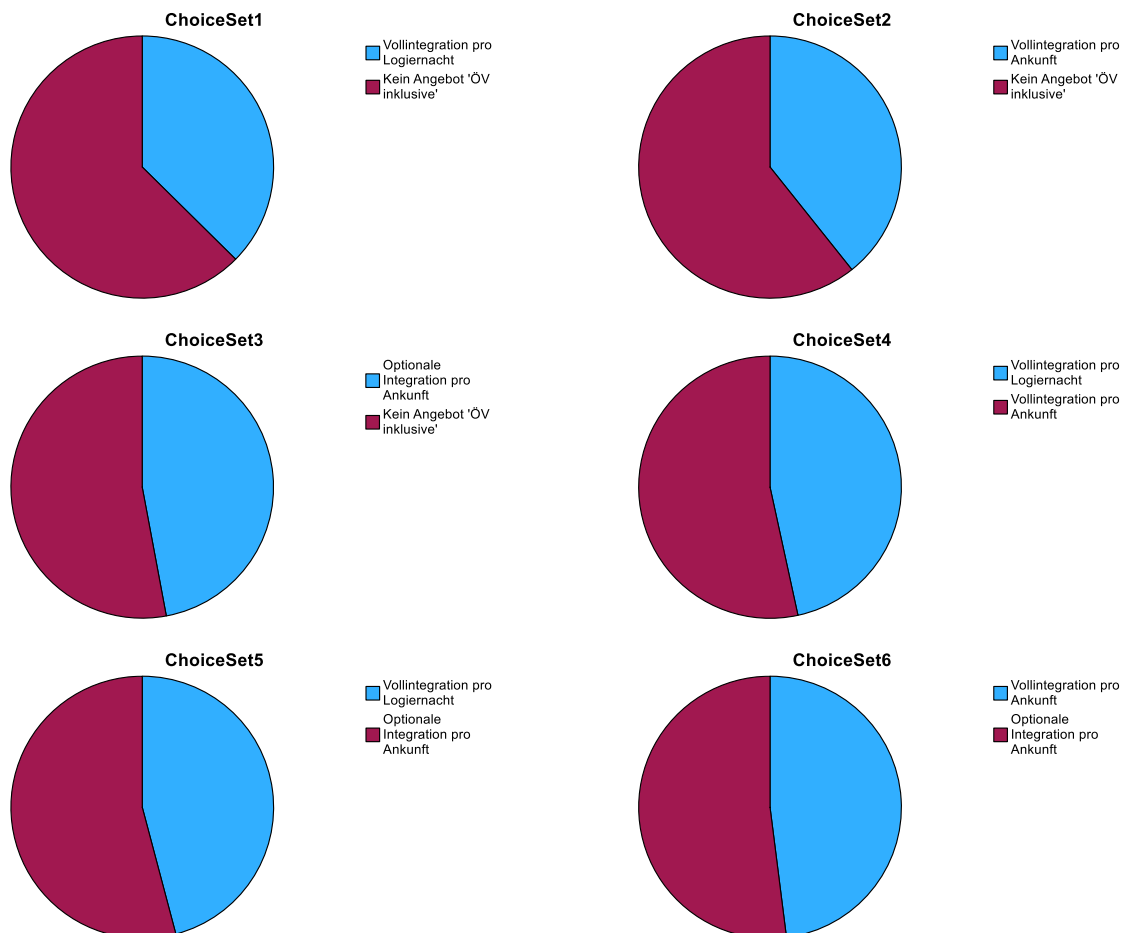
3 Ergebnisse

Im vorliegenden Kapitel werden die Resultate aus der Befragung der Hoteliers zum Bundling-Angebot «ÖV inklusive» präsentiert. Im folgenden Abschnitt werden zuerst quantitative Ergebnisse vorgestellt. Im zweiten Abschnitt werden qualitative Rückmeldungen diskutiert und zusammengefasst.

3.1 Quantitative Auswertungen

Die Analyse des Auswahl-experiments (mit sechs Choice Sets, wobei alle Angebotsvarianten gegenübergestellt werden) zeigt, dass eine klare Mehrheit der Befragten den «Status Quo» ohne ÖV-Integration beibehalten würde. Wenn eine Wahl getroffen werden müsste zwischen «Vollintegration pro Ankunft» und «Vollintegration pro Logiernacht», so würde eine knappe Mehrheit die Integration pro Ankunft wählen. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass jedoch eine knappe Mehrheit der befragten Betriebe die «optionale Integration» den beiden Varianten einer «Vollintegration» bevorzugen.

Abbildung 3: Outcomes der sechs Choice Sets (Mehrheiten: 1 – 63%, 2 – 61%, 3 – 53%, 4 – 53%, 5 – 54%, 6 – 52%)



Die Resultate der Auswahlexperimente zeigen, dass nur knapp die Hälfte aller befragten Hotels Interesse zeigen am Angebot «ÖV inklusive». Die Auswertung der Likert-Scale-Fragen zur Marktattraktivität verdeutlicht, dass im realistischen Fall maximal rund 20 Prozent der befragten Hotels bereit wären, bei einem Angebot «ÖV inklusive» tatsächlich mitzumachen. Diese Aussage basiert auf der konservativen Zuordnung der Antworten, wonach nur jene als «Ja» gewertet werden, welche die folgende Frage mit «trifft zu» oder «trifft voll und ganz zu» beantwortet haben: Ich würde mir ernsthaft überlegen, bei der Verfügbarkeit dieser Alternative mitzumachen.

Abbildung 4: Teilnahmebereitschaft am Beispiel der Option pro Ankunft

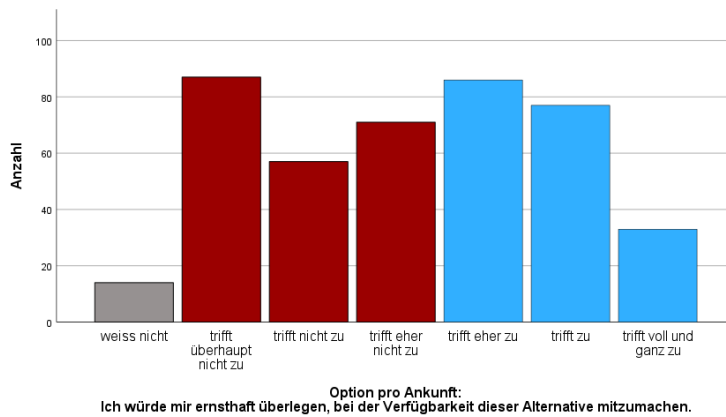
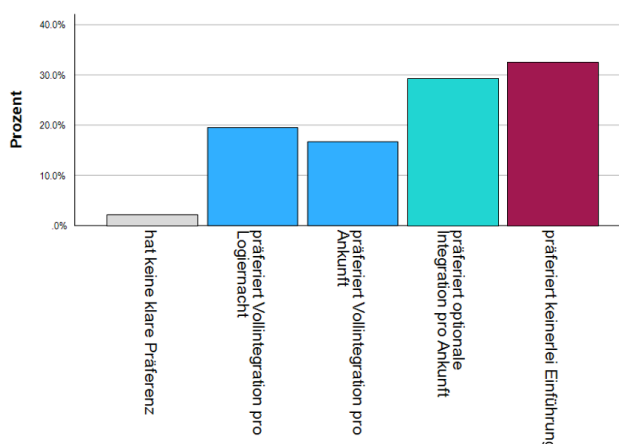


Tabelle 6: Teilnahmebereitschaftsquote pro Angebotsvariante gemäss Direktabfrage

Teilnahmebereitschaft (Prozent)	nein / unsicher	ja
Vollintegration pro Logiernacht	79.8	20.2
Vollintegration pro Ankunft	80.5	19.5
Option pro Ankunft	77.4	22.6

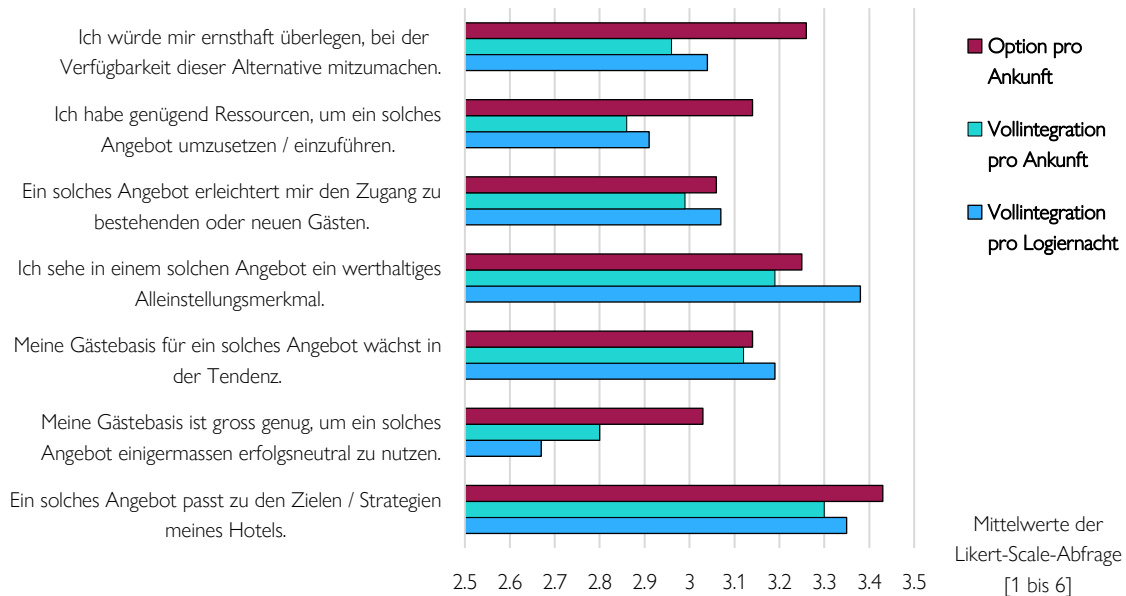
Die Auswertung bestätigt die Ergebnisse aus dem Auswahlexperiment, wonach die Optionale Integration pro Ankunft am meisten Zuspruch erfährt, während die Vollintegrationen etwas weniger beliebt sind. Die resultierende Teilnahmebereitschaft von ca. 20 Prozent der Betriebe sollte aber mit Vorsicht interpretiert werden. Wie beschrieben wurde kein streng repräsentatives Sampling vorgenommen, sodass unter den Teilnehmern die grundsätzlich an der Thematik interessierten Betriebe überrepräsentiert sein könnten (vgl. auch hoher Swisstainable-Anteil).

Tabelle 7: Präferenzen gemäss Auswahlexperiment



Die allgemeinen Beurteilungsfragen (Likert-Scale-Fragen) auf der Skala von «trifft überhaupt nicht zu» [1] über «trifft eher nicht zu» [3] und «trifft eher zu» [4] bis «trifft voll und ganz zu» [6] geben Aufschluss über mögliche Gründe, warum die Teilnahmebereitschaft bisweilen tief ist.

Abbildung 5: Auswertung der Attraktivitätsbeurteilung (Likert-Scale-Fragen)



Die Auswertung zeigt, dass ein nachhaltiges An- und Abreisepaket wie es mit «ÖV inklusive» gefördert werden könnte durchaus zu den Zielen und Strategien vieler Hotels passt. Zudem sehen manche Betriebe durchaus Alleinstellungsmerkmale (im Schweizer bzw. internationalen Markt) und Zugang zu bestimmten Gästegruppen durch ein solches Angebot. Gleichzeitig fehlen aber in einer Mehrzahl der Betriebe die nötigen Ressourcen oder die entsprechende Gästebasis, um eines der vorgeschlagenen Angebote tatsächlich (umfassend) zu implementieren.

In Bezug auf die fehlenden Ressourcen muss davon ausgegangen werden, dass die Margen als zu gering bzw. die Preise der erarbeiteten Angebotsoptionen als zu hoch erachtet werden. Darauf deutet auch die Abfrage der realistischen («sehr wahrscheinlich») Zahlungsbereitschaft seitens Hoteliers für die drei Angebote hin. Bei der Integration pro Logiernacht liegt der Mittelwert der genannten Preise bei CHF 7.88 (statt der angebotenen CHF 12.50), bei Integration pro Ankunft bei CHF 14.44 (statt CHF 25.00) und bei der optionalen Integration bei CHF 36.05 (statt CHF 70).

Abbildung 6: Streuung der Preisbereitschaften (425 Antworten)

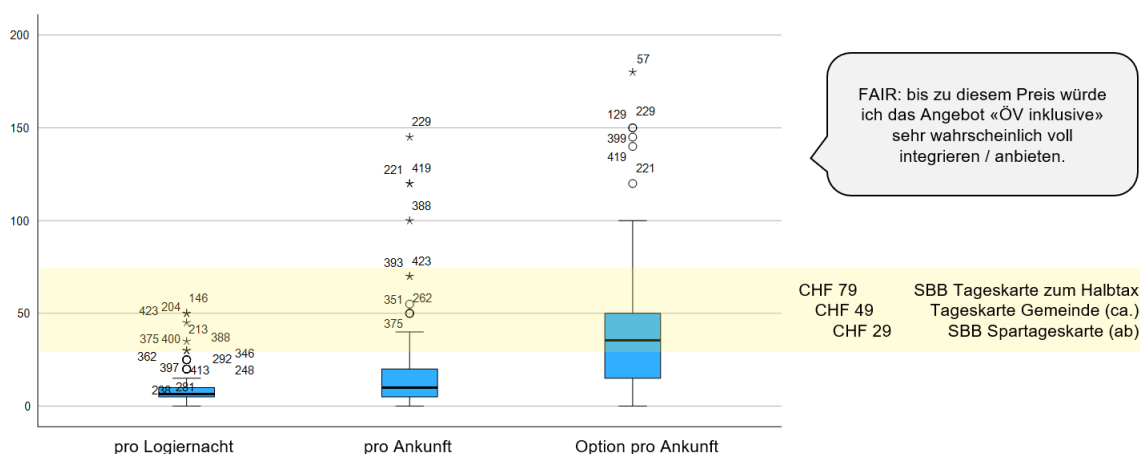


Tabelle 8: Preisbereitschaften der befragten Betriebe

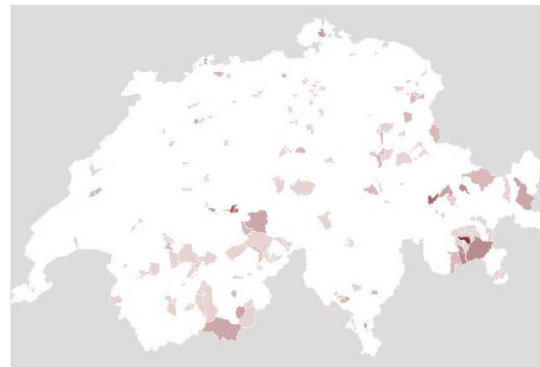
Preisbereitschaft	Vollintegration pro Logiernacht	Vollintegration pro Ankunft	Option pro Ankunft
Mittelwert	7.88	14.44	36.05
Standardabweichung	6.871	15.027	26.133
Quartile			
1. Quartil	5.00	5.00	15.00
2. Quartil / Median	6.50	10.00	35.50
3. Quartil	10.00	20.00	50.00

Die genannte Preisbereitschaft ist von vielen Faktoren wie der Hotelkategorie, den Zielgruppen, aber auch von der Lage des Betriebs abhängig und individuell sehr unterschiedlich. Einige dieser Argumente werden auch im nachfolgenden, qualitativen Abschnitt diskutiert. Die geografische Auswertung der Teilnahmebereitschaft zeigt jedoch auch, dass gerade der Standort des Betriebs kein eindeutiges Argument für oder gegen eine Teilnahme darstellt.

Abbildung 7: Betriebe, die Vollintegration in Betracht ziehen (grün: 1 bis 6 Betriebe pro PLZ)



Abbildung 8: Betriebe, die Vollintegration nicht in Betracht ziehen (rot: 1 bis 12 Betriebe pro PLZ)



3.2 Qualitative Rückmeldungen

Im Rahmen der Online-Befragung konnten die Teilnehmenden freiwillige Anmerkungen hinterlassen. Rund ein Drittel (145) der 425 Personen hat eine Textantwort erfasst. Diese qualitativen Rückmeldungen wurden codiert und aggregiert. Die überwiegende Zahl der freiwilligen Rückmeldungen (123) sind eher skeptischer Art, während sich eine Minderheit (22) grundsätzlich positiv äussert und die Idee «ÖV inklusive» ohne grössere Vorbehalte gutheisst.

Die 145 freiwilligen Rückmeldungen können in zwei Hauptgruppen gegliedert werden: **Probleme** (bzw. Mängel der vorgeschlagenen Idee) und **Lösungen** (bzw. Hinweise zur Umsetzung der Idee). Im Zug der Codierung konnten diese zwei Hauptgruppen in jeweils drei Subthemen gegliedert werden. Nachfolgend werden die genannten Themen (mit Anzahl Nennungen in Klammern) in kurzer Zusammenfassung wiedergegeben.

In folgenden drei Themenbereichen wurden seitens Umfrageteilnehmender Probleme gesehen:

- **Finanzierung:** Am weitaus häufigsten wird der *Preis* (37) von «ÖV inklusive» als problematisch bezeichnet. Zentrales Argument sind die bereits hochpreisige Wahrnehmung der Schweizer Hotellerie im Vergleich mit dem Ausland. Durch eine Vollintegration würde das

Preisniveau weiter angehoben. Dabei wird auf die bereits sehr geringen *Margen* (8) verwiesen, welche eine (teilweise) Kostenübernahme seitens Hotels verunmöglichten. Allgemein wird der Aspekt der *Kostenträgerschaft* (18) oft bemängelt oder missverstanden.

- **Diskriminierung:** Es werden verschiedene *Zielgruppen* (14) angeführt, für die das Angebot zu wenig interessant sei, so z.B. Familien, Geschäftskunden und Reisegruppen. Spezifisch wird die Vollintegration als problematisch gesehen, weil *Autofahrer* (5), aber auch *ÖV-Abobesitzer* (11) durch eine Zwangsabgabe zugunsten des ÖV diskriminiert würden. Zudem wird darauf hingewiesen, dass weniger ressourcenintensive, *günstigere Hotels* (3) relativ gesehen einen grösseren Aufpreis für ÖV-Anreisen in Kauf nehmen müssten.
- **Umsetzung:** Mehrere Personen betonen, dass der *Mehrwert* (5) eines solchen Angebots für An- und Abreise zu klein bzw. unklar sei. Verschiedentlich wird gefordert, auch die *Reisen während des Aufenthalts* (5) in das Angebot einzuschliessen. Manche zweifeln grundsätzlich an der *konkreten Machbarkeit* (4) einer Vollintegration. Als Hürde werden Aspekte wie mangelhafte *ÖV-Erreichbarkeit* (4) des Beherbergungsbetriebs, das Mitführen von *Gepäck* (3) oder auch stabile Gewohnheiten bzw. schwierige *Verhaltensänderungen* (3) seitens Gäste angeführt. Zudem sehen sich einige Hotels nicht in der Verantwortung, *Gäste ökologisch zu erziehen* (5).

In folgenden drei Themenbereichen wurden seitens Umfrageteilnehmender Lösungen genannt:

- **Ausnutzung:** Viele Personen führen bestehende Konzepte an, die bereits funktionieren und auf meist gute Kundenresonanz stossen – bzw. stärker genutzt oder verbreitet werden könnten: z.B. über Kurtaxen finanzierter *lokaler «ÖV inklusive»* (10), das *Ticino-Ticket* (7), die *OSKAR-Ferienkarte* (2) in der Ostschweiz, oder die ab zwei Nächten *geschenkte ÖV-Anreise im Glarnerland* (3). Häufig besteht die Ansicht, dass *regionale Lösungen* (4), die *bestehenden Abos/Rabatte im ÖV* (4) und der *Swiss (Travel) Pass* (8) grundsätzlich ausreichend seien zur Förderung der ÖV-Nutzung.
- **Ausgestaltung:** Mehrere Personen plädieren explizit für eine Ausgestaltung als *optionales ÖV-Add-on* (7), während nur vereinzelt die Idee einer *allgemeinen ÖV-Flatrate* (2) als erwünschtes Zielbild hervorgehoben wird. Häufig wird betont, dass das Pricing nicht absolut, sondern relativ definiert sein sollte, dass also für ÖV-Anreise ein *prozentualer Aufpreis bzw. Rabatt* (6) pro Übernachtungspreis definiert werden sollte. Andererseits werden verschiedentlich die *Gemeinde-Tageskarten* (4) als Alternative oder Vorbild für einen Pool an Hotel-Tageskarten angeführt. Zudem wird eine *Erweiterung regionaler/lokaler Angebote* (3) wie City-Tickets und Gästekarten um günstige An- und Abreisen vorgeschlagen. Kritisiert wird die Bezeichnung *«gratis ÖV»* (4), da die Kosten letztlich von jemandem getragen werden müssten. Mit Blick auf die konkrete Ausgestaltung wird die Wichtigkeit einer *völlig digitalisierten und automatisierten Lösung* (2) betont. Zudem wird angemerkt, dass *Buchhaltung und Distribution der ÖV-Tickets* (2) nicht über die Hotels geschehen soll.
- **Realisierung:** Verschiedentlich wird empfohlen, die Realisierung von *«ÖV inklusive»* mit einigen besonders *interessierten Betrieben* (6) zu starten und das Angebot dann kontinuierlich auszubauen bzw. die Nutzungsanreize zu verfeinern (vgl. aktuelle Swisstainable-Aktion der SBB mit Support von Zurich Insurance und 40% Rabatt auf ÖV). Vereinzelt wird angemerkt, dass eine konsequente Umsetzung auch einen *ÖV-Angebotsausbau* (2) erfordern würde. Mehrere Personen betonen das grosse kommunikative *Marketing-Potenzial* (4) von *«ÖV inklusive»* und sehen einen (seitens Hotels oftmals unerkannten) USP der Schweiz. Während einzelne diesen USP dem Direktvertrieb vorbehalten wollen, fordern andere eine *nationale Einheitslösung* (2), die auch grosse OTA integriert. Mehrfach wird betont, nicht nur Hotels, sondern auch *Ferienwohnungen und BnBs* (3) einzuschliessen.

4 Schlusswort

In der vorliegenden Marktstudie wurde die schweizweite, pauschale Bündelung von Hotelübernachtungen mit Anreise per öffentlicher Verkehrsmittel («ÖV inklusive») durch Beherbergungsbetriebe geprüft. Dabei zeigt sich, dass eine allgemeine Einführung unrealistisch, eine Einführung auf freiwilliger Basis aber durchaus auf Interesse stösst. Es gibt diverse Betriebe, die Interesse an einer derartigen Nachhaltigkeits-Initiative zeigen. Gleichzeitig konnten aber auch diverse Vorbehalte für eine branchenweite Einführung identifiziert werden.

Tabelle 9: Übersicht über Kernerkenntnisse aus qualitativen Rückmeldungen

Problembereiche	Lösungshinweise
Finanzierung - zu hoher Preis (auch: Hochpreisinsel Schweiz) - zu geringe Margen (relativer Aufpreis zu hoch) - problematische Kostenträgerschaft (Hotel?)	Ausnutzung bestehender Lösungen - Regionaler/lokaler ÖV-inklusive (via Kurtaxen) - Ticino-Ticket, Oskar-Ferienkarte, etc. - bestehende ÖV-Abos/-Rabatte (STS etc.)
Diskriminierung - Standort/Zielgruppen des Hotels ungeeignet - Bestehende ÖV-Abobesitzer profitieren nicht - Autofahrer (z.B. Geschäftskunden, Skifahrer)	Ausgestaltung neuer Lösungen - Als optionales ÖV-Add-on (digital) konzipieren - Prozentualer Rabatt/Aufpreis statt Flatrate - Kartenpool analog zu Gemeindetageskarten
Umsetzungshindernisse - Mehrwert unklar; Öko-Erziehung unerwünscht - ÖV-Erreichbarkeit; Gepäck; Wohnheiten	Realisierung des Angebots - Interessierte Betriebe inkl. BnB zuerst abholen - Marketing-Potenzial nutzen (nicht: «gratis» ÖV)

Gründe für das fehlende Interesse oder die mangelnde Akzeptanz an den entwickelten Angebotsvarianten seitens Hoteliers sind vielfältig. Einerseits kann dies mit fehlenden Ressourcen und Interessen seitens Betriebsleitung, andererseits auch mit unpassender Marktpositionierung und Gästegruppen erklärt werden. Allgemein lässt sich festhalten, dass – für eine breite Akzeptanz im Markt – die angebotenen Preise für die ÖV-Bündelung günstiger angeboten werden können müsste. Die Erhebung der Preisbereitschaft zeigt, dass die allgemeine Einführung ungefähr zur Hälfte des in der vorliegenden Studie angebotenen Preises geschehen müsste. Damit würde sich der «Aufpreis» pro Logiernacht bereits in Richtung einer «erhöhten Kurtaxe» bewegen – ein Modell, das in regionalen Angeboten mit «ÖV inklusive» bereits so praktiziert wird.

Unter der Annahme, dass im (seitens ÖV-Branche) angebotenen Preisgefüge kein Spielraum ist, würde sich alternativ ein differenzierterer, freiwilliger Ansatz empfehlen. Dabei müssten Betriebe, Regionen oder auch Verbünde (bzw. «Clubs») von Betrieben gewisse Pakete oder Volumina an Tickets für «ÖV inklusive» basierend auf individuellen Charakteristika (wie Gästetypen, Lage, etc.) beziehen können. In einem solchen «Clubmodell» könnte der Heterogenität der Branche bezüglich ÖV-Erreichbarkeit, Gästetypen, etc. spezifisch Rechnung getragen werden. Gleichzeitig ginge bei einer solch flexiblen Ausgestaltung allerdings ein konkreter Vorteil der in der vorliegenden Studie geprüften, sehr einfachen «one-fits-all»-Lösung verloren, wobei Komplexität und damit Transaktionskosten insgesamt ansteigen würden.

Appendix

Folgender Anhang enthält die Befragung, welche mit Unipark aufgesetzt wurde. Die Grafiken der sechs Choice Sets wurden dynamisch basierend auf der gewählten Sprachversion eingebunden.

Abbildung 9: Ansicht des Befragungsinstruments

1 Startseite

Angebot «ÖV inklusive»

Sehr geehrte Damen und Herren

Die An- und Abreisen erzeugen den höchsten Anteil am CO₂-Abdruck des Tourismus. Wenn Reisen nachhaltiger werden sollen, ist eine CO₂-ärmere Mobilität notwendig. Der ausgebaut öffentliche Verkehr (ÖV) der Schweiz birgt diesbezüglich unerschlossene touristische Potenziale.

Mit vereinfachten Angeboten soll der ÖV-Anteil an den touristischen An- und Abreisen erhöht werden. Auf Initiative der Regionaldirektorenkonferenz hat die Alliance SwissPass zusammen mit der Universität St.Gallen, HotellerieSuisse und Schweiz Tourismus mögliche Alternativen ausgearbeitet.

Die Kernidee besteht darin, dass Hotels ÖV-Leistungen für An- und Abreisen beschaffen und ihren Gästen (verpackt oder separat) anbieten. Auf den folgenden Seiten werden Sie gebeten, drei Konzepte zu beurteilen. Die Umsetzung eines Pilots hängt von Ihren Rückmeldungen ab.

Wir empfehlen, die Umfrage auf einem Desktop oder Tablet auszufüllen, da die Darstellung auf Smartphones nicht optimal ist. Vielen Dank für Ihre Studienteilnahme (ca. 10 Minuten).

Forschungszentrum für Tourismus und Transport, IMP-HSG
Universität St.Gallen | Dufourstrasse 40a | CH-9000 St.Gallen

Partner



Schweiz Tourismus.



RDK

KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIRECTOREN DER SCHWEIZ (KRD)
CONFERENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME REGIONAUX DE SUISSE (COSR)
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDSR)
CONFERENZA DEGLI DIRETTORI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDSR)

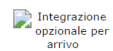
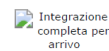
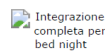
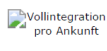
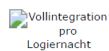


Universität St.Gallen
Institut für Systemisches Management und Public Governance
Forschungszentrum für Tourismus und Transport

2 Variantenübersicht

Angebot «ÖV inklusive»

Idee: Hotels können ÖV-Leistungen für An- und Abreisen einfach beschaffen und den Gästen (verpackt oder separat) anbieten. Studieren Sie die folgenden drei Varianten A / B / C:



Die Preise sind als **Flatrates** (Pauschalen) zu verstehen, welche das Hotel an die Alliance SwissPass bezahlt. Damit erhält das Hotel die Möglichkeit, dem Gast eine inkludierte An- und Abreise mit ÖV von und zu jedem Punkt in der Schweiz anzubieten. Bei einer **Vollintegration (A / B)** wird die Bezahlung pro Logiernacht bzw. Ankunft fällig - unabhängig davon, ob ein Gast mit ÖV anreist. Das Hotel ist **vollständig frei in der Ausgestaltung der konkreten Angebote** für seine Gäste.

Das Hotel kann zum Beispiel:

- die An- und Abreise in die gegebenen Übernachtungspreise inkludieren (Mehrkosten auf sich nehmen)
- die An- und Abreise als zusätzliche Leistung bepreisen (wie bei der Hinzubuchung eines Frühstücks)
- die Übernachtungspreise für ÖV-Reisende erhöhen (im Fall der optionalen Integration pro Ankunft)

Nachfolgend werden Ihnen verschiedene **Angebote** jeweils **paarweise zur Auswahl unterbreitet**. Wenn Sie die Idee und die drei Varianten (A / B / C) verstanden haben, klicken Sie bitte auf «weiter».

3.1 ChoiceSet1

Welches Angebot bevorzugen Sie?

Bitte wählen Sie Ihre bevorzugte Option, indem Sie auf diese klicken.



Vollintegration pro
Logiernacht



Kein Angebot 'ÖV
inklusive'



Intégration complète
par nuit



Pas de transports publics
inclus



Integrazione completa per
bed night



Nessun 'Trasporti pubblici
inclusi'

3.2 ChoiceSet2

Welches Angebot bevorzugen Sie?

Bitte wählen Sie Ihre bevorzugte Option, indem Sie auf diese klicken.



Vollintegration pro
Ankunft



Kein Angebot 'ÖV
inklusive'



Intégration complète par
arrivée



Pas de transports publics
inclus



Integrazione completa per
arrivo



Nessun 'Trasporti pubblici
inclusi'

3.3 ChoiceSet3

Welches Angebot bevorzugen Sie?

Bitte wählen Sie Ihre bevorzugte Option, indem Sie auf diese klicken.



Optionale Integration pro
Ankunft



Kein Angebot 'ÖV
inklusive'



Intégration optionnelle par
arrivée



Pas de transports publics
inclus



Integrazione opzionale per
arrivo



Nessun 'Trasporti pubblici
inclusi'

3.4 ChoiceSet4

Welches Angebot bevorzugen Sie?

Bitte wählen Sie Ihre bevorzugte Option, indem Sie auf diese klicken.



Vollintegration pro
Logiernacht



Vollintegration pro
Ankunft



Intégration complète
par nuit



Intégration complète par
arrivée



Integrazione completa per
bed night



Integrazione completa per
arrivo

3.5 ChoiceSet5

Welches Angebot bevorzugen Sie?

Bitte wählen Sie Ihre bevorzugte Option, indem Sie auf diese klicken.



Vollintegration pro
Logiernacht



Optionale Integration pro
Ankunft



Intégration complète
par nuit



Intégration optionnelle par
arrivée



Integrazione completa per
bed night



Integrazione opzionale
per arrivo

3.6 ChoiceSet6

Welches Angebot bevorzugen Sie?

Bitte wählen Sie Ihre bevorzugte Option, indem Sie auf diese klicken.



Vollintegration pro
Ankunft



Optionale Integration pro
Ankunft



Intégration complète par
arrivée



Intégration optionnelle par
arrivée



Integrazione completa per
arrivo



Integrazione opzionale per
arrivo

4 Marktattraktivität 'Vollintegration pro Logiernacht'

Wie beurteilen Sie die Attraktivität dieser Variante?

Vollintegration pro Logiernacht

Preis, den das Hotel bezahlt

CHF 12.50 pro Logiernacht
(unabhängig von ÖV-Nutzung)

Nutzen

Hotel darf allen Übernachtungsgästen die An- und Abreise mit ÖV anbieten und hat hierbei volle Preis- und Verrechnungsautonomie

Beurteilen Sie die Aussagen.

	trifft voll und ganz zu	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiss nicht
Ein solches Angebot passt zu den Zielen / Strategien meines Hotels.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meine Gästebasis ist gross genug, um ein solches Angebot einigermassen erfolgsneutral zu nutzen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meine Gästebasis für ein solches Angebot wächst in der Tendenz.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich sehe in einem solchen Angebot ein werthaltiges Alleinstellungsmerkmal.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein solches Angebot erleichtert mir den Zugang zu bestehenden oder neuen Gästen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich habe genügend Ressourcen, um ein solches Angebot umzusetzen / einzuführen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde mir ernsthaft überlegen, bei der Verfügbarkeit dieser Alternative mitzumachen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5 Marktattraktivität 'Vollintegration pro Ankunft'

Wie beurteilen Sie die Attraktivität dieser Variante?

Vollintegration pro Ankunft

Preis, den das Hotel bezahlt

CHF 25.00 pro Ankunft
(unabhängig von ÖV-Nutzung)

Nutzen

Hotel darf allen Übernachtungsgästen die An- und Abreise mit ÖV anbieten und hat hierbei volle Preis- und Verrechnungsautonomie

Beurteilen Sie die Aussagen.

	trifft voll und ganz zu	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiss nicht
Ein solches Angebot passt zu den Zielen / Strategien meines Hotels.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meine Gästebasis ist gross genug, um ein solches Angebot einigermassen erfolgsneutral zu nutzen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meine Gästebasis für ein solches Angebot wächst in der Tendenz.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich sehe in einem solchen Angebot ein werthaltiges Alleinstellungsmerkmal.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein solches Angebot erleichtert mir den Zugang zu bestehenden oder neuen Gästen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich habe genügend Ressourcen, um ein solches Angebot umzusetzen / einzuführen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde mir ernsthaft überlegen, bei der Verfügbarkeit dieser Alternative mitzumachen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6 Marktattraktivität 'Optionale Integration pro Anknunft'

Wie beurteilen Sie die Attraktivität dieser Variante?

Optionale Integration pro Anknunft

Preis, den das Hotel bezahlt

CHF 70.00 pro Anknunft
sofern An-/Abreise per ÖV

Nutzen

Hotel hat volle Preis- und
Verrechnungsautonomie

Beurteilen Sie die Aussagen.

	trifft voll und ganz zu	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiss nicht
Ein solches Angebot passt zu den Zielen / Strategien meines Hotels.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meine Gästebasis ist gross genug, um ein solches Angebot einigermassen erfolgsneutral zu nutzen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meine Gästebasis für ein solches Angebot wächst in der Tendenz.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich sehe in einem solchen Angebot ein werthaltiges Alleinstellungsmerkmal.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ein solches Angebot erleichtert mir den Zugang zu bestehenden oder neuen Gästen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich habe genügend Ressourcen, um ein solches Angebot umzusetzen / einzuführen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ich würde mir ernsthaft überlegen, bei der Verfügbarkeit dieser Alternative mitzumachen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

7 Preisbereitschaft

Welchen Preis finden Sie fair bzw. teuer für das Angebot «ÖV inklusive» pro Logiernacht bei einer Vollintegration?

Sie bezahlen diesen Preis pro Logiernacht unabhängig von der effektiven ÖV-Nutzung.

Antworten Sie jeweils mit einer ganzen Zahl (CHF).

FAIR: Bis zu diesem Preis pro Logiernacht würde ich das Angebot «ÖV inklusive» sehr wahrscheinlich VOLL integrieren.

TEUER: Ab diesem Preis pro Logiernacht würde ich das Angebot «ÖV inklusive» sehr wahrscheinlich NICHT integrieren.

Welchen Preis finden Sie fair bzw. teuer für das Angebot «ÖV inklusive» pro Anknunft bei einer Vollintegration?

Sie bezahlen diesen Preis pro Anknunft unabhängig von der effektiven ÖV-Nutzung.

Antworten Sie jeweils mit einer ganzen Zahl (CHF).

FAIR: Bis zu diesem Preis pro Anknunft würde ich das Angebot «ÖV inklusive» sehr wahrscheinlich VOLL integrieren.

TEUER: Ab diesem Preis pro Anknunft würde ich das Angebot «ÖV inklusive» sehr wahrscheinlich NICHT integrieren.

Welchen Preis finden Sie fair bzw. teuer für das optionale Angebot «ÖV inklusive» pro Anknunft?

Sie bezahlen diesen Preis nur, sofern die An-/Abreise per ÖV geschieht.

Antworten Sie jeweils mit einer ganzen Zahl (CHF).

FAIR: Bis zu diesem Preis pro Anknunft würde ich die Option «ÖV inklusive» sehr wahrscheinlich anbieten.

TEUER: Ab diesem Preis pro Anknunft würde ich die Option «ÖV inklusive» sehr wahrscheinlich NICHT anbieten.

8 Swisstainable

Was halten Sie davon, die Hälfte der Kosten einer Vollintegration als Nachhaltigkeits-Zuschlag ausweisen zu MÜSSEN?

Angenommen, Sie müssten die Hälfte der Kosten einer Vollintegration «ÖV inklusive» als Zuschlag auf dem Übernachtungspreis ausweisen, z.B. mit einer «Swisstainable Surcharge». Würde dies Ihre Teilnahmebereitschaft positiv oder negativ beeinflussen?

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Meine Bereitschaft zur Teilnahme bei «ÖV inklusive» würde sich deutlich ERHÖHEN.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Meine Bereitschaft zur Teilnahme bei «ÖV inklusive» würde sich deutlich REDUZIEREN.

9 Hoteldesktiptoren

Wo befindet sich Ihr Hotel?

Bitte geben Sie Ihre Postleitzahl ein.

Geben Sie '0' ein, wenn Sie die Frage nicht beantworten wollen.

Welche Grösse hat Ihr Hotel?

Bitte geben Sie Ihre durchschnittliche Anzahl Zimmer und Betten für 2022 an.

Geben Sie '0' ein, wenn Sie die Frage nicht beantworten können oder wollen.

Anzahl Zimmer	
Anzahl Betten	

Wie viele Ankünfte und Logiernächte verzeichnen Sie?

Nennen Sie die ungefähren Zahlen für 2022.

Geben Sie '0' ein, wenn Sie die Frage nicht beantworten können oder wollen.

Anzahl Ankünfte	
Anzahl Logiernächte	

Wie hoch ist Ihr durchschnittlicher Zimmerpreis?

Nennen Sie Ihre «average daily rate» (ADR) pro Nacht und Zimmer als ganze Zahl (CHF).

Geben Sie '0' ein, wenn Sie die Frage nicht beantworten können oder wollen.

Wie viele Monate pro Jahr ist Ihr Hotel geöffnet?

Wählen Sie die gerundete Anzahl Monate pro Jahr.

< 6 Monate 6 7 8 9 10 11 12 Monate

Welchen Anteil haben Gäste aus der Schweiz in Ihrem Hotel?

Nennen Sie Ihren ungefähren Prozentsatz an inländischen Gästen.

Geben Sie '0' ein, wenn Sie die Frage nicht beantworten können oder wollen.

Welchen Anteil haben Gäste, die per ÖV anreisen?

Nennen Sie Ihren ungefähren Prozentsatz an Gästen, die per ÖV an- und abreisen.

Geben Sie '0' ein, wenn Sie die Frage nicht beantworten können oder wollen.

Welche Klassifikation hat Ihr Betrieb?

Wählen Sie Ihre entsprechende Klassifikation nach HotellerieSuisse.

Welchen Swisstainable-Level hat Ihr Betrieb?

Wählen Sie Ihre Swisstainable-Beteiligung an.

☐ keine Beteiligung

☐ Swisstainable Level I - committed

☐ Swisstainable Level II - engaged

☐ Swisstainable Level III - leading

Verfügt Ihr Betrieb über zusätzliche Spezialisierungen?

Wählen Sie Ihre allfälligen Spezialisierungen nach HotellerieSuisse an.

☐ KEINE Angabe / weiss nicht

☐ KEINE Spezialisierung

Wellness & Wellbeing

☐ Wellness

☐ Wellness & Spa

☐ Medical Wellness

☐ Medical Wellness & Spa

Business & Conferences

☐ Business

☐ Seminars

☐ Congresses

Family & Friends

☐ Family-Friendly

☐ Family & More

Green & Sustainable

☐ Green Living

☐ Sustainable Living

Activity & Sport

☐ Biking

☐ Hiking

☐ Golf

☐ Snowsports

Architecture & Design

☐ Design

☐ Boutique

☐ Unique

Tradition & History

☐ Historic

☐ Gasthof/Auberge/Locanda/Inn

Hotel Types

☐ Aparthotel

☐ Suitehotel

Gastronomy & Culture

☐ Excellent Cuisine

10 Abschlussseite

Danke für Ihre Rückmeldungen

Haben Sie allgemeine Anmerkungen oder Fragen zur Idee «ÖV inklusive» und zur vorliegenden Studie? (optional)

Haben Sie Interesse, an der Ausgestaltung eines konkreten Angebots «ÖV inklusive» mitzuwirken?

Hinterlassen Sie gern Ihre Mail-Adresse, damit wir auf Sie zurückkommen können. (optional)

Forschungszentrum für Tourismus und Transport, IMP-HSG
Universität St.Gallen | Dufourstrasse 40a | CH-9000 St.Gallen

11 Endseite

Vielen Dank für Ihre Teilnahme. Sie können die Seite nun schliessen.

Quellen

Bundesamt für Statistik (2019). *Schweizer Tourismusstatistik 2017*. Neuchâtel: BFS. Abgerufen von <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/tourismus.assetdetail.7066686.html>

Bundesamt für Statistik (2022). *Satellitenkonto Tourismus*. Touristische Ausgaben [Inländer: su-d-10.02.01.02; Ausländer: su-d-10.02.01.01]. Abgerufen von <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/tourismus/monetaere-aspekte/satellitenkonto.html>

Institut für Systemisches Management und Public Governance (2022). *Innosuisse Flagship Resilient Tourism. Subproject 2*. St.Gallen: IMP-HSG. Abgerufen von <https://www.alexandria.unisg.ch/entities/funding/cb55b11e-c4ab-42da-b52f-165848568ed0/publications>

Schweizerische Bundesbahnen (2023). *Spartageskarte*. Abgerufen von <https://www.sbb.ch/de/billette-angebote/billette/tageskarten/spartageskarte.html>

Schweizerische Bundesbahnen (2024). *Swiss Travel Pass*. Abgerufen von <https://www.sbb.ch/de/billette-angebote/billette/gaeste-ausland/swiss-travel-pass.html>

Kontakt

Institut für Systemisches Management und Public Governance (IMP-HSG)

Forschungszentrum für Tourismus und Transport

Prof. Dr. Christian Laesser

Dr. Simon Kuster

Universität St. Gallen

Dufourstrasse 40A

CH-9000 St. Gallen

0041 71 224 25 25

www.imp.unisg.ch

imp@unisg.ch