

Heinrich SCHOOF, Dortmund

Strukturwandel im Ruhrgebiet am Beispiel der Hotels

1. Einleitung

Der räumliche Strukturwandel in altindustrialisierten Regionen hat viele Facetten. Im Ruhrgebiet ist er darüber hinaus bestimmt durch eine Siedlungsstruktur, die durch die Besonderheiten der Standortwahl des Bergbaus geprägt ist. Für die frühe Industrialisierung lassen sich auf der einen Seite Regionen unterscheiden, in denen bestehende Siedlungszentren als Industrieorte gewählt wurden, also bestehende Siedlungsstrukturen industrialisiert wurden und auf der anderen Seite solche Regionen, in denen sich Industrieansiedlungen ihre Siedlungsstruktur schufen. Zur letzteren ist das Ruhrgebiet und insbesondere dessen Emscher-Lippe-Zone zu rechnen.

Dieser Unterschied hat offenbar weitreichende Folgen für Entwicklung und Bestand an Dienstleistungseinrichtungen im weitesten Sinn. Später industrialisierte Zentralorte haben in der Regel ihre Umlandfunktionen nicht eingebüßt. Der Dienstleistungsbereich erhielt zusätzliche Entwicklungsimpulse aus wachsender Bevölkerung und Unternehmensnachfrage. Durch Industrie- und Bergbauansiedlung gestaltete neue Orte hatten demgegenüber kaum Chancen ein eigenes Hinterland zu gewinnen, vielmehr verharteten sie mehr oder weniger selber im Hinterland der traditionellen Zentren. Das gilt ganz deutlich auch für die Gemeinden der Emscherzone gegenüber den alten Zentren der Hellwegzone. Hinzu kommt, daß die neu angesiedelten Großbetriebe relativ geringe Kundenkontakte und häufig ausgelagerte Verwaltungen aufweisen, während die Arbeitskräfte unterdurchschnittliche Einkommen erzielen. Beides führt zu unterdurchschnittlicher Nachfrage nach Dienstleistungen.

Insofern sind entsprechende Änderungen beim Dienstleistungsangebot als Folge des Strukturwandels zu erwarten, eine Änderung ist aber gleichzeitig als Standortbedingung Voraussetzung des Strukturwandels. Angesichts der Größe der Untersuchungsregion muß das nicht zur Selbstblockade führen, da eine Anpassung in Iterationsschritten möglich ist.

Dienstleistungen sind sowohl hinsichtlich ihrer räumlichen Verteilung als auch ihrer Bedeutung für regionale Entwicklungsstrategien vielfach untersucht worden. Der vorliegende Beitrag konzentriert sich mit dem Beherbergungsgewerbe allerdings auf einen Dienstleistungssektor, für den das Gegenteil gilt. Vor

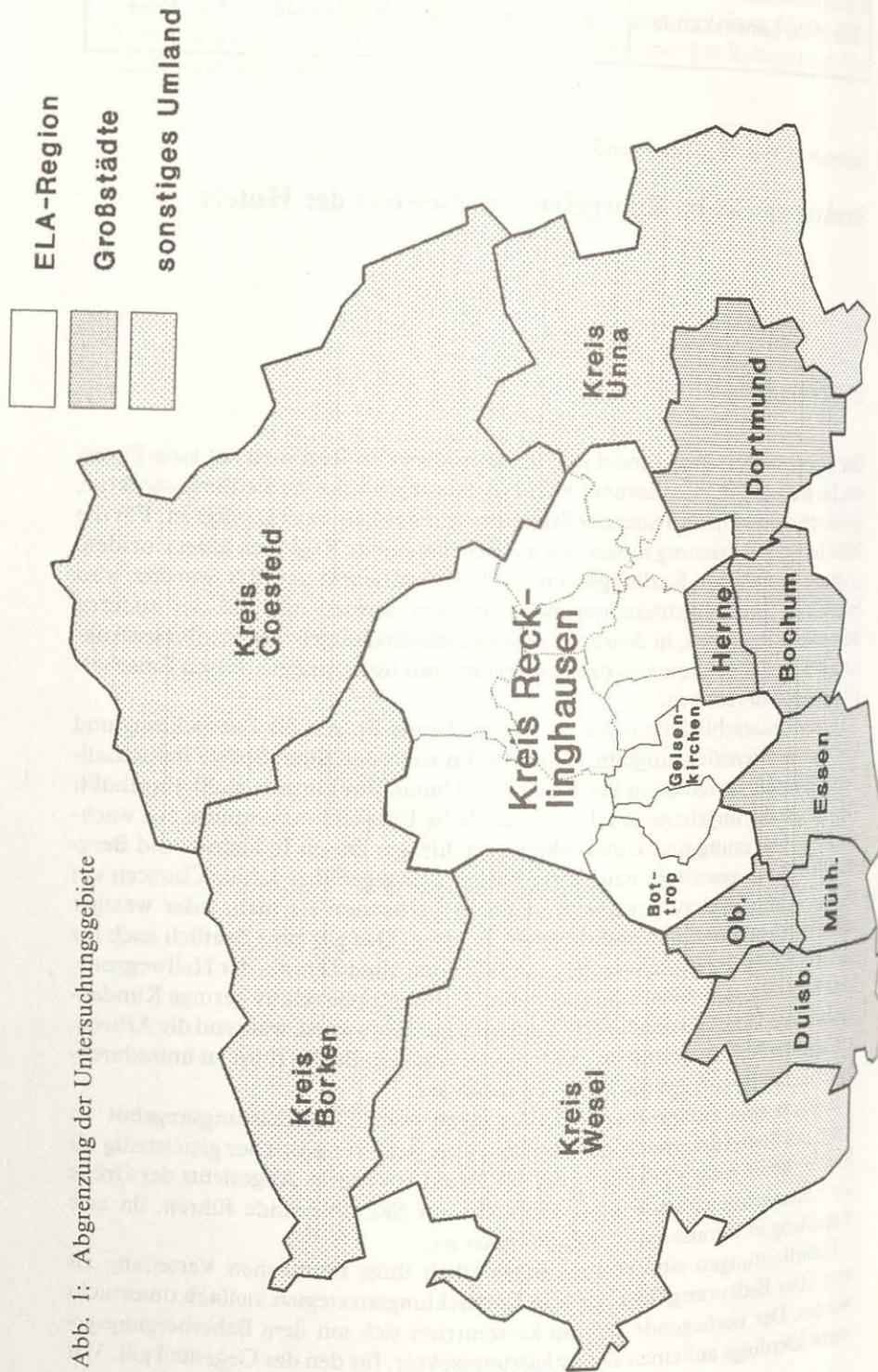


Abb. 1: Abgrenzung der Untersuchungsgebiete

allen bei kleinräumiger Betrachtung ist die Literatur zur Entwicklung des Beherbergungsgewerbes äußerst spärlich.

Während geographische Untersuchungen vorwiegend nach Mustern räumlicher Verteilung und Erklärungsgründen ihrer Entstehung fragen, soll hier der Gegenstand aus der Sicht der Planung behandelt und gefragt werden, unter welchen Bedingungen in unserem Betrachtungsraum, der Emscherzone, ein Ausbau des Beherbergungsgewerbes erwartet und gegebenenfalls gefördert werden kann.

Die Darstellung stützt sich auf eine Untersuchung¹ für die Emscher-Lippe-Agentur, eine Organisation der Wirtschaftsförderung. Der Untersuchungsraum ist damit nach keinerlei funktionalen Kriterien abgegrenzt, was bei Planungsaufgaben sehr häufig der Fall ist. Er umfaßt mit den Städten Gelsenkirchen und Bottrop sowie dem Kreis Recklinghausen einen großen Teil der Emscherzone, aber auch angrenzende Gemeinden des südlichen Münsterlandes, aus der Perspektive des Fremdenverkehrs extrem unterschiedliche Teilräume (vgl. Abb. 1).

Strukturwandel im Ruhrgebiet wird als notwendig reklamiert, weil die Region, wirtschaftlich geprägt durch stagnierende und schrumpfende Branchen, infolge mangelnder Attraktivität Gefahr lief, langfristig zu veröden. Wenn auch in statistischen Größen noch kaum meßbar, hat sich für den aufmerksamen Beobachter ein deutlicher Wandel eingestellt. Ob dieser Wandel ohne anhaltendes Wirtschaftswachstum und rapiden Strukturwandel auf gesamtstaatlicher Ebene möglich gewesen wäre, mag hier dahingestellt bleiben.

2. Strukturwandel im Hotelgewerbe

Die vorliegende Untersuchung beschränkt sich auf einen Teilbereich des Beherbergungsgewerbes, die Hotellerie. Die wesentlichen Fragestellungen nach dem Strukturwandel im Bereich der Hotellerie und dessen Zusammenhang mit den Veränderungen der übergeordneten Rahmenbedingungen lassen sich aus einer Perspektive der Regionalentwicklung formulieren. Auch wenn sich die Veränderungen schließlich über Standortentscheidungen für Hotels realisieren, muß die Frage erweitert werden auf die Struktur des Hotelbedarfs zumindest nach Qualitätsmerkmalen.

Zunächst handelt es sich um die Entwicklung der quantitativen Nachfrage als betriebswirtschaftliche Voraussetzung für ein entsprechendes Angebot, aber in der Gegenbeziehung auch um die Bedeutung des Angebotes als Entwicklungsvoraussetzung in anderen Bereichen, zum Beispiel der Ansiedlung von sonstigen gewerblichen Unternehmen.

Da der Zusammenhang von Angebot und Nachfrage im Bereich der Hotellerie wesentlich weniger eng ist als zum Beispiel im Einzelhandel, ist eine repräsentative Befragung potentieller Nachfrager ausgeschlossen. Die Nachfrage nach Übernachtungsgelegenheiten ist abhängig von der Entwicklung bei unterschiedlichen Reisezwecken. Für die Region relevant ist einerseits der Geschäftsreiseverkehr und andererseits die Kurzreise, insbesondere für die Wochenenderho-

lung. Beide sind abhängig vom wirtschaftlichen Strukturwandel. Bei den Kurzreisen, die ihr Ziel vor allem in der ländlichen Peripherie des Ballungsraumes haben, ist die Einkommensentwicklung eine wesentliche Voraussetzung. Der Umfang der Geschäftsreisen ist vor allem abhängig von der Art der in den Unternehmen erbrachten Leistungen sowie dem Maß der Arbeitsteilung. Darüber hinaus mag die großräumige Lagegunst im Verkehrssystem eine Rolle spielen. Die zunehmende Verbreitung kleinerer und mittlerer Betriebseinheiten mit einem hohen Grad an Arbeitsteilung und wachsender Abhängigkeit von Ferndienstleistungen bei gleichzeitigem Rückgang von Großbetrieben des Bergbaus sowie der Grundstoffindustrie sind Merkmale des allgemeinen wirtschaftlichen Strukturwandels in der Region und gleichzeitig Triebfedern einer positiven Nachfrageentwicklung.

Da quantitative Zusammenhänge zwischen der Hotelnachfrage einerseits und verfügbaren Daten der Wirtschaftsstatistik andererseits nicht zu belegen waren, wurde im Rahmen der Untersuchung bei ausgewählten Betrieben eine Erhebung der betriebsbedingten Übernachtungen durchgeführt, die aber auch keine gesicherten Ergebnisse zum Übernachtungsbedarf, vor allem aber keine Informationen zu Veränderungen über die Zeit erbrachte, wohl aber Hinweise auf qualitative Ansprüche an das Angebot.

Damit ist ein weiteres wesentliches Merkmal des Strukturwandels angesprochen. So wie die Hotels im Rahmen des Übernachtungsgewerbes nur einen Teilbereich abdecken, ist das Angebot der Hotels wiederum nach qualitativen Merkmalen zu differenzieren. Veränderungen in Form des Entstehens neuer, aber auch des Verschwindens traditioneller Angebotsformen sowie quantitative Verschiebungen zwischen den einzelnen Angebotsformen sind Ausdruck des internen Strukturwandels im Übernachtungsgewerbe.

Geprägt ist die Entwicklung auf der Nachfrageseite vor allem durch wachsende Kaufkraft und damit verbunden zunehmende Ansprüche sowie zwanglosere Lebensformen. Für die Anbieter stehen die Kostenentwicklungen vor allem aber auch allgemeine Probleme der Personalrekrutierung im Vordergrund der Überlegungen. Insgesamt führt das nicht zu einem einfachen trading up im Rahmen der traditionellen Angebotsstruktur. Die Reaktionen sind differenzierter. Im unteren Angebotssegment zum Beispiel wurden vor allem in Frankreich² neue Konzepte entwickelt, die bei radikalem Verzicht auf personalabhängigen Service sich konzentrieren auf die heute als Minimum geltende Sachausstattung der Gästezimmer. In nahezu allen westeuropäischen Ländern sind bereits entsprechende Konzepte der Markterschließung zu beobachten. Dabei ist der rasche Erfolg in Frankreich möglicherweise nicht zuletzt zurückzuführen auf den besonders schlechten Zustand der traditionellen Billigangebote.

In Deutschland expandieren besonders stark die mittleren Angebotsqualitäten. Aber auch hier konzentrieren sich die Überlegungen weithin auf die Servicekosten. Dabei spielt vor allem der Restaurantbereich eine Rolle. Als Beispiel sei hier nur die Kette der „Ibis Hotels“ genannt.

Demgegenüber ist im oberen Marktsegment eher Stagnation zu beobachten. Aus Sicht der Anbieter lassen sich Luxushotels mit umfassendem Serviceangebot kaum gewinnbringend gestalten. Luxushotels gelten mehr als Prestigeobjekte.

Dem erkennbaren Trend folgen auch die zunehmend Verbreitung findenden

Hotels nach dem Konzept der Boarding-Häuser. Hier werden vor allem Gäste mit mittlerer und längerer Aufenthaltsdauer angesprochen, die Serviceleistungen nur eingeschränkt und individuell abrufen. Auf Restaurants wird dabei weitgehend verzichtet. Dabei ist dieser Typ nicht auf einzelne Preissegmente beschränkt. In den USA bestehen entsprechende Konzepte zum Beispiel auch für das oberste Qualitätsniveau.

Die Vielfalt der hier angedeuteten Reaktionsweise auf veränderte Marktbedingungen macht es schwer, den ablaufenden Strukturwandel in einer Region zu analysieren. Die hierfür notwendige Bildung von Kategorien als Beobachtungseinheiten ist letztlich nicht befriedigend zu lösen. Die Schwierigkeit besteht nicht nur für wissenschaftliche Untersuchungen, sondern auch für das praktische Marketing. Vor allem Hotelführer stehen vor der Schwierigkeit, das Angebot klassifizierend zu beschreiben. So umstritten die dort vorzufindenden Zuordnungen auch sein mögen, bilden sie doch die einzige Informationsgrundlage für eine Zeitreihenuntersuchung nach qualitativen Merkmalen. Dabei erfolgt eine Zuordnung nach Sternen oder anderen Symbolen. Verdeckt bleibt allerdings, daß zum Beispiel ein Stern für unteres Preis- und Qualitätssegment steht, sich die Merkmale des Angebotes innerhalb dieses Segmentes aber im Zeitablauf erheblich verändern können. Insofern kommt Veränderungen über die Grenzen der Kategorien hinweg besondere Bedeutung zu. Das gilt auch für die zu beobachtende Stärkung des mittleren Angebotsniveaus im Untersuchungsgebiet.

Unter räumlichen Gesichtspunkten muß die größte Aufmerksamkeit gelten den Veränderungen im Standortgefüge als Ausdruck des Strukturwandels. Ist das relative Aufholen einer altindustrialisierten Bergbauregion als Hotelstandort ein bemerkenswerter Indikator für vielfältige Entwicklungsprozesse, so geben erst die kleinräumigen und angebotsformenbezogenen Entwicklungen im Standortgefüge ausreichende Informationen zur Beurteilung der ablaufenden Prozesse.

Eine differenzierte Standortwahl bei Hotels hat lange Tradition. Unterscheidet man grob nach dem Zweck in Passanten- und Erholungshotels, so wird bei ersteren eine betonte Verkehrsorientierung deutlich, die in der Position am Marktplatz, am Bahnhofplatz oder der Fernstraßeneinfahrt ihren jeweils richtigen Ort fand. Daneben bestanden unterschiedliche Standortmuster in Abhängigkeit von dem Angebotsniveau der Hotelbetriebe. Diese folgten, unter Berücksichtigung der Verkehrsorientierung, weitgehend dem sozioökonomischen Status der jeweiligen Stadtquartiere.

Die moderne Entwicklung bei den Verkehrsmitteln hat einerseits extrem enge Standortbindungen gebracht, zum Beispiel beim Flughafenhotel oder der Autobahnraststätte, andererseits aber Standortbindungen wie auch bei anderen Nutzungsarten gelockert. Dadurch verliert die traditionell vorherrschende Orientierung der Passantenhôtels am Stadtkern mehr oder weniger ihre Bedeutung.

In den USA, in denen der Verlust traditioneller Stadtkernfunktionen am weitesten fortgeschritten ist, hat sich zumindest für das einfache und mittlere Marktsegment eine klare Standortorientierung an den Anschlüssen der Fernverkehrsstraße in Nachbarschaft zu Tankstellen, Restaurantketten und teilweise zu Einzelhandelszentren herausgebildet. In jüngster Zeit hat sich in Frankreich für

das untere Preissegment die moderne Industrie- und Gewerbezone an der Peripherie mittlerer und größerer Städte als bevorzugter Standort herausgestellt.

Da die Zahl der in jüngerer Zeit vollzogenen Standortentscheidungen in der Emscher-Lippe-Region gering ist und keine angemessene Auswertung zuläßt und die in der Diskussion befindlichen Projekte in ihrer weiteren Entwicklung nicht absehbar sind, wurde im Rahmen der Untersuchung eine Befragung zu den Standortanforderungen durchgeführt. Die Erhebung unterscheidet nach Qualitätsstufen der Hotels. Befragt wurden mit Investoren, Betreibern und Planern von Hotels Personen, die überwiegend über sehr gute Kenntnisse der Branche verfügen. Das Ergebnis dieser Befragung stimmt weitgehend überein mit den allgemein zu beobachtenden Trends und kann als verlässlich angesehen werden.

3. Strukturwandel als Ziel

Strukturwandel ist ein Prozeß, der permanent abläuft, wobei die Veränderungen mehr oder weniger ausgeprägt sein können. In der Entwicklung kann Stagnation oder Dynamik vorherrschen. Die Entwicklung kann von außen unbeeinflusst ablaufen oder zum Gegenstand politischer Intervention gemacht werden. Im nachhinein läßt sich kaum eindeutig belegen, welche Wirkungen von den Handlungen einzelner Akteure ausgehen. Dennoch ist es interessant, mit welchen Zielsetzungen die einzelnen Akteure sich an Entscheidungen beteiligen.

Strukturwandel im Ruhrgebiet ist seit langem politisches Ziel. Zwar wird den Dienstleistungen große Aufmerksamkeit gewidmet im Rahmen von entwicklungspolitischen Konzepten auf Bundes- und Landesebene, aber Hotels spielen dabei keine explizite Rolle. Eine überraschend große Rolle spielen demgegenüber Hotels in den Überlegungen kommunaler Wirtschaftsförderung. Diese konzentrieren sich allerdings weitgehend auf das oberste Marktsegment. Dabei geht es ganz offenkundig um erhoffte Prestigewirkungen und den erwünschten Rahmen für mögliche Veranstaltungen und Begegnungen mit als wichtig eingeschätzten Personen. Demgegenüber sind Kenntnisse der tatsächlich erforderlichen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für eine Ansiedlung gering. Die vielfältigen Hoffnungen haben entsprechend wenig Realisierungschancen. Dennoch kommt den Gemeinden bei der Suche nach geeigneten Grundstücken eine beachtliche Rolle zu.

Im Hotelgeschäft ist der Hotelier, der im eigenen Gebäude sein individuelles Hotel betreibt, weiter auf dem Rückzug. Die Formen der Eingliederung in große Hotelketten sind vielfältig und sollen hier nicht behandelt werden. Wesentlich ist, daß Marktanpassungen weitgehend über die Einführung zentral entwickelter Betriebstypen und deren regionale Ausbreitung erfolgt. Das heißt nicht, daß der Individualist bei Aufspüren einer Marktnische keine Chance hätte, das bedeutet aber, daß auch die räumliche Entwicklung mehr und mehr durch großräumig orientierte Markterschließungskonzepte bestimmt wird. Dabei gleicht die Einzelfallgestaltung oft mehr einem Puzzle, wobei Entscheidungsprozesse überwiegend durch große Vorsicht gekennzeichnet sind. Ansiedlungsvorhaben werden

in der Regel sehr diskret behandelt und entsprechende Verhandlungen können sich in die Länge ziehen bis der geeignete Standort für den gewünschten Typ gefunden ist.

4. Daten zum Strukturwandel

Die zu beobachtenden Veränderungen sind teilweise Folge wirtschaftlicher und sozialer Veränderungen, die größere Räume betreffen, teilweise haben sie ihre Ursache in regionalen Besonderheiten. Da das Datenmaterial spärlich ist, lassen sich unterschiedliche Ursachen nur schwer abgrenzen. Hier sollen deshalb nur einige relevante Tendenzen belegt werden.

Eine wachsende Reiselust ist langfristig unübersehbar. Die Zahl der Reisen mit Übernachtung im Inland ohne Campingplätze und Verwandtenbesuche haben von 1984 bis 1989 um 22 Prozent zugenommen. Dabei werden gleichzeitig wachsende Qualitätsansprüche gestellt. Das wird schon allein deutlich daran, daß nur die Hotels gegenüber allen anderen Betriebsarten einen überdurchschnittlichen Zuwachs erreichten³.

Da das betrachtete Gebiet nur an seinem Nordrand im Übergang zum Münsterland für Erholungsreisen in Betracht kommt, spielt hier die Geschäftsreise eine besondere Rolle. Die Geschäftsreisenden dominieren ohnehin in den Hotels. Die Entwicklungstrends sind hier die gleichen. Für die jüngste Zeit wird eine drastische Zunahme berichtet, die in diesem Umfang längerfristig nicht stabil sein muß. Von 1988 bis 1990 haben sich die Reisen je Reisenden um etwa 50 Prozent vermehrt, wobei die Reisen mit Übernachtung von 67 Prozent auf 76 Prozent stiegen⁴. Gleichzeitig wurde eine deutliche Verschiebung der Nachfrage zugunsten der höheren Preisklassen, allerdings nicht der Luxushotels beobachtet. Dieser Entwicklung folgt auch die Angebotsseite. Während die Zahl der Betten in Hotels und hotelähnlichen Betrieben 1981 bis 1987 insgesamt nur um 4 Prozent zugenommen hat, haben die Hotels einen Zuwachs von 22,5 Prozent zu verzeichnen bei gleichzeitig verbesserter Bettenauslastung. Die qualitative Verbesserung des Angebots zeigt sich auch in der Zunahme des Anteils der Zimmer mit Bad oder Dusche und WC von 49 Prozent auf 66 Prozent⁵.

Zur Einschätzung der Situation in der Untersuchungsregion wurde ein Vergleich durchgeführt mit den nördlich und westlich angrenzenden Landkreisen Coesfeld, Borken und Wesel, den Hellwegstädten und den Städten Bonn, Düsseldorf, Köln und Münster als herausragenden Fremdenverkehrszentren. Um differenzierte Bestandsdaten zu gewinnen, wurden Unterkunftsverzeichnisse der Fremdenverkehrsorganisationen sowie die einschlägigen Hotelführer ausgewertet. Dabei wurden die Hotels unterschiedlichen, mit Sternen gekennzeichneten Qualitätsstufen zugeordnet. Angesichts unterschiedlicher Kriterien für die Aufnahme in die Verzeichnisse ergibt sich keine uneingeschränkte Vergleichbarkeit. Die auftretenden Fehler können aber vernachlässigt werden.

Die Bettenausstattung erreicht im Untersuchungsgebiet mit Abstand den geringsten Wert. Auffällig ist der relativ hohe Ausstattungswert in den angrenzen-

den Landkreisen. Das gilt besonders, wenn man berücksichtigt, daß die eigentlichen Hellweg-Zentren Essen und Dortmund auch nur 430 bzw. 433 Betten je 100 000 Einwohner aufweisen (vgl. Tab. 1).

Tab. 1: Betten je 100 000 Einwohner in Hotels nach Qualitätsstufen 1990

	Zahl / Anteil der Betten					Summe
	*****	****	***	**	*	
Untersuchungsregion	0	44	72	63	33	212
	0 %	21 %	34 %	30 %	15 %	100 %
angrenzende Landkreise	0	19	77	167	128	391
	0 %	5 %	20 %	43 %	33 %	100 %
Hellwegstädte	11	38	113	125	26	313
	3 %	12 %	36 %	40 %	5 %	100 %
Fremdenverkehrs- zentren	134	293	501	409	81	1418
	9 %	21 %	35 %	29 %	6 %	100 %

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen auf der Grundlage der Auswertung von Hotelführern

Deutlich erkennbar ist auch die Verschiebung zugunsten der unteren Qualitätsstufen in den Landkreisen sowie im Untersuchungsgebiet. Das gilt um so mehr, wenn man bedenkt, daß die 4-Sterne-Kategorie im Untersuchungsgebiet nur durch ein neueres Hotel in Gelsenkirchen besetzt ist, das bereits als Ergebnis eines ablaufenden Strukturwandels zu betrachten ist.

Tab. 2: Größe der Hotels nach Betten je Betrieb und Qualitätsstufen 1990

	Betten je Betrieb					im Mittel
	*****	****	***	**	*	
Untersuchungsregion		468	84	37	26	54
angrenzende Landkreise		86	65	39	35	42
Hellwegstädte	298	171	110	52	33	70
Fremdenverkehrs- zentren	346	303	138	62	39	103

Quelle: Eigene Berechnung

Für die Beurteilung der Überlebensfähigkeit der Betriebe ergeben sich erste Hinweise aus der Betriebsgröße. In allen Betrachtungsräumen sind die Betriebe mit weniger qualifiziertem Bettenangebot auch die kleineren Betriebe. Geht man davon aus, daß das Angebot der 1-Stern-Kategorie langfristig nur eingeschränkt aufrechtzuerhalten ist, muß für die Untersuchungsregion auch die geringe Größe der Hotels der 2-Sterne-Kategorie als Signal verstanden werden (vgl. Tab. 2).

Unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten ist die Bettenauslastung, angemessene Preise vorausgesetzt, der entscheidende Beurteilungsfaktor. Hier ergeben sich für die Untersuchungsregion die niedrigsten Ausgangswerte aber auch die höchsten Zuwachsraten. Da auch die Übernachtungen von 1985 bis 1990 um 60 Prozent weit überdurchschnittlich zugenommen haben, verbirgt sich hinter diesen Zahlen offenbar per Saldo kein negativer Anpassungseffekt als Folge von Betriebsschließungen. Vielmehr ist es insgesamt gelungen, einen wachsenden Markt für eine wirtschaftliche Gesundung zu nutzen. Betrachtet man einzelne Gemeinden oder gar einzelne Betriebe innerhalb der Region, ergeben sich natürlich starke Abweichungen. Das aber soll hier nicht weiter verfolgt werden (vgl. Tab. 3).

Um eine Einschätzung der zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten zu erhalten, wurden umfangreiche Befragungen bei Hotelbetreibern, -investoren und -planern, aber auch bei gewerblichen Kunden durchgeführt.

Tab. 3: Entwicklung der durchschnittlichen Bettenauslastung im regionalen Vergleich

	Aus-						
	lastung						
	in %	1985—1990 Meßzahl 1985 = 100					
	85	86	87	88	89	90	
Region I:							
Ela-Region	24	27	29	29	32	33	138,3
Region II:							
Hellweg-Zone	31	31	31	33	35	40	129,0
Region III:							
Umliegende							
Kreise	26	26	27	29	31	31	119,2
Vergleichsstädte	38	38	39	43	44	45	118,4

Quelle: Zusammenstellung nach: Statistische Berichte des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen, Gäste und Übernachtungen im Fremdenverkehr Nordrhein-Westfalens 1990 sowie Informationen aus der amtlichen Statistik. Die Gemeinden Nordrhein-Westfalens. Ausgaben 1986 bis 1990

Im Ergebnis wird relativ einhellig ein großes Entwicklungspotential in der 3-Sterne-Hotellerie, aber auch bei der 2-Sterne-Hotellerie gesehen, wohingegen für die Luxusklasse kein Markt besteht. Auch künftig wird das Untersuchungsgebiet nicht die Funktionen der großen Zentren übernehmen. Im Mittelpunkt des Marktes der Region wird der Geschäftsreisende gesehen. Hinderlich sind die fehlenden Möglichkeiten, in den Urlaubszeiten Übernachtungsausfälle durch andere Gäste auszugleichen.

5. Das Standortproblem

Wie bereits gezeigt, hat der Strukturwandel auch eine spezifische Standortkomponente. Im Einzelfall kann der Strukturwandel durch Modernisierung vorhandener Betriebe, durch Ansiedlung neuer oder Aufgabe alter Betriebe stattfinden. Welche Anteile auf die jeweiligen Handlungsmöglichkeiten entfallen, ist weder für den Untersuchungsraum noch größere Vergleichsräume bekannt. Bei Expansion der Kapazitäten, wie im vorliegenden Fall, sind die Bedingungen für eine Neuansiedlung besonders günstig. Damit wird auch gleichsam eine Modernisierung der Standortstruktur begünstigt. Insgesamt entsprechen die jeweils bestehenden Nutzungsverteilungen nur sehr eingeschränkt den aktuellen Ansprüchen. Je nach Einrichtung oder Nutzungsart wirken die vorhandenen Investitionen mehr oder weniger stark gegen eine Standortanpassung. Besonders ausgeprägt sind die Widerstände bei größeren Produktionsanlagen in der Industrie, die nur unter extremen Voraussetzungen verlagert werden.

Je umfassender die strukturellen Veränderungsprozesse ablaufen, desto weitreichender wird sich auch die Standortstruktur verändern. Da der Prozeß offenbar bei weitem noch nicht abgeschlossen ist, sind Kenntnisse über angestrebte Standortbedingungen wichtig, um zu erwartende räumliche Verteilungen und damit denkbare Interventionserfordernisse rechtzeitig abschätzen zu können.

Um möglichst differenzierte Informationen über Standortanforderungen zu gewinnen, wurde eine Befragung bei Planern, Betreibern und Investoren von Hotels durchgeführt. Die Auswahl der Befragten ist nicht im formalen Sinn repräsentativ. Es wurde aber Wert darauf gelegt, besonders kenntnisreiche und erfahrene Interviewpartner auszuwählen. Da eine nahezu uneingeschränkte Antwortbereitschaft bestand, ist das Ergebnis als weitgehend zuverlässig einzuschätzen.

Für eine Befragung müssen die Eigenschaften der gewünschten Standorte in einen einheitlichen Katalog von Standortfaktoren transformiert werden. Dieser kann aus erhebungstechnischen Gründen weder vollständig noch sehr stark ausdifferenziert sein. Im vorliegenden Fall erfolgte eine Beschränkung auf großräumig relevante Faktoren. Im Rahmen von Interviews zu den Entwicklungspotentialen in unterschiedlichen Marktsegmenten wurden auch Standortfragen für potentielle Neuansiedlungen diskutiert. Auf dieser Grundlage wurde ein Standortfaktorenkatalog entwickelt, der in einen Fragebogen für eine schriftliche Befragung aufgenommen wurde. Die insgesamt 26 Faktoren sind den folgenden Bereichen zuzurechnen:

- Image,
- Wirtschaftsbesatz,
- kommunale Entwicklungsparameter,
- Infrastrukturbesatz,
- Lagefaktoren,
- Wettbewerb.

Die Bedeutung der Faktoren wurde in Bezug auf fünf Hotelkategorien abgefragt:

- De Luxe,
- First Class,
- obere Mittelklasse,
- untere Mittelklasse,
- Low Budget.

Diese Gliederung entspricht etwa der von zahlreichen Hotelführern verwendeten Klassifikation, die mit einem bis fünf Sterne gekennzeichnet wird.

Für jedes Standortkriterium konnte von den Befragten für die jeweilige Hotelkategorie ein Gewicht zum Ausdruck der Bedeutung des Kriterium zwischen 0 und 100 Punkten vergeben werden. Dabei bedeuten:

- 100 Punkte = sehr wichtig,
- 75 Punkte = wichtig,
- 50 Punkte = von mittlerem Gewicht,
- 25 Punkte = von geringem Gewicht,
- 0 Punkte = bedeutungslos.

Die Mittelwerte der Befragungspunkte zu jedem Kriterium liegen der weiteren Auswertung zugrunde.

Legt man die durchschnittliche Gewichtung aller Kriterien zugrunde, so ergibt sich eine von den De Luxe Hotels zu den Low Budget Hotels abnehmende Standortabhängigkeit. Dabei wird bereits deutlich, daß die drei oberen Klassen, vor allem die beiden obersten Klassen noch relativ nah beieinander liegen. Demgegenüber zeigt sich bei globaler Betrachtung eine weitgehende Standortunabhängigkeit der Low Budget Hotels (vgl. Tab. 4).

Tab 4: Durchschnittliche Gewichtung aller Standortkriterien

	Hotelkategorien				
	De Luxe	First Class	Obere Mittelklasse	Untere Mittelklasse	Low Budget
Durchschnittl. Gewichtung in Punkten	68	66	61	52	32

Quelle: Eigene Erhebung 1990

Tab. 5: Standortgewichtungen aller Kategorien nach Rangfolge

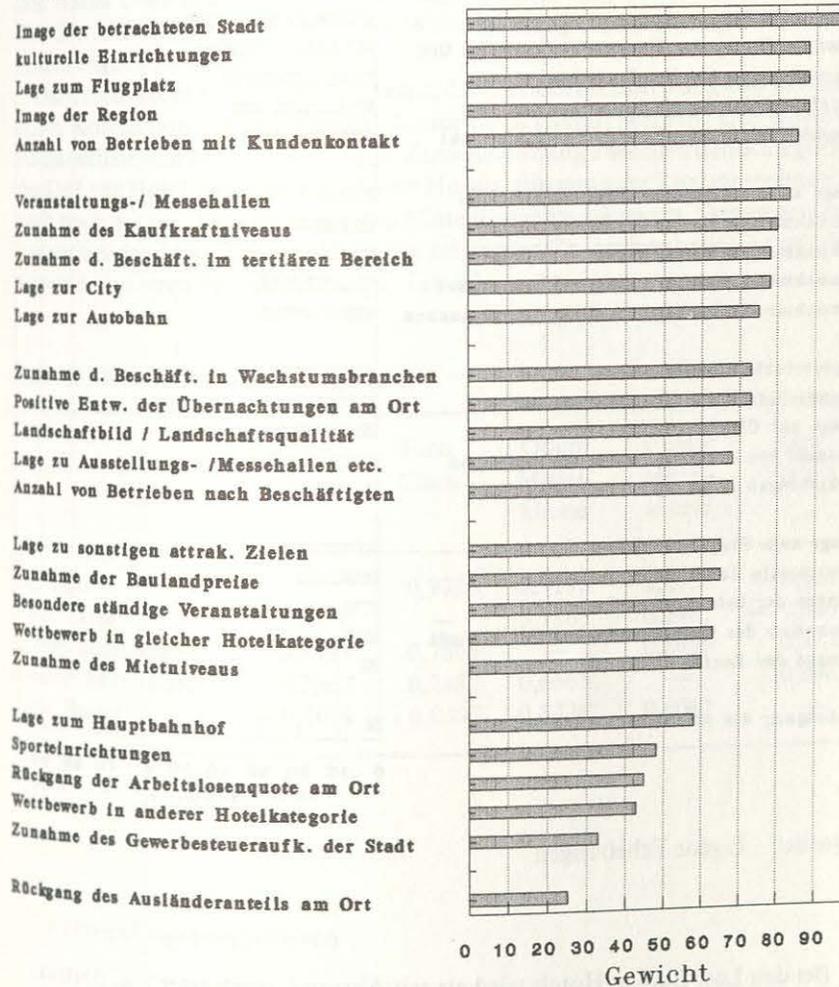
Standortkriterien	Hotelkategorien				
	De Luxe	First Class	obere Mittel- klasse	untere Mittel- klasse	Low Budget
Image der betrachteten Stadt	1	1	9	18	23
Lage zum Flugplatz	2	2	12	23	21
kulturellen Einrichtungen	2	2	3	22	22
Image der Region	2	6	19	18	25
Anzahl von Betrieben mit Kundenkontakt	5	5	4	6	10
Veranstaltungs-/Messehallen	6	4	1	3	4
Zunahme des Kaufkraftniveaus	7	10	8	7	8
Zunahme der Beschäftigten im tertiären Sektor	8	6	4	7	14
Lage zur City	8	6	15	18	17
Lage zur Autobahn	10	6	2	1	1
Positive Entwicklung der Übernachtungen am Ort	11	12	4	2	7
Zunahme der Beschäftigten in Wachstumsbranchen	11	10	9	10	14
Landschaftsbild/ Landschaftsqualität	13	12	9	7	17
Lage zu Ausstellungs-/Messehallen etc.	14	14	12	15	10
Anzahl von Betrieben nach Beschäftigten	14	16	15	17	17
Lage zu sonstigen attraktiven Zielen	16	14	4	5	2
Zunahme der Baulandpreise	16	17	17	12	10
Wettbewerb in gleicher Kategorie	18	19	21	10	2
Besondere ständige Veranstaltungen	18	17	12	3	4
Zunahme des Mietniveaus	20	20	17	15	10
Lage zum Hauptbahnhof	21	20	19	12	6
Sporteinrichtungen	22	23	22	12	14
Rückgang der Arbeitslosenquote am Ort	23	24	24	18	9
Wettbewerb in anderer Kategorie	24	22	23	24	20
Zunahme des Gewerbesteuerauf- kommens der Stadt	25	25	25	25	24
Rückgang des Ausländeranteils am Ort	26	26	26	26	26

Quelle: Eigene Berechnungen

Dieses Ergebnis bestätigt sich auch bei differenzierter Betrachtung der Ergebnisse zu einzelnen Standortfaktoren. Dabei erfolgt eine Beschränkung auf den Vergleich von De Luxe Hotels und Low Budget Hotels (vgl. Abb. 2, 3 u. Tab. 5).

Abb. 2: Gewichtungsreihenfolge im Bereich De Luxe Hotels

Kriterium



Quelle: Eigene Erhebungen

Abb. 3: Gewichtungsreihenfolge im Bereich Low Budget Hotels

Kriterium

- Lage zur Autobahn
- Lage zu sonstigen attrakt. Zielen
- Wettbewerb in gleicher Hotelkategorie
- Veranstaltungs-/ Messehallen
- Besondere ständige Veranstaltungen

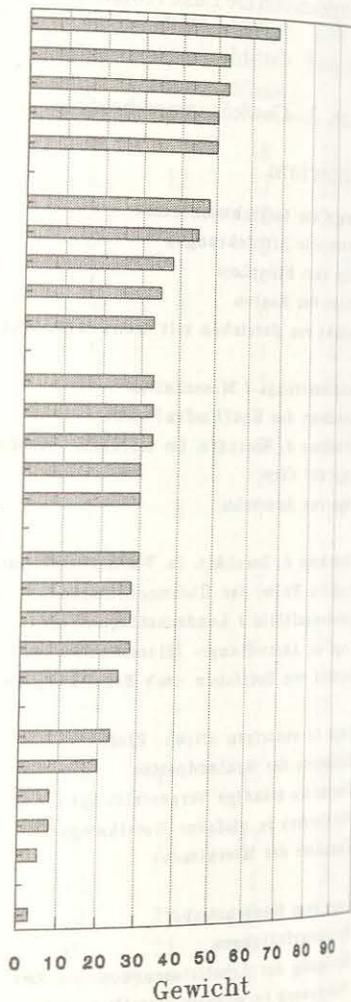
- Lage zum Hauptbahnhof
- Positive Entw. der Übernachtungen am Ort
- Zunahme des Kaufkraftniveaus
- Rückgang der Arbeitslosenquote am Ort
- Anzahl von Betrieben mit Kundenkontakt

- Lage zu Ausstellungs- / Messehallen etc.
- Zunahme der Baulandpreise
- Zunahme des Mietniveaus
- Zunahme d. Beschäft. im tertiären Sektor
- Zunahme d. Beschäft. in Wachstumsbranchen

- Sporteinrichtungen
- Landschaftsbild / Landschaftsqualität
- Lage zur City
- Anzahl von Betrieben nach Beschäftigten
- Wettbewerb in anderer Hotelkategorie

- Lage zum Flugplatz
- Kulturelle Einrichtungen
- Image der betrachteten Stadt
- Zunahme des Gewerbesteueraufk. der Stadt
- Image der Region

- Rückgang des Ausländeranteils am Ort



Quelle: Eigene Erhebungen

Bei den Low Budget Hotels wird als mit Abstand wichtigster Standortfaktor mit 68 Punkten die Lage zur Autobahn genannt. Der gleiche Faktor erreicht bei den Hotels der De Luxe Klasse nur den zehnten Rang, hat aber mit 75 Punkten immer noch ein größeres Gewicht.

Unabhängig von der Punktzahl, bei der für einen Faktor im konkreten Fall tatsächlich Entscheidungserheblichkeit anzunehmen ist, ergeben sich für De Luxe Hotels sehr komplexe Standortanforderungen, die nur an wenigen Standorten in ausgewählten Gemeinden einlösbar sein dürften. Demgegenüber sind

die Forderungen für Low Budget Hotels an vielen Orten zu erfüllen. Dabei ist aber nicht zu verkennen, daß die hier mit Vorrang genannten Faktoren sich ausschließlich beziehen auf Zielorte, die Reisende anziehen bzw. auf die Erreichbarkeit des Hotels. Es kann also nicht gefolgert werden, Low Budget Hotels wären überall möglich. Es muß vielmehr ein entsprechendes Nachfragevolumen in der Umgebung vorhanden sein. Dann aber sind die weiteren Standortansprüche nicht mehr sehr vielseitig. Demgegenüber werden bei De Luxe Hotels vor allem auch Imagefaktoren sowie andere Faktoren genannt, die nicht unmittelbar den Anlaß einer Reise betreffen, sondern Ausstattung und Bedingungen am Standort, die den Aufenthalt über die Wahrnehmung eines bestimmten Zweckes hinaus angenehm machen können.

Die Unterschiede bzw. Ähnlichkeiten in der Standortorientierung können auch durch Korrelation der gewichteten Kriterien bestimmt werden. Die Korrelationskoeffizienten zeigen einen engen Zusammenhang zwischen den Kategorien der De Luxe Hotels und den First Class Hotels. Ein gewisser Zusammenhang ist auch noch mit den Hotels der oberen Mittelklasse zu erkennen. Demgegenüber besteht bei den Low Budget Hotels ein relevanter Zusammenhang nur mit den Hotels der unteren Mittelklasse (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Korrelation der Kategorien

	De Luxe	First Class	Obere Mittelklasse	Untere Mittelklasse	Low Budget
De Luxe	—	0,9786	0,7193	0,2067	— 0,1019
First Class	0,9786	—	0,7865	0,2487	— 0,0497
Obere Mittelklasse	0,7193	0,7865	—	0,6665	0,3738
Untere Mittelklasse	0,2067	0,2487	0,6665	—	0,8082
Low Budget	— 0,1019	— 0,0497	0,3738	0,8082	—

Quelle: Eigene Erhebungen

6. Entwicklungsperspektiven

Im Zusammenhang mit der in anderen Ländern und Regionen zu beobachtenden Entwicklung stellt sich die Frage nach den künftig zu erwartenden Standortmustern. Diese Frage ist aus entwicklungspolitischer Sicht im Zusammenhang mit dem Arbeitsmarkt, vor allem aber mit der Zentralität zu behandeln. Dabei besteht weitgehend die Vorstellung, daß die Nutzung von Synergieeffekten der Zentralität einen möglichst kompakten räumlichen Zusammenhang zentraler Einrichtungen voraussetzt.

Nur so ist das große Gewicht der öffentlich und planungspolitischen Diskussion um die Stadtzentren sowie die wenig untersuchte aber offenkundige Konzentration der gemeindlichen Investitionsmittel auf diese Standorte zu erklären. Auch wenn kleinräumige Fragestellungen in der Untersuchung vernachlässigt wurden, zeigt die Gewichtung des Faktors „Lage zur City“, daß hier nur für die beiden oberen Kategorien ein relevanter Zusammenhang besteht. Das entspricht auch der Gewichtung des Faktors „kulturelle Einrichtungen“, die überwiegend in den Kernbereichen konzentriert sind. Daraus ist allerdings nicht zu folgern, daß entsprechende Hotels einer unmittelbaren Citylage bedürfen. Die Vielseitigkeit der Standortanforderungen ist aber in der Regel nur in der Nähe größerer Stadtzentren zu erfüllen. Demgegenüber spielen entsprechende Faktoren bei den unteren Kategorien nur eine geringere Rolle. Eine Ausnahme bildet die Lage zum Hauptbahnhof, deren Bedeutung in den unteren Kategorien deutlich größer ist als in den oberen.

Diese Überlegungen bestätigen auch die Einschätzung der Hotelfachleute, wonach in die Emscher-Lippe-Region kaum mit der Ansiedlung von Hotels der oberen Kategorien zu rechnen ist. Diese wird auch weiterhin, soweit erforderlich, vorwiegend in den übergeordneten Zentren erfolgen. In den unteren und mittleren Kategorien aber ist mit Ansiedlungstendenzen zu rechnen, bei denen eine Stärkung der Zentren nur erreichbar ist, wenn gleichzeitig den Ansprüchen an die Verkehrserschließung entsprochen werden kann und die Grundstückspreise im Vergleich zu anderen aus der Sicht der Unternehmen geeigneten Standorten niedrig sind.

Anmerkungen

- 1 SCHOOF, H./TAUBE, R./TILLMANN, H.-G.: Entwicklungsmöglichkeiten der Hotel- und Tagungskapazitäten im Emscher-Lippe-Raum. Untersuchung am Fachgebiet Stadt- und Regionalplanung der Universität Dortmund, Dortmund 1991.
- 2 Zu nennen sind hier zum Beispiel die Kette der „Nuit d'Hotel“ der Gruppe Elitair und mehr noch die Kette „Hotel Formule 1“ der Gruppe ACCOR, die bereits Hotels in mehreren westeuropäischen Ländern eröffnet hat, wobei die nationalen Unterschiede vor allem bei der Ausstattung mit Sanitäreinrichtungen interessant sind, die in Deutschland in wesentlich verbesserter Form angeboten werden.
- 3 Vgl.: STATISTISCHES BUNDESAMT: Tourismus in Zahlen 1990, Stuttgart 1991, Tab. 2.2.12
- 4 GESELLSCHAFT FÜR WIRTSCHAFTSPUBLIZISTIK MBH: Die Profitravel — Geschäftsreisestudie für 1990, Trends, Düsseldorf 1991.
- 5 Vgl.: STATISTISCHES BUNDESAMT: Tourismus in Zahlen 1990, Stuttgart 1991, S. 32 und 42.