

**Aktualisierte Fassung,
jetzt mit landesweiten
Vergleichsdaten!**

Tourismusakzeptanz in Kiel

*Ergebnisse einer Einwohnerbefragung
im August/September 2018*

Stand: 3. September 2019

Auftraggeber: Landeshauptstadt Kiel in Kooperation mit Kiel-Marketing

	Seite
• Hintergrund, Zielsetzung und Vorgehensweise	3
• Zusammenfassung	6
• Ergebnisse im Detail	11
• Leben in Kiel (Wohndauer, Art des Wohnsitzes, Zufriedenheit, Gründe für Kiel)	12
• Wahrgenommener Einfluss des Tourismus auf Kiel/die eigene Lebenssituation	16
• Einstellung zur Anzahl der Touristen in Kiel	21
• Positive/negative Effekte des Tourismus in Kiel	23
• Informationsstand der Einwohner über touristische Pläne für Kiel	29
• Bewertung der bisherigen Tourismusedwicklung in Kiel	31
• Bewertung der Ziele für die Tourismusedwicklung in Kiel	33
• Einstellung zu konkreten touristischen Plänen für Kiel	35
• Verbesserungsvorschläge und Ideen für den Tourismus in Kiel	37
• Struktur der Stichprobe	41
• Schlussfolgerungen	45
• Fragebogen	46

- **Hintergrund:** Auf ganzer Linie erfolgreich ist das lokale Tourismusangebot nur dann, wenn auch die einheimische Bevölkerung mit der Situation vor Ort zufrieden ist und gerne dort lebt und arbeitet, wo andere Urlaub machen. Tourismus soll nämlich nicht nur Gästeankünfte und Übernachtungen „produzieren“, sondern vor Ort Wohlstand und Wohlfahrt schaffen und die Lebensqualität auch für die eigene Bevölkerung verbessern. Weltweit und auch in Schleswig-Holstein wird deshalb darüber diskutiert, welche Einstellungen die Bewohner der Urlaubsregionen zum Tourismus haben und wie man eventuelle Missstände entdecken und beheben kann.
- Wichtige Fragestellungen sind:
 - **Welchen Einfluss hat der Tourismus auf das Leben in der Stadt Kiel?**
 - **Wie steht die einheimische Bevölkerung zum Tourismus?**
- Um der Diskussion der damit in Zusammenhang stehenden Fragen gerecht zu werden, ist eine belastbare Grundlage zur Haltung der Bevölkerung eine notwendige Voraussetzung. Es geht dabei um Fragen der Wahrnehmung, der Kenntnisse und der Bewertung. Um Antworten auf diese Fragen zu finden, hat die Landeshauptstadt Kiel in Kooperation mit Kiel-Marketing das NIT – Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH mit der Durchführung einer Akzeptanzstudie beauftragt.
- **Vorgehensweise:**
 - Im Zeitraum **28. August bis 16. September 2018** wurde eine anonyme schriftliche Einwohnerbefragung in Kiel durchgeführt.
 - **Stichprobe A (Personen in zufällig ausgewählten Haushalten):** Es wurden insgesamt n=4.000 Fragebögen (brutto) an zufällig ausgewählte Haushalte im gesamten Stadtgebiet verteilt. Es handelt sich dabei um eine proportional geschichtete Zufallsstichprobe, d. h. für jeden Stadtteil wurde eine eigene Zufallsstichprobe gezogen. Als Basis dienten die Einwohnerzahl und das Straßenverzeichnis nach Stadtteilen der Abteilung Statistik der Landeshauptstadt Kiel. Die Teilnahme an der Befragung war sowohl online als auch offline (auf Papier, mit kostenloser Rücksendemöglichkeit) möglich. Pro Haushalt durfte jedoch nur ein Fragebogen ausgefüllt werden. Insgesamt konnten n=384 Fragebögen für die Auswertung genutzt werden (netto), d. h. die Antwortrate lag bei 10%. 81% der gültigen Fragebogen wurden Papier ausgefüllt, die restlichen 19% nutzten den Online-Link zur Umfrage.
 - **Stichprobe B (öffentlich zugänglicher Link):** Um die Fallzahl zu erhöhen, den Anteil der jüngeren Befragten zu erhöhen und Auswertungen für verschiedene Subgruppen (z. B. Wohnorte innerhalb Kiels) zu ermöglichen, wurde seitens Kiel-Marketing zusätzlich über die Presse und über Facebook dazu aufgerufen, sich an der Einwohnerbefragung zu beteiligen. Der öffentlich zugängliche Link wurde von n=213 Personen genutzt, darunter relativ viele jüngere Menschen (55% unter 40 Jahre) mit hoher Formalbildung (70% mit Abitur und/oder Hochschulabschluss). Details zur Struktur der Stichprobe finden Sie auf Seite 37ff.
 - Alle Teilnehmer, die online an der Befragung teilnahmen, erhielten die Möglichkeit, an einem Gewinnspiel teilzunehmen, bei dem drei Gutscheine für Übernachtungen im Schlafstrandkorb in Heikendorf verlost wurden.
 - Die Fragebögen waren für beide Stichproben identisch, die Daten wurden zusammengefasst (Gesamtstichprobe n=597), im Hinblick auf das Alter und die Postleitzahl gewichtet und mit dem Tabellierungsprogramm CNT light ausgewertet. Die Ergebnisse werden für alle Befragten und mit Blick auf den Wohnort ausgewertet.
- Zum gleichen Thema wurde von der Fachhochschule Festküste (FHW) in Kooperation mit dem NIT vom 2. bis 9. Juli 2019 eine bundesweite bevölkerungsrepräsentative Online-Befragung durchgeführt, aus der auch **Ergebnisse für die Einwohner Schleswig-Holsteins** gewonnen werden konnten (n=400). So ist bei vielen Fragestellungen ein Vergleich der Situation in Kiel mit landesweiten Daten möglich.

- Der Fragebogen wird im Anhang dargestellt und beschäftigt sich mit folgenden Themen:
 - Leben in Kiel (Wohndauer, Art des Wohnsitzes, Zufriedenheit, Gründe für Kiel)
 - Wahrgenommener Einfluss des Tourismus auf die eigene Lebenssituation
 - Einstellung zur Anzahl der Touristen
 - Positive/negative Effekte des Tourismus in Kiel
 - Wahrnehmung des Tourismus im eigenen Lebensumfeld/Berührungspunkte
 - Informationsstand der Einwohner über touristische Pläne
 - Bewertung der bisherigen Tourismusedwicklung in Kiel
 - Bewertung der Ziele für die Tourismusedwicklung in Kiel
 - Einstellung zu konkreten touristischen Plänen für Kiel
 - Verbesserungsvorschläge und Ideen für den Tourismus
 - Soziodemographie
- Bei der Erstellung des Fragebogens wurde darauf geachtet, dass die Ergebnisse ausgewählter Fragen sowohl mit den Resultaten für andere Orte in Schleswig-Holstein als auch mit den Daten vergleichbar sind, welche die FH Westküste im Sommer 2019 zum gleichen Thema für Schleswig-Holstein erhoben hat. Die Fragen wurden immer mit Bezug zum jeweiligen Wohnort des Befragten gestellt.
- Die Ergebnisse zeigen, wie die lokale Bevölkerung in Sachen Tourismus tickt. Die Erkenntnisse erlauben ferner, akute und drohende Belastungen zu identifizieren, den inhaltlichen Schwerpunkt solcher Belastungen zu erkennen (wo sind Maßnahmen besonders dringlich?), ebenso aber auch wahrgenommene positive Seiten des Tourismus zu erfahren.

- **Zielsetzung und Vorgehensweise**
 - Diese Studie untersucht, welche Einstellung die Kielerinnen und Kieler zum Tourismus haben und wie man eventuelle Missstände entdecken und beheben kann.
 - Die Ergebnisse basieren auf den Antworten von n=597 Personen, die im August und September 2018 befragt wurden. Die Daten wurden nach dem Alter und den Postleitzahlengebieten gewichtet und sind repräsentativ für die rund 250.000 Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Kiel.
- **Leben in Kiel**
 - Wohndauer: Über die Hälfte der Befragten lebt länger als 20 Jahre in Kiel, in den äußeren Stadtteilen ist der Anteil der „Alteingesessenen“ höher als in der gesamten Stadt.
 - Art des Wohnsitzes: Die Befragten haben fast ausschließlich ihren Hauptwohnsitz in Kiel, weniger als 1% der Befragten verfügen über einen Nebenwohnsitz in der Stadt.
 - Zufriedenheit mit Wohnort: Fast alle Befragten leben gerne in Kiel. Auf dem Ostufer ist die Zufriedenheit mit dem Wohnort etwas geringer, in den äußeren Stadtbezirken etwas höher als in der Stadt insgesamt.
 - Gründe für Leben in Kiel: Der am häufigsten genannte Grund ist der Job/die Ausbildung (56%), etwas mehr als die Hälfte der Befragten ist in Kiel aufgewachsen. Nur ein sehr geringer Anteil (2%) hat die Stadt im Rahmen einer Urlaubsreise kennengelernt.
- **Wahrgenommener Einfluss des Tourismus auf Kiel/die eigene Lebenssituation**
 - Auswirkungen des Tourismus für die Stadt: Die große Mehrheit der Kieler bewertet die touristischen Effekte insgesamt überwiegend oder eher positiv (86%).
 - Persönliche Auswirkungen des Tourismus: 47% der Kieler sehen für sich überwiegend/eher positive Effekte, 8% eher/überwiegend negative Effekte. Auf dem Ostufer ist sowohl der Anteil der positiven als auch der Anteil negativen Bewertungen höher, der Anteil der neutralen Bewertungen hingegen geringer als in der Stadt insgesamt.

- **Einstellung zur Anzahl der Touristen in Kiel**
 - Der Großteil der Kieler ist der Meinung, dass in der Stadt die richtige Menge an Touristen sei. Nur jeder zehnte Kieler empfindet die Anzahl der Touristen insgesamt in Kiel als zu hoch.
 - Kritisch wird vor allem das Volumen der Kreuzfahrtgäste bewertet, von Befragten auf dem Westufer stärker als von Befragten auf dem Ostufer. Die Anzahl der Fährpassagiere wird insbesondere von Bewohnern des Ostufers als zu hoch angesehen.
- **Positive/negative Effekte des Tourismus in Kiel**
 - Positive Effekte: Aus Sicht der Kielerinnen und Kieler sorgt der Tourismus vor allem für ein positives Image der Stadt, trägt zur Wirtschaftsförderung bei und schafft ein vielfältigeres Angebot im Bereich der Gastronomie. Weitere positive Effekte sind das internationale Flair. Das Vorhandensein von attraktiver Arbeitsplätze wird als stark saisonal angesehen.
 - Negative Effekte: Genannt werden vor allem hohe Preise und Verkehrsprobleme, letztere werden von den meisten Kielern aber meist „nur“ in der Saison als negativ empfunden. Etwas mehr als ein Viertel der Kieler empfindet Kiel (zeitweise) als überlaufen. Von Befragten auf dem Ostufer wird dies stärker wahrgenommen als von Befragten im übrigen Stadtgebiet.
- **Informationsstand der Einwohner über touristische Pläne für Kiel**
 - Nur knapp ein Drittel der Befragten fühlt sich über die touristischen Pläne Kiels gut informiert. Dabei ist der gefühlte Informationsstand am Westufer und in den äußeren Stadtteilen schlechter als am Ostufer.
 - 73% möchten durch Berichte in der Presse informiert werden, 37% über soziale Medien und 36% über einen digitalen Newsletter. Ein Newsletter auf Papier bzw. Informationsveranstaltungen wären für 32% bzw. 27% attraktiv.
- **Einstellung zur bisherigen Tourismusedwicklung in Kiel**
 - Die starke Steigerung der Übernachtungen innerhalb der letzten zehn Jahre wird von einer deutlichen Mehrheit (70%) der Befragten als positiv bewertet. Gleiches gilt für den neuen Weihnachtsmarkt auf dem Rathausplatz und den Bootshafensommer, 83% bzw. 80% bewerten diese Veranstaltungen positiv.
 - Ein differenziertes Bild zeigt sich bei der Bewertung der Hotelneubauten, denen 36% der Kieler positiv und 29% negativ gegenüberstehen. Auf dem Ostufer werden die Hotelneubauten besonders kritisch beurteilt.
 - Die Belebung der Innenstadt durch Kreuzfahrt- und Fährschiffe wird zwar von der Mehrheit der Kieler positiv gesehen, etwas mehr als ein Fünftel der Kieler nimmt hier aber (eher) negative Effekte wahr.

- **Bewertung der touristischen Ziele für Kiel**
 - Klimafreundlicher Urlaubsort zu werden und den Kreuzfahrt-/Fährhafens unter ökologischen Gesichtspunkten auszubauen, sind für fast alle Kieler (87% bzw. 83%) wichtige Ziele.
 - Der Ausbau einer gemeinsamen Vermarktung der Region „Kieler Förde“ stößt ebenfalls auf breite Zustimmung (86%). Mehr als drei Viertel der Befragten (78%) finden, dass Kiel attraktiver für Fahrradurlauber werden sollte und 80% finden es wichtig, Maritimität stärker erlebbar zu machen.
 - Auch die Belebung der Nebensaison (67%) und die Idee, den Kongressstandort Kiel auszubauen (58%) finden Zustimmung.
 - Die abgefragten Ziele sind für Befragte auf dem Ostufer fast durchweg weniger wichtig.
- **Bewertung der konkreter Pläne für Kiel**
 - Fast alle Kieler (90%) wünschen sich die Steigerung der Aufenthaltsqualität an der Kiellinie. Auch ein aktives Innenstadtmanagement zur Vermeidung von Leerständen, die Qualitätssteigerung der Innenstadt-Events und die Steigerung der Aufenthaltsqualität am Kieler Hauptbahnhof stoßen auf breite Zustimmung.
 - Bei der Neugestaltung des Kiel Kanals ist das Meinungsbild nicht ganz so eindeutig, der Anteil der Befürworter (52%) ist aber höher als der Anteil der Kritiker (31%).
 - Bei der Meinung zum „WelcomeCenter“ gibt es große Unterschiede innerhalb Kiels: Befragte des Ostufers stehen den Plänen deutlich kritischer, Befragte in den äußeren Stadtteilen deutlich positiver gegenüber.
- **Verbesserungsvorschläge und Ideen für den Tourismus in Kiel**
 - 39% der Befragten haben Ideen bzw. machen Verbesserungsvorschläge für den Tourismus in Kiel.
 - Am häufigsten wurden Vorschläge im Bereich Verkehr genannt (40%). Dazu gehört insbesondere der Wunsch nach einem verbesserten ÖPNV-Angebot (Taktung, Anbindung, Vernetzung mit dem Umland, regelmäßiger Fährbetrieb) und nach zusätzlichen Parkplätzen.
 - 37% der Befragten mit Verbesserungsvorschlägen haben Anregungen für die Innenstadt. Dabei wurde am häufigsten der Wunsch nach zusätzlichen Restaurants mit Außenbereich und die Verbesserung bzw. Erweiterung der Grünanlagen geäußert.
 - 21% der Vorschläge beziehen sich auf Angebote für bestimmte Zielgruppen, besonders oft wurden dabei Angebote für Familien/Kinder genannt werden.

- **Leben in Schleswig-Holstein**
 - Wohndauer: Schleswig-Holsteiner leben im Durchschnitt seit 20 Jahren im Wohnort, im Vergleich zu Kiel ist die Wohndauer im Ort damit deutlich geringer. Dementsprechend ist landesweit der Anteil der „Alteingesessenen“ niedriger.
 - Zufriedenheit: Der weit überwiegende Teil der Schleswig-Holsteiner (92%) lebt sehr gerne oder gerne im derzeitigen Wohnort. Im Vergleich zu Kiel zeigen sich kaum Unterschiede.
 - Gründe: 39% der Schleswig-Holsteiner ist im derzeitigen Wohnort auch aufgewachsen, in Kiel ist der Anteil mit 53% deutlich höher. Knapp ein Drittel (30%) der Einwohner des nördlichsten Bundeslandes ist wegen des Jobs/der Ausbildung in den Ort gezogen, damit ist der Anteil geringer als in Kiel (56%). Kaum Unterschiede gibt es bei denjenigen, die den Altersruhesitz in dem Ort haben, wegen der (Enkel-)Kinder oder wegen des Jobs des Partners im Ort wohnen.
- **Wahrgenommener Einfluss des Tourismus auf Wohnort/die eigene Lebenssituation**
 - Auswirkungen des Tourismus für den Wohnort: 57% der Schleswig-Holsteiner bewerten die touristischen Effekte insgesamt überwiegend oder eher positiv, knapp ein Drittel (29%) hat eine neutrale Haltung und 8% sehen eher oder überwiegend negative Effekte. In Kiel ist der Anteil derjenigen, die (eher) positive Effekte sehen, mit 86% wesentlich höher. Und während landesweit 8% eher oder überwiegend negative Effekte des Tourismus für den eigenen Wohnort sehen, ist dieser Anteil in Kiel mit 3% deutlich niedriger.
 - Persönliche Auswirkungen des Tourismus: Bei den persönlichen Auswirkungen des Tourismus nimmt die Hälfte der Schleswig-Holsteiner eine neutrale Haltung ein, 37% sehen für sich persönlich (eher) positive Effekte und 9% (eher) negative Effekte. In Kiel werden die persönlichen Auswirkungen häufiger eher oder überwiegend positiv eingeschätzt (47%), negative Auswirkungen werden von der Kieler Bevölkerung (8%) in etwa ebenso häufig genannt wie in der landesweiten Befragung.
- **Einstellungen zu Anzahl der Touristen im Wohnort**
 - Etwas weniger als jeder zehnte Schleswig-Holsteiner (9%) ist der Meinung, dass es im derzeitigen Wohnort zu viele Touristen gibt. Der Anzahl der Tagestouristen wird von deutlich mehr Befragten (10%) kritisch gesehen als die Anzahl der Übernachtungsgäste (5%). Die Kieler schätzen die Situation ähnlich ein.

- **Positive/negative Effekte des Tourismus im Wohnort**

- Positive Effekte: Bei den positiven Effekten des Tourismus für den jeweiligen Wohnort werden von den Schleswig-Holsteinern vor allem das positive Image des Ortes und der Beitrag zur Wirtschaftsförderung genannt. Mit deutlichem Abstand folgen die anderen abgefragten positiven Effekte, wie beispielsweise die Förderung der Nahversorgung, attraktive Arbeitsplätze und die Verschönerung des Ortsbildes. Unterschiede im Ranking der positiven Aspekte zwischen der Landesebene und der Stadt Kiel sind nicht zu erkennen. Die Zustimmungswerte der positiven Effekte sind für Kiel jedoch bei allen abgefragten Aspekten höher als auf Landesebene, wobei der Abstand bei attraktiven Arbeitsplätzen und der Förderung der Nahversorgung besonders groß ist.
- Negative Effekte: Landesweit am häufigsten genannt werden Verkehrsprobleme, auf dem zweiten Rang der negativen Effekte steht die Überfüllung des Ortes durch Touristen, wobei gerade letzteres stark an die Hochsaison gebunden ist. Ein Viertel der Schleswig-Holsteiner nimmt eine tourismusbedingte Preissteigerung in ihrem Wohnort wahr. Die meisten negativen Effekte werden in Kiel stärker wahrgenommen als im gesamten Bundesland. Insbesondere bei den Verkehrsproblemen und der Teuerung sind die Zustimmungswerte der Kieler höher als in der landesweiten Befragung.

- **Informationsstand der Einwohner über touristische Pläne im Wohnort**

- Knapp ein Drittel der Schleswig-Holsteiner fühlt sich über die touristischen Pläne im Wohnort gut informiert, in Kiel sind es ebenso viele.
- Ein deutlicher Unterschied zeigt sich in dem Anteil derjenigen, die sich weniger gut oder schlecht über die touristischen Pläne im Ort informiert fühlen: landesweit sind es 37%, in Kiel liegt der Wert mit 71% deutlich höher.

Befragte Westufer (n=262)

- 24103 Altstadt – Damperhof – Exerzierplatz – Vorstadt
- 24105 Blücherplatz – Brunswik – Düsternbrook
- 24106 Wik
- 24114 Südfriedhof
- 24116 Schreventeich
- 24118 Ravensberg
- 24159 Friedrichsort – Holtenau – Pries – Schilksee – Wik

Befragte Ostufer (n=114)

- 24143 Gaarden-Ost, Gaarden-Süd
- 24148 Ellerbek – Wellingdorf
- 24149 Neumühlen-Dietrichsdorf

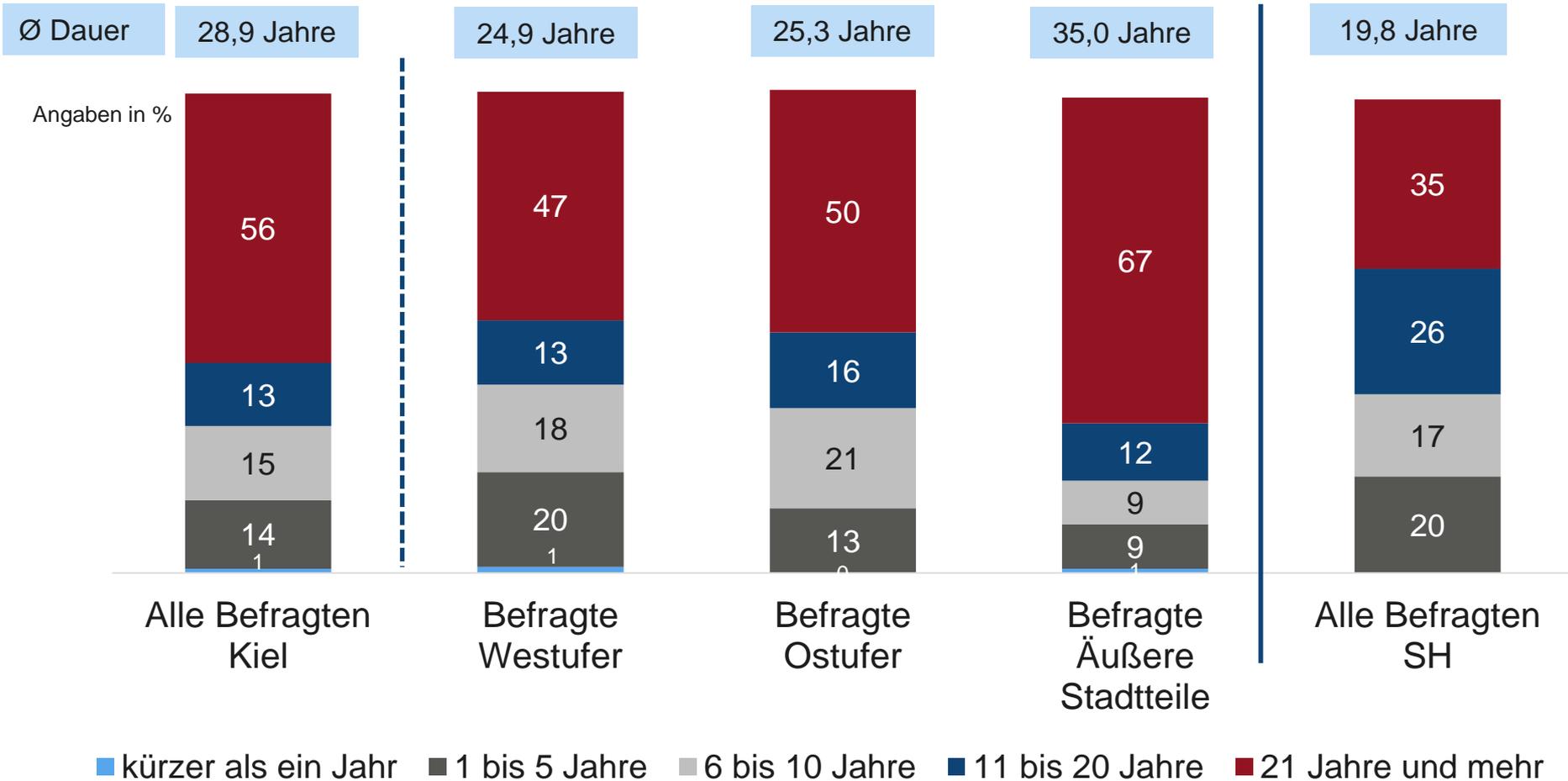
Befragte Äußere Stadtteile (n=201)

- 24107 Suchsdorf
- 24109 Hasseldieksdamm – Mettenhof
- 24111 Russee
- 24113 Gaarden-Süd – Hassee
- 24145 Gaarden-Süd – Kronsburg – Meimersdorf – Moorsee – Neumeimersdorf – Poppenbrügge – Rönne – Schlüsbek – Wellsee
- 24146 Elmschenhagen-Süd
- 24147 Elmschenhagen-Nord



Quelle: Bürger- und Ordnungsamt der Landeshauptstadt Kiel, Abteilung Statistik

Wohndauer: Über die Hälfte lebt länger als 20 Jahre in Kiel, in äußeren Stadtteilen überdurchschnittlich viele „Alteingesessene“



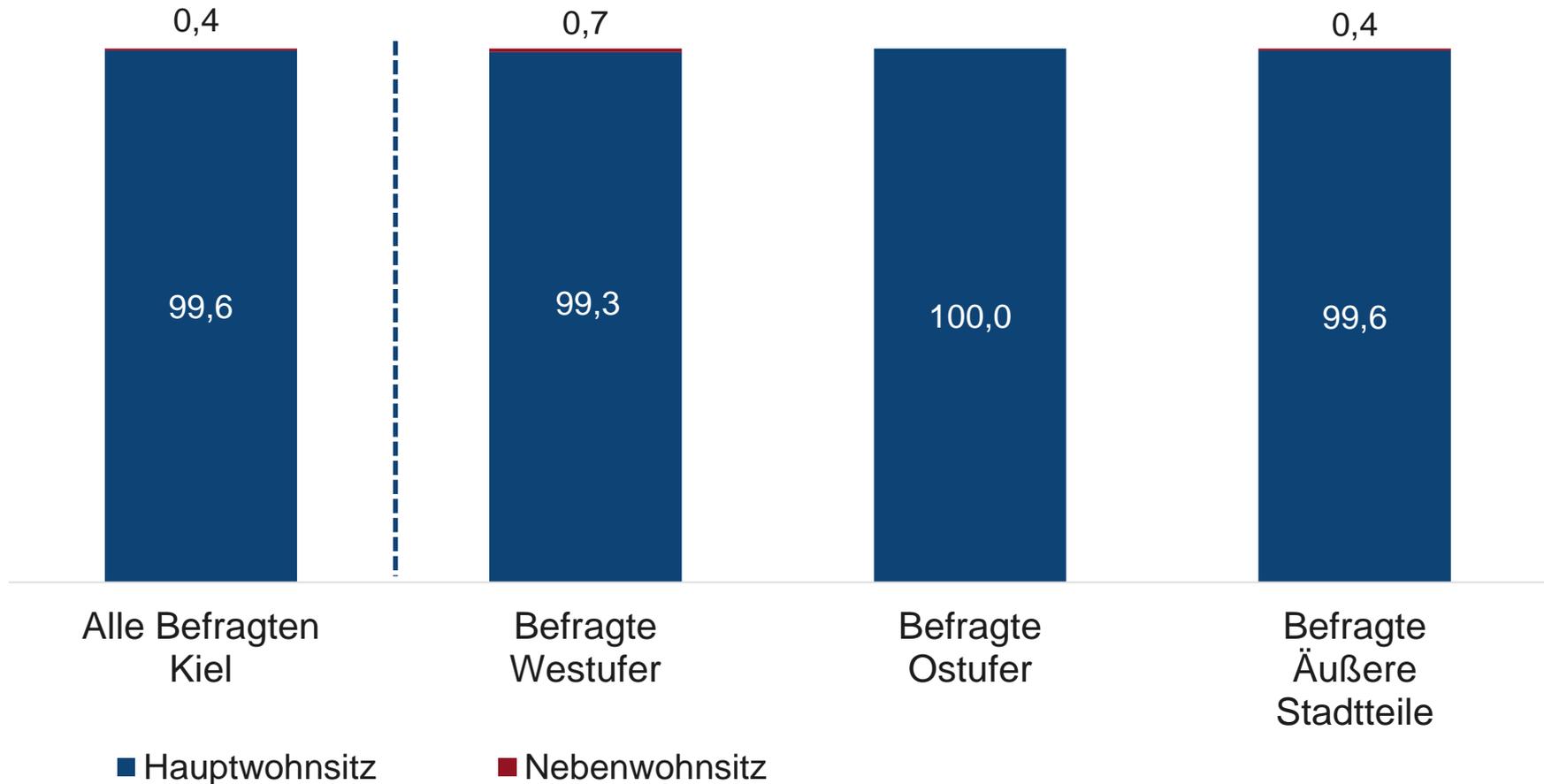
A1: Wie lange wohnen Sie schon hier in Kiel?

Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201, alle Befragten SH n=400.

Zu 100% fehlende: keine Angabe oder rundungsbedingt

Art des Wohnsitzes: Die Befragten haben fast ausschließlich ihren Hauptwohnsitz in Kiel

Angaben in %

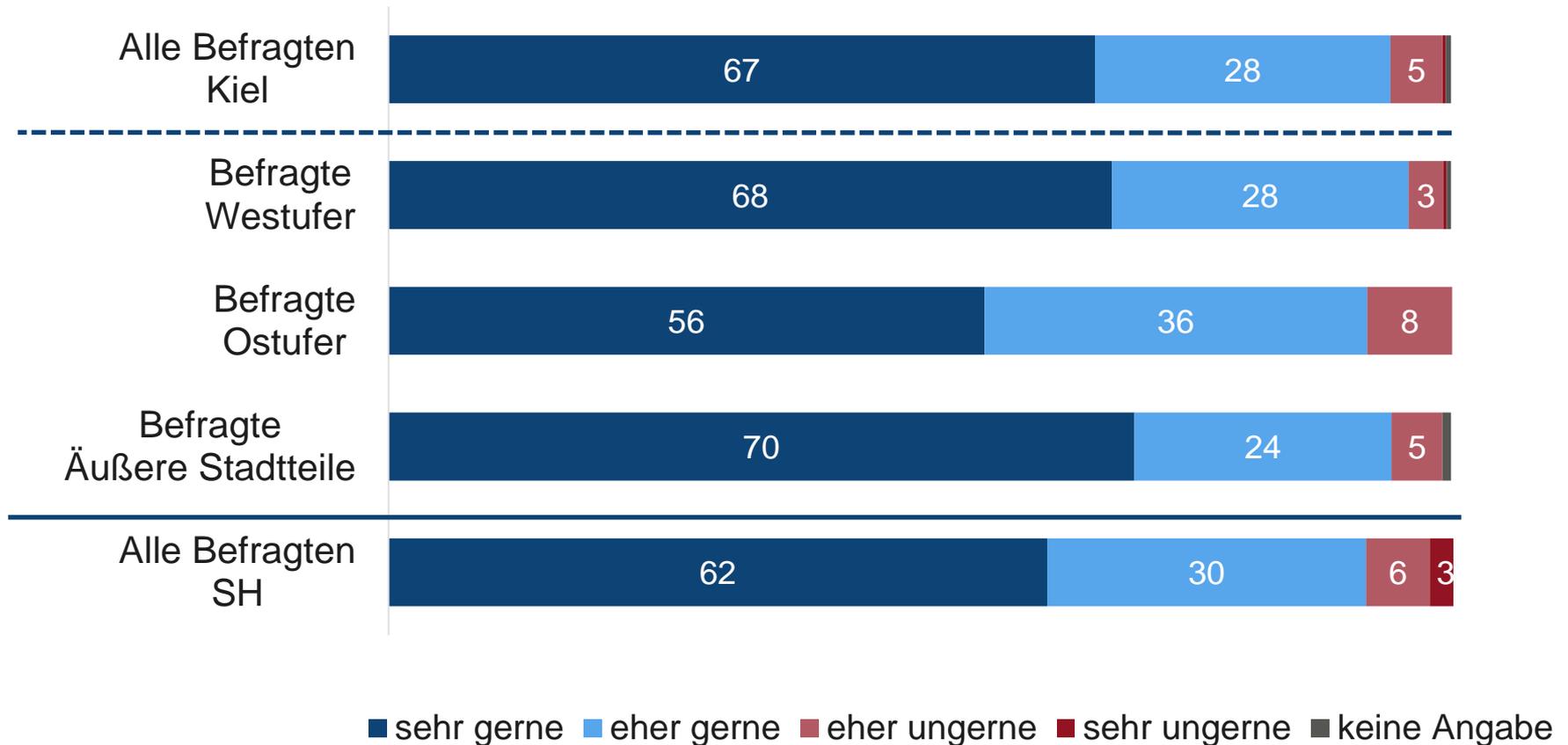


A2: Haben Sie Ihren Haupt- oder Nebenwohnsitz hier in Kiel? (nur eine Antwort möglich)

Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201

Zufriedenheit mit Wohnort: Fast alle Kieler leben gerne dort. Am Ostufer geringere Zufriedenheit als in der Stadt insgesamt

Angaben in %



A3: Wie gerne leben Sie in Kiel? (nur eine Antwort möglich)

Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201, alle Befragten SH n=400.

Gründe für Leben in Kiel: Etwas mehr als die Hälfte der Befragten ist in Kiel aufgewachsen

Angaben in %	Alle Befragten Kiel	Befragte Westufer	Befragte Ostufer	Befragte Äußere Stadtteile	Alle Befragten SH
Wegen meines Jobs/meiner Ausbildung	56	55	65	52	30
Bin hier in der Stadt/in der Region aufgewachsen	53	47	58	60	39
Mein(e) Partner/-in kommt von hier	16	17	5	20	20
Altersruhesitz	9	7	10	11	9
Wegen meiner (Enkel-)Kinder	8	6	3	13	9
Wegen des Jobs meines Partners/meiner Partnerin	8	11	6	6	9
Habe die Stadt im Rahmen von Urlaubsreisen kennengelernt	2	3	2	0	5
<i>Andere Gründe</i>	11	10	19	9	19

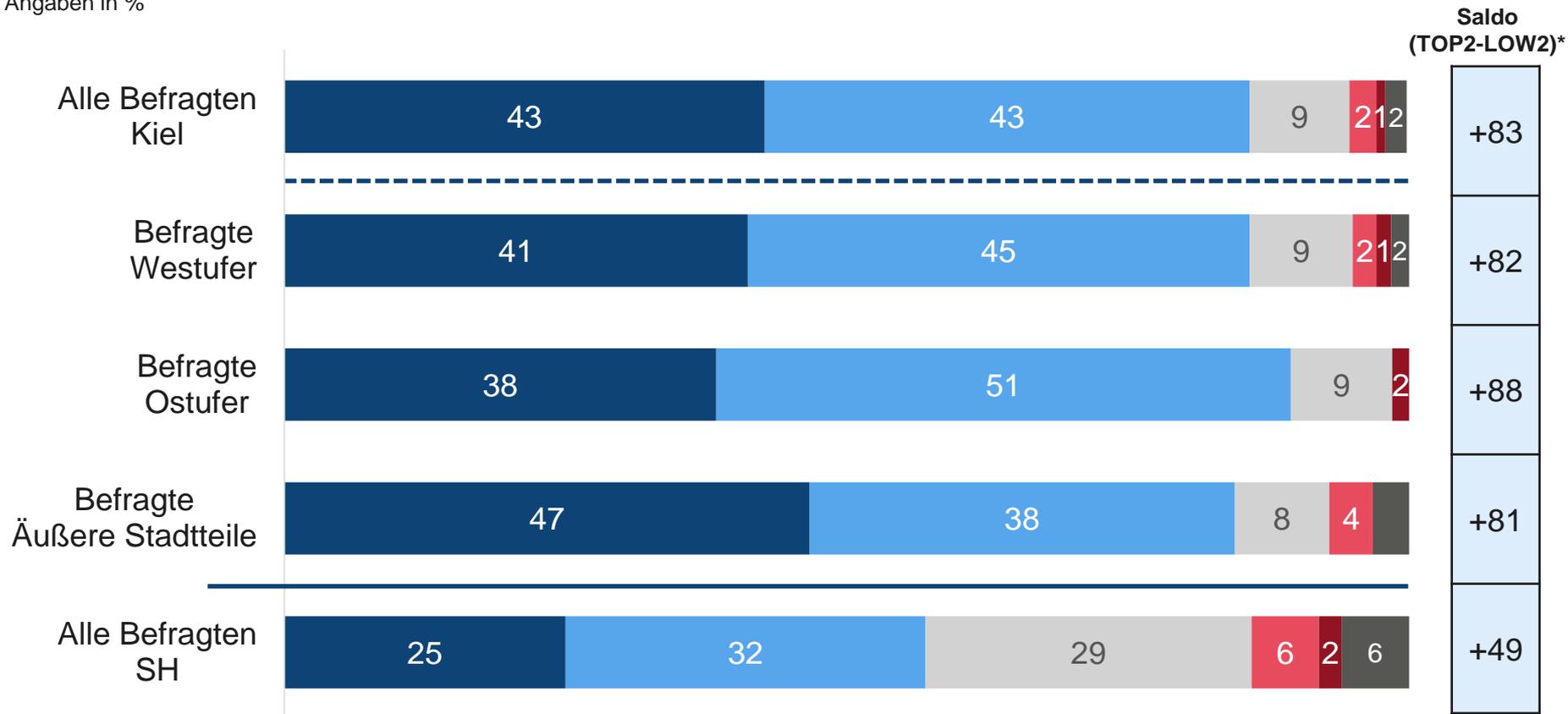
Rot: mind. 5 %-Punkte unter Kiel insgesamt, Grün: mind. 5 %-Punkte über Kiel insgesamt

A4: Weshalb leben Sie hier in Kiel? (mehrere Antworten möglich)

Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201, alle Befragten SH n=400.

Auswirkungen des Tourismus für Kiel: 86% der Einwohner bewerten die touristischen Effekte für die Stadt positiv

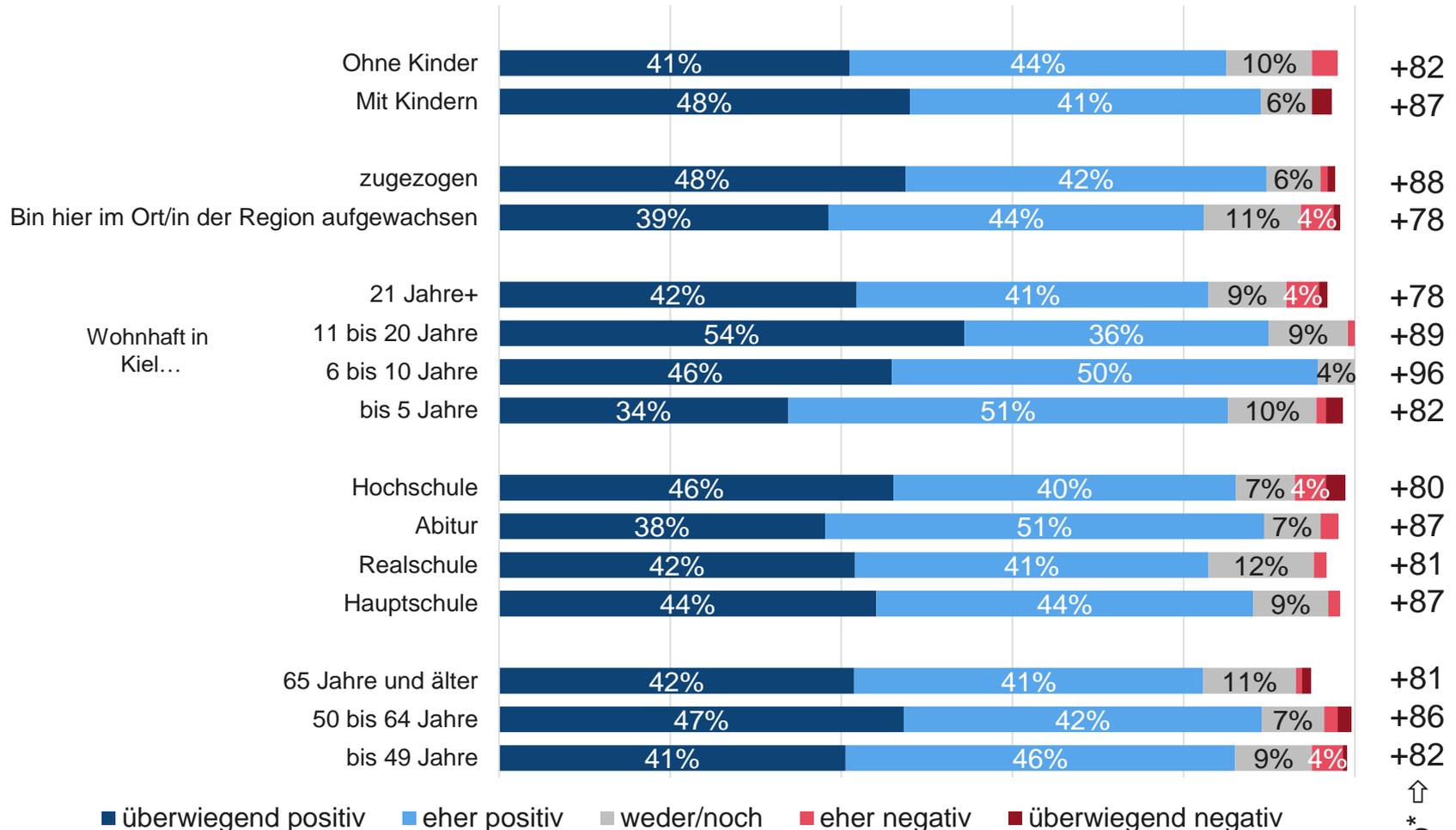
Angaben in %



■ überwiegend positiv ■ eher positiv ■ neutral ■ eher negativ ■ überwiegend negativ ■ weiß nicht/ k. A.

A5: Nun geht es um das Thema Tourismus, also um Reisen mit und ohne Übernachtung. Zunächst einmal würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus für Kiel und für sich persönlich sehen? (bitte nur eine Angabe je Zeile) * in Prozentpunkten
 Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201, alle Befragten SH n=400.

Bewertung der Auswirkungen des Tourismus für Kiel: Unterschiede der soziodemographischen Gruppen



A5: Nun geht es um das Thema Tourismus, also um Reisen mit und ohne Übernachtung. Zunächst einmal würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus für Kiel und für sich persönlich sehen? (bitte nur eine Angabe je Zeile)

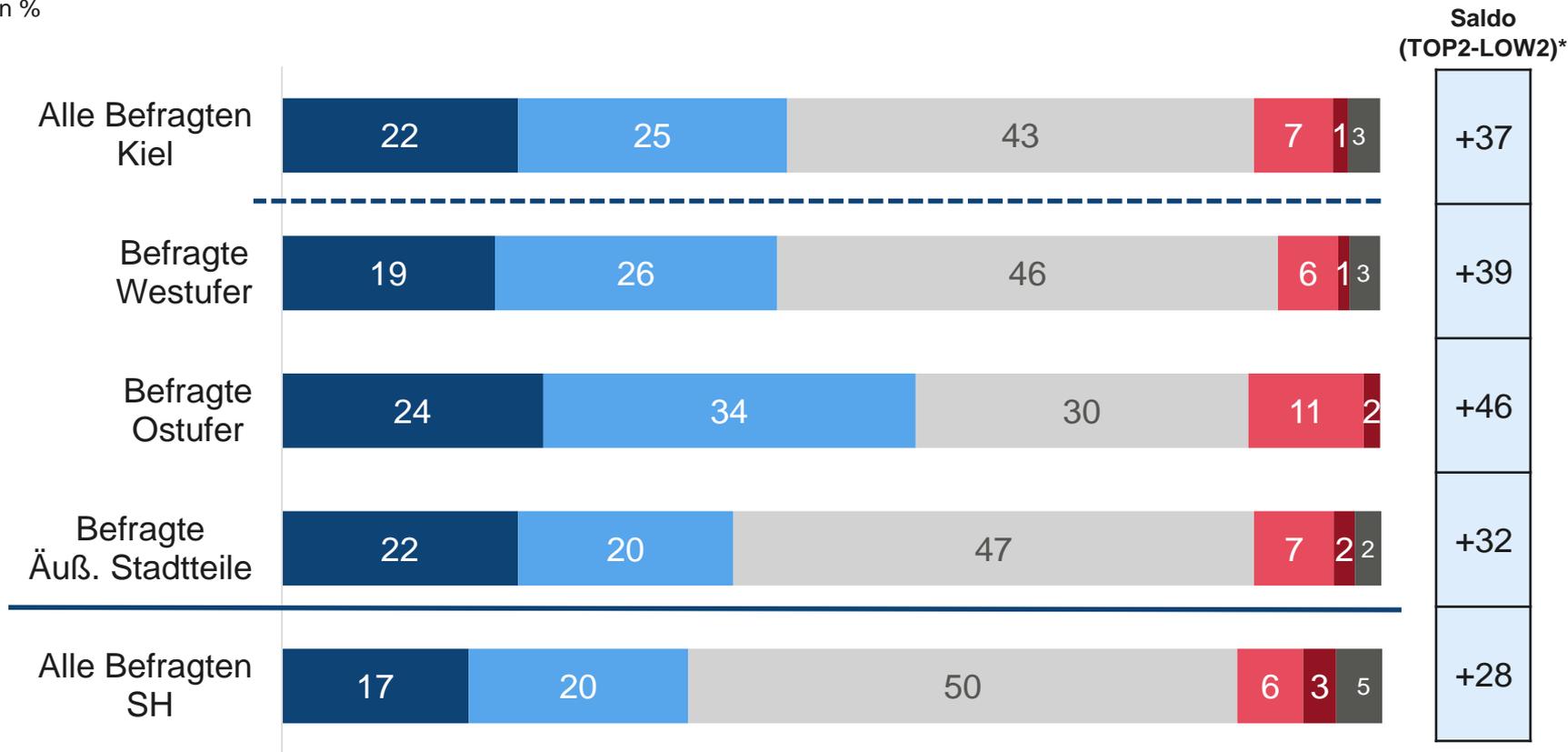
Basis: Alle Befragten n=597

* in Prozentpunkten

Saldo*

Persönliche Auswirkungen des Tourismus: 47% der Kieler sehen für sich eher/überwiegend positive Effekte, 8% negative

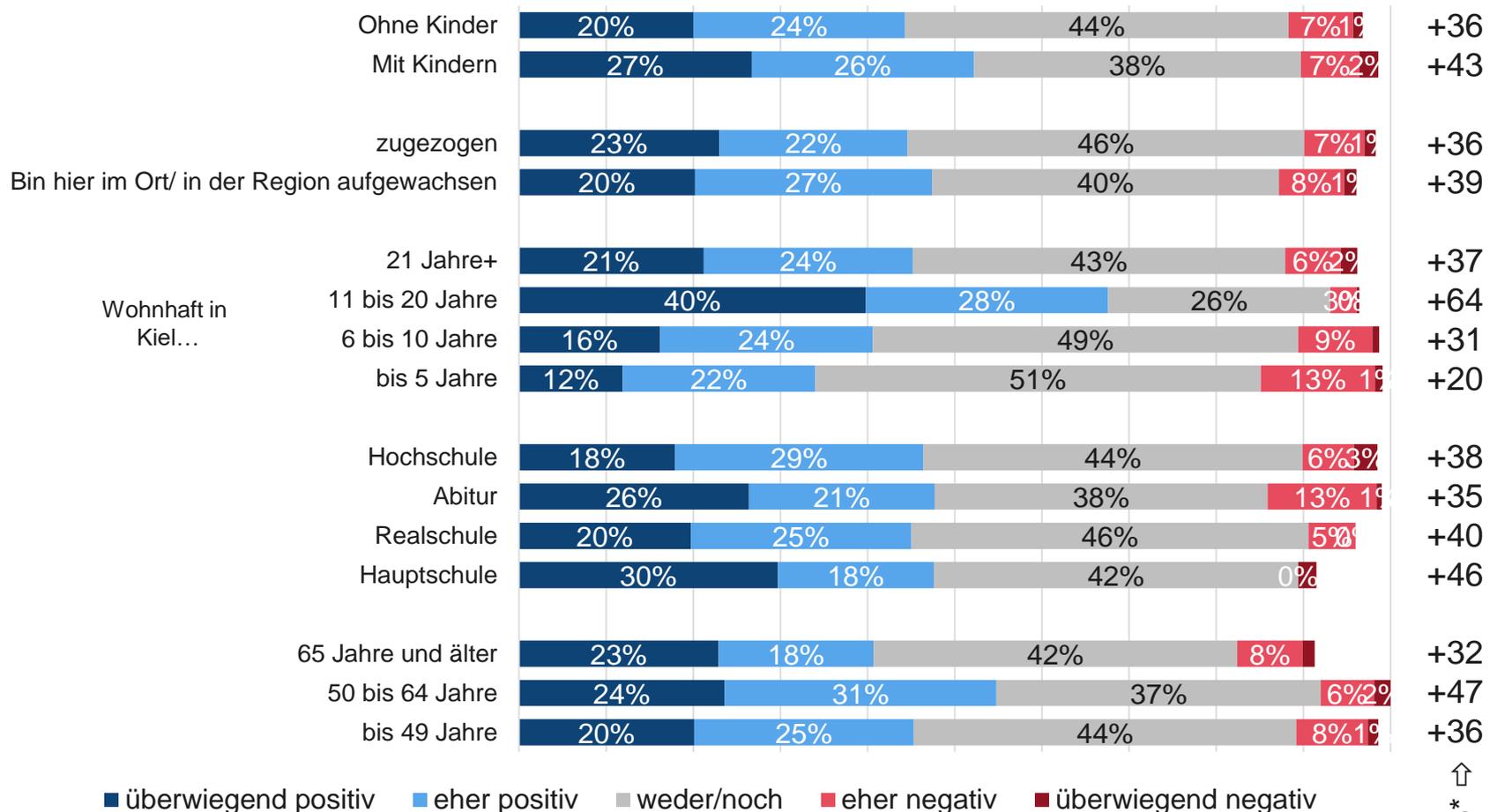
Angaben in %



■ überwiegend positiv ■ eher positiv ■ neutral ■ eher negativ ■ überwiegend negativ ■ weiß nicht/ k.A.

A5: Nun geht es um das Thema Tourismus, also um Reisen mit und ohne Übernachtung. Zunächst einmal würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus für Kiel und für sich persönlich sehen? (bitte nur eine Angabe je Zeile) * in Prozentpunkten
 Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201, alle Befragten SH n=400.

Persönliche Auswirkungen des Tourismus: Diverse Unterschiede zwischen soziodemographischen Gruppen



A5: Nun geht es um das Thema Tourismus, also um Reisen mit und ohne Übernachtung. Zunächst einmal würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus für Kiel und für sich persönlich sehen? (bitte nur eine Angabe je Zeile)

Basis: Alle Befragten n=597

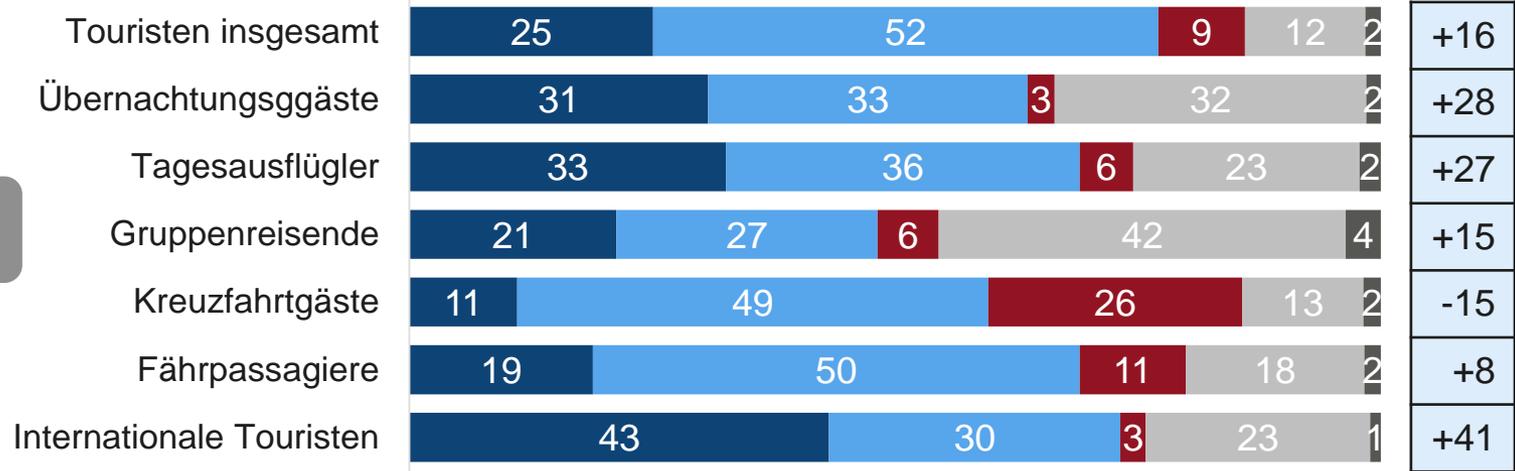
* in Prozentpunkten

↑
Saldo

Anzahl der Touristen: Insgesamt wird sie überwiegend als passend bewertet, am ehesten Kritik an Zahl der Kreuzfahrer

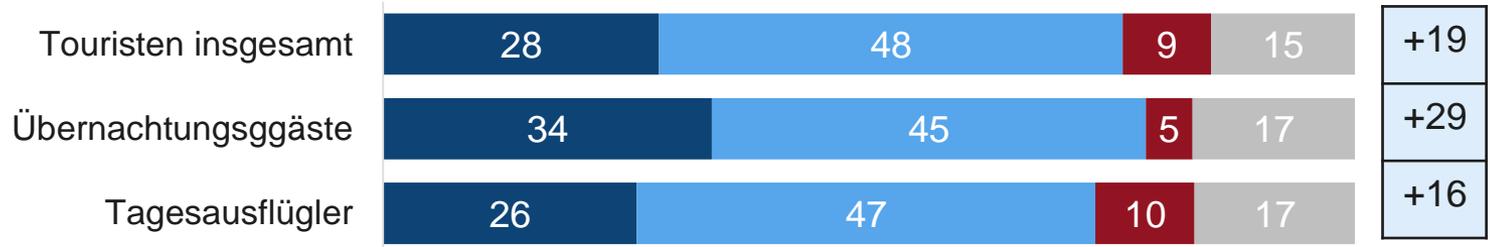
Angaben in %

Alle Befragten
Kiel



■ zu wenige ■ die richtige Menge ■ zu viele ■ weiß nicht ■ keine Angabe

Alle Befragten
SH



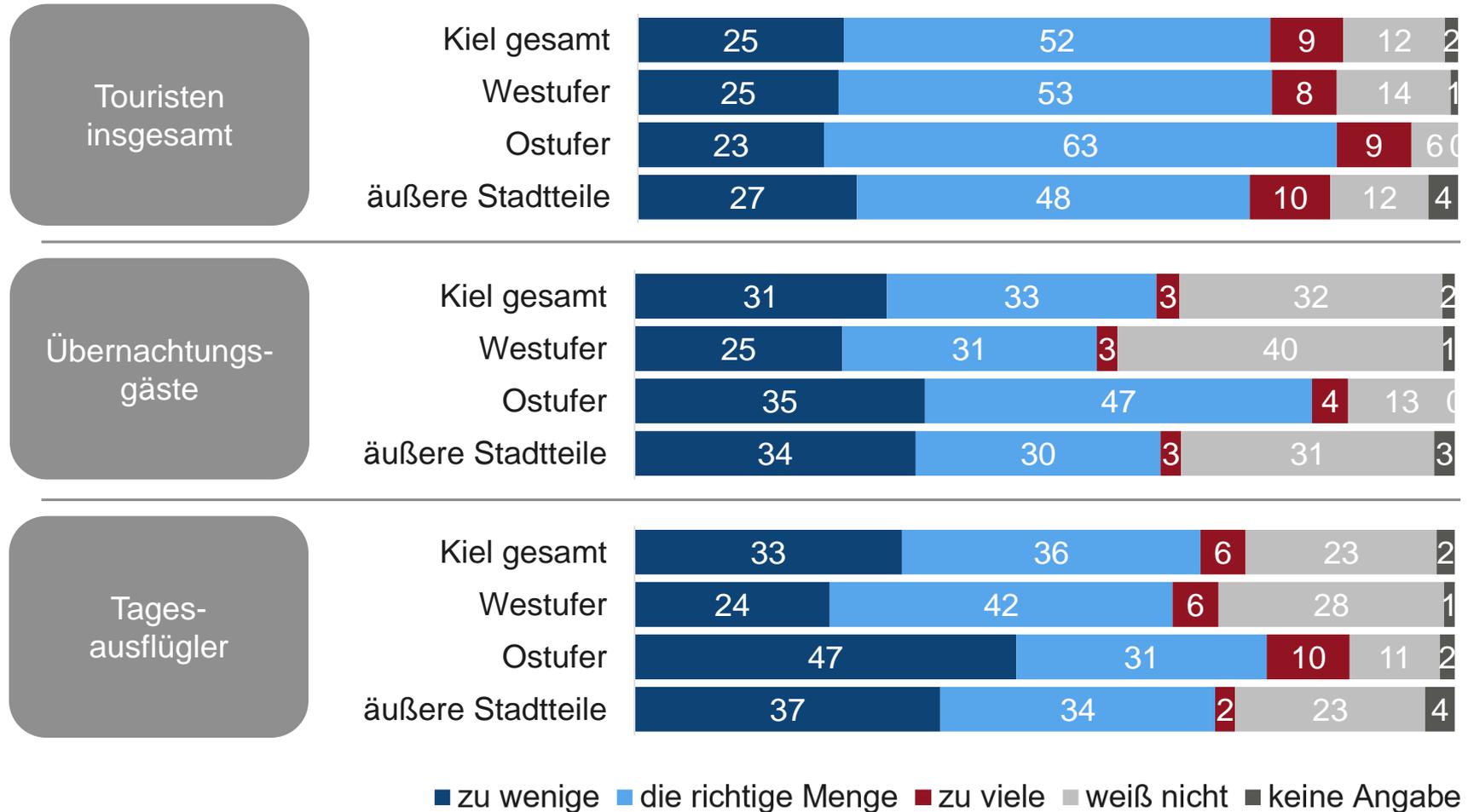
A6: Als Einwohner kann man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen in der eigenen Stadt haben. Bitte geben Sie an, wie Sie die heutige Situation Kiel beurteilen (bitte machen Sie dazu wieder in jeder Zeile ein Kreuz)
Basis: Alle Befragten n=597, alle Befragten SH n= 400.

* in Prozentpunkten

Saldo
(zu wenig - zu viel)*

Anzahl der Touristen: Der Großteil der Kieler ist der Meinung, dass in der Stadt die richtige Menge an Touristen ist

Angaben in %

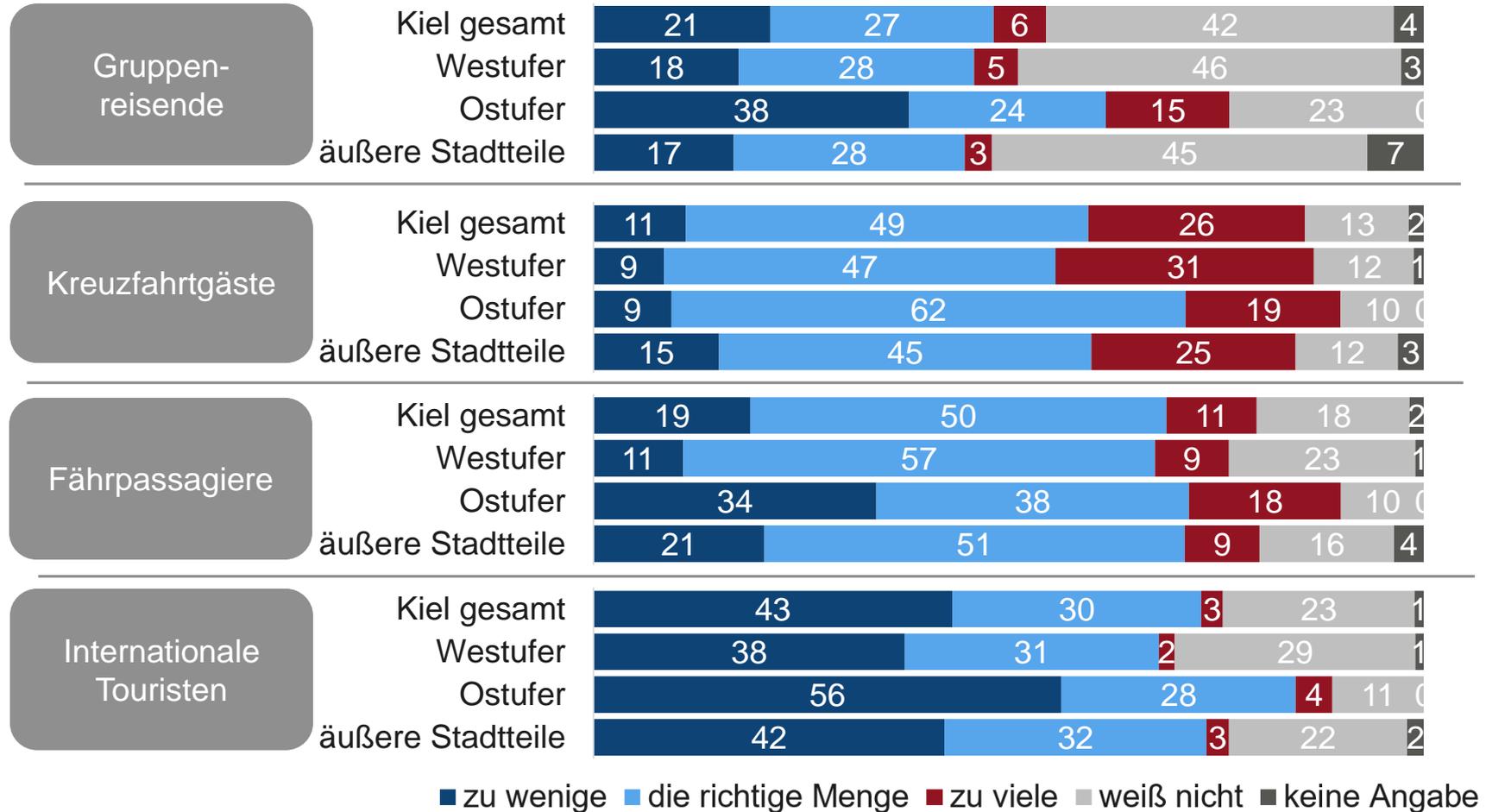


A6: Als Einwohner kann man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen in der eigenen Stadt haben. Bitte geben Sie an, wie Sie die heutige Situation in Kiel beurteilen. (bitte machen Sie dazu wieder in jeder Zeile ein Kreuz)

Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201

Anzahl der Touristen: Auf dem Westufer wird die Anzahl der Kreuzfahrtgäste von fast einem Drittel als zu hoch angesehen

Angaben in %



A6: Als Einwohner kann man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen in der eigenen Stadt haben. Bitte geben Sie an, wie Sie die heutige Situation in Kiel beurteilen. (bitte machen Sie dazu wieder in jeder Zeile ein Kreuz)

Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201.

Positive Effekte des Tourismus: Am häufigsten werden diese bei der Imagebildung und Wirtschaftsförderung gesehen

Der Tourismus sorgt für ein positives **Image** unseres Ortes.

Der Tourismus **fördert die lokale Wirtschaft**.

Durch den Tourismus haben wir in unserem Ort ein **vielfältigeres Angebot** an **Restaurants und Cafés**.

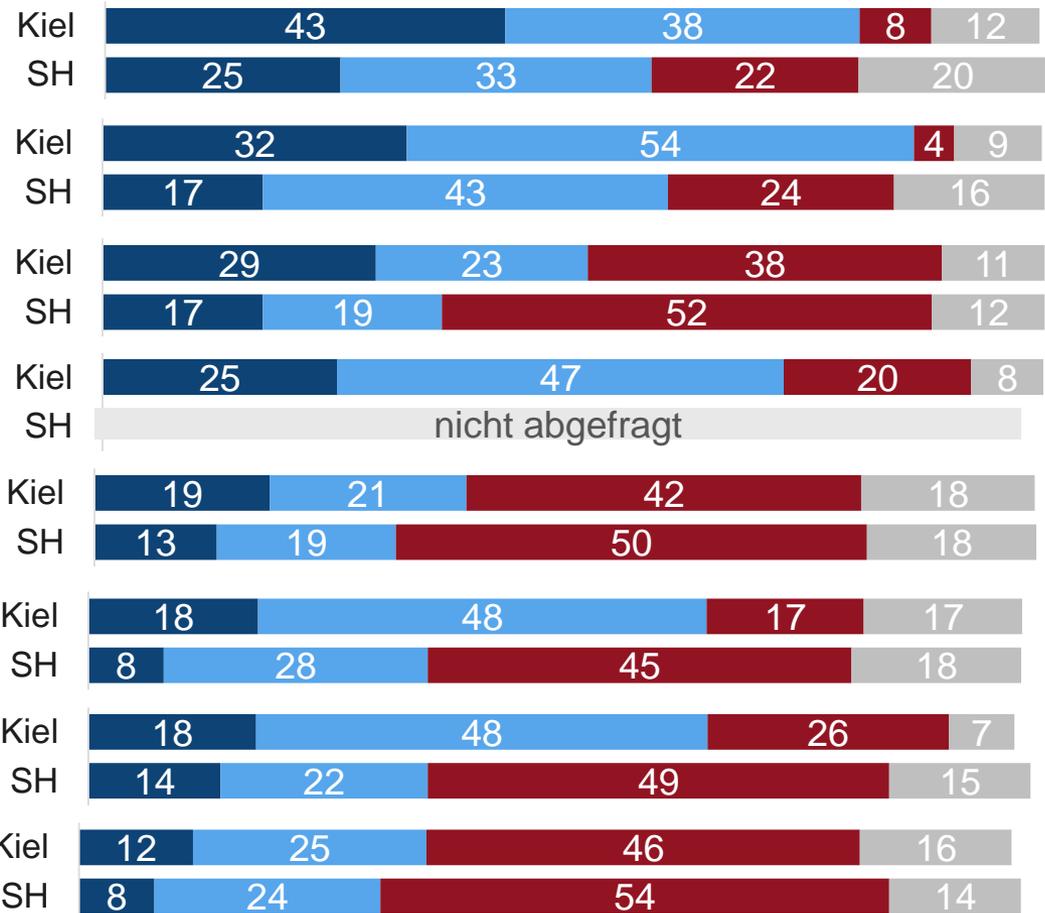
Der Tourismus sorgt für ein **internationales Flair** in unserem Ort.

Der Tourismus trägt zur **Verschönerung** unseres **Stadtbildes** bei.

Der Tourismus hier in unserem Ort schafft **attraktive Arbeitsplätze** für die einheimische Bevölkerung.

Der Tourismus **fördert die Nahversorgung** hier in unserem Ort (z. B. Einzelhandel, Bank, Post, Ärzte, Apotheke).

Durch die Touristen haben wir in unserem Ort **mehr Freizeitangebote** (Sport, Kultur, Wellness usw.).



Angaben in %

■ ja, ganzjährig ■ ja, zeitweise/in der Saison ■ nein ■ weiß nicht

A7: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (Bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz)

Basis: Alle Befragten n=597, alle Befragten SH n=400. Zu 100% fehlende: keine Angabe oder rundungsbedingt.

Negative Effekte des Tourismus: Genannt werden vor allem hohe Preise und Verkehrsprobleme

Durch den Tourismus werden manche **Dinge** hier in unserem Ort **teurer**, z. B. der **Wohnraum** oder das **Essen gehen**.

Der Tourismus **vergrößert** die **Verkehrsprobleme** in unserem Ort (Staus, Parkplatzsuche, ...).

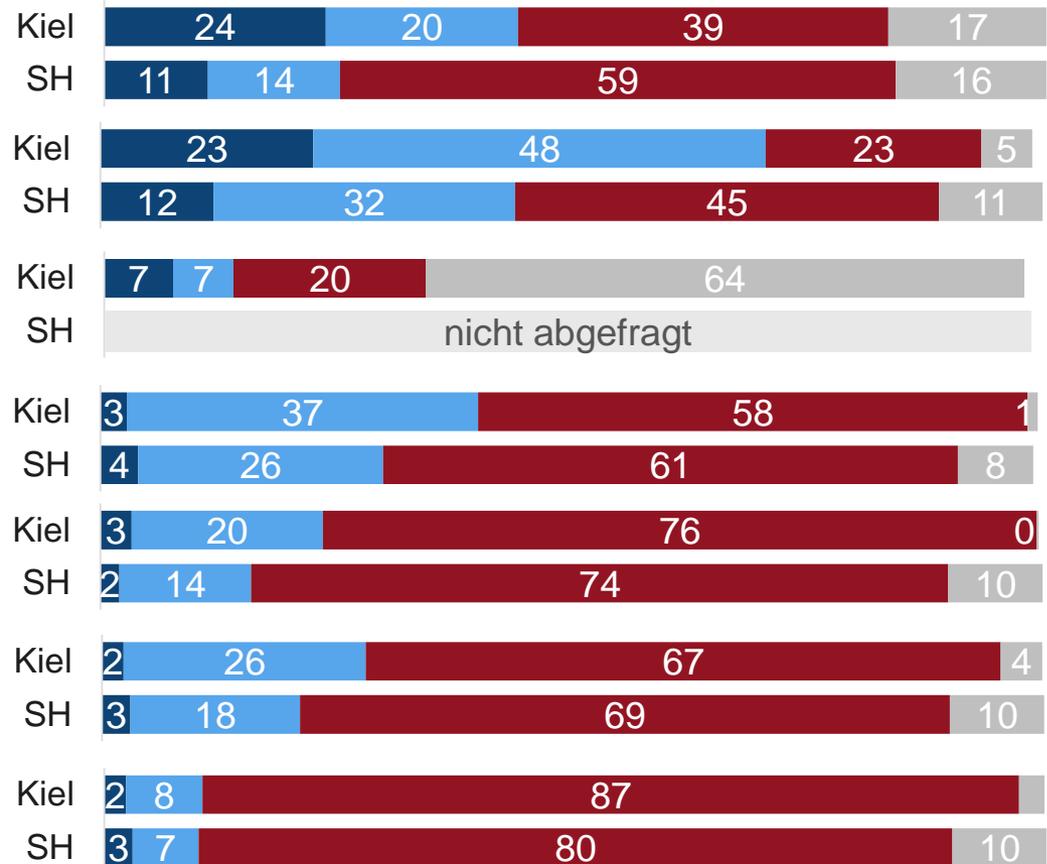
In Kiel hat die Vermietung von Wohnungen durch **Airbnb** **überhandgenommen**.

Durch die Touristen ist es **in unserem Ort zu voll**, z. B. auf den Wegen, beim Einkaufen, im Restaurant.

Ich fühle mich durch die Touristen hier in unserem Ort **in meinem Alltag gestört (Lärm, Müll usw.)**.

Unser Ort ist von **Touristen** schon **sehr überlaufen**.

Hier in unserem Ort gibt es so viele Touristen, dass ich **mich gar nicht mehr richtig zu Hause fühle**.



Angaben in %

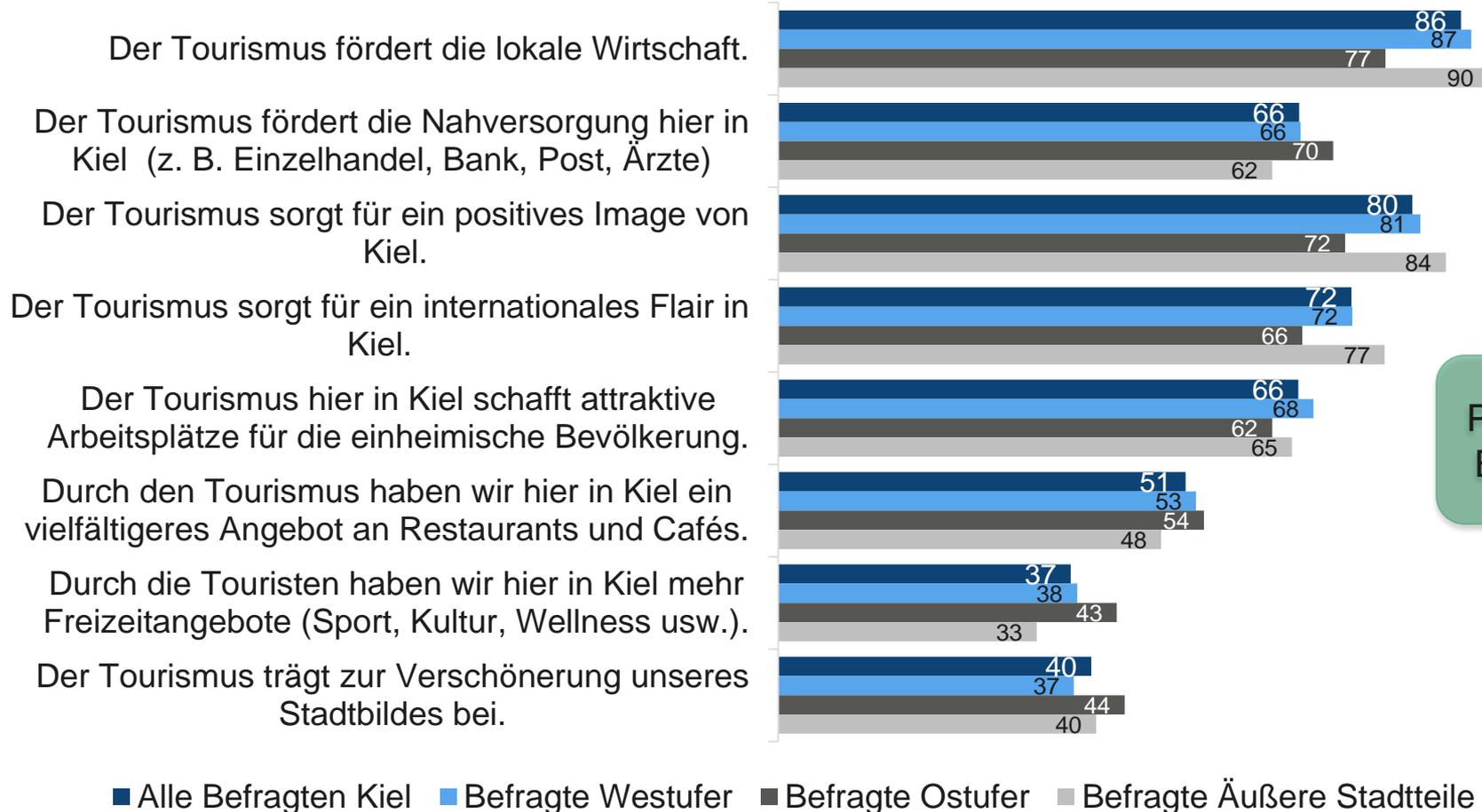
■ ja, ganzjährig ■ ja, zeitweise/in der Saison ■ nein ■ weiß nicht

A7: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (Bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz). Zu 100% fehlende: keine Angabe oder rundungsbedingt.

Basis: Alle Befragten n=597, alle Befragten SH n=400.

Positive Effekte: Wirtschaftsförderung und Imagebildung werden am häufigsten in den äußeren Stadtteilen genannt

Angaben in % (Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“)

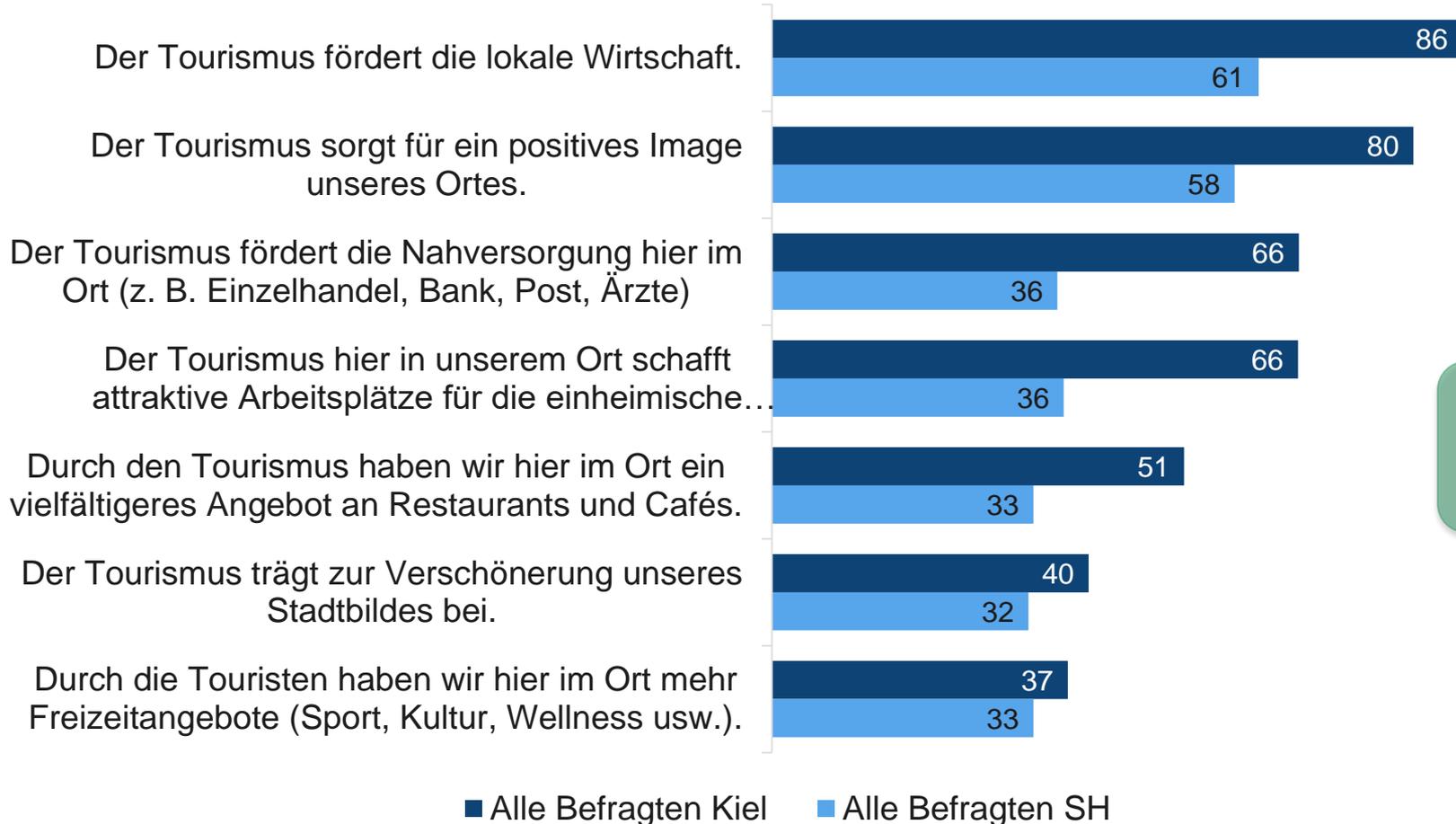


Positive Effekte

A7: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz). Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“
 Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201

Positive Effekte: Kiel im Vergleich mit dem Land Schleswig-Holstein (Bewertung des aktuellen Wohnortes)

Angaben in % (Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“)

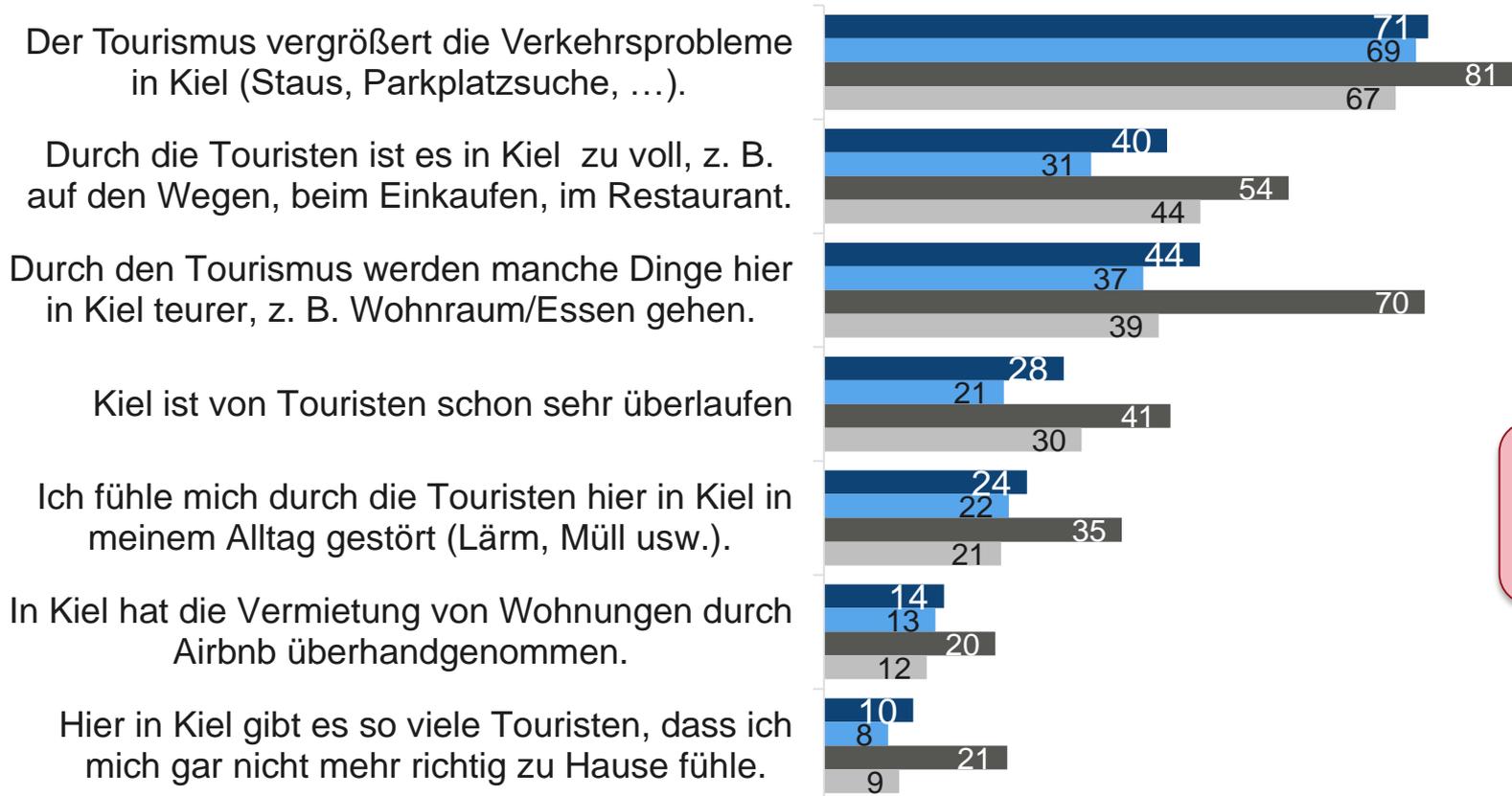


Positive Effekte

A7: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz). Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“
Basis: Alle Befragten Kiel n=597, alle Befragten SH n=400.

Negative Effekte: diese werden am Ostufer stärker wahrgenommen, besonders große Unterschiede bei Preisen

Angaben in % (Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“)



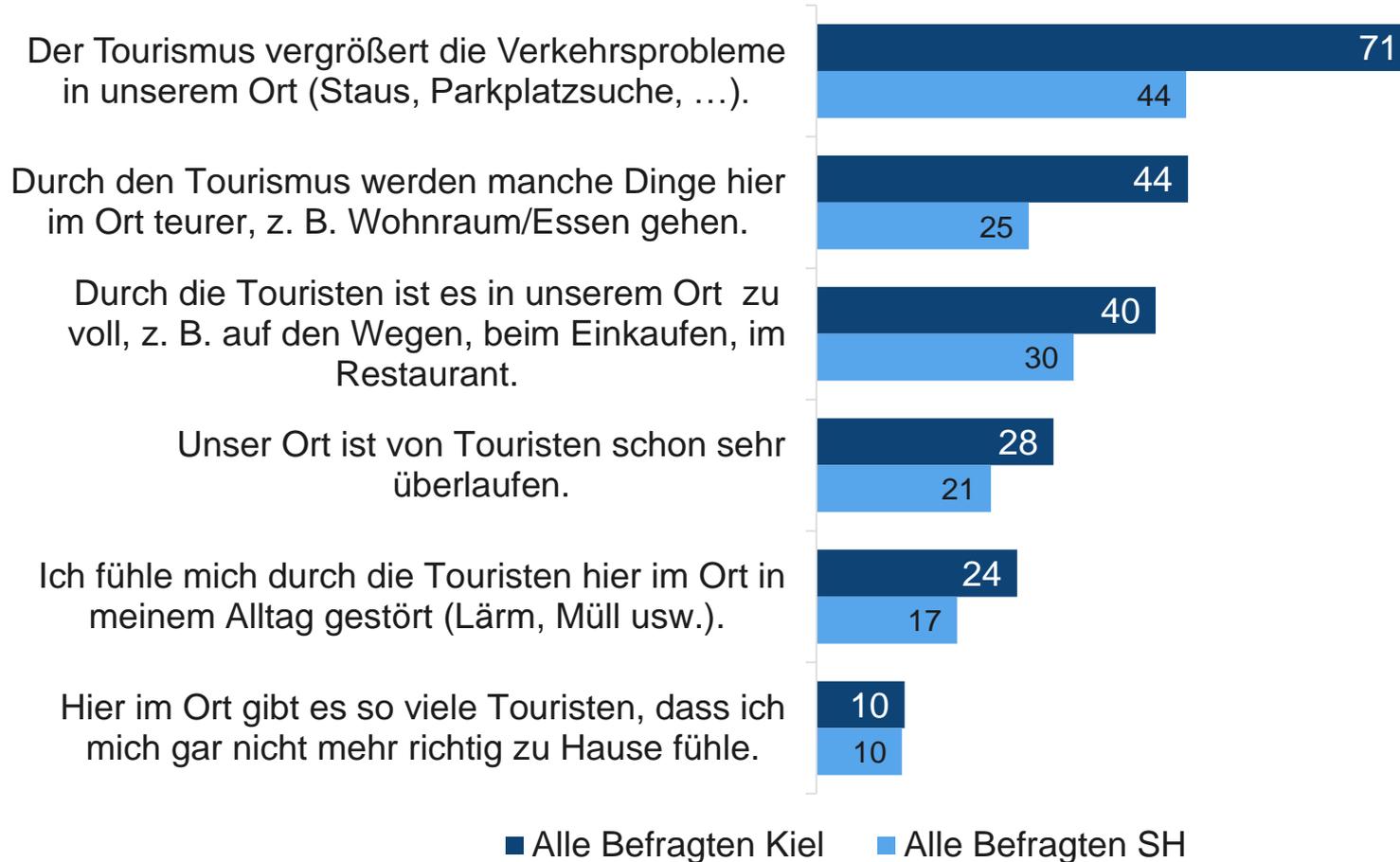
Negative Effekte

■ Alle Befragten Kiel ■ Befragte Westufer ■ Befragte Ostufer ■ Befragte äußere Stadtteile

A7: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz). Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“
 Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201

Negative Effekte: Kiel im Vergleich mit dem Land Schleswig-Holstein (Bewertung des aktuellen Wohnortes)

Angaben in % (Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“)

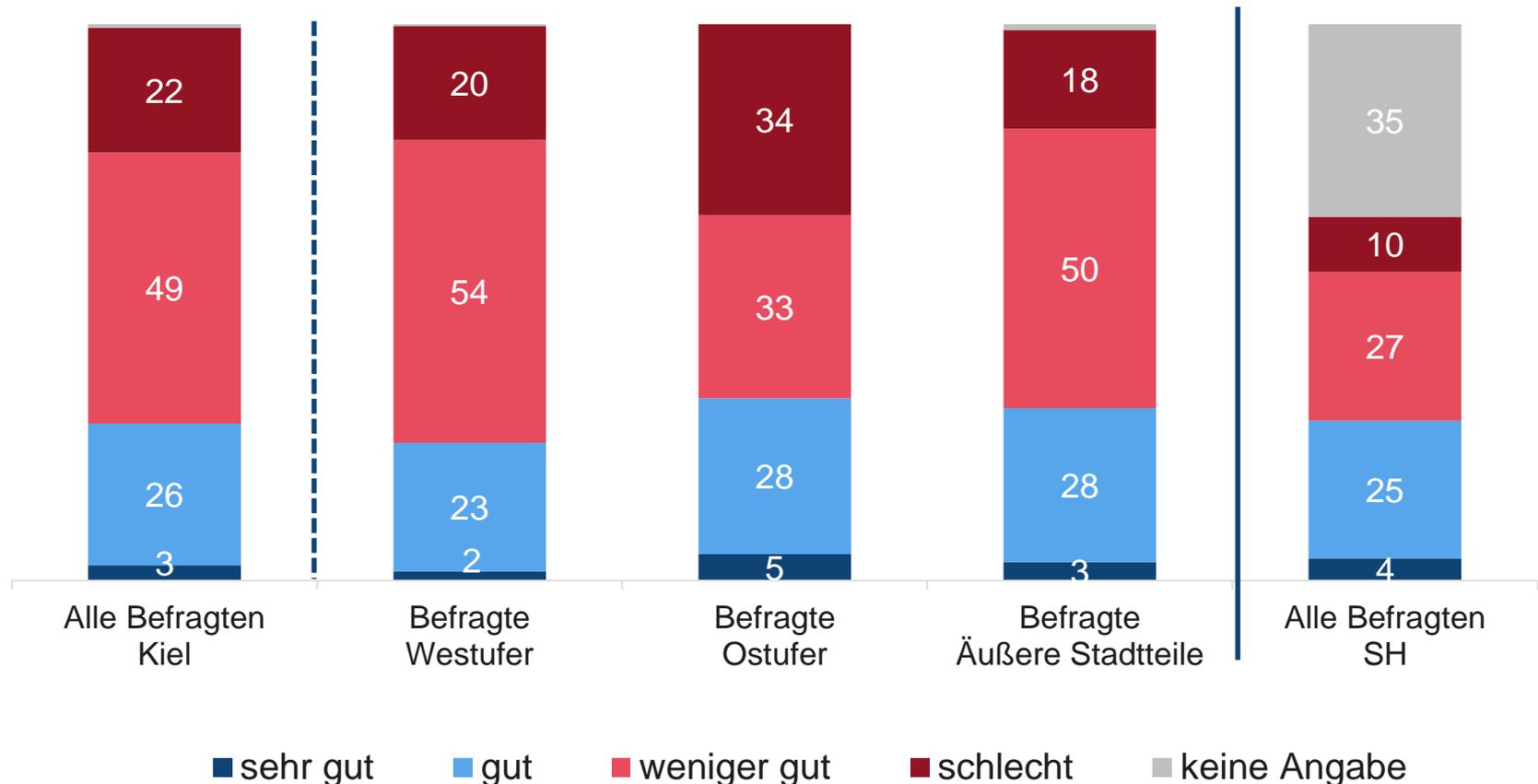


Negative Effekte

A7: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz). Werte für „Ja, ganzjährig/zeitweise/in der Saison“
Basis: Alle Befragten Kiel n=597, alle Befragten SH n=400.

Information über die touristischen Pläne: Nur knapp ein Drittel der Befragten fühlt sich gut informiert

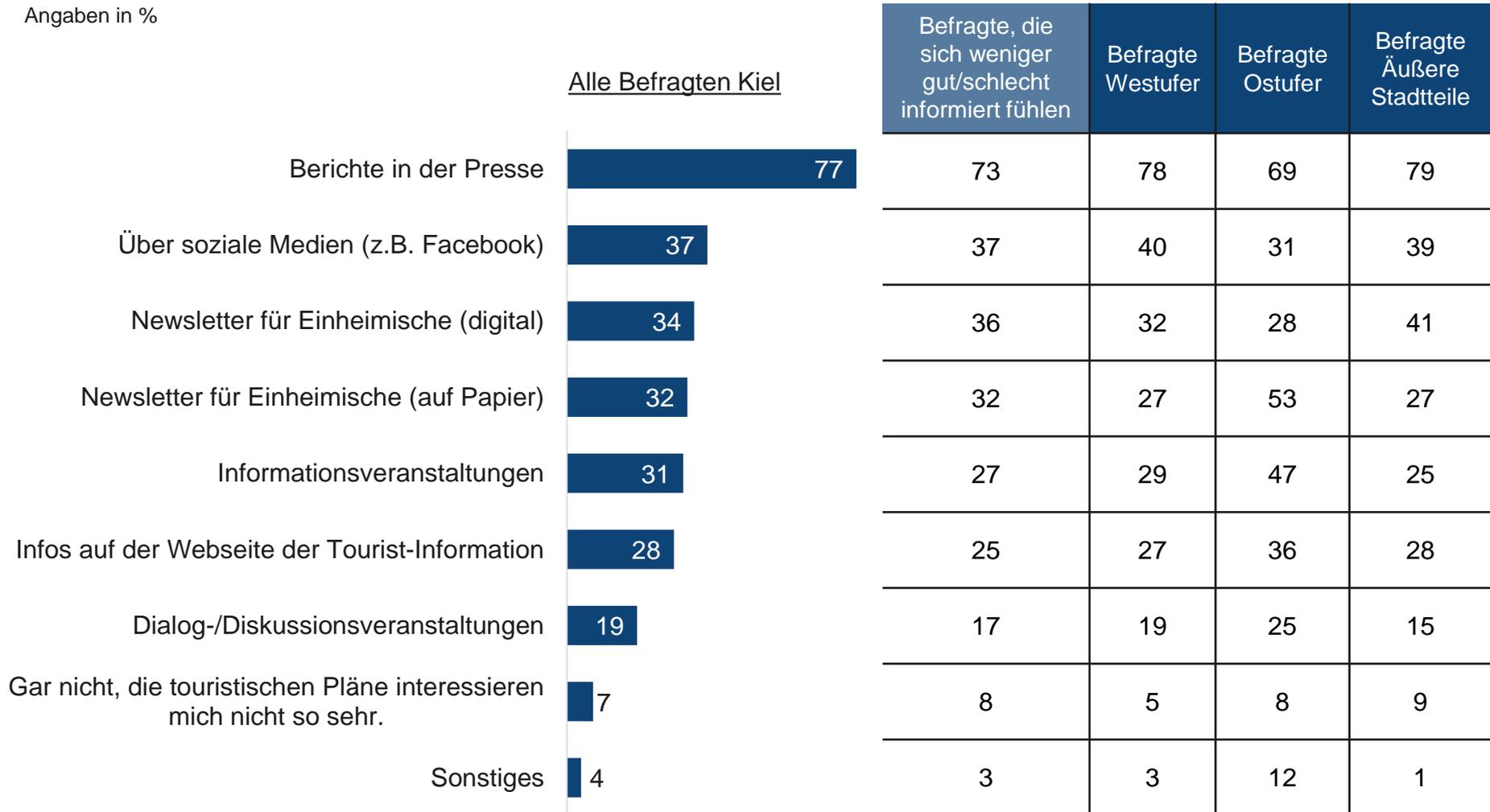
Angaben in %



A8: Wie gut fühlen Sie sich über die touristischen Pläne für Kiel informiert (Zielsetzungen, Zielgruppen, Projekte usw.)? (nur eine Antwort möglich)
Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201, alle Befragten SH n=400.

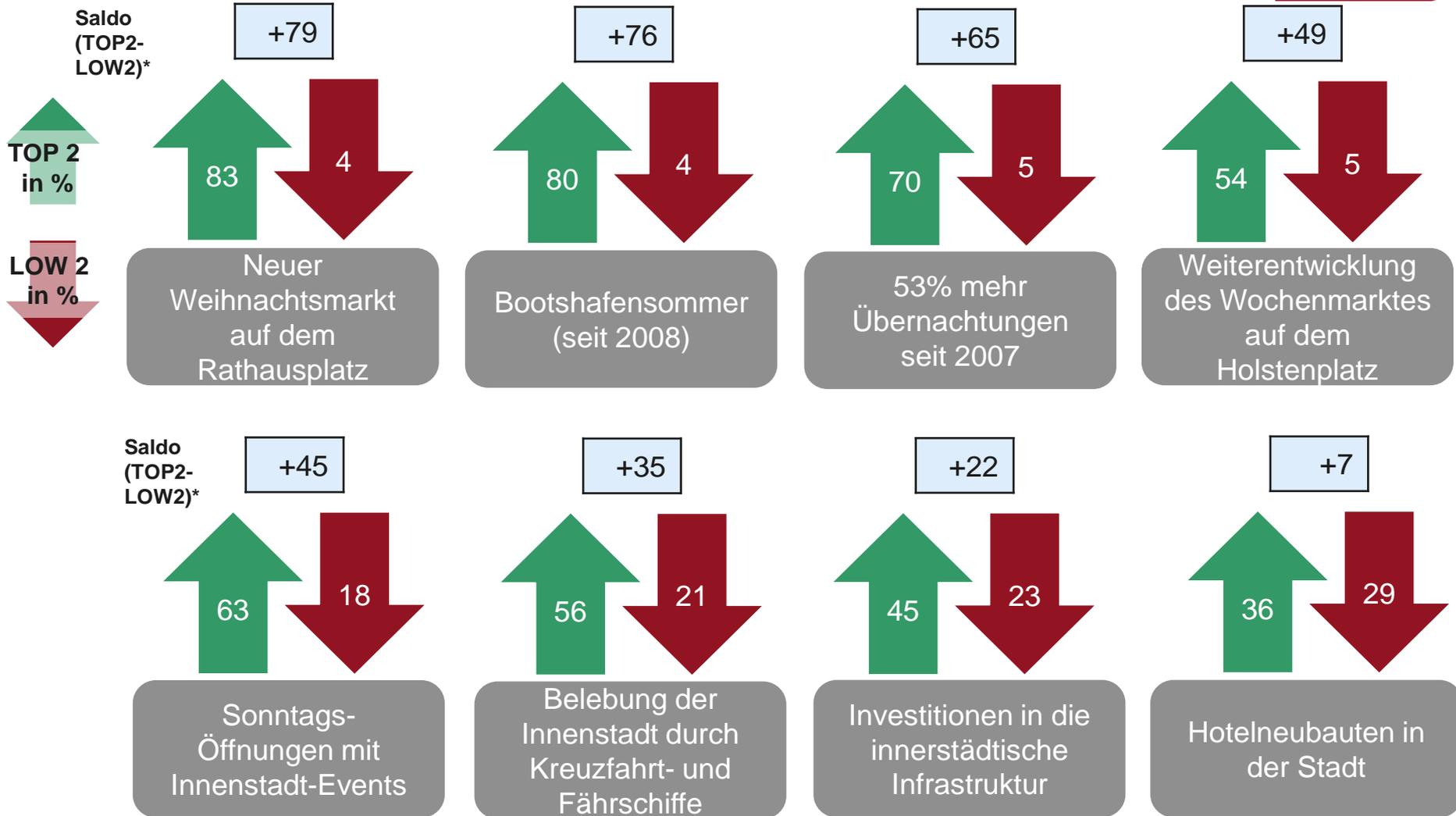
Informationen zu touristischen Plänen: 77% möchten durch Presseberichte informiert werden, 37% über soziale Medien

Angaben in %



A9: Wie möchten Sie über die touristischen Pläne, d.h. über die Zielsetzungen, Zielgruppen, Projekte usw. für Kiel informiert werden? (mehrere Antworten möglich).
 Basis: Alle Befragten n=597, Befragte, die sich weniger gut/schlecht informiert fühlen n=424, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201

Touristische Entwicklung: neuer Weihnachtsmarkt wird sehr positiv bewertet, v.a. die Hotelneubauten stoßen auch auf Kritik



B1: Wie bewerten Sie die bisherige touristische Entwicklung Kiels? (Skala: sehr positiv, positiv, neutral, eher negativ, negativ, weiß nicht)

Basis: Alle Befragten n=597

Angaben in % bzw. *in Prozentpunkten

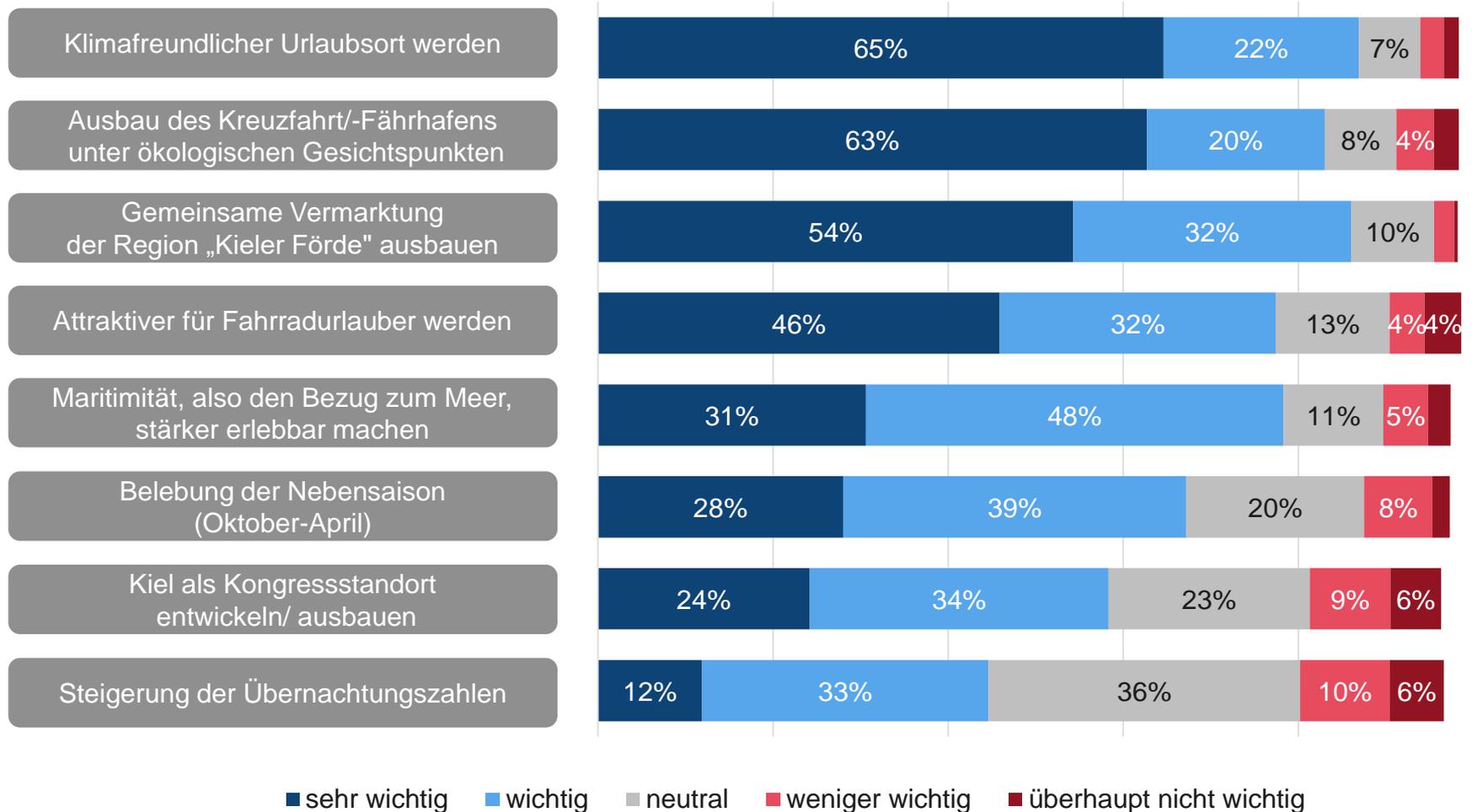
Bewertung der touristischen Entwicklung: Auf dem Ostufer werden die Hotelneubauten besonders kritisch gesehen

TOP 2 (sehr positiv/positiv) in % und Saldo (TOP2-LOW2) in Prozentpunkten	Alle Befragten Kiel		Befragte Westufer		Befragte Ostufener		Befragte Äußere Stadtteile	
	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo
Neuer Weihnachtsmarkt auf dem Rathausplatz	83	+79	82	+78	85	+82	83	+79
Bootshafensommer (seit 2008)	80	+76	80	+77	78	+71	84	+81
53% mehr Übernachtungen seit 2007	70	+66	70	+66	72	+62	71	+63
Weiterentwicklung des Wochenmarktes auf dem Holstenplatz	54	+49	51	+46	50	+42	60	+56
Sonntags-Öffnungen mit Innenstadt-Events	63	+45	59	+40	76	+64	61	+43
Belebung der Innenstadt durch Kreuzfahrt- und Fährschiffe	56	+35	58	+35	48	+29	60	+39
Investitionen in die innerstädtische Infrastruktur	45	+22	44	+22	51	+29	43	+17
Hotelneubauten in der Stadt	36	+7	39	+10	28	-5	37	+10

Rot: Saldo mind. 5%-Punkte unter Kiel insgesamt, Grün: Saldo mind. 5%-Punkte über Kiel insgesamt

B1: Wie bewerten Sie die bisherige touristische Entwicklung Kiels? (Skala: sehr positiv, positiv, neutral, eher negativ, negativ, weiß nicht)
Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201

Bewertung der Ziele: Klimafreundlichkeit und ökologischer Ausbau des Hafens sind den Kieler besonders wichtig



B2: Wie bewerten Sie die folgenden Ziele, die sich die Touristiker für Kiel gesetzt haben?
 Basis: Alle Befragten n=597

Bewertung der touristischer Ziele: Die abgefragten Ziele sind für Befragte auf dem Ostufer fast durchweg weniger wichtig

TOP 2 (sehr wichtig/wichtig) in % und Saldo (TOP2-LOW2) in Prozentpunkten	Alle Befragten Kiel		Befragte Westufer		Befragte Ostufener		Befragte Äußere Stadtteile	
	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo
Klimafreundlicher Urlaubsort werden	87	+83	89	+84	83	+74	89	+87
Ausbau des Kreuzfahrt-/Fährhafens unter ökologischen Gesichtspunkten	83	+76	81	+72	84	+76	88	+85
Gemeinsame Vermarktung der Region „Kieler Förde“ ausbauen	86	+83	89	+87	74	+66	89	+88
Attraktiver für Fahrradurlauber werden	77	+69	81	+75	72	+55	78	+71
Maritimität, also den Bezug zum Meer, stärker erlebbar machen	78	+71	76	+70	76	+57	83	+79
Belebung der Nebensaison (Oktober-April)	67	+58	71	+63	60	+41	68	+63
Kiel als Kongressstandort entwickeln/ ausbauen	58	+43	58	+43	46	+19	69	+60
Steigerung der Übernachtungszahlen	45	+28	47	+31	37	+12	47	+35

Rot: Saldo mind. 5 %-Punkte unter Kiel insgesamt, Grün: Saldo mind. 5 %-Punkte über Kiel insgesamt

B2: Wie bewerten Sie die folgenden Ziele, die sich die Touristiker für Kiel gesetzt haben? (Skala: sehr wichtig, wichtig, neutral, weniger wichtig, überhaupt nicht wichtig)
Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201

Bewertung konkreter Pläne: Fast alle Kieler wünschen sich die Steigerung der Aufenthaltsqualität an der Kiellinie

Saldo (TOP2-LOW2)*

+88



Steigerung der Aufenthaltsqualität an der Kiellinie

+78



Aktives Management zur Vermeidung von Leerständen in der Innenstadt

+78



Qualität von Innenstadt-Events weiter steigern

+74



Steigerung der Aufenthaltsqualität im Außenbereich des Kieler Hauptbahnhofs

Saldo (TOP2-LOW2)*

+66



Weitere große internationale Segelevents in der Innenförde

+42



Eröffnung eines „WelcomeCenters“ im Neuen Rathaus

+21



Neugestaltung Kleiner Kiel Kanal



B3: Für Kiel gibt es verschiedene konkrete Pläne, die dazu führen könnten, dass der Tourismus einen noch größeren Nutzen für die Einheimischen hat. Wie bewerten Sie persönlich diese Pläne? (Skala: sehr gut, gut, neutral, weniger gut, überhaupt nicht gut, weiß nicht)
 Basis: Alle Befragten n=597. Icons für Like/Dislike by Bhavik Limbani from the Noun Project * in Prozentpunkten

Bewertung konkreter Pläne: Bei der Meinung zum „Welcome Center“ gibt es große Unterschiede innerhalb Kiels

TOP 2 (sehr gut/gut) in % und Saldo (TOP2-LOW2) in Prozentpunkten	Alle Befragten Kiel		Befragte Westufer		Befragte Ostufer		Befragte Äußere Stadtteile	
	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo	Top 2	Saldo
Steigerung der Aufenthaltsqualität an der Kiellinie	90	+88	92	+90	89	+84	90	+89
Aktives Management zur Vermeidung von Leerständen in der Innenstadt	84	+78	84	+79	77	+68	90	+85
Qualität von Innenstadt-Events weiter steigern	82	+78	84	+80	76	+70	85	+82
Steigerung der Aufenthaltsqualität im Außenbereich des Kieler Hbf	80	+74	82	+77	74	+66	80	+75
Weitere große internationale Segelevents in der Innenförde	73	+66	72	+64	74	+65	74	+67
Eröffnung eines „WelcomeCenters“ im Neuen Rathaus	53	+42	53	+42	42	+20	60	+54
Neugestaltung Kleiner Kiel Kanal	52	+21	53	+21	52	+22	54	+26

Rot: Saldo mind. 5 %-Punkte unter Kiel insgesamt, Grün: Saldo mind. 5 %-Punkte über Kiel insgesamt

B3: Für Kiel gibt es verschiedene konkrete Pläne, die dazu führen könnten, dass der Tourismus einen noch größeren Nutzen für die Einheimischen hat. Wie bewerten Sie persönlich diese Pläne? (Skala: sehr gut, gut, neutral, weniger gut, überhaupt nicht gut, weiß nicht)
Basis: Alle Befragten n=597, Befragte Westufer n=262, Befragte Ostufer n=114, Befragte Äußere Stadtteile n=201

Verbesserungsvorschläge: Am häufigsten wurden Vorschläge im Verkehrsbereich und für die Innenstadt genannt

Angaben in %

Basis: Befragte mit Verbesserungsvorschlägen



39% der Befragten haben Ideen/Verbesserungsvorschläge für den Tourismus in Kiel (Befragte Westufer 42%, Befragte Ostufer 44%, Befragte Äußere Stadtteile 32%)

B6: Welche sonstigen Ideen und/oder Verbesserungsvorschläge hätten Sie für den Tourismus in Kiel? (offene Frage)
Dargestellt sind die Nettowerte für nachträglich erstellte Kategorien
Basis: Befragte mit Verbesserungsvorschlägen n=231

* "Innenstadt von Verkehr/Stau befreien/Verkehrslenkung" (5%) nicht in Kategorie Innenstadt enthalten, sondern in Kategorie Verkehr.

Verbesserungsvorschläge im Detail: Verkehr und Innenstadt

Vorschläge zum Verkehr (Angaben in %)	
Bus- und Bahnanbindung/-takt verbessern	9
Bessere Vernetzung mit dem Umland/ regelmäßiger Fährbetrieb	8
Mehr Parkraum/Parkplätze	8
Innenstadt von Verkehr/Stau befreien/Verkehrslenkung	5
Fahrradwege verbessern/ausbauen	5
Kostenloses Parken (insbesondere) für Einwohner	5
Straßenbahn	4
Park+Ride/Shuttle-Busse	4
ÖPNV-Ticket/-Angebote/Wochenend-Ticket	3
Günstigeres Parken (besonders am Strand/Innenstadt)	3
Zweite Brücke über die Förde	3
Beschilderung verbessern	2
Fuß-/Wanderwege verbessern/ausbauen	1
Konflikte zwischen Radfahrern/Fußgängern beheben	1
<i>Sonstiges zu Verkehr</i>	10

Vorschläge für die Innenstadt* (Angaben in %)	
Zusätzliche/vielfältigere Gastronomie (mit Außenbereich)	12
Grünanlagen erweitern/verbessern	10
Innenstadt beleben, attraktiver/hübscher gestalten	7
Innenstadt häufiger säubern/mehr Mülleimer	4
Attraktivere Geschäfte, besseres Warenangebot/ mehr Einzelhandel	4
Sonntags-Öffnung der Innenstadt	3
Mehr Veranstaltungen in der Innenstadt	2
Sitzgelegenheiten (auch in den Geschäften)	2
Trinkwasserspender	2
Stadtpläne aufstellen/Ausschilderungen/Wegweiser	2
Mehr Stände/fliegende Händler/Foodtrucks	1
Mehr Eisdielen	1
Trinkerszene entfernen (Hbf, Wilhelmsplatz usw.)	1
<i>Sonstiges zu Innenstadt</i>	10
<i>*siehe auch "Innenstadt von Verkehr/Stau befreien/Verkehrslenkung" (5%) in Kategorie Verkehr</i>	

B6: Welche sonstigen Ideen und/oder Verbesserungsvorschläge hätten Sie für den Tourismus in Kiel? (offene Frage)
Basis: Befragte mit Verbesserungsvorschlägen n=231

Verbesserungsvorschläge im Detail: Angebote für Zielgruppen, Hafen

Vorschläge zu Angeboten für Zielgruppen (Angaben in %)

Angebote für Familien/Kinder, Spielplätze	7
Mehr Indooraktivitäten/-angebote (z. B. Kino, Museum)	6
Mehr Kulturveranstaltungen (Theater, Musik, Kunst)	3
Mehr Sport- und Freizeitangebote	2
Angebote für Touristen	2
Angebote für Einheimische	2
Angebote für ältere Menschen	1
Angebote für junge Menschen	1
<i>Sonstiges zu Angeboten für Zielgruppen</i>	2

Vorschläge für den Hafen (Angaben in %)

Kiellinie/Hindenburgufer: Ausbau/Sanierung/Instandhaltung	5
Weniger Kreuzfahrer	4
Aufwertung des Hafens/Hafen-Tourismus stärken	2
Segelschiffe/Segeltörns anbieten	1
Kutterfahrten/Rundfahrten mit dem Boot anbieten	1
<i>Sonstiges zu Hafen/Förde</i>	3

B6: Welche sonstigen Ideen und/oder Verbesserungsvorschläge hätten Sie für den Tourismus in Kiel? (offene Frage)
Basis: Befragte mit Verbesserungsvorschlägen n=231

Verbesserungsvorschläge im Detail: Unterkünfte, Nachhaltigkeit, Strand

Vorschläge zu Unterkünften (Angaben in %)

Keine weiteren Neubauten/Hotels	4
Bezahlbarer Wohnraum für Einheimische/Saisonkräfte	2
Bezahlbare/günstige Übernachtungsmöglichkeiten	1
<i>Sonstiges zu Unterkünften</i>	3

Vorschläge zur Nachhaltigkeit (Angaben in %)

Abgase der Fährschiffe/Kreuzfahrtschiffe reduzieren/ Landstrom	4
<i>Sonstiges zu Nachhaltigkeit</i>	2

Vorschläge für den Strand (Angaben in %)

Stadtstrand	2
Strand häufiger/besser reinigen/pflegen	2
Wassersport fördern (SurfCity, SUP, ...)	2
Hundestrand vergrößern/attraktiver machen/ mehr pflegen	1
<i>Sonstiges zu Strand</i>	2

B6: Welche sonstigen Ideen und/oder Verbesserungsvorschläge hätten Sie für den Tourismus in Kiel? (offene Frage)
Basis: Befragte mit Verbesserungsvorschlägen n=231

Struktur der Stichprobe

Struktur der Stichprobe: Geschlecht, Alter und Personen im Haushalt

	Alle Befragten	Befragte Westufer	Befragte Ostufer	Befragte Äußere Stadtteile	Stichprobe A	Stichprobe B	Alle Befragten SH
Geschlecht (Angaben in %)	n=593	n=260	n=114	n=201	n=381	n=212	n=400
Weiblich	53	58	37	55	54	52	50
Männlich	47	42	63	45	46	49	50
Alter (Angaben in %)	n=569	n=250	n=112	n=193	n=357	n=212	n=400
Bis 49 Jahre	56	61	70	44	47	71	56
50 bis 64 Jahre	22	16	27	27	22	21	30
65 und älter	22	24	3	30	31	8	15
Personen im Haushalt	n=595	n=261	n=114	n=201	n=384	n=210	n=400
Ø Anzahl Personen im HH	2,1	2,1	1,8	2,3	2,1	2,1	2,5
Ø Anzahl Personen über 18 Jahre im HH	1,7	1,7	1,4	1,9	1,7	1,8	2,0
Ø Anzahl Personen unter 18 Jahre im HH	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,5
Anteil Haushalte mit Kindern/ Jugendlichen (unter 18 J.) (in %)	23	21	20	28	24	21	29%

S1: Ihr Geschlecht? S2: Wie alt sind Sie? S4: Wie viele Erwachsene, Jugendliche und Kinder leben in Ihrem Haushalt, Sie selbst eingeschlossen? (bitte Anzahl eintragen). Nur Befragte mit Angabe. Aufgrund von Rundungen ist die Summe teilweise ungleich 100%.

Struktur der Stichprobe: Einkommen und formelle Bildung

Angaben in %	Alle Befragten	Befragte Westufer	Befragte Ostufer	Befragte Äußere Stadtteile	Stichprobe A	Stichprobe B	Alle Befragten SH
Einkommen	n=519	n=232	n=102	n=172	n=336	n=183	n=349
unter 1.500 €	28	22	61	16	28	29	18
1.500-2.499 €	27	27	23	30	27	27	25
2.500-3.499 €	16	18	2	20	18	13	30
3.500 € und mehr	29	32	14	34	28	31	26
Bildungsabschluss	n=588	n=262	n=114	n=194	n=376	n=213	n=400
Haupt- bzw. Volksschulabschluss	10	6	15	12	14	2	14
Realschule (Mittlere Reife oder gleichwertig)	28	28	24	30	28	28	44
Fachhochschulreife/ allgemeine Hochschulreife	25	23	33	21	24	26	23
Fachhochschul- oder Universitätsabschluss	38	43	28	38	34	44	17

Fragen: S3: Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss? (bitte nur eine Antwort ankreuzen), S6: Wenn Sie einmal alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen im Haushalt haben, nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung? (bitte nur eine Antwort ankreuzen). Nur Befragte mit Angabe. Aufgrund von Rundungen ist die Summe teilweise ungleich 100%.

Struktur der Stichprobe: Wirtschaftlicher Bezug zum Tourismus

Angaben in %	Alle Befragten Kiel	Befragte Kiel mit Tourismusbezug*	Alle Befragten SH
Ein oder mehrere Familienangehörige arbeiten im Tourismus.	3	27	3
Ich arbeite in einem Unternehmen, das dem Tourismus zuliefert.	3	22	2
Ich arbeite hauptberuflich als Angestellte/r in einem touristischen Betrieb.	3	21	3
Ich habe einen Nebenjob im Tourismus.	2	19	3
Ich bin Privatvermieter(in).	2	18	1
Ich bin Unternehmer im Tourismus.	<1	3	1
Ich vermiete über Airbnb.	<1	2	1
Sonstiger Bezug zum Tourismus	0	0	2
<i>Wirtschaftlicher Bezug zum Tourismus (Nettowert)</i>	12	100	9
Nichts davon	88	0	89

S5: Nun geht es darum, welchen Bezug Sie zum Tourismus haben. Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie persönlich zu? (mehrere Nennungen möglich)

Basis: Nur Befragte mit Angabe. Kiel gesamt n=548, Befragte mit Tourismusbezug n=67, alle Befragten SH n=400.

*hohe statistische Schwankungsbreite aufgrund niedriger Fallzahl

- Die Einwohner leben gerne in Kiel und haben insgesamt ein positives Bild vom Tourismus in Kiel. Sie erkennen zahlreiche Effekte, die sich vorteilhaft für die Stadt auswirken (positives Image, Wirtschaftsförderung, vielseitiges gastronomisches Angebot, internationales Flair).
- Dieses Bild wird aber durchaus, und an einigen Stellen sogar deutlich, durch den Tourismus getrübt. Wahrgenommen werden erhöhte Lebenshaltungskosten, aber auch – vor allem in der Saison – Verkehrsprobleme (Staus, Parkplatzsuche, ...) und überfüllte Straßen und Plätze. Verhältnismäßig kritisch werden auch Kreuzfahrtpassagiere und Hotelneubauten bewertet.
- Für die Zukunft erscheint es deshalb sinnvoll, die störenden Effekte des Tourismus so weit wie möglich zu mindern und den Einheimischen bewusst zu machen, welche persönlichen Vorteile ihnen der Tourismus bietet (z. B. attraktive Arbeitsplätze, Nahversorgung, Veranstaltungen, Freizeitangebote).
- Bei der Bevölkerung kommt es gut an, dass die Touristiker sich zum Ziel gesetzt haben, dass Kiel klimafreundlicher Urlaubsort werden soll. Andere Ziele, die ebenfalls positiv bewertet werden, stehen mit diesem Ziel im Einklang, insbesondere der Ausbau des Kreuzfahrt-/Fährhafens unter ökologischen Gesichtspunkten und die Steigerung der Attraktivität für Fahrradurlauber.
- Für die Zukunft erscheint zudem die Umsetzung der folgende Pläne besonders wichtig: Aufwertung der Kiellinie, aktives Innenstadtmanagement zur Vermeidung von Leerständen, Steigerung der Qualität der Innenstadt-Events und der Aufenthaltsqualität am Kieler Hauptbahnhof.
- Um die Akzeptanz der Einwohner zu erhalten, könnte der Fokus zukünftig statt auf die weitere Steigerung der Übernachtungs- bzw. Besucherzahlen auf die qualitative Weiterentwicklung des touristischen Angebots gelegt werden, das auch von Einheimischen genutzt wird. Wichtig erscheint dabei, dass alle Kielerinnen und Kieler davon profitieren können, unabhängig vom Wohnort und soziodemographischen Merkmalen.
- Verbesserungspotenzial besteht in folgenden Bereichen: Bus- und Bahnanbindung (auch ins Umland), Verkehrslenkung, Parkraum-Management, zusätzliche Gastronomie (mit Außenbereich), Erweiterung/Verbesserung der Grünanlagen, Gestaltung der Innenstadt, Ausbau/Verbesserung der Fahrradwege und Angebote für Familien/Kinder (Spielplätze).
- Denkbar wäre zudem, die Transparenz zu erhöhen, in dem Informationen über die touristischen Pläne zukünftig noch stärker (und früher?) an die Einheimischen kommuniziert und mit ihnen diskutiert werden.

Anhang: Fragebogen (Seiten 1 und 2)



Einwohnerbefragung zum Tourismus in Kiel

Liebe Kielerinnen und Kieler,

Jahr für Jahr machen Tausende hier in Kiel Urlaub oder verbringen einen Tagesausflug in unserer Stadt. Sie genießen die Gastfreundschaft, besuchen Events, Natur- und Freizeitattraktionen sowie Restaurants und Cafés vor Ort und im Umland. Kiel profitiert von diesen Besuchern – wirtschaftlich und finanziell, aber auch durch Begegnungen.

Die Landeshauptstadt Kiel und Kiel-Marketing möchten den Tourismus in Kiel so entwickeln, dass ein attraktives Angebot nicht nur für die Gäste von Stadt und Region entsteht, sondern Tourismus auch zur Lebensqualität der Kielerinnen und Kieler beiträgt. Dazu gehört, dass wir untersuchen, wie die Einwohnerinnen und Einwohner den Tourismus bewerten – deshalb dieser Fragebogen, der an zufällig ausgewählte Haushalte verteilt wurde.

Wir möchten gern von Ihnen wissen, an welchen Stellen wir etwas tun müssen, damit das touristische Angebot noch mehr den Wünschen der Kielerinnen und Kieler entspricht. Bitte helfen Sie uns, indem Sie an der Einwohnerbefragung teilnehmen. Sie können den ausgefüllten Fragebogen im beigelegten Umschlag entweder portofrei an das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa senden oder online an der Umfrage teilnehmen. Einsende- bzw. Teilnahmeschluss ist der 10. September 2018.

Die Teilnahme an der Befragung ist freiwillig und vollständig anonym. Pro Haushalt darf nur ein Fragebogen ausgefüllt werden. Unter denjenigen, die online teilnehmen, verlosen wir 3 Gutscheine für je eine Nacht im Schlafstrandkorb in Heikendorf für zwei Personen im Wert von je 64 Euro.

Also: Am besten online ausfüllen. Mit folgendem Link gelangen Sie zur Umfrage: <http://bit.ly/kiel-tourismus>

Herzliche Grüße

Dr. Ulf Kämpfer
(Oberbürgermeister)

Uwe Wanger
(Geschäftsführer Kiel-Marketing)

Bei Fragen oder Anregungen wenden Sie sich bitte an:

Kiel-Marketing e.V., Andreas-Gayk-Straße 31, 24103 Kiel
Ihre Ansprechpartnerin: Frau Mareike Köhler, m.koehler@kiel-marketing.de, Tel. 0431-67910-15

Zum Einstieg ein paar allgemeine Fragen:

A0: Welche Postleitzahl (PLZ) hat Ihr Wohnort?

Bitte hier eintragen: _____

A1: Wie lange wohnen Sie schon hier in Kiel?

Kürzer als ein Jahr Seit _____ Jahren

A2: Haben Sie Ihren Haupt- oder Nebenwohnsitz hier in Kiel? (nur eine Antwort möglich)

Hauptwohnsitz Nebenwohnsitz Weder noch

A3: Wie gerne leben Sie in Kiel? (nur eine Antwort möglich)

Sehr gerne Eher gerne Eher ungerne Sehr ungerne

A4: Weshalb leben Sie hier in Kiel? (mehrere Antworten möglich)

- Bin hier in der Stadt/in der Region aufgewachsen Wegen meiner (Enkel-)Kinder
 Wegen meines Jobs/meiner Ausbildung Habe die Stadt im Rahmen von Urlaubsreisen kennengelernt
 Mein(e) Partner/-in kommt von hier Altersruhesitz
 Wegen des Jobs meines Partners/meiner Partnerin Andere Gründe

© NIT, 2018

1

A5: Nun geht es um das Thema Tourismus, also um Reisen mit und ohne Übernachtung. Zunächst einmal würden wir gerne von Ihnen wissen, wie Sie die Auswirkungen des Tourismus für Kiel insgesamt und für sich persönlich sehen? (bitte nur eine Angabe je Zeile)

	Überwiegend positiv	Eher positiv	Neutral	Eher negativ	Überwiegend negativ	Weiß nicht
Für Kiel insgesamt	<input type="checkbox"/>					
Für mich persönlich	<input type="checkbox"/>					

A6: Als Einwohner kann man unterschiedliche Einstellungen zur Anzahl und Art der Touristen in der eigenen Stadt haben. Bitte geben Sie an, wie Sie die heutige Situation in Kiel beurteilen. (bitte machen Sie dazu wieder in jeder Zeile ein Kreuz)

Es gibt in Kiel ...	zu wenige	die richtige Menge	zu viele	Weiß nicht
Touristen insgesamt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Übernachtungsgäste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tagesausflügler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gruppenreisende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kreuzfahrtgäste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fährpassagiere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internationale Touristen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A7: Im Folgenden haben wir verschiedene Aussagen zum Tourismus aufgelistet. Bitte notieren Sie, inwieweit Sie persönlich diesen Aussagen zustimmen. (bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz)

	Ja, ganzjährig	Ja, zeitweise/ in der Saison	Nein	Weiß nicht
Der Tourismus fördert die Nahversorgung hier in Kiel (z. B. Einzelhandel, Bank, Post, Ärzte, Apotheke).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch die Touristen ist es in Kiel zu voll, z. B. auf den Wegen, beim Einkaufen, im Restaurant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch den Tourismus haben wir hier in Kiel ein vielfältigeres Angebot an Restaurants und Cafés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch den Tourismus werden manche Dinge hier in Kiel teurer, z. B. der Wohnraum oder das Essen gehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Tourismus sorgt für ein positives Image von Kiel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Tourismus vergrößert die Verkehrsprobleme in Kiel (Staus, Parkplatzsuche, ...).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch die Touristen haben wir in Kiel mehr Freizeitangebote (Sport, Kultur, Wellness usw.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kiel ist von Touristen schon sehr überlaufen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Tourismus hier in Kiel schafft attraktive Arbeitsplätze für die einheimische Bevölkerung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich fühle mich durch die Touristen hier in Kiel in meinem Alltag gestört (Lärm, Müll usw.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Tourismus fördert die lokale Wirtschaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hier in Kiel gibt es so viele Touristen, dass ich mich gar nicht mehr richtig zu Hause fühle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Tourismus trägt zur Verschönerung unseres Stadtbildes bei.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In Kiel hat die Vermietung von Wohnungen durch Airbnb überhandgenommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Tourismus sorgt für ein internationales Flair in Kiel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

© NIT, 2018

2

Anhang: Fragebogen (Seiten 3 und 4)

A8: Wie gut fühlen Sie sich über die touristischen Pläne für Kiel informiert (Zielsetzungen, Zielgruppen, Projekte usw.)? (nur eine Antwort möglich)

- Sehr gut Gut Weniger gut Schlecht

A9: Wie möchten Sie über die touristischen Pläne, d.h. über die Zielsetzungen, Zielgruppen, Projekte usw. für Kiel informiert werden? (mehrere Antworten möglich)

- Über soziale Medien (z. B. Facebook) Dialog-/Diskussionsveranstaltungen
 Newsletter für Einheimische (digital) Informationsveranstaltungen
 Newsletter für Einheimische (auf Papier) Anders, und zwar (bitte eintragen): _____
 Infos auf der Webseite der Tourist-Information
 Berichte in der Presse Gar nicht, die touristischen Pläne interessieren mich nicht so sehr.

B1: Wie bewerten Sie die bisherige touristische Entwicklung Kiels? (bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz)

	Sehr positiv	Eher positiv	Neutral	Eher negativ	Sehr negativ	Weiß nicht
Investitionen in die innerstädtische Infrastruktur	<input type="checkbox"/>					
53% mehr Übernachtungen seit 2007	<input type="checkbox"/>					
Hotele Neubauten in der Stadt	<input type="checkbox"/>					
Neuer Weihnachtsmarkt auf dem Rathausplatz	<input type="checkbox"/>					
Weiterentwicklung des Wochenmarktes auf dem Holstenplatz	<input type="checkbox"/>					
Bootshafensommer (seit 2008)	<input type="checkbox"/>					
Sonntags-Öffnungen mit Innenstadt-Events	<input type="checkbox"/>					
Belebung der Innenstadt durch Kreuzfahrt- und Fährschiffe	<input type="checkbox"/>					

B2: Wie bewerten Sie die folgenden Ziele, die sich die Touristiker für Kiel gesetzt haben? (bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz)

	Sehr wichtig	Wichtig	Neutral	Weniger wichtig	Überhaupt nicht wichtig	Weiß nicht
Klimafreundlicher Urlaubsort werden	<input type="checkbox"/>					
Attraktiver für Fahrradfahrer werden	<input type="checkbox"/>					
Steigerung der Übernachtungszahlen	<input type="checkbox"/>					
Belebung der Nebensaison (Oktober-April)	<input type="checkbox"/>					
Kiel als Kongressstandort entwickeln/ ausbauen	<input type="checkbox"/>					
Gemeinsame Vermarktung der Region „Kieler Förde“ ausbauen	<input type="checkbox"/>					
Marinität, also den Bezug zum Meer, stärker erlebbar machen	<input type="checkbox"/>					
Ausbau des Kreuzfahrt- und Fährhafens unter ökologischen Gesichtspunkten, z. B. Landstrom- und Gleisanschluss	<input type="checkbox"/>					

B3: Für Kiel gibt es verschiedene konkrete Pläne, die dazu führen könnten, dass der Tourismus einen noch größeren Nutzen für die Einheimischen hat. Wie bewerten Sie persönlich diese Pläne? (bitte machen Sie auch hier in jeder Zeile ein Kreuz)

	Sehr gut	Gut	Neutral	Weniger gut	Überhaupt nicht gut	Weiß nicht
Steigerung der Aufenthaltsqualität an der Kiellinie	<input type="checkbox"/>					
Neugestaltung Kleiner Kiel Kanal	<input type="checkbox"/>					
Steigerung der Aufenthaltsqualität im Außenbereich des Kieler Hauptbahnhofs	<input type="checkbox"/>					
Aktives Management zur Vermeidung von Leerständen in der Innenstadt	<input type="checkbox"/>					
Qualität von Innenstadt-Events weiter steigern (z. B. Kieler Umschlag, Kiel-Lauf, Bootshafen-Sommer, Weihnachtsmarkt)	<input type="checkbox"/>					
Eröffnung eines modernen, maritimen touristischen „WelcomeCenters“ im Neuen Rathaus in Partnerschaft von Wirtschaft und Wissenschaft	<input type="checkbox"/>					
Weitere große internationale Segelevents in der Innenförde veranstalten	<input type="checkbox"/>					

B4: Welche sonstigen Ideen und/oder Verbesserungsvorschläge hätten Sie für den Tourismus in Kiel?

Abschließend haben wir noch ein paar Fragen zur Statistik (nur von einer Person auszufüllen)

S1: Ihr Geschlecht? Weiblich Männlich **S2: Wie alt sind Sie?** _____ Jahre

S3: Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss? (nur eine Antwort möglich)

- Kein allgemeiner Schulabschluss Haupt- bzw. Volksschulabschluss
 Realschule, also Mittlere Reife oder ein gleichwertiger Abschluss Fachhochschulreife oder allgemeine Hochschulreife, also Abitur
 Fachhochschulabschluss oder Universitätsabschluss

S4: Wie viele Erwachsene, Jugendliche und Kinder leben in Ihrem Haushalt, Sie selbst eingeschlossen? (bitte Anzahl eintragen)

_____ Erwachsene ab 18 Jahre _____ Kinder/Jugendliche bis 17 Jahre

S5: Nun geht es darum, welchen Bezug Sie zum Tourismus haben. Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie persönlich zu? (mehrere Nennungen möglich)

- Ich arbeite hauptberuflich als Angestellter/in in einem touristischen Betrieb. Ich bin Privatvermieter/in.
 Ich bin Unternehmer/in im Tourismus. Ich vermiete über AirBnB.
 Ich habe einen Nebenjob im Tourismus. Ich habe einen anderen wirtschaftlichen Bezug zum Tourismus, und zwar: _____
 Jemand anders aus meiner Familie arbeitet im Tourismus. _____
 Ich arbeite in einem Unternehmen, das dem Tourismus zuliefert. Nichts davon

S6: Wenn Sie einmal alles zusammenrechnen: Wie hoch ist dann etwa das monatliche Netto-Einkommen, das Sie alle zusammen im Haushalt haben, nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung? (bitte nur eine Antwort ankreuzen)

- Bis unter 750 Euro 750 bis unter 1.000 Euro 1.000 bis unter 1.250 Euro
 1.250 bis unter 1.500 Euro 1.500 bis unter 2.000 Euro 2.000 bis unter 2.500 Euro
 2.500 bis unter 3.500 Euro 3.500 Euro und mehr Weiß nicht

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Zusätzlich: Einladung zur Teilnahme via Pressemitteilung und Facebook mit öffentlich zugänglichem Link

Kiel-Marketing
10.09.2018

Pressemitteilung

Einwohnerbefragung zum Tourismus in Kiel Kieler Bürger*innen sind bis zum 16.09. gefragt

Der Tourismus in Kiel.Sailing.City steigt Jahr für Jahr auf neues Rekordniveau. Tausende machen Urlaub in Kiel oder verbringen einen Tagesausflug in unserer Stadt. Sie genießen die Gastfreundschaft, besuchen Events, Natur- und Freizeitattraktionen sowie Restaurants und Cafés vor Ort und im Kieler Umland.

Kiel profitiert von diesen Besuchern – wirtschaftlich und finanziell, aber auch durch Begegnungen. Die Landeshauptstadt Kiel und Kiel-Marketing möchten den Tourismus in Kiel so entwickeln, dass ein attraktives Angebot nicht nur für die Gäste von Stadt und Region entsteht, sondern Tourismus auch zur Lebensqualität der Kielerinnen und Kieler beiträgt.

Um zielorientiert zu agieren wird derzeit eine schriftliche Befragung durchgeführt, wie die Einwohnerinnen und Einwohner den Tourismus bewerten. Der Fragebogen mit frankiertem Rückumschlag wurde in Papierform an 4.000 zufällig ausgewählte Haushalte in allen Stadtteilen Kiels verteilt.

Gefragt ist im Namen von Oberbürgermeister Dr. Ulf Kämpfer und Kiel-Marketing Geschäftsführer Uwe Wanger, an welchen Stellen etwas getan werden muss, damit das touristische Angebot noch mehr den Wünschen der Kielerinnen und Kieler entspricht.

Nun sind im zweiten Schritt alle Einwohner*innen Kiels gebeten, online unter www.kiel-sailing-city.de/einwohnerbefragung an der Einwohnerbefragung teilzunehmen. Die Teilnahme an der Befragung ist freiwillig und vollständig anonym.

Unsere Bitte an alle Medien ist deshalb, die Befragung öffentlich zu kommunizieren.

Die ausgefüllten Fragebögen gehen an das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), die auch die Auswertung vornehmen werden. Die Beantwortung der Fragen durch die angeschriebenen Haushalte ist ebenfalls digital möglich, den link haben die Befragten mit dem Anschreiben erhalten.

Pro Haushalt darf nur ein Fragebogen ausgefüllt werden. Unter denjenigen, die online teilnehmen, verlost Kiel-Marketing drei Gutscheine für je eine Nacht im Schlafstrandkorb in Heikendorf für zwei Personen im Wert von je 64 Euro.

Teilnahmeschluss für die Befragung aller Kieler*innen ist der 16. September 2018.

Pressekontakt: Eva-Maria Zeiske, Tel.: 0431 – 679 10 26, E-Mail: e.zeiske@kiel-marketing.de
Kiel-Marketing e.V., Andreas-Gayk-Str. 31, 24103 Kiel, www.kiel-sailing-city.de

Kiel.
Sailing City.

www.kiel-sailing-city.de

lifePR

Suchbegriff eingeben

Medien & Kommunikation Bildung & Karriere Finanzen & Versicherungen

Home » Kiel-Marketing e.V. » Boxid 720815 » Einwohnerbefragung zum Tourismus in Kiel

Einwohnerbefragung zum Tourismus in Kiel

NEWS ABONNIEREN

Kieler Bürger*innen sind bis zum 16.09. gefragt

(lifePR) (Kiel, 10.09.18) Der Tourismus in Kiel.Sailing.City steigt Jahr für Jahr auf Tausende machen Urlaub in Kiel oder verbringen einen Tagesausflug in unserer Stadt. Sie genießen die Gastfreundschaft, besuchen Events, Natur- und Freizeitattraktionen sowie Restaurants und Cafés vor Ort und im Kieler Umland.

Kiel profitiert von diesen Besuchern – wirtschaftlich und finanziell, aber auch durch Begegnungen. Die Landeshauptstadt Kiel und Kiel-Marketing möchten den Tourismus in Kiel so entwickeln, dass ein attraktives Angebot nicht nur für die Gäste von Stadt und Region entsteht, sondern Tourismus auch zur Lebensqualität der Kielerinnen und Kieler beiträgt.

Um zielorientiert zu agieren wird derzeit eine schriftliche Befragung durchgeführt, wie die Einwohnerinnen und Einwohner den Tourismus bewerten. Der Fragebogen mit frankiertem Rückumschlag wurde in Papierform an 4.000 zufällig ausgewählte Haushalte in allen Stadtteilen Kiels verteilt.

Gefällt mir Abonnieren Teilen ...

Ulf Kämpfer
16 Std. · 🌐

Einwohnerbefragung zum Tourismus in Kiel - Kieler Bürger*innen sind bis zum 16.09. gefragt

Der Tourismus in Kiel.Sailing.City steigt Jahr für Jahr auf neues Rekordniveau. Tausende machen Urlaub in Kiel oder verbringen einen Tagesausflug in unserer Stadt. Sie genießen die Gastfreundschaft, besuchen Events, Natur- und Freizeitattraktionen sowie Restaurants und Cafés vor Ort und im Kieler Umland.

Kiel profitiert von diesen Besuchern – wirtschaftlich und finanziell, aber auch du... Mehr anzeigen

Kiel. Sailing City.

NIT-RESEARCH.DE
Einwohnerbefragung Tourismus Kiel

Achtung: Javascript ist in Ihrem Browser deaktiviert. Es kann sein, dass sie daher die Umfrage nicht abschließen werden können. Bitte überprüfen Sie ihre Browser-

11 · 5 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Einwohnerbefragung zum Tourismus

KIEL. Noch bis einschließlich morgen, Sonntag, 16. September, können Kieler bei der Online-Umfrage zum Tourismus in Kiel mitmachen und eine Übernachtung im Schlaf-Strandkorb in Heikendorf gewinnen. Jedes Jahr kommen mehr Touristen nach Kiel. Die Stadt profitiert davon, aber trägt das auch zur Lebensqualität der Menschen bei, die in Kiel wohnen? Das wollen die Stadt Kiel und Kiel-Marketing jetzt herausfinden. Neben einer Fragebogenaktion an ausgewählte Haushalte, können sich alle Kieler auch online unter www.kiel-sailing-city.de/einwohnerbefragung beteiligen. Die eigentliche Befragung ist vollständig anonym. Wer bei der Auslosung mitmachen will, gibt seine Kontaktdaten nur dafür an. Nach der Auslosung werden die Daten wieder gelöscht.

Quellen: Kiel-Marketing, Kieler Nachrichten, <https://de-de.facebook.com/pg/OB.Kiel/posts/>, <https://www.lifepr.de/inaktiv/kiel-marketing-ev/Einwohnerbefragung-zum-Tourismus-in-Kiel/boxid/720815>

NIT Institut für Tourismus- und
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH
Fleethörn 23
24103 Kiel

Tel 0431 666 567 0
www.nit-kiel.de

Projektleiterin: Bente Grimm
Tel. 0431 666 567 18, bente.grimm@nit-kiel.de

Mitarbeit: Astrid Koch, Philipp Wagner