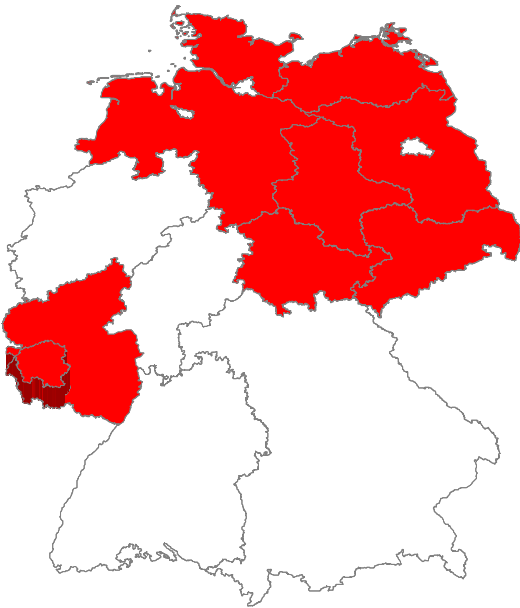


I EINFÜHRUNG



Das Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland wurde 2004 eingeführt. Träger sind der Sparkassenverband Saar (SVSaar)¹ sowie das Land Saarland, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft. Das Barometer wird wissenschaftlich betreut und durchgeführt von der dwif-Consulting GmbH.

Ziel des Tourismusbarometers² ist die kontinuierliche, problemorientierte Beobachtung der Tourismusentwicklung im Saarland und in seinen Landkreisen.

Seit 1998 existiert ein solches Marktforschungsinstrument für die neuen Bundesländer: das Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbands (OSV)³. Im Jahr 2002 wurde auch für Schleswig-Holstein ein Tourismusbarometer konzipiert; Träger sind der Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein (SGVSH) und der Tourismusverband Schleswig-Holstein⁴. Im Jahr 2003 startete das Tourismusbarometer Niedersachsen, dessen Träger der Sparkassenverband Niedersachsen (SVN)⁵ unter Beteiligung der Stadt Bremerhaven ist. Seit Herbst 2007 gibt es das Tourismusbarometer Rheinland-Pfalz, Träger ist der Sparkassenverband Rheinland-Pfalz (SVRP)⁶. Seit 2008 werden diese „regionalen“ Barometer auf Bundesebene durch das Tourismusbarometer Deutschland ergänzt; Träger ist der Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV)⁷.

Das Tourismusbarometer schließt Informationslücken. Es soll

- den Nutzer aufmerksam machen auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusentwicklung im Saarland;
- als Frühwarnsystem dienen, das heißt rechtzeitig auf problematische Entwicklungen hinweisen und Handlungsbedarf identifizieren;
- als kontinuierliches Monitoring zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche ermöglichen.

Letztlich soll das Tourismusbarometer Entscheidungsfindungen für die Infrastrukturentwicklung ebenso wie für das Marketing erleichtern.

¹ www.sparkassen-finanzgruppe-saar.de
² www.sparkassen-tourismusbarometer.de
³ www.osv-online.de
⁴ www.sparkassen-tourismusbarometer-sh.de
⁵ www.svn.de
⁶ www.sv-rlp.de
⁷ www.dsgv.de

Das Tourismusbarometer ist modular aufgebaut:



Quelle: dwif 2009

Das Tourismusbarometer Saarland

- ermöglicht mithilfe eines jährlich gleichbleibenden Datensets strukturelle, (über-)regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus in den einzelnen Bundesländern, Landkreisen bzw. Sparkassengeschäftsgebieten des Saarlands;
- schließt wesentliche Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik zum Umfang des Übernachtungstourismus durch Quantifizierung und qualitative Analyse des sogenannten Grauen Beherbergungsmarktes;
- stellt Daten zum Wirtschaftsfaktor Tourismus im Saarland zur Verfügung;
- stellt die Ergebnisse der „Fremdabhebungen an Geldautomaten der Sparkassen“ (sogenannte GA-Daten) als Marktforschungsquelle für die Ermittlung der Herkunftsstruktur der Inlandsgäste nach Bundesländern zur Verfügung;
- bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zum Markterfolg unterschiedlichster touristischer Einrichtungen (der „Touristischen Wetterstationen“);
- gibt einen Überblick über die aktuelle wirtschaftliche Situation gastgewerblicher Kreditnehmer der Sparkassen.

Das Modul Zukunftsbarometer gibt einen Ausblick auf das jeweils kommende Jahr. Je nach Verfügbarkeit liefert es aktuelle Informationen über sich abzeichnende Trends, welche die Branche berühren. In dieser Ausgabe besteht es aus zwei Komponenten:

- Die „dwif-Stimmungsfrage“ konzentriert sich auf eine Kurzbefragung der regionalen Tourismusverbände, ausgewählter Tourismusgemeinden und Interessenverbände im Saarland. Sie ermittelt die Stimmung in Bezug auf die Erwartungen an das erste Halbjahr 2010 und die Aktivitätsschwerpunkte der Regionen.
- Der „Trend-Ticker“ stellt in komprimierter Form wichtige aktuelle, übergeordnete Trends und Innovationen im Tourismus dar.

Die aktuellen Branchenthemen werden jährlich wechselnd, in Abstimmung mit dem Beirat⁸ des Tourismusbarometers, festgelegt. Das Tourismusbarometer 2009 fokussiert das Thema „Wandertourismus im Saarland“.

⁸ Siehe Verzeichnis der Beiratsmitglieder Seite 2.