

# Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein 2016

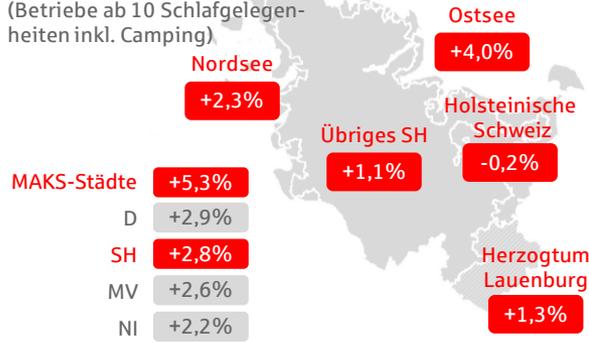
Wachstumsphase im SH-Tourismus verstetigt sich!  
 Investitionen in bestehende Betriebe stärken!  
 Potenziale zur Steigerung der Wertschöpfung nutzen!



## SH-Tourismus 2015: weiter auf Wachstumskurs

Küsten und Städte als Wachstumstreiber. Inlands- und Auslandsmärkte über dem Bundesdurchschnitt

Übernachtungen 2015 ggü. 2014 (Betriebe ab 10 Schlafgelegenheiten inkl. Camping)

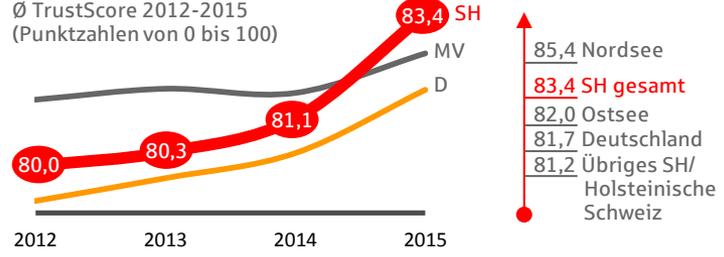


## Gästezufriedenheit steigt, Schleswig-Holstein ist die Nr. 1 im Norden

Der TrustScore fasst Gästebewertungen auf über 30 Onlineplattformen für Hotels zu einem Gesamtwert der Kundenzufriedenheit zusammen.



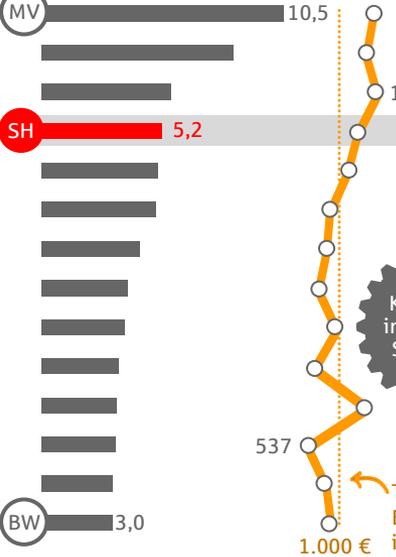
Ø TrustScore 2012-2015 (Punktzahlen von 0 bis 100)



## Schleswig-Holstein-Tourismus mit überdurchschnittlicher Wirtschaftsleistung

7,5 Mrd. Euro Bruttoumsatz und ein Beschäftigtenäquivalent von über 146.000 Personen sprechen für sich.

Touristisch Beschäftigte pro 100 EW im Bundesländervergleich



Arbeitslosigkeit 2015  
 SH 6,5%  
 D 6,4%

2015 Kaufkraftindex 2015  
 SH: 100,8  
 D: 100,0

Touristisches Einkommen in € pro EW  
 1.000 €

## Deutlicher Besucheranstieg in der Freizeitwirtschaft

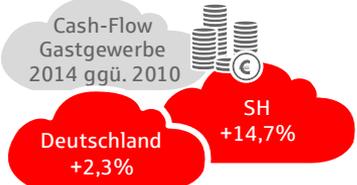
Investitionen, Marketingmaßnahmen und Sonderausstellungen zeigen Wirkung.



Besucher 2015 ggü. 2014  
 D: -0,8%  
 SH: +3,1%

## Mehr Spielraum für Investitionen in SH

Innenfinanzierungskraft der Betriebe steigt, vor allem in der Beherbergung



## 2015 in aller Kürze

Kapazitätsausbau im ganzen Land  
 Nebensaison bringt an Nord- und Ostsee Nachfragezuwachs  
 seit 2010:  
 +25% Übernachtungen in den MAKS-Städten  
 +50% Incoming-Wachstum im Herzogtum Lauenburg

## Der Ferienwohnungsmarkt in Schleswig-Holstein

... hat eine enorme wirtschaftliche Bedeutung.

Bruttoumsatz: 1,58 Mrd. Euro

Rund 50% der Übernachtungen im Fewo-Segment finden im Privatvermietermarkt statt.

Ganzheitliche Qualität gefordert!  
 8 von 10 Vermietern haben in den letzten fünf Jahren bereits in ihre Unterkunft investiert.

Der Vertrieb wird immer vielschichtiger. Neue Player verändern den Markt. Bereits heute sind Online-Portale der wichtigste Vertriebspartner.

Aufgaben für die Tourismusorganisationen:

- Aufgabe 1: Marktbeobachtung
- Aufgabe 2: Kontingente bündeln
- Aufgabe 3: Steuern und richtige Partner finden

## Fokussierung bei Aufgaben

