



**Analyse des Beherbergungsmarktes
und Hotelbedarf für
den Standort
Lindau**

**Zusammenfassung
des Kurzberichtes
für das ISEK Lindau**

I. Analyse des Beherbergungsmarktes und Hotelbedarf für den Standort Lindau

Dieser Kurzbericht¹ dient der Integration wesentlicher Ergebnisse für das ISEK. Weitere Ausführungen und Details können einer ausführlichen Gesamtstudie entnommen werden. Diese liegt der Lindau Kongress- und Tourismus GmbH bis Februar 2015 vor.

Der Bedarf für eine Einrichtung der touristischen Infra- oder Suprastruktur leitet sich grundsätzlich aus folgenden Sachverhalten ab:

- Ein **faktischer Angebotsengpass** liegt vor, wenn es bei den bestehenden Anbietern regelmäßig oder zumindest häufig zu Nachfrageüberhängen kommt, also zu Situationen, in denen ein erheblicher Teil der Nachfrage wegen zu geringer Kapazitäten nicht befriedigt werden kann.
- Von **strukturellen Angebotsengpässen** kann gesprochen werden, wenn sich ganz bestimmte Märkte gar nicht erst entwickeln können, weil die hierfür notwendige Infra- und Suprastruktur oder bestimmte Beherbergungsbetriebe (Kapazitäten) nicht existieren.

1. Schlussfolgerungen faktische Angebotsengpässe

Auf Basis der Analyse der verfügbaren Sekundärdaten, Online-Erhebungen sowie Expertengespräche lassen sich folgende wesentliche Aspekte festhalten:

- Aufgrund der geringen durchschnittlichen Betriebsgröße fällt in Lindau das Bettenangebot trotz höherer Betriebsanzahl sowohl bezogen auf das Beherbergungs- als auch Hotellerie-Segment geringer als in den Vergleichsstädten aus. Mögliches Potenzial könnte für leistungsfähige Betriebe bestehen. Diese bringen umfangreiche und professionelle Vertriebsstrukturen zur Akquise neuer Gäste mit sich.
- Die Nachfrage (+23%) stieg in der Hotellerie in den letzten fünf Jahren deutlich stärker als das Angebot (+5%) und führte zu einer höheren Bettenauslastung. Insbesondere der Betriebstyp „tel“ verzeichnete eine sehr positive dynamische Entwicklung (Nachfrage: +44%, Angebot: +22%).
- Die Beherbergungsbetriebe bestätigen diese positive Entwicklung. Sie geben überwiegend eine „stabile“ (30%) bis „steigende“ (55%) Nachfrage in den letzten Jahren an. In Zukunft gehen 40% von weiteren Steigerungen sowie 45% von einer stabilen Nachfrage aus.
- Die durchschnittliche Zimmerauslastung liegt im gesamten Beherbergungsgewerbe bei rund 59% und bewegt sich bei den meisten größeren Betrieben zwischen 50% und 60%. Insbesondere aufgrund der starken saisonalen Auslastungsschwankungen kann diese dennoch als gut bewertet werden.
- Laut Online-Befragung dürfte es je nach Betriebstyp und -größe im Durchschnitt an jedem 4. bis 5. Tag zu Buchungsempässen kommen. Diese konzentrieren sich zu weiten Teilen auf die Hauptsaisonmonate sowie lediglich punktuell in den Wintermonaten.
- Unter anderem sind die ortsansässigen Unternehmen (nicht Beherbergungsgewerbe) von den Engpässen betroffen. Rund 58% geben an, dass Buchungsempässe gelegentlich/häufig vorkommen. Bei den für das Hotelgewerbe wichtigen Nachfragegeneratoren (Unternehmen aus Industrie, Kongress, Tagung) steigt der Wert sogar auf 78%. Bei Engpässen weichen die befragten Unternehmen zu 71%-86% auf andere Standorte außerhalb Lindaus an. Durch neue Kapazitäten am Lindauer Hotelmarkt könnte dieses Nachfragepotenzial abgeschöpft werden.

Insgesamt lassen sich mehrere Hinweise für vorhandene faktische Angebotsengpässe ableiten. Mögliche neue Hotelbetriebe dürften während der Sommermonate von Mai bis September (zum Teil im April und

¹ Wesentlicher Bestandteil der Studie ist das Miteinbeziehen von Meinungen und Einschätzungen lokaler Leistungsträger. Aus diesem Grund wurden 298 Beherbergungsbetriebe und 180 Unternehmen angeschrieben und zusätzliche Expertengespräche geführt.

Oktober) durch die Nachfrage am Bodensee gut ausgelastet werden. Die Herausforderung besteht insbesondere in der Schaffung von „saisonverlängernden“ Angeboten, da die faktischen Engpässe in den weiteren Monaten häufig auf einzelne Tage sowie Ferienzeiten beschränkt sind. Mögliche neue Hotelbetriebe sollten durch entsprechende Positionierung, professionelle Vertriebswege und Kooperationen mit touristischen Dienstleistern eine zusätzliche Nachfrage generieren. Mögliche Ansatzpunkte hierfür sind die modernisierte Inselhalle sowie das Projekt „Therme“.

2. Schlussfolgerungen strukturelle Angebotsengpässe

Neben den festgestellten zum Teil und insbesondere in der Hauptsaison vorhandenen faktischen Angebotsengpässen erfolgte zur Ermittlung eines möglichen Hotelbedarfs eine „Strukturanalyse“ für den Hotelmarkt in Lindau. Anhand dieser lassen sich folgende wesentliche Aspekte ableiten:

- Grundsätzlich besteht ein struktureller Bedarf an Ketten- und Markenbetrieben, welche den Vorteil von professionellen Vertriebswegen und den Nachteil von „wenig authentischen“ Hotelprodukten mit sich bringen.
- Die bestehende Hotellerie ist vorwiegend im mittleren 3-Sterne-Segment angesiedelt. Zur Vermeidung eines Verdrängungswettbewerbs sollten neue Hotelkonzepte grundsätzlich an den Rändern angesiedelt werden. D.h. es bieten sich gleichermaßen moderne Budget-Konzepte (2-Sterne-Superior) als auch 3-Sterne-Superior bis 4-Sterne Betriebe an.
- Das Hotellerie-Angebot ist vergleichsweise breit bzw. gut aufgestellt und die bestehende Qualität wird gut bewertet, es gibt jedoch nur ein eingeschränktes Angebot an spezialisierten und klar positionierten Hotelbetrieben. Die befragten Beherbergungsbetriebe sehen insbesondere noch Potenzial bei den Zielgruppen Business- und Tagungsgäste, Individualreisende und Familien.
- Rund ein Drittel der Unternehmen (nicht Beherbergungsgewerbe) wünschen sich eine Erweiterung der Kapazitäten, bevorzugt in Form von Business- und Tagungshotels sowie Budget-Design-Konzepten.
- Die Preisstrukturanalyse zeigt ein relativ hohes Preisniveau in Lindau. Mehr als 70% der Beherbergungsbetriebe bestätigen dies. Rund ein Drittel der Unternehmen bewerten die Preise als häufig nicht angemessen. Häufig besteht der Wunsch nach einem bezahlbaren aber qualitativ guten Angebot. Unter anderem dürfte dies auch daran liegen, dass der Preissprung vom 3-Sterne auf das 4-Sterne-Segment sehr hoch ausfällt. D.h. es besteht eine Angebotslücke für Hotelbetriebe im guten 3-Sterne oder unterem 4-Sterne-Segment.²
- Rund 69% der Unternehmen und immerhin 32% der Beherbergungsbetriebe können sich eine Neuan siedlung eines Hotelbetriebes vorstellen. Bedarf besteht laut Befragungsteilnehmer für ein Vollhotel (inkl. Gastronomie) im 3-4-Sterne-Segment. Häufig genannt werden ein Business- und Tagungshotel, ein auf Familien spezialisiertes Hotel und ein Budget-Design-Hotel. Ein leichter Bedarf wird zudem für ein Boardinghaus oder ein Themenhotel bekundet (Auszug Ergebnisse: siehe Anhang).

Alles in allem besteht neben einem in der Hauptsaison bestehenden faktischen Angebotsengpass insbesondere eine strukturelle Lücke für spezialisierte und klar positionierte Hotels. Wesentlich dabei ist ein entsprechendes Konzept, welches das Risiko eines Verdrängungswettbewerbs minimiert und zum Teil neue Nachfrage für Lindau schafft.

² U. a. wird dieses häufig von Business- und Tagungskunden in Anspruch genommen.

3. Vorschlag Bedarfsdeckung

Die Grundvoraussetzungen für die Ansiedlung eines neuen Hotelbetriebes in Lindau sind gut. Die positive Angebots- und Nachfrageentwicklung sowie ein gutes Auslastungs- und Preisniveau sprechen für einen gesunden/stabilen Hotelmarkt. Zudem bekunden die Akteure selbst – insbesondere die Unternehmen einen Bedarf für neue Hotelkapazitäten. Aufgrund der insgesamt am Bodensee sowie auch in den Vergleichsstädten ebenfalls positiven Marktdynamik ist davon auszugehen, dass ein neuer Hotelbetrieb in der Hauptsaison mit guten Auslastungszahlen rechnen kann und es nur sehr marginal zu einem Verdrängungswettbewerb für die bestehende Hotellerie kommt. Auf Basis der Ergebnisse und Expertengespräche kann das Spannungsfeld bezogen auf die Anzahl neu anzusiedelnder Betriebe und deren Kapazitäten wie folgt zusammengefasst werden:

- Ein bedarfsgerechter und leistungsfähiger/größerer Betrieb wird die Attraktivität der Hotellandschaft in Lindau steigern und kann/wird sich positiv auf die Nachfrage auswirken. Die Ansiedlung eines zweiten oder mehrerer Betriebe sollte erst nach Umsetzung eines neuen Betriebes und der Beobachtung der Marktdaten erfolgen.
- Die Herausforderung für alle Hotelbetriebe in Lindau besteht in der Steigerung der Nachfrage in den Wintermonaten. Aus diesem Grund sollte die Betriebsgröße eines neuen Betriebes nicht überdimensioniert ausfallen, da die bestehende Hotellerie während dieser Zeit bereits zahlreiche Kapazitäten vorhalten kann.
- Zusätzliches Nachfragepotenzial besteht insbesondere aufgrund der festgestellten Buchungseingänge mit ausgelagerten Übernachtungen der Geschäftsreisenden außerhalb von Lindau. Zudem werden sich insbesondere die modernisierte Inselhalle sowie die geplante Umsetzung der Therme positiv auf die Hotelnachfrage auswirken.

Insgesamt sind faktische Angebotsengpässe in der Hauptsaison und strukturelle Angebotslücken für spezialisierte und klar positionierte Hotelbetriebe feststellbar. Folgende Aspekte sind wesentlich für Bedarfsdeckung:

- Die Akteure vor Ort sehen einen Bedarf für ein Vollhotel im 3- bis 4-Sterne-Segment.
- Das Hotel sollte sich durch höhere Kapazitäten vom Durchschnitt der bestehenden Hotellerie abheben, jedoch aufgrund der schwachen Nebensaison nicht überdimensioniert ausfallen.
- Dies deckt sich auch mit der Analyse des vorhandenen Angebotes sowie der bestehenden Preisstrukturen.
- Bedarf besteht insbesondere für ein auf Business- und Tagungsgäste sowie auf Familien spezialisiertes Hotel. Darüber hinaus besteht leichtes Potenzial im deutschlandweiten Wachstumssegment der Budget-Designbetriebe sowie für ein Boardinghaus und Themenhotel.

Hotelimmobilien stellen Sonderimmobilien dar und hängen neben dem Konzept sehr stark vom Standort und den Betreibern/dem Betreiber ab. Allgemeingültige Aussagen lassen sich bezogen auf die Konzepte/Positionierung wie folgt formulieren:

- Business- und Tagungshotels müssen einen gewissen Qualitätsstandard vorhalten und sind meist im 3- bis 5-Sterne-Segment angesiedelt. Damit ein entsprechendes Angebot vorgehalten werden kann, bedarf es einer gewissen Betriebsgröße. Diese steigt mit der Anzahl selbst vorgehaltener Tagungskapazitäten. In Lindau würden diese Kongress- und Tagungskapazitäten durch die Inselhalle bereits bestehen. Deshalb ist ein entsprechend naher Standort zur Inselhalle sehr entscheidend.
- Familien-/Kinderhotel: In der Regel sind auch diese Hotels im gehobenen Segment angesiedelt. Die preisbewussten Familien werden durch Ferienwohnungs- und Campinganbieter abgedeckt. Zudem halten diese Betriebe umfangreiche Dienstleistungen vor, weshalb die Betriebsgröße meist bei 80

Zimmern beginnt. Notwendig sind meist größere Flächen, da Indoor- und Outdoor-Spielplätze, Betreuungsf lächen sowie größere Familienzimmer vorgehalten werden. Als Standort bieten sich in der Regel nur touristisch attraktive Plätze an. Auf Lindau bezogen müssten hierfür Flächen allgemein mit Wasserbezug, auf der Insel oder in der Nähe der geplanten Therme vorhanden sein.

- Budget-Design-Betriebe lassen sich nur eingeschränkt den Sterne-Kategorien zuordnen. Sie vereinen 2-Sterne und 3-Sterne Elemente und bieten in der Regel effiziente, attraktive Räumlichkeiten zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis an. Bekanntes Beispiel aus der Kettenhotellerie ist Motel One. Angesprochen werden gleichermaßen Urlauber und Geschäftsreisende. Beim Standort ist eine gute öffentliche Verkehrsanbindung oder eine touristische Lage entscheidend.
- Boardinghaus: Werden in der Regel von Geschäftsreisenden und zum Teil von Urlaubern für Langzeitaufenthalte genutzt. In der Regel halten Boardinghäuser Dienstleistungen von Hotels vor, aber der Gast verfügt gleichzeitig über eine Rückzugsmöglichkeit in eine eigene Wohnung mit Kochnische und qualitativ guter Ausstattung.
- Themenhotel: Stellen Hotelbetriebe im mittleren bis gehobenen Segment dar, welche auf ein oder mehrere Themen setzen, die sich wie ein roter Faden durch das gesamte Hotel (Ausstattung, Hotelzimmer, Eingangsbereich, Gastronomie etc.) ziehen. Meist liegen die Kapazitäten zwischen 30-50 Zimmer und die Betriebe sind Inhaber geführt. Der Standort ist eher sekundär, jedoch sollte in Lindau zumindest eine Nähe zu den touristischen Highlights/der Insel bestehen.

Die Strukturanalyse zeigt, dass primär eine Angebotslücke für klar positionierte und auf bestimmte Zielgruppen spezialisierte Hotelbetriebe besteht. Aus diesem Grund bieten sich in einem ersten Schritt folgende zwei Hoteltypen grundsätzlich zur Umsetzung an:

- Business- und Tagungshotel, welches im Optimalfall auch Angebote für Langzeitgäste vorhält.
- Kinder- und Familienhotel im gehobenen Segment

Wie bereits erwähnt, hängt der Betriebserfolg eng mit der Standortfrage zusammen. Aktuell bestehen laut Stadt Lindau zwei Standortmöglichkeiten:³

- Nachnutzung Limare
- Karl-Bever-Platz

Hinweis: Im Rahmen der Online-Befragung wurden die Teilnehmer nach möglichen Standorten für eine Hotelansiedlung befragt. Eine Übersicht zur Prüfung der Rahmenbedingungen für die genannten Standorte befindet sich im Anhang.

Für beide Konzepte gilt, dass der Standort „Limare“ nur sehr eingeschränkt attraktiv ist. Es besteht kein direkter Seebezug, für Kongress- und Tagungsgäste ist die Inselhalle etwas weiter entfernt als der Karl-Bever-Platz und für Familien im gehobenen Segment fällt das Komplementärangebot im Umfeld wenig attraktiv aus. Umgekehrt sind beide Hotelkonzepte auf dem Karl-Bever-Platz, u.a. aufgrund der Nähe zum See sowie zur Insel, denkbar. Aufgrund folgender Rahmenbedingungen wird jedoch die Umsetzung eines Business- und Tagungshotels an diesem Standort empfohlen:

- Für ein Business- und Tagungshotel ist die Nähe zur Veranstaltungsstätte von entscheidender Bedeutung. Alternativen für einen Inselhallen nahen Standort stehen aktuell nicht zur Verfügung und sind auch nicht absehbar.

³ Beide Standorte wurden durch das dwif vor Ort besichtigt.

- Der Standort bietet den Vorteil, dass Kongress- und Tagungsgäste aufgrund einer bestehenden Sichtachse zur Veranstaltungsstätte und einer fußläufigen Erreichbarkeit eine gewisse Nähe zum Veranstaltungsort spüren und gleichzeitig das Verkaufsargument „Tagen am See“ zum Tragen kommt.
- Durch entsprechende architektonische Maßnahmen wäre ein Kinder- und Familienhotel aufgrund der Nähe zum See denkbar, jedoch bieten sich Möglicherweise im Rahmen der ISEK-Maßnahmen zukünftig bessere Standorte für dieses Konzept an.

Hinweis: Der Standort „Limare“ könnte bei Umsetzung der Therme sowie weiteren ISEK-Maßnahmen (z. B. Verkehrsanbindung) mittel- bis langfristig als Standort für ein Budget-Design-Hotel oder ein Themenhotel (z. B. Gesundheit, See, Therme etc.) interessant werden. Nach veränderten Rahmenbedingungen sollte eine erneute Standorteinschätzung für Hotelbetriebe durchgeführt werden.

Zusammenfassende Bedarfseinschätzung

Kurzfristig

In einem ersten Schritt wird die Umsetzung eines leistungsfähigen Business- und Tagungshotels im oberen 3-Sterne/unteren 4-Sterne-Segment am Standort Karl-Bever-Platz empfohlen. Es ist davon auszugehen, dass ein neues Hotel während der Hauptsaison bereits aufgrund der vorhandenen Angebotsengpässe profitieren wird, ohne erheblichen Einfluss auf die bestehende Hotellerie auszuwirken. Zudem dürfte bei entsprechend attraktivem Angebot die Abschöpfungsquote bei den Geschäftsreisenden in der Region steigen. Ein wichtiges Element des neuen Hotels ist die Zusammenarbeit mit der Inselhalle. Beide zusammen können attraktive Angebote schnüren und insbesondere die Nachfrage von Kongress- und Veranstaltungsgästen, welche ein Gesamtangebot (Unterkunft in „einem“ nahen Hotel sowie „Tagen am See“) wünschen, erhöhen. Der überwiegende Teil von Seminaren und Tagungen bewegt sich innerhalb von Gruppengrößen mit 20-40 Personen. Das Hotel sollte zumindest Kapazitäten für rund 3-4 Tagungsgruppen vorhalten. Damit bewegt man sich in einer Größenordnung von 100-120 Zimmern. Optimal wäre eine zusätzliche Ergänzung des Angebotes für „Langzeitgäste“. Hier könnten zusätzlich leichte Kapazitäten für das „Boardinghaus-Segment“ geschaffen werden. Bei diesen Kapazitäten und guter Auslastung der Inselhalle besteht damit ausreichend Potenzial für die Nachfrage für die bestehende Hotellerie in der Nebensaison.

Nach Umsetzung des Hotels sollte die Marktentwicklung beobachtet werden. Bleiben die Auslastungszahlen trotz Erweiterung des Angebotes weiterhin zumindest annähernd auf dem bisherigen Niveau, dann bieten sich folgende Konzepte bei entsprechender Standortverfügbarkeit zur weiteren Umsetzung an:

Mittelfristig

- Kinder- und Familienhotel im gehobenen Segment mit umfangreichem Zusatzangebot.
- Budget-Design-Hotel im 2-Sterne-Superior-Segment mit Zusatzangebot für Sport- und Aktivgäste.
- Themenhotel im gehobenen Segment mit geringeren Kapazitäten.

Auf Basis der Analysen werden folgende Hotelkonzepte für den Standort Lindau empfohlen:

Bezeichnung	Positionierung	Sterne/Kapazitäten	Standort	Priorität
ab sofort/kurzfristig				

Bezeichnung	Positionierung	Sterne/Kapazitäten	Standort	Priorität
Business- und Tagungshotel (ggf. kombiniert mit Boardinghauskonzept)	Kongress- und Tagungsgäste, Geschäftsreisende, Individualreisende (ggf. Langzeitgäste)	3-Sterne-Superior bis unteres 4-Sterne-Segment/ rund 100-120 Zimmer (ggf. mit 8-10 Apartments für Langzeitgäste)	Karl-Bever-Platz	1
mittelfristig – Umsetzung weiterer Hotels in Abhängigkeit von der Angebots- und Nachfrageentwicklung und dem jeweils verfügbaren Standort				
Kinder- und Familienhotel	Familien	4-Sterne / 70-90 Zimmer	Mittelfristig - Potenzial für Zielgruppe „zahlungskräftige Familien“ – Voraussetzung ist touristisch attraktiver Standort mit See-Nähe (optimal = auf Insel)	2
Budget-Design-Hotel	Fahrradfahrer/Aktiv- und Sportgäste (z. T. Gruppen im günstigen Segment)	2-Sterne-S / 60-90 Zimmer (abhängig von Standort)	Mittelfristig - Potenzial durch Angebot im stärksten Wachstumssegment in Deutschland, Standort: touristisch attraktiv oder gute Verkehrsanbindung (z. B. Bahn)	3
Themenhotel	breite Zielgruppe	3-Sterne-S bis 4-Sterne / 30-50 Zimmer	Mittelfristig - Potenzial durch Abschöpfung von Gästen am Bodensee (Thema als Alleinstellungsmerkmal), Standort: touristisch attraktiv	4

Quelle: dwif 2015

II. Anhang

Anhang: Auszug von Ergebnissen der Primärerhebung ausgewählter Fragen

Einschätzung der Beherbergungsbetriebe und Unternehmen vor Ort zur Ansiedlung eines neuen Hotelbetriebes

Wie würden Sie die Neuansiedlung eines Beherbergungsbetriebes beurteilen?

	Beherbergung Gesamt	Hotellerie	Unternehmen Gesamt
bin vollkommen dafür	0%	0%	4%
kann ich mir gut vorstellen (kommt auf das Konzept an)	32%	26%	65%
tangiert mich nicht	14%	9%	6%
bin dagegen (Kapazitäten reichen aus)	30%	43%	17%
lehne ich ab	6%	17%	2%
weiß nicht	18%	4%	6%

Quelle: dwif 2015, Online-Erhebung Beherbergungsbetriebe und Unternehmen, n=172

An welchen Betriebstyp und welche Betriebsart denken Sie bei einer möglichen Ansiedlung eines neuen Beherbergungsbetriebes? (Mehrfachnennungen möglich, in %)⁴

Betriebstyp	Beherbergung gesamt	nach Sterne-Segment	Unternehmen gesamt	Betriebsart	Unternehmen gesamt	Beherbergung gesamt
Vollhotel	40%	3-Sterne (Comfort)	73%	Business- und Tagungshotel	53%	35%
Hotel garni	33%	4-Sterne (First Class)	67%	Familienhotel	43%	43%
Boardinghaus	28%	2-Sterne (Standard)	27%	Budget-Designhotel	40%	28%
Hostel/ Budgetbetrieb	18%	5-Sterne (Luxus)	20%	Sport- und Aktivhotel	20%	25%
Apartmentanlage	18%	1-Stern (Tourist)	7%	Radhotel	7%	20%
Gasthof/Pension	13%			Themenhotel	48%	8%
Ferienpark	10%			Wellnesshotel	43%	13%
weiß nicht	15%			weiß nicht	0%	15%

Quelle: dwif 2015, Online-Befragung Beherbergungsbetriebe, n=172

Anhang : Angaben laut Primärerhebung bei den Beherbergungsbetrieben zu möglichen Standorten:

Im Rahmen der Online-Befragung wurden die Beherbergungsbetriebe und Unternehmen nach Vorschlägen für mögliche Hotelstandorte gebeten. Nachfolgend werden diese zur Prüfung von Rahmenbedingungen (z. B. Eigentümer, Verfügbarkeit etc.) aufgelistet.⁵

- Aeschach und in der Nähe des künftigen Reutiner Bahnhofs
- Au der Insel
- Außerhalb des Stadtkerns! Anbindung zu. Stadtmuseum erforderlich. Nicht Insel, zu überlaufen ohnehin.
- Autobahnnähe
- Bahngleisgelände
- Bereiche vor der Insel wie z.B. Hundweilerstrasse, Alpengarten, Toskana Park
- Gegenüber Eichwald
- Hintere Insel
- Hintere Insel, Randgebiete
- Im Stadtbusbereich

⁴ Zum Teil unterschiedliche Fragestellungen. Bei den Beherbergungsbetrieben wurde nach dem Betriebstyp und bei den Unternehmen nach dem Sterne-Segment gefragt. Bei der Betriebsart erfolgten bei den Unternehmen zwei unterschiedliche Fragestellungen zum Bedarf. Einmal bei der Frage nach der Beurteilung der Quantität des bestehenden Beherbergungsgewerbes und im Rahmen der Frage nach der Beurteilung zur Neuansiedlung eines Hotels (=Ergebnisse der Betriebsart in dieser Tabelle).

⁵ Nach eigenem Wortlaut der befragten Teilnehmer.

- Industriegebiet, Nähe Autobahn
- Inselgelände(Hintere Insel) nach Bahnhofsumstrukturierung brauchen dringend einen Ganz-Jahres-Tagungsbetrieb und Infrastruktur dafür
- Nähe Autobahn
- Reutin
- Seenähe
- Zech, Aeschacher Ufer, Ladestr.
- Zwischen Eichwaldbad und Wankelareal

Angaben Unternehmen laut Online-Befragung

- Auf der Insel
- Ehemaliges Bahlsen Areal bei A96 (McDonalds) und Tagungshotel auf/bei Insel
- Ehemaliges Bahlsen-Gelände an der Bregenzer Straße
- Gewerbegebiet für Geschäftsreisende, Lindauer Insel für Tagungs- und Feriengäste
- Gewerbegebiet Rickenbach/Zech
- Insel
- Insel + Inselnähe
- Lindau-Insel
- Nicht auf der Insel
- Reutin