

## Aktiv Region Schlei-Ostsee - SWOT-Tabelle Tourismus

Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Urlaub mit Familie</li> <li>• <i>Best Ager, Anspruchsvolle Genießer (insbesondere Nebensaison)</i></li> <li>• differenziertes Übernachtungsangebot für verschiedene Zielgruppen vorhanden (Ferienwohnungen, -häuser, Camping, Wohnmobil, Gruppenunterkünfte, Heuherberge)</li> <li>• ausbaufähiger Kulturtourismus</li> <li>• natürliche Ressourcen sind wichtiges Kapital des Tourismus in der Region</li> <li>• <b>Attraktivität bzgl. Natur und Landschaft, Wasser!!!</b>, teilweise Ortsbild und maritimes Flair der Orte</li> <li>• <i>Alleinstellungsmerkmal Wikinger</i></li> <li>• Museumsbahn, Schlei-Schiffahrt, Freizeitpark Tolkschau</li> <li>• <i>Landesgartenschau</i></li> <li>• Badestrände - <i>Vielfältigkeit</i></li> <li>• Frei- und Hallenbäder - <i>Erlebnisbad</i></li> <li>• vielfältiges aktivitätsbezogenes Angebot: Radfahren, Wandern, <i>Walken</i>, Wassersport, Segelfliegen, Golfen, Angeln, Reiten</li> <li>• vielfältiges gastronomisches Angebot mit regionalen Besonderheiten</li> <li>• Schleipromenade Schleswig</li> <li>• Konzeption für überregional bedeutende Rad-Wanderwege vorhanden (Kreisradwege, <i>Wikinger-Friesen-Weg</i>, Ochsenweg, Ostseeküstenradweg)</li> <li>• Themenpfade in den Ämtern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <del>noch nicht alle Zielgruppen ausgeschöpft (Jugend, Behinderte, Senioren, naturbezogene und sportliche Aktivitäten)</del></li> <li>• Urlaubsbetreuung/Pädagogik besonders mit Kindern nicht ausreichend</li> <li>• <del>Museumpädagogik unzureichend</del></li> <li>• Schlechtwetterangebote nicht ausreichend</li> <li>• Qualität der Gastronomie</li> <li>• Verbesserungsbedarf Qualität der Badestrände</li> <li>• Fuß- und Radwege an der inneren Schlei, <i>Lücken schließen</i></li> <li>• Radwegenetz: Ausbauzustand zahlreicher Wege unzureichend</li> <li>• Beschilderungen von Sehenswürdigkeiten unzureichend</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stabilisierender Einfluss des Tourismus auf Gastronomie, Einzelhandel, Direktvermarktung, Kunsthandwerk auf dem Lande</li> <li>• <i>gemeinsame touristische Vermarktung</i></li> <li>• <i>zielgruppenspezifisches Angebot</i></li> <li>• <i>Pauschalangebote nicht ausreichend</i></li> <li>• Informations- und Kommunikationstechnologie (z.B. Internet-Buchung): Dynamik, Information</li> <li>• Qualität der Quartiere (z.B. T.I.N.): Produkttransparenz für den Kunden und Markt Vorteile</li> <li>• <i>Serviceorientierte Unterkünfte nicht ausreichend</i></li> <li>• <i>Gästeservice (Servicequalität der Anbieter, Betreuung vor Ort, Gästeführer, Infosäulen)</i></li> <li>• <i>Regionale Küche!!!</i></li> <li>• Zielgruppen: <i>Best Ager, Anspruchsvolle Genießer</i></li> <li>• Behindertenurlaub – <i>barrierefreier Tourismus</i></li> <li>• <del>Bildungsurlaub</del></li> <li>• Kinderurlaub</li> <li>• <u>Thalasso</u></li> <li>• <u>Wellness</u></li> <li>• <i>Kitas einbeziehen in Urlaubsbetreuung</i></li> <li>• <i>Indoorangebote ausbaufähig</i></li> <li>• Kulturangebote als Tourismuspotenziale</li> <li>• <i>Ortsbild, Ortsgestaltung</i></li> <li>• <i>Verknüpfung Schleischiffahrt - Museumsbahn</i></li> <li>• <i>Fischerei zum Anfassen</i></li> <li>• <i>Naturpark</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zunehmende Professionalisierung auf dem Tourismusmarkt, sich verschärfende Wettbewerbssituation</li> <li>• <del>Konkurrenzsituation zur Urlaubsregion Ostseeküste</del></li> <li>• <del>wachsende Anspruchshaltung</del></li> <li>• <del>Vielfalt ohne klare Stärke</del></li> <li>• „mainstream-Angebote“ ohne eigenes Profil (Nichtnutzung der regionalen Besonderheiten)</li> </ul>

Anmerkung: gestrichen = entfällt; kursiv = neu aufgenommen; unterstrichen = Nachtrag aus dem Auftaktworkshop