

Sparkassen-Tourismusbarometer

Schleswig-Holstein

Jahresbericht 2017

Infothek zum Branchenthema

„Chancen des Schleswig-Holstein-Tourismus: Wachstumsziele neu gedacht“

Befragungsergebnisse

Befragung unterschiedlicher Anspruchsgruppen in Schleswig-Holstein

Verschiedene Online-Erhebungen untersetzen das diesjährige Branchenthema durch die Perspektive unterschiedlicher Anspruchsgruppen in Schleswig-Holstein. Neben den Tourismusorganisationen (41 Befragungsteilnehmer) befragte das dwif auch Vertreter aus der Politik (Landkreis- sowie Städte- und Gemeindeebene, insgesamt 98 Befragungsteilnehmer, vor allem aus der Kommunalpolitik) und der nicht-touristischen Wirtschaft (108 Befragungsteilnehmer). Die breite Ansprache dieser beiden Anspruchsgruppen wäre ohne die Unterstützung des Schleswig-Holsteinischen Gemeindetages e. V., des Schleswig-Holsteinischen Landkreistages, des Städteverbandes Schleswig-Holstein sowie der Industrie- und Handelskammer nicht möglich gewesen. Allen Gesprächspartnern, Befragungsteilnehmern und Multiplikatoren gilt daher unser ausdrücklicher Dank.

1 Wachstumsgrenzen und „Wachstumsdreieck“ im Schleswig-Holstein-Tourismus

Abb. 1: Wachstumsdruck aus Sicht der Politik und Tourismusorganisationen in Schleswig-Holstein

Tourismus: „Wir müssen wachsen“
(Zustimmung in % der Befragten)



Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Politik und Tourismusorganisationen Schleswig-Holstein

Abb. 2: Wachstumspotenziale aus Sicht der Politik und Tourismusorganisationen in Schleswig-Holstein

Tourismus: „Wir können wachsen“
(Zustimmung in % der Befragten)



Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Politik und Tourismusorganisationen Schleswig-Holstein

Abb. 3: Wachstumswille aus Sicht der Politik und Tourismusorganisationen in Schleswig-Holstein

Tourismus: „Wir wollen wachsen“
(Zustimmung in % der Befragten)

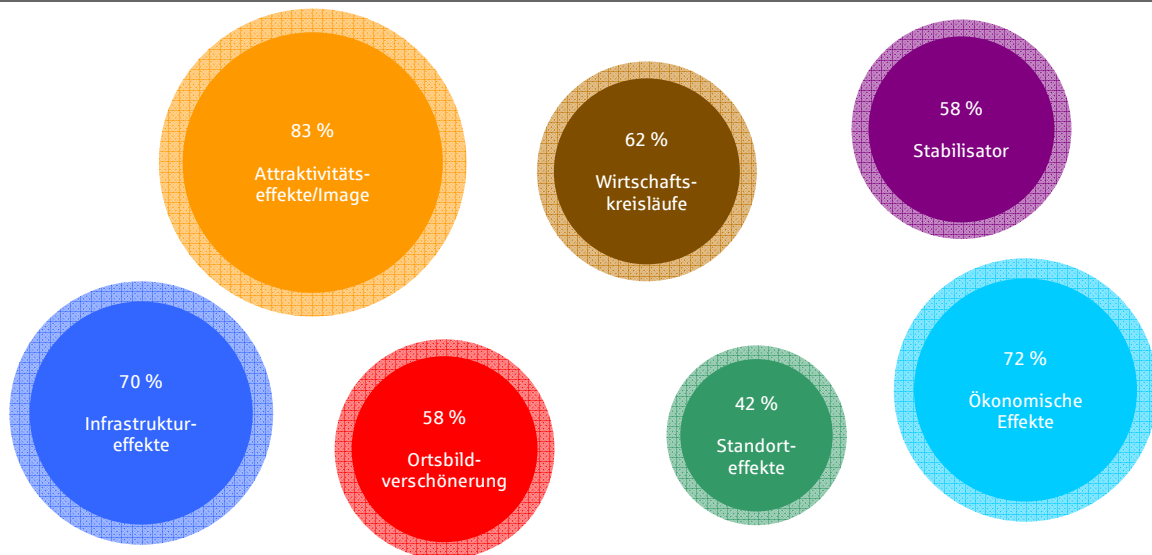


Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Politik und Tourismusorganisationen Schleswig-Holstein

2 Nutzenstiftung und Begleiterscheinungen durch den Tourismus in Schleswig-Holstein

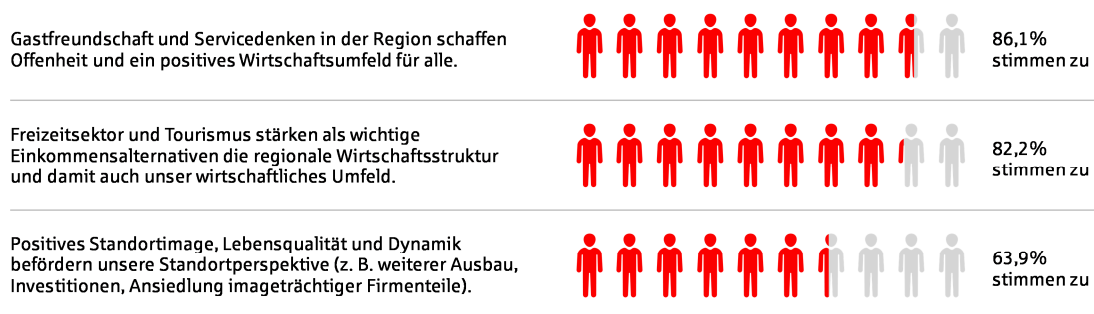
Abb. 4: Bedeutung der verschiedenen Wirkungsdimensionen

Wie schätzen Sie diese Effekte des Tourismus in Ihrem Ort/Ihrer Region ein? (sehr stark/stark in % der Befragten; Mehrfachantworten)



Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Politik und Tourismusorganisationen

Abb. 5: Einfluss auf wirtschaftliches Umfeld, Gastfreundschaft und Servicedenken, Standortperspektive

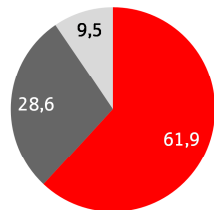


Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Wirtschaft Schleswig-Holstein

Abb. 6: Unternehmenskommunikation über Image, Lebensqualität und Freizeitwert der Standortregion

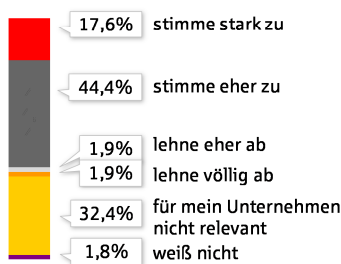
Kommunizieren Sie als Unternehmen gegenüber Kunden, Partnern, Zulieferern und Stellenbewerbern über Image, Lebensqualität und Freizeitwert Ihrer Standortregion?

(in % der Befragten)



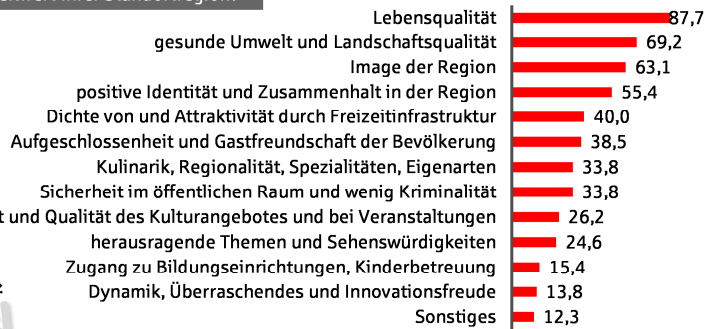
■ ja
■ nein
■ nein, könnte ich mir aber in Zukunft vorstellen

Das positive Freizeit- und Standortimage nutzt auch unserem Unternehmensimage und unserer Bekanntheit.

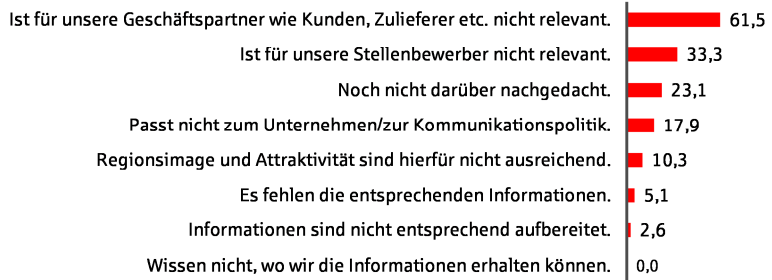


Ja, über folgende Aspekte

Nein, weil:



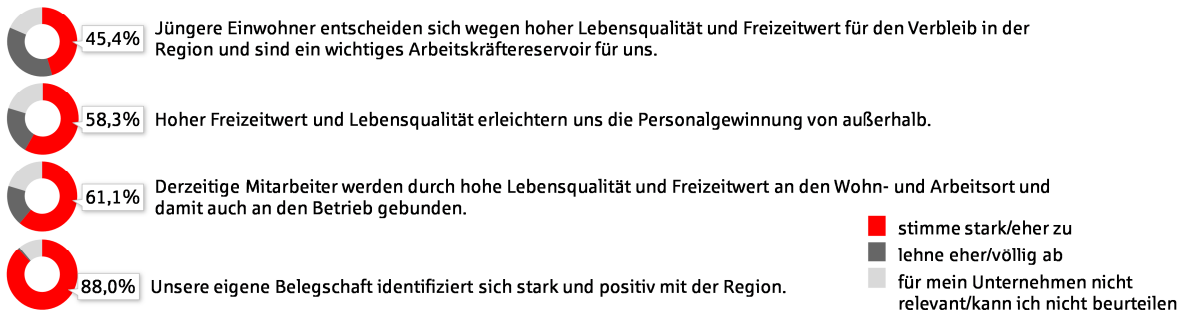
in % der Befragten; Mehrfachnennungen möglich



Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Wirtschaft Schleswig-Holstein

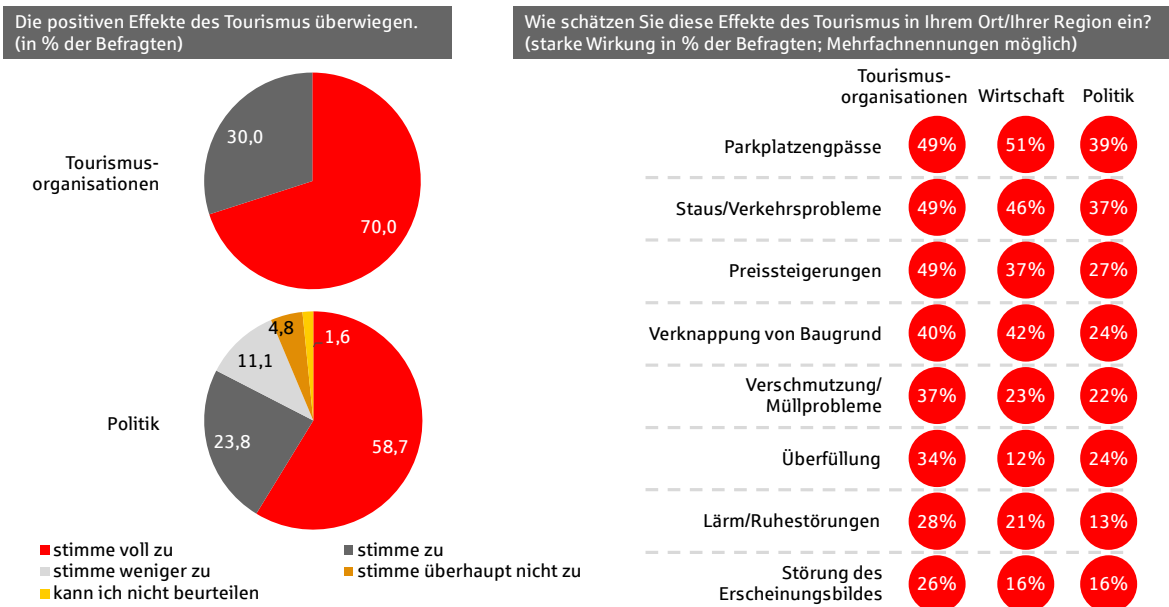
Abb. 7: Zusammenhänge zwischen der Verfügbarkeit von Arbeitskräften und attraktiver Standortregion

Inwieweit gelten die folgenden Aussagen für Ihre Unternehmensentwicklung am Standort?
(in % der Befragten; Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Wirtschaft Schleswig-Holstein

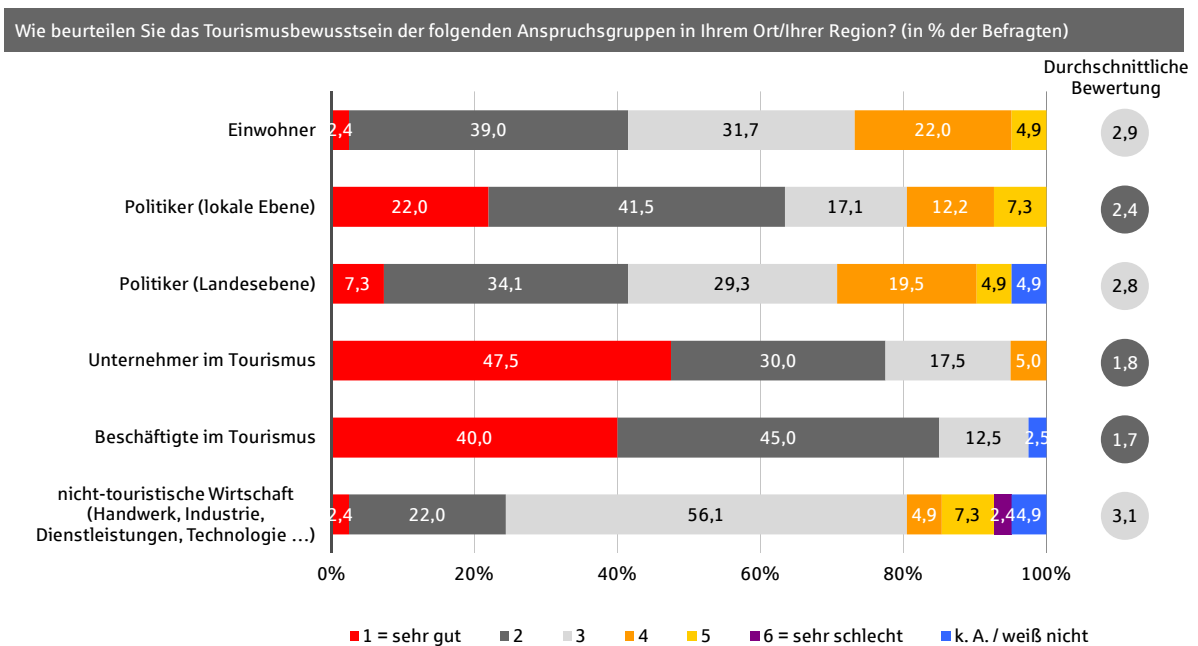
Abb. 8: Wahrnehmung der positiven Effekte und Begleiterscheinungen durch einzelne Anspruchsgruppen



Quelle: dwif 2017, Online-Befragungen Politik, Wirtschaft, Tourismusorganisationen Schleswig-Holstein

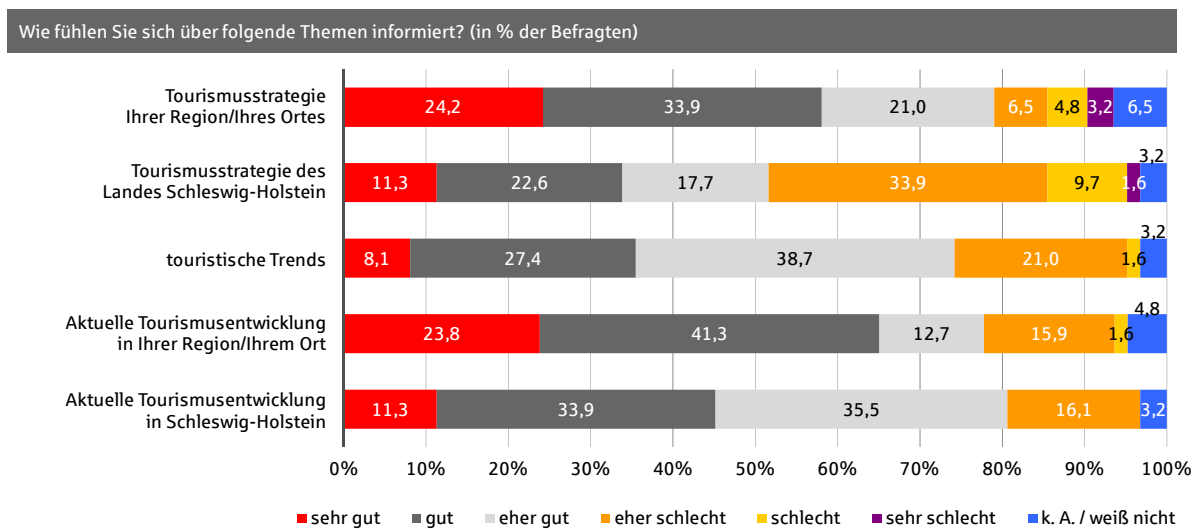
3 Tourismusbewusstsein und Kommunikation

Abb. 9: Tourismusbewusstsein



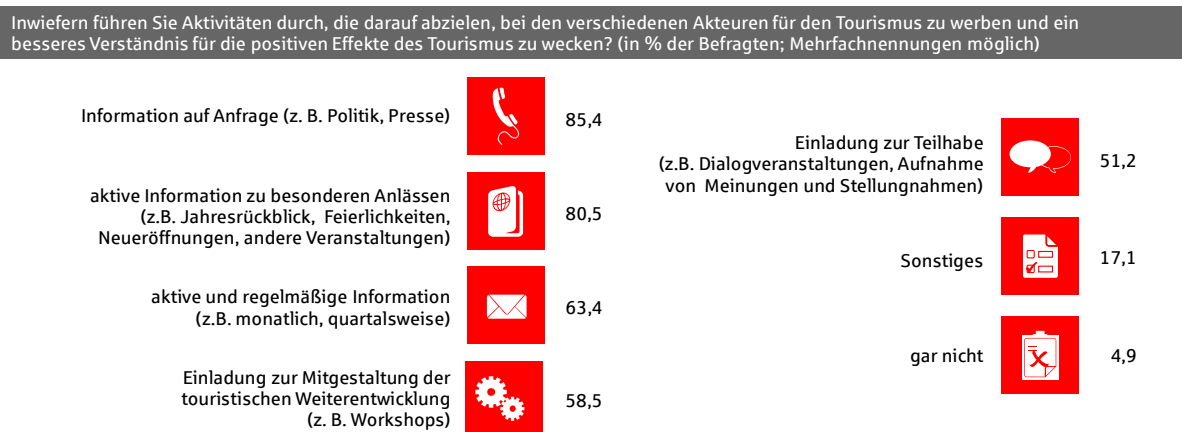
Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Tourismusorganisationen Schleswig-Holstein

Abb. 10: Kenntnisstand der Politikvertreter zu touristischen Themen



Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Politik Schleswig-Holstein

Abb. 11: Informationsaktivitäten der schleswig-holsteinischen Touristiker



Quelle: dwif 2017, Online-Befragung Tourismusorganisationen Schleswig-Holstein