

ITM Bachelor 1. Sem 8029: Introduction International Tourism Management

SUPPLY SIDE:

Example Tourism in Schleswig-Holstein

Customers perceive the tourism product (a destination, a trip) as one holistic experience.

The tourism industry and official statistics however concentrates mainly on the so-called "core" parts of the tourism industry: accomodation, catering, transport.

Example Schleswig-Holstein:


Statistics:


<http://www.statistik-nord.de/index.php?id=661>

Tourismus, Gastgewerbe

G IV 1


**Beherbergung im Reiseverkehr
in Hamburg**


im August 2007  **NEU**

☒ im August 2007  **NEU**

☒ alle Ausgaben

in Schleswig-Holstein

☒ im August 2007 

☒ im August 2007 


☒ alle Ausgaben

Der Fremdenverkehr in den Gemeinden Schleswig-Holsteins

☒ 2006  1,9 MB

☒ alle Ausgaben


Gäste und Übernachtungen im Fremdenverkehr in Schleswig-Holstein

☒ im Sommerhalbjahr 2006 

☒ alle Ausgaben

G IV 2


Beherbergungskapazität für den Fremdenverkehr in Schleswig-Holstein


☒ am 1. Juli 2006 

☒ alle Ausgaben

G IV 3

Entwicklung von Umsatz und Beschäftigung im Gastgewerbe in Hamburg

☒ August 2007 

☒ August 2007 

☒ alle Ausgaben

in Schleswig-Holstein

☒ August 2007  **NEU**

☒ August 2007  **NEU**

☒ alle Ausgaben

[s-h-G_IV_1_j06_S.pdf](#)

[s-h-SI07_124_F.pdf](#)

Tourism politics:

[s-h-Handlungskonzept.pdf](#)

[s-h-Tourismus-Konzept2007.pdf](#)



Three main target groups:

meer.zeit*
> DIE BESTEN TAGE DES JAHRES

meer.stil*
> DIE KUNST ZU GENIESSEN

wunnerland schleswig-holstein*
> URLAUB FÜR FAMILIEN MIT KINDERN

Willkommen in Schleswig-Holstein*

Zeit zum Reisen: Sie möchten meer.zeit* im Deutschlands Norden verbringen. Sie genießen Ihren Urlaub - exklusiv und frei mit meer.stil*. Oder Sie möchten mit Ihrer Familie im wunnerland schleswig-holstein* gemeinsam Zeit verbringen. Tauchen Sie ein in Ihre ganz persönliche Urlaubswelt.

Target group marketing instead of Regional marketing.

But: Are the products available?

Situation 2007:

[Tourismusbarometer S-H 2007](#)

Situation Autumn 2008:

[infobrief_03_2008.pdf](#)

CURRENT SITUATION (Data: S-H TOURISMUSTAG Nov. 2008)

S-H Overnight Stays Jan-Aug 08 +2.1% (Germany: +3%)

Foreigners: +7.6%, Germans: +1.8%

Foreigners only 5.4% of total (Germany: 15%, S-H 15th out of 16)

accommodation utilization rate: 31% (Baltic Coast), 33% (North Sea Coast)

Overall Growth Rate 2000-2007: -3.7% !

According to a survey of the *Sparkassen* in Schleswig-Holstein, tourism service providers have great difficulties to get financing because of:

- lack of own capital base
- lack of business plans
- lack of management abilities
- lack of innovation
- lack of previous investment

Tourism analysis:

[s-h-Management Summary 2007.pdf](#)

Example for pitfalls of narrow concepts (http://www.sparkassen-tourismusbarometer-sh.de/download/infobrief_04_2007.pdf):

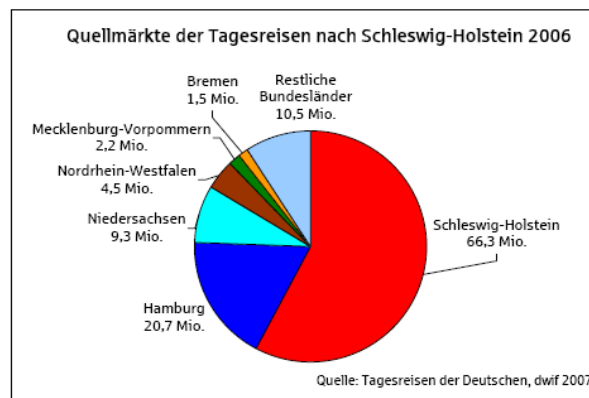
Tagestourismus in Schleswig-Holstein: ein oftmals unterschätzter Markt 23 Mio. gewerbliche Übernachtungen und 5,3 Mio. Ankünfte (inkl. Camping) konnte Schleswig-Holstein im Jahr 2006 verzeichnen. Das Tourismusmarketing im Land orientiert sich vorrangig an diesen

Zahlen und unterschätzt häufig das Volumen und die wirtschaftliche Bedeutung des Tagestourismus für die Regionen.

Insgesamt wurden im Jahr 2006 131 Mio. Tagesreisen in Schleswig-Holstein generiert und damit knapp 20 Mio. mehr als in den Vorjahren. Bei den Tagesreisen ist je nach Art der Reise zu unterscheiden zwischen Tagesausflügen (privat motivierte Tagesreisen) und Tagesgeschäftsreisen (geschäftlich motivierte Tagesreisen).

Im Rahmen des Branchenthemas Tagestourismus soll der Fokus auf die privat motivierten Tagesausflüge gelegt werden, deren Anteil an allen Tagesreisen nach Schleswig-Holstein 88% (bzw. 115 Mio.) beträgt. Um die Bedeutung der privaten Tagesausflüge für das Land zu veranschaulichen: **Dieses Volumen bedeutet, dass auf jede Übernachtung fünf Tagesausflüge entfallen.**

Quellmärkte der Tagesreisen nach Schleswig-Holstein 2006



Quelle: Tagesreisen der Deutschen, dwif 2007



Bachelor and Master Program *International Tourism Management*
arlt@fh-westkueste.de, Office 2.018, Tel. 0481 8555-513
Consultation hours (during lecture period): Tuesday 16.00 - 17.00 h

