

SYLT



MEER. LEIDENSCHAFT. LEBEN.

AKTIVITÄTEN
UND ERFAHRUNGEN
DER INSEL SYLT
ZUM THEMA
NACHHALTIGKEIT

Moritz Luft, 16.11.2017

SYLT 



SYLT – DIE MARKE.

MARKEN KREIEREN VERBUNDENHEIT UND TREUE.



DIE MARKE SYLT.



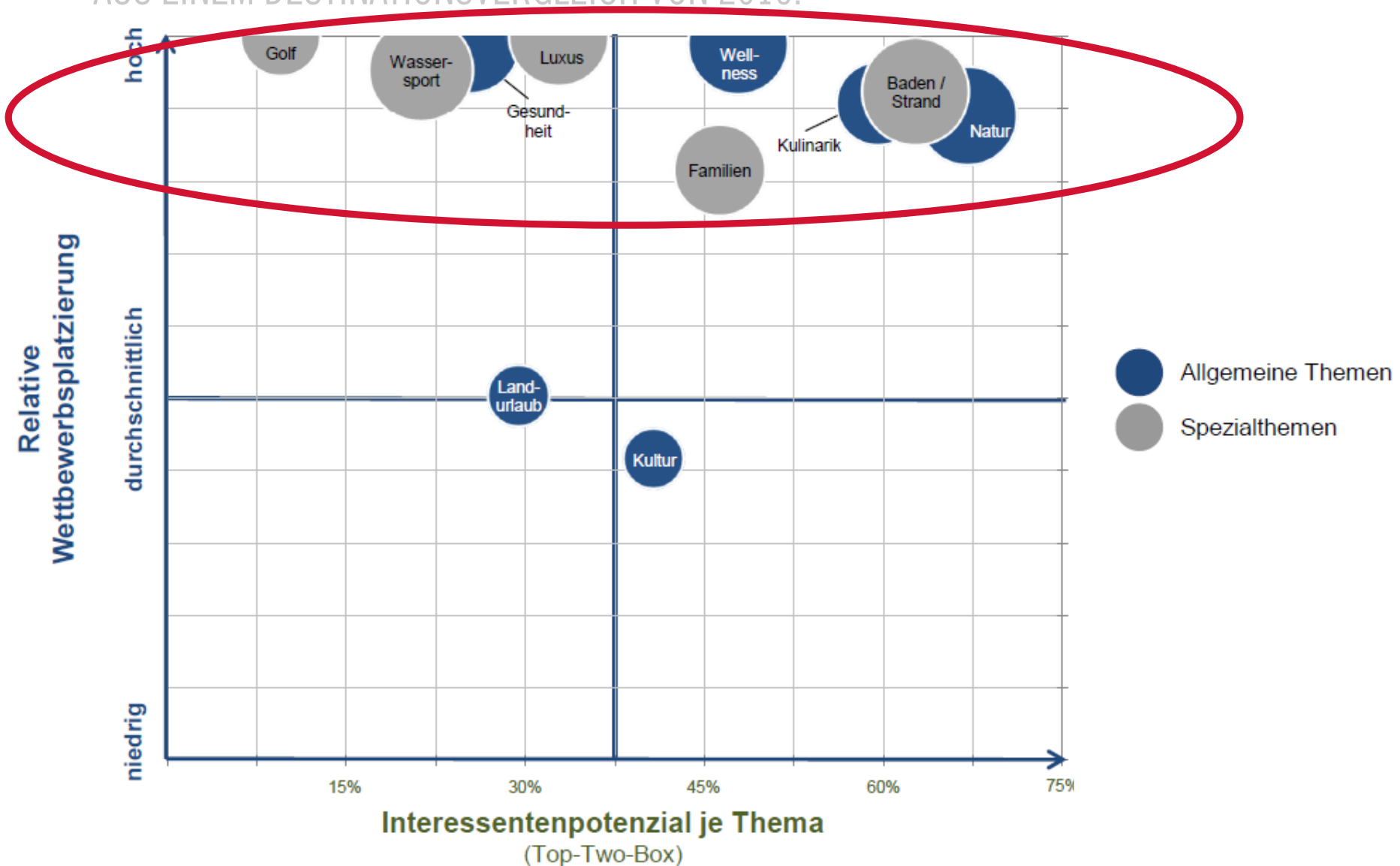
DIE INSEL WIRD VON VIELEN AKTEUREN GESTEUERT.



WETTBEWERBSANALYSE VON SYLT.



AUS EINEM DESTINATIONSVERGLEICH VON 2016.



Top-Destination in
Europa, die natürlichen
und exklusiven Lifestyle
vereint

Sylter Extraportion Natur, Kultur, Natur/Strand,
Gesundheit/Sport, Gastronomie, Tradition/Brauchtum und
kulturelle/sportliche Erlebnisse
Innovativ und kreativ in allen Urlaubserlebnissen

Zentrale Botschaft: Meer. Leidenschaft. Leben.
Stil und Tonalität: Selbstbewusst und klassisch sportiv, natürlich maritim, authentisch
und emphatisch

WERTE

FÄHIGKEITEN

KOMMUNIKATION

TOURISTISCHE ENTWICKLUNGEN AUF SYLT DER LETZTEN 20 JAHRE.

Rückgang der
Ø Aufenthaltsdauer
ggü. 1996 um mehr
als 2 Tage, auf
7,38 in 2016

In den
letzten 5 Jahren
nahezu konstante
Übernachtungszahlen

2016: 6,9 Mio.
(+19% ggü. 1996)

**98,8 % der Gäste
sprechen Deutsch.**

Deutlicher Anstieg
an Hotelbetten und
Rückgang an
Betten in der
Privatvermietung

**Gäste-
ankünfte in
2016: 938.000**
(+50% ggü. 1996)

30% mehr Betten als vor 20 Jahren:



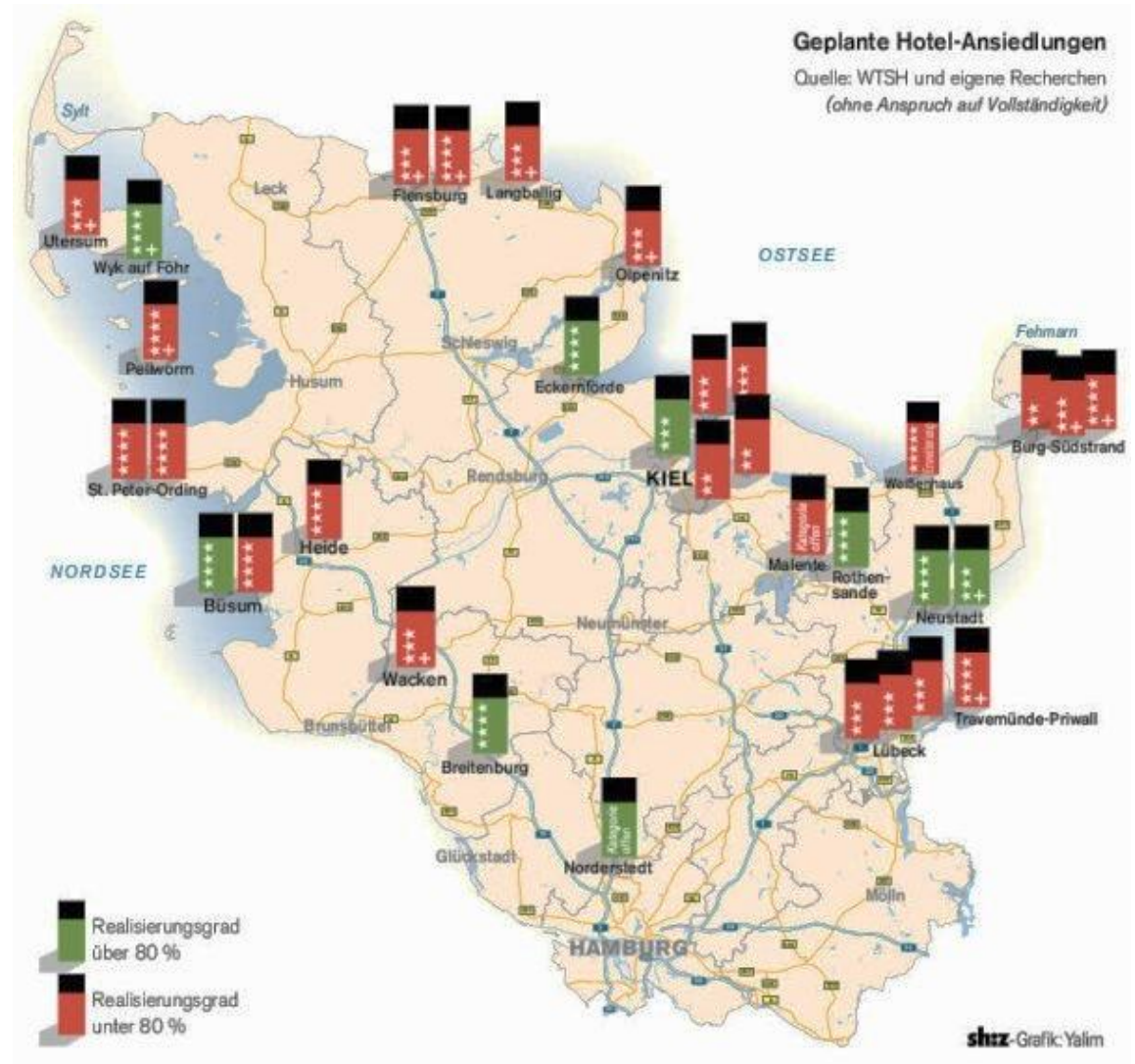
DIE SYLT MARKETING GMBH (SMG).



...IST DIE OFFIZIELLE DESTINATION MANAGEMENT ORGANISATION FÜR SYLT.

- Eine DMO:
- betreibt touristische Wirtschaftsförderung
 - agiert Volumen-orientiert (Maßstab: Übernachtungsaufkommen)
 - orientiert sich am Destinations-Lebenszyklus

HOTEL-BOOM IN SCHLESWIG-HOLSTEIN: 22 NEUE HÄUSER IN NUR DREI JAHREN



WACHSTUMSTRATEGIE FÜR SCHLESWIG-HOLSTEIN.



**Wer betrachtet
die Einwohner?**

30 %
Zuwachs beim
touristischen
Bruttoumsatz



30 Mio.
gewerbliche
Übernachtungen



**Negative
Bevölkerungs-
entwicklung in
Deutschland
(Gäste / Personal)**

**Verkehrs-
infrastruktur
in SH ist schon
jetzt am
Kapazitäts-
limit**

**THE END
OF
TOURISM
AS WE KNOW IT**



**LOCALHOOD
FOR EVERYONE**

Localhood is a long-term vision that supports the inclusive co-creation of our future destination. A future destination where human relations are the focal point. Where locals and visitors not only co-exist, but interact around shared experiences of localhood. Where our global competitiveness is underpinned by our very own localhood. And where tourism growth is co-created responsibly across industries and geographies, between new and existing stakeholders, with localhood as our shared identity and common starting point.



FÜR EINE DMO VON BEDEUTUNG...



Wie wird die Destination wahrgenommen?

Als touristisches Zielgebiet

Als Wirtschaftsraum mit zahlreichen Akteuren

Als politische Verwaltungseinheit

Als Naturraum

Als Lebensraum der Bevölkerung

Welche Aufgabenbereiche?

Management / Marketing

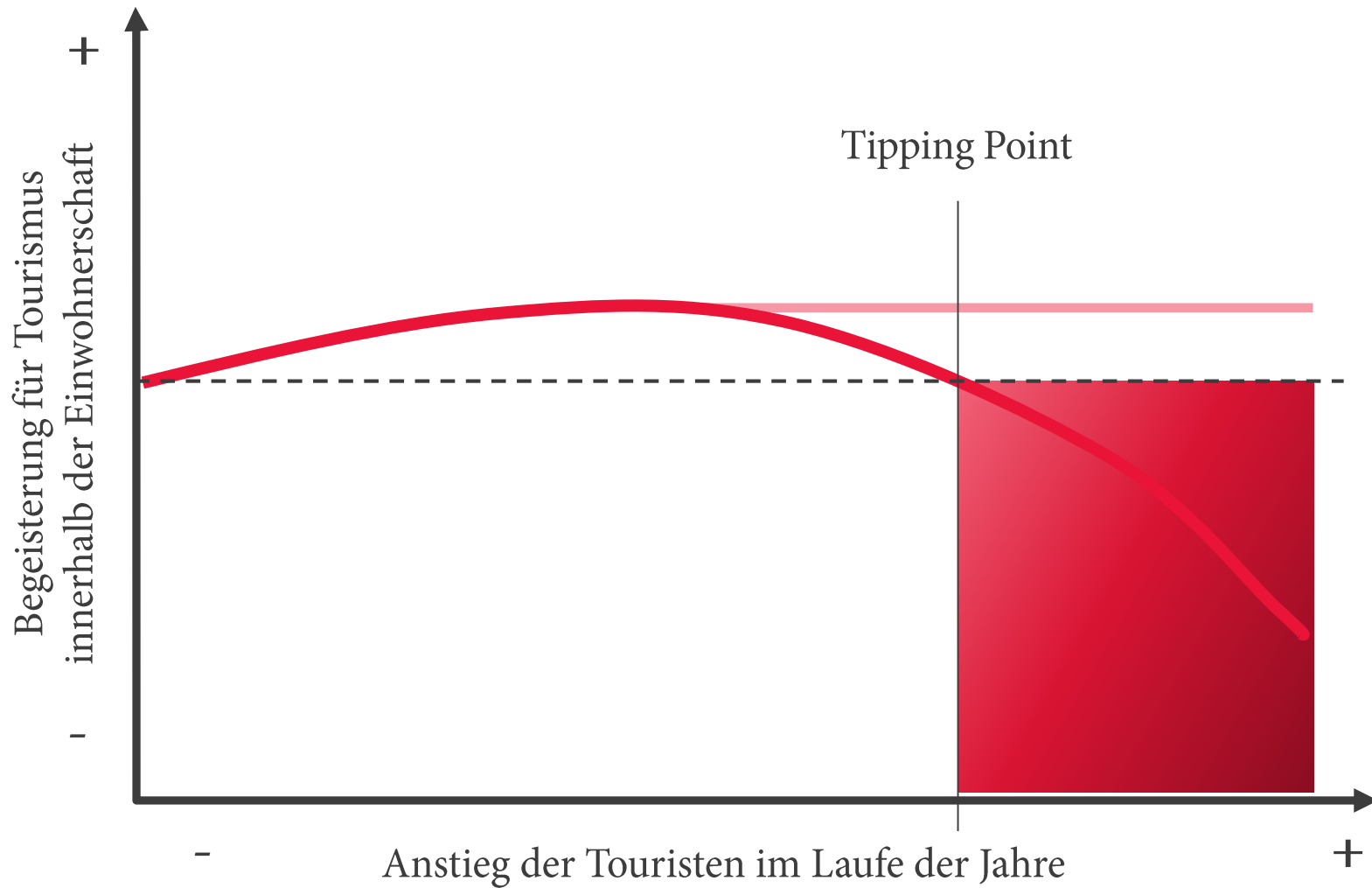
Kooperation / Vernetzung

Interessensvertretung /
Öffentlichkeitsarbeit

Landschafts- / Umweltschutz

Integration / Partizipation

TOLERANZKURVE TOURISMUS.



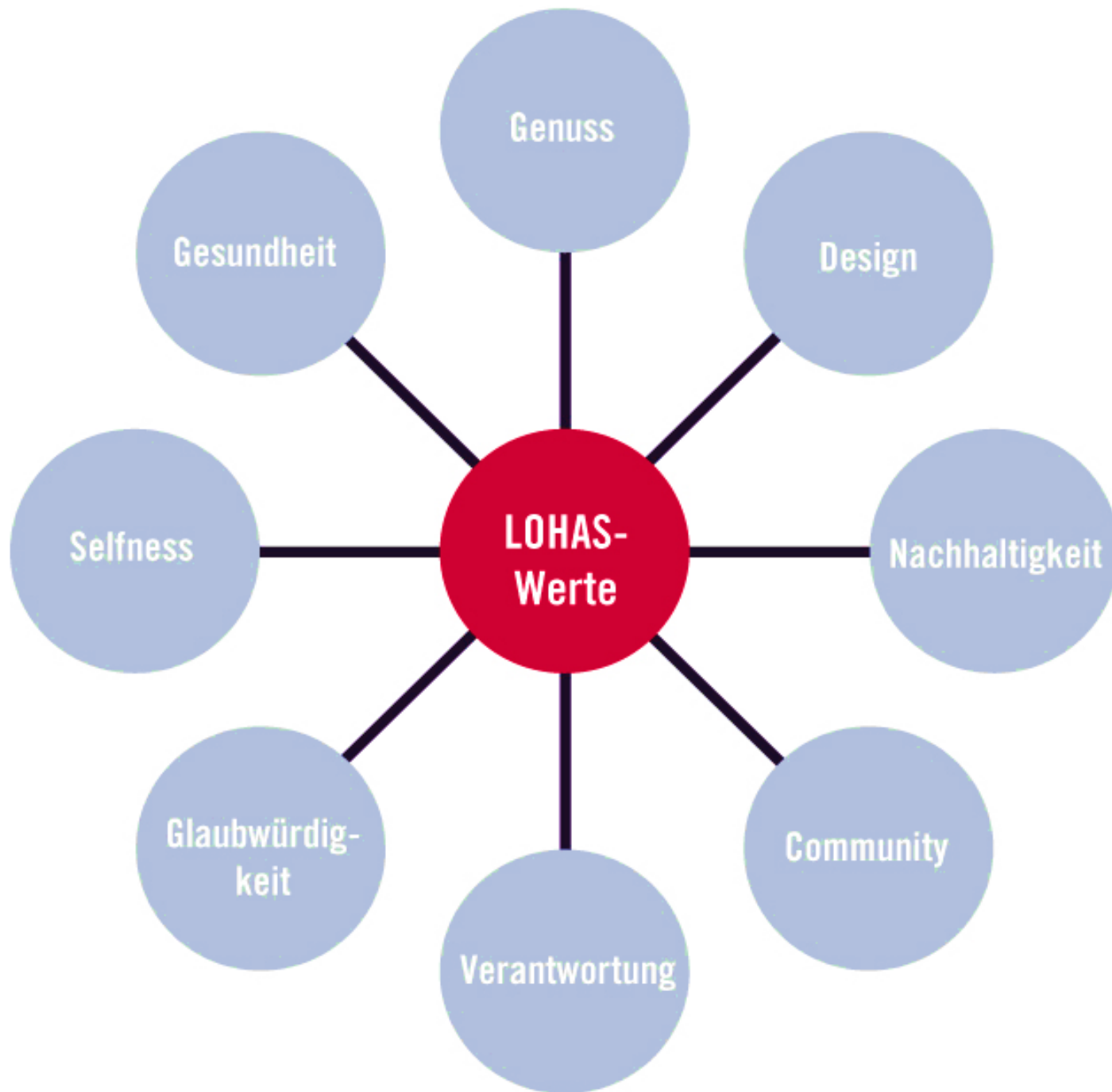
IN ZEITEN IMMER WEITER WACHSENDER
TOURISMUSINTENSITÄT NIMMT DIE
BEDEUTUNG DER NATÜRLICHEN, ABER
AUCH DER SOZIO-KULTURELLEN
GRUNDLAGEN EINER DESTINATION
IMMER STÄRKER ZU.

DESTINATION MANAGEMENT
ORGANISATIONEN MÜSSEN SICH NOCH
INTENSIVER MIT DEM JEWEILIGEN
TIPPING-POINT BEFASSEN UND EINEM
EINTRETEN VORBEUGEN.

ANSTELLE VON ZIELSETZUNGEN, DIE
DEN LEGISLATURPERIODEN UND
JEWEILIGEN WIRTSCHAFTSRESSORTS
DER POLITIK ENTGEGEN KOMMEN...

MÜSSEN SICH TOURISMUSSTRATEGIEN
VIELMEHR AN DEN UMFÄNGLICHEN
AUSWIRKUNGEN IHRER DEFINIERTEN
ZIELE ORIENTIEREN.

DENN: DER „TOURISMUS“ IST NICHT
NUR ABHÄNGIG VON SEINEN TOURISTEN
UND ER IST NICHT UNENDLICH
AUSBAUBAR.



SYLT 

NATÜRLICH

SYLT 



Partner _____

**Nationalpark
Wattenmeer**



Marketing GmbH

Erdbeerparadies

thlande Produkte

SYLTER ROYAL

Sylt Quelle

Sylter Muscheln

Sylter MEERSALZ

Sylter Unternehmer
& DeHoGa

DÜNEN
TRAISS







SYLT 



LED
ISLAND

SYLT 

Eine Initiative von Sylt und

PHILIPS

POTENTIAL E-MOBILITÄT AUF SYLT

Promotion-
Einsätze

Mietwagen
(ca.95%)

Sylter und
Zweitwoh-
nungsbesitzer

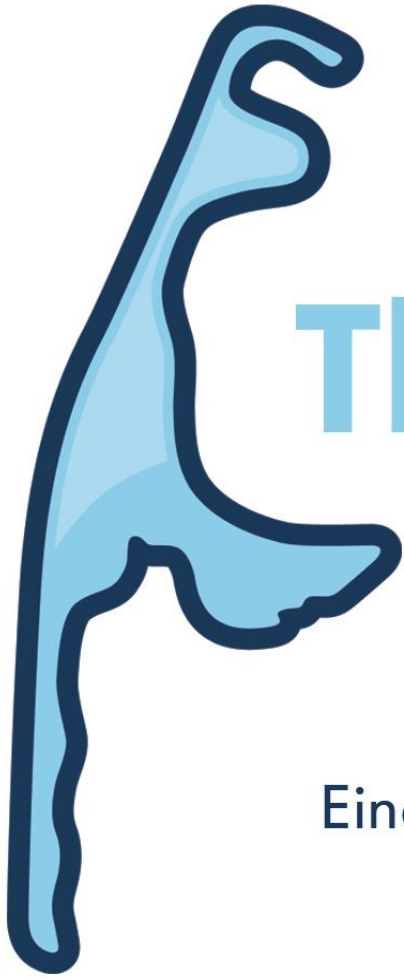
Sylter
Gewerbe-
treibende

Sylter
Gemeinden

GÄSTE

EINHEIMISCHE

SYLT 



Think Blue. **Island.**

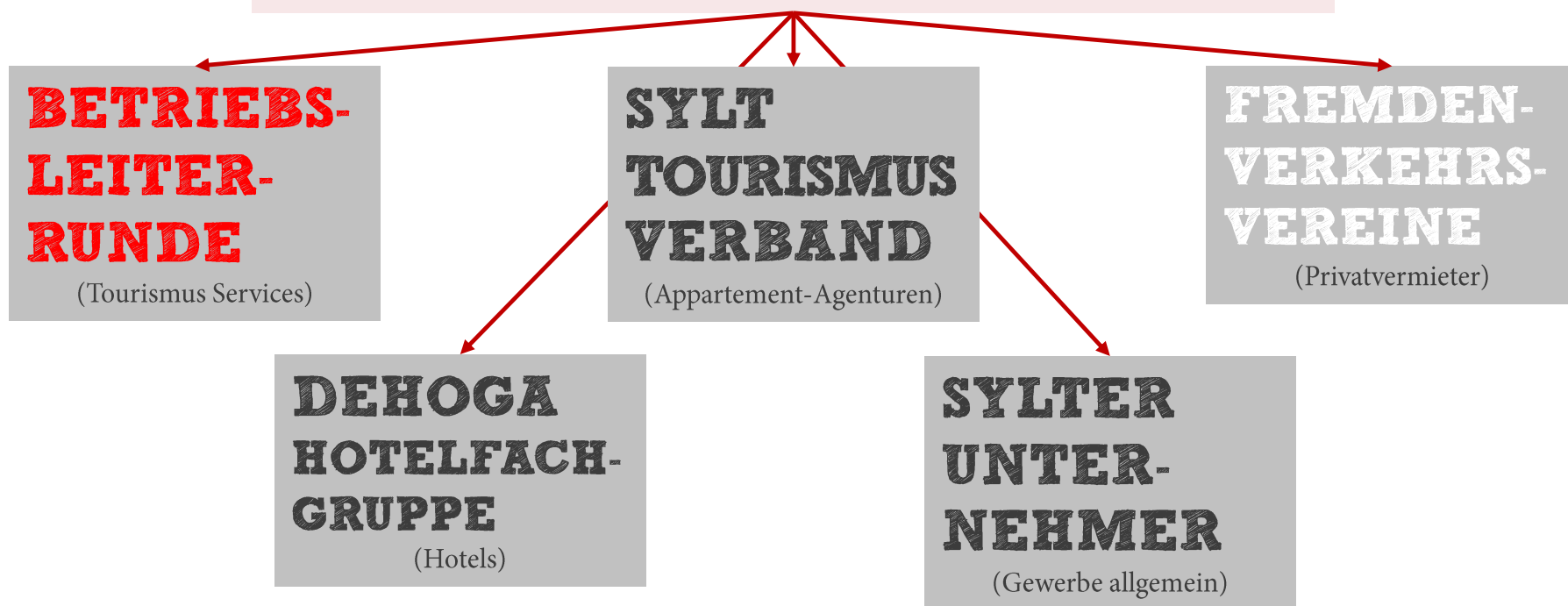
SYLT 

Eine Nachhaltigkeitsinitiative von Volkswagen und Sylt.



SMG-STRATEGIEKREIS

- Leiter der Tourismus Services / SMG
- Vorstand DEHOGA
- Vorstand Sylt Tourismus Verband (App.-Agenturen)
- Vorstand Fremdenverkehrsvereine Westerland /W.-B.
- Vorstand Verein Sylter Unternehmer (HGTV)



EIN
PERSÖNLICHES
FAZIT.



Sylt 

MEER. LEIDENSCHAFT. LEBEN.

VIELEN DANK
FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Sylt Marketing GmbH · Stephanstraße 6 · 25980 Sylt / Westerland
Telefon: 0 46 51 / 82 02-0 · Fax: 0 46 51 / 82 02-22 · www.sylt.de