

## I EINFÜHRUNG

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland existiert seit dem 1. Juni 2004. Träger sind der Sparkassenverband Saar (SVSaar) sowie das Land Saarland, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit. Es wird wissenschaftlich betreut und durchgeführt von der *dwif*-Consulting GmbH. Projektbüro ist das *dwif* in München.

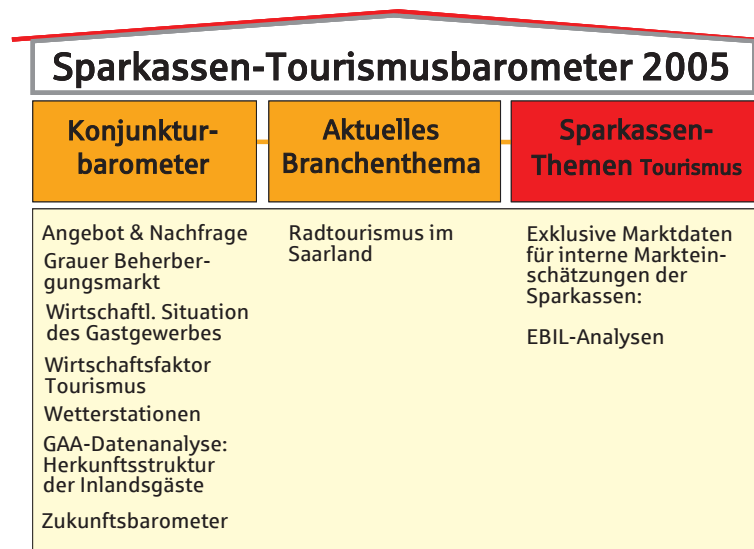
Ziel des Sparkassen-Tourismusbarometers Saarland ist die kontinuierliche, problemorientierte Beobachtung der Tourismusedwicklung im Saarland und seinen Landkreisen.

Seit 1998 existiert ein solches Marktforschungsinstrument, das Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassen- und Giroverbandes, für die neuen Bundesländer und seit dem Jahr 2002 gibt es das Tourismusbarometer Schleswig-Holstein mit den Trägern Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein (SGVSH) sowie Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH). 2003 startete das Tourismusbarometer des Sparkassenverbandes Niedersachsen unter Beteiligung der Stadt Bremerhaven. Hieraus ergeben sich nun wertvolle vertiefte Vergleichsmöglichkeiten zwischen den einzelnen Bundesländern.

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland soll

- den Nutzer aufmerksam machen auf Erfolge und Misserfolge sowie auf wichtige strukturelle Veränderungen der Tourismusedwicklung im Saarland,
- als Frühwarnsystem dienen, d. h. auf problematische Entwicklungen rechtzeitig hinweisen und Handlungsbedarf identifizieren,
- als kontinuierliches Monitoring zeitliche, regionale und sektorale Vergleiche ermöglichen und
- damit letztlich Entscheidungsfindungen für die Infrastrukturentwicklung sowie das Marketing erleichtern.

Abb. 1: Modularer Aufbau des Sparkassen-Tourismusbarometers



Quelle: *dwif*2004

### Das Konjunkturbarometer: Beobachtung und Analyse der aktuellen Lage

- Es ermöglicht mit Hilfe eines jährlich gleich bleibenden Datensets strukturelle, (über-) regionale Vergleiche und Einschätzungen zur Angebots- und Nachfrageentwicklung des Tourismus im Land.
- Es schließt wesentliche Informationslücken der amtlichen Tourismusstatistik zum Umfang des Übernachtungstourismus durch Quantifizierung des so genannten Grauen Beherbergungsmarktes.
- Es stellt Daten zum Wirtschaftsfaktor Tourismus zur Verfügung.
- Es präsentiert die Ergebnisse der „Fremdabhebungen an Geldausgabeautomaten der Sparkassen“ als Marktforschungsquelle (so genannte GAA-Daten) für die Herkunftsstruktur der Inlandsgäste nach Bundesländern.
- Es bietet als einziges Marktforschungsinstrument Informationen zum Markterfolg unterschiedlichster touristischer Einrichtungen, den so genannten „touristischen Wetterstationen“.

### Immer nah am Ball

Das Sparkassen-Zukunftsbarometer gibt als Teil der touristischen Konjunkturanalyse einen Ausblick auf die nächsten Jahre. Es besteht im Jahr 2005 aus drei Komponenten:

- Im „**dwif - Stimmungsbarometer regional**“ werden wichtige Entscheidungsträger des Saarland-Tourismus zu ihrer Einschätzung der Lage sowie zu ihren aktuellen Problemen und Aktivitäten befragt.
- Die „**IHK-Saisonumfrage Tourismus**“ gibt einen Überblick über die aktuelle Stimmung und Geschäftssituation des Gastgewerbes im Saarland sowie über die Erwartungen an die kommende Saison.
- In Form von **Szenarien** wagt das Tourismusbarometer einen Blick auf die mögliche Entwicklung des Tourismus bis zum Jahr 2015.

### Analysen und Handlungsbedarf bei aktuellen Branchenthemen

Das aktuelle Branchenthema widmet sich jährlich wechselnd einem Schwerpunkt, der in Abstimmung mit dem Beirat des Tourismusbarometers festgelegt wird. Dieses Jahr steht im Vordergrund:

- Radtourismus im Saarland

## II DAS KONJUNKTURBAROMETER

Die folgende Situationsanalyse des Tourismus im Saarland basiert sowohl auf Daten der amtlichen Tourismusstatistik als auch auf zusätzlichen Analysen des *dwif*. Die amtliche Statistik erfasst nur einen Teil des tatsächlichen Angebotes und der Gesamtnachfrage. Bundesweit wird amtlicherseits - mit wenigen länderspezifischen Ausnahmen - lediglich das Volumen der so genannten gewerblichen Beherbergungsbetriebe ausgewiesen. Hierbei handelt es sich um Unternehmen mit mindestens 9 Gästebetten („gewerblicher Sektor“). Die ergänzende Übernachtungsnachfrage (z. B. Besucherverkehr bei Einheimischen, Privatquar-