# Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland 2017

**2016:** Millionenmarken übertroffen:
**1 Mio.** Ankünfte
**3 Mio.** Übernachtungen

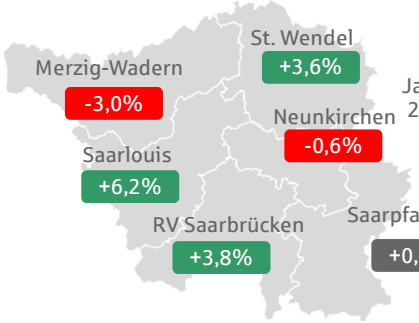
Weiter am Erreichen der Ziele der Tourismuskonzeption Saarland 2025 arbeiten

Akteure: Kommunikation steigern

Strategische Investitionen und Segmente des Aktivtourismus ausbauen

## Trend 2017: Landkreise mehrheitlich im Plus

Wachstumstreiber erneut Inland | Mittelgebirge dynamischer als in den Vorjahren | hohe Steigerung der Ankünfte (+4,2%)




Gewerbliche Übernachtungen Januar-September 2017 ggü. Vorjahr

SL: +1,8%
D: +2,7%

SL Inland: +2,2%
D Ausland: -0,5%

## Freizeitwirtschaft mit stabilen Besucherzahlen

3,7 Mio. Besucher in 34 Freizeit- und Kultureinrichtungen | 63% der Betriebe mit einer positiven Bilanz 2016 im Vergleich zum Vorjahr

Besuchergewinne 2016 ggü. 2015
Museen/Ausstellungen
Erlebnisbäder/Thermen
Naturerlebniszentren

Besucherzahlen → +0,1%

Römer/Kelten
Stadt-/thematische Führungen
Erlebniszentren/Infotainment

Besucherverluste 2016 ggü. 2015

Herausforderungen in den nächsten 3 bis 5 Jahren:
# Digitalisierung
# Steigerung Angebots- und Servicequalität

Besuchertrend Jan.-Sept. 2017 ggü. 2016
D: +0,2%
SL: +1,5%

## Saarland-Charme: Das ist einzigartig…

Befragung Leistungsträger und Tourismusorganisationen im SL (Mehrfachnennungen, in %)

82% Kulinarik, Regionalität, Spezialitäten, Eigenarten

68% Dichte/Attraktivität durch Freizeitinfrastruktur

59% Gastfreundschaft der Bevölkerung

## Gästezufriedenheit: Saarland holt auf

Bundesländer: SL steigt 3 Ränge auf

Ø TrustScore 2016 (Punktzahlen von 0 bis 100)

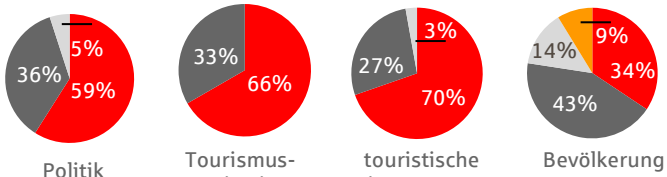
D 82,5 — +3,2 Punkte ggü. 2012

SL 80,5 — +3,8 Punkte ggü. 2012

TRUSTSCORE Very Good

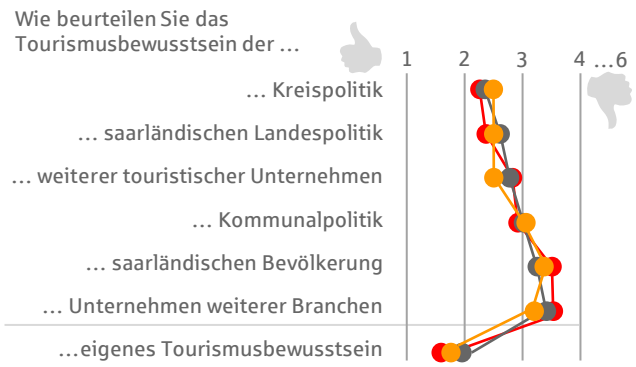
## Tourismusbewusstsein: Wertschätzung, Akzeptanz und Anerkennung für eine wirtschaftsstarke Branche

Aufgaben: Saarländer*innen auf dem Strukturwandel mitnehmen | Politik als wichtige Entscheidungsträger ins Boot holen | Servicementalität entlang der gesamten Servicelette erhöhen




Welche Bedeutung hat der Tourismus für das Saarland?
- groß
- mittel
- gering
- keine

Wie beurteilen Sie das Tourismusbewusstsein der …




1 = sehr gut bis 6 = sehr schlecht

78% …der Saarländer*innen nutzen das Freizeitangebot im eigenen Bundesland häufiger als 1 mal im Jahr.

89% …der befragten Saarländer*innen sind sehr/eher zufrieden mit dem Freizeitangebot im eigenen Bundesland.

## Gastgewerbe: Betriebswirtschaftliche Situation ausbaufähig

Arbeitsmarkt: steigende Bedeutung des Gastgewerbes

Ausbildungsmarkt: hoher und steigender Anteil ist unbesetzt

Investitionsquote (Ø der letzten 5 Jahre)
SL: 2,3%
D: 1,7%

Warenaufwandsquote 2015 ggü. 2011
SL: -5,3%
D: -11,3%

Zimmererlös 2016
SL: 45€
D: 66€

Gewinnmarge
SL: 5,5%
D: 9,1%

Unternehmen auf dem Weg zu neuer Dynamik, mehr Spielraum für Investitionen und Innovationen?

Quelle: dwif 2017, Daten: eigene Erhebungen dwif (u.a. Befragung SL-Akteure), Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft, Destatis/Statistisches Amt Saarland, TrustYou, Dt. Sparkassenverlag, Bundesagentur für Arbeit